

d



9 771335 034008 01

Časopis o dizajne
Ročník XXIX
3,40 €

**Slovenské centrum dizajnu
pozýva na výstavu**

8-BIT

**Osobné počítače a hry
na Slovensku v 80. a 90. rokoch**

2. marec – 30. apríl 2023

**Galéria dizajnu Satelit,
Hurbanove kasárne, Kollárovo nám.10, Bratislava**

& www.scd.sk/hry

Organizátori:

**GALÉRIA
DIZAJNU
SATELIT**

**SLOVENSKÉ
MÚZEUM
DIZAJNU**

**SLOVENSKÉ
CENTRUM
DIZAJNU**

S podporou:

 **MINISTERSTVO
KULTÚRY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY**

Generálny
reklamný
partner:

J&T BANKA

Hlavný
partner:

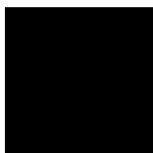
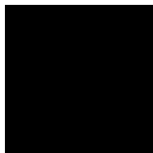
antalisTM
Just ask Antalis

Hlavný
mediálny
partner:

designum

Mediálny
partner:

CITYLIFE.SK
ČO SA DEJE V BRATISLAVE A OKOLI



	3	Editoriál Jana Oravcová
Aktuálne	4	Matúš Buranovský: Robím dizajn, pretože ho milujem Zuzana Uhalová
	16	Ateliér Rabada Modrotlač 21. storočia Lívia Rášová
	28	THIS IS LOCCO Neexistuje žiadne nudné odvetvie Gabriela Ondrišáková
	36	Dobre utajené finále Robert Paršo
	42	Virtuálna realita v dizajnerskom procese Žofia Babčanová
Retrospektívne	48	O možnostiach archeológie dizajnu Robin R. Mudry
Teoreticky	56	Držať sa línie Miroslav Cipár (8. 1. 1935 – 8. 11. 2021) Adrián Kobetič
	62	Cieľ jasný, pútnik vytrvalý Anton Cepka (17. 1. 1936 – 26. 12. 2022) Viera Kleinová
	70	92XXX22 MIROSLAV DEBNÁR Príbehy interiérov, interiéry s príbehom Tibor Uhrín
	74	Ideály a paradoxy civilizovanej ženy Jana Oravcová
	80	Písma čísla Ester Mládenková
	82	Summary Katarína Kasalová



Editorial

Text Jana Oravcová

Tento rok oslavujeme 30. výročie samostatnosti Slovenskej republiky. Mnohé politické autority po rozdelení spoločného štátu Česko-Slovenska dnes oceňujú našu vzájomnú blízkosť, ale predovšetkým to, že sme zostali najbližšími partnermi, spojencami a priateľmi. Nič to nemení na pravde, naše súžitie v spoločnom štáte nám dalo ešte omnoho viac. Vzájomne sme sa obohacovali a dopĺňali v spoločenskej a kultúrnej oblasti. Aj v oblasti dizajnu máme pomerne bohatú spoločnú históriu a svedčia o nej nielen tvorivé osobnosti, ale aj podniky priemyselnej výroby. Hoci viaceré z nich postupne zanikli, naše spoločné historické dedičstvo uchovávali mnohé domácnosti, ale predovšetkým múzeá a galérie v Čechách aj na Slovensku.

Aj časopis *Designum* predstavuje určitú stopu vzájomnej spolupatričnosti. Pri tejto príležitosti je dôležité pripomenúť, že vznikol na pôdoryse spoločného časopisu *Design trend*, ktorý v rokoch 1992 – 1993 vydávali pod pôvodnými názvami Design centrum Českej republiky a Slovenské design centrum, až kým vznikom samostatnej Slovenskej republiky nezačala na jeseň 1993 éra vydávania nového odborného časopisu o dizajne. O pár mesiacov bude teda časopis *Designum* sláviť 30. výročie svojho založenia a my budeme obe výročia pripomínať rozmanitými článkami aj z diania u našich českých susedov.

Už do prvého tohtoročného čísla sme zaradili dva príspevky, ktoré súvisia s obdobím nášho spoločného štátu. Jedným z nich je netradičný pohľad do zbierok Múzea umenia a dizajnu Benešov. V ďalšom prinášame recenziu na knihu o emancipačnom koncepte žien medzivojnového Československa.

Venujme sa obsahovej štruktúre postupne. V časti Aktuálne sa vraciame k Národnej cene za dizajn 2022 – Komunikačný dizajn. V rozhovoroch prezentujeme tvorbu dvoch laureátov – Matúša Buranovského a reklamnej agentúry THIS IS LOCCO. Tretí z rozhovorov predstavuje Ateliér Rabada, ktorý sa venuje tradičnej remeselnej technike – modrotlačí. Jedenásty ročník medzinárodného podujatia Trienále plagátu Trnava už tradične pripravila Galéria Jána Koniarka v Trnave, v ktorej plnej kompetencii je priebeh a prezentácia tohto súťažného podujatia. Zhodnotenie aktuálneho ročníka pripravil Robert Paršo. V súčasnosti sa oveľa viac ako inokedy hovorí o umelej inteligencii či virtuálnej realite, ktoré vstupujú aj do oblasti dizajnu. Dizajnérka Žofia Babčanová vo svojom texte ponúka dizajnérom možnosť zorientovať sa v škále virtuálnych nástrojov. Osvojením si digitálnych a virtuálnych schopností sa dizajnérom a kreatívcom otvárajú nové odborné zručnosti a kompetencie, ale aj kariérne príležitosti. Je možné aplikovať metódu archeológie aj v oblasti

dizajnu? Touto otázkou, ale aj odpoveďou na ňu sa v rubrike Retrospektívne zaoberá recenzný príspevok, ktorý reflektuje výstavu *Archeologie designu* v Múzeu umenia a dizajnu Benešov prostredníctvom zbierkových predmetov dizajnu zasadených do rozličných kontextov. Slovenské centrum dizajnu udelilo pri príležitosti Národnej ceny za dizajn 2022 Miroslavovi Cipárovi *in memoriam* Cenu za dlhodobý kultúrny prínos v oblasti dizajnu. Jeho celoživotnú tvorbu a náhly odchod z tohto sveta si pripomíname príspevkom Adriána Kobetiča. Na konci roka 2022 nás opustil Anton Cepka. Na túto výnimočnú osobnosť autorského šperku, objektov a realizácií do architektúry spomína Viera Kleinová. Pripravili sme tiež dve recenzie na publikácie. Tibor Uhrín sa venuje publikácii o tvorbe dizajnéra Miroslava Debnára pod názvom *92XXX22 MIROSLAV DEBNÁR* a Jana Oravcová hodnotí monografiu Martiny Pachmanovej *Civilizovaná žena: Ideál i paradox prvorepublikové vizuální kultury*, ktorá je zároveň pripomienkou, ako sa v bývalom Československu darilo presadzovať koncept emancipácie žien.

Pokračujeme v prezentácii študentských písíem, ktoré vznikli na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave v Ateliéri Typo pod pedagogickým vedením Pala Bálika a Michala Tornyaia. V tomto čísle je v nadpisoch použité písmo Forever od Ester Mládenkovej.

Robím dizajn, pretože ho milujem

Text Zuzana Uhalová

Foto archív Matúša Buranovského

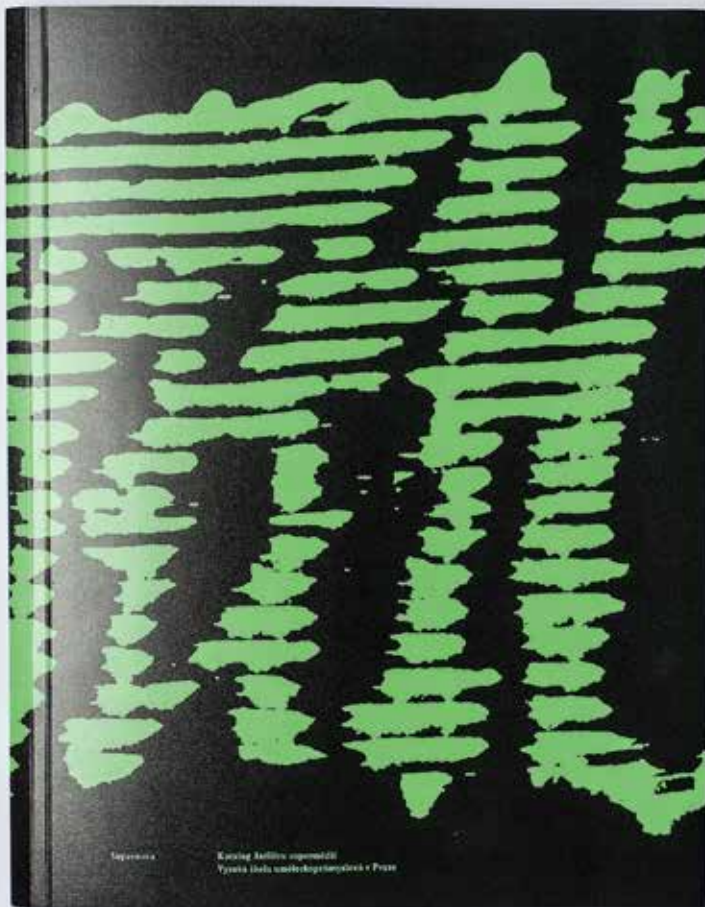


Matúš Buranovský (1991) je dvojnásobný laureát Národnej ceny za dizajn 2022 – Komunikačný dizajn. V predošlom ročníku Národnej ceny za dizajn 2020 - Komunikačný dizajn získal spolu s Jozefom Ondříkom Hlavnú cenu v kategórii Plagát a vizuál za plagát k výstave *Odvaha a risk. Století designu v UPM*. Pochádza z Prešova, už dvanásť rokov pôsobí v Prahe. Je tímový hráč, spolupracuje s neštandardným dizajnovým štúdiom a producentom – Qubus Design Studio, ktoré prezentuje súčasný český dizajn, taktiež tvorí súčasť grafického štúdia finkner.me. Štúdium začal v roku 2011 v odbore priemyselný dizajn na Fakulte architektúry ČVUT v Prahe, neskôr prešiel do graficko-dizajnerskej oblasti a v roku 2019 ukončil štúdium v ateliéri Grafický dizajn a nové médiá Petra Babáka na pražskej UMPRUM – Vysokej škole umeleckopriemyselnej. Ako východ Slovenska ovplyvňuje jeho tvorbu, prečo stále nemá reprezentatívne portfólio a čo sa zmenilo po narodení syna, sa dozviete z nasledujúceho rozhovoru.





Miro Žbirka, Roky a dny, 2022 – 2023.
Vizuální styl výstavy, Národní muzeum
v Praze a Bratislavský hrad.
Spolupráce: Katka Žbírková, Qubus Design
Studio (Josef Tomšej, Jakub Berdych Karpelis)
Foto: Johana Pošová



Supernova, 2019.
Grafická úprava publikácie.
Editori: Radim Labuda, David Kořínek
Spolupráca: Olbram Pavlíček
Foto: Johana Pošová

V Národnej cene za dizajn 2022 – Komunikačný dizajn si získal dve ceny – v kategórii Priestor za grafický dizajn výstavného stánku Qubus Design Studio QBECEDA na festivale Designblok 2021 a v kategórii Kampaň za plagáty pre festival Dni architektúry a dizajnu 2021 v Bratislave. Aký máš z toho pocit?

↓

Už som to hovoril v rozhovore pre TA3 – cítim sa ako had, ktorý sa zvliekol z kože. Stal som sa novým hadom, novým človekom.

V akom zmysle?

↓

Všetko sa to príjemne stretlo v máji s narodením môjho syna. Krátko predtým som si dal voľnejšie tempo až dokonca roka. Doprial som si reštart. Celé toto obdobie vyvrcholilo mojím ocenením, bolo to príjemné zadostučinenie. Nie som si istý, či tento efekt, že sa cítim byť plný energie a elánu, je

vďaka cene alebo kvôli tomu, že som si oddýchol, alebo vďaka narodeniu syna, čo spôsobilo, že môj mozog odrazu začal vytvárať hormóny, ktoré nikdy predtým nevytváral.

Momentálne si stále v oddychovom štádiu alebo už nabiehaš do pracovného tempa?

↓

Nebolo to zas úplné vypnutie, pracoval som ešte na projektoch, ktoré som potreboval dokončiť. Ale robil som na tom vo veľmi ľahkom tempe, len to naozaj najnutnejšie, a mnoho projektov som odvolal. Väčšinou to boli srdcovky a také projekty, ktoré sme si dlhodobo sľubovali s rôznymi ľuďmi. Môj zvyčajný „to-do list“, ktorý obsahoval desiatky položiek, sa odrazu úplne prečistil. Trvalo to skoro celý rok. Teraz sa do toho nedá vhuľnúť okamžite, ale od konca minulého roka prichádza priebežný nával. Stúpa to a zatiaľ cítim, že mám energiu na omnoho viac, než čo som si zatiaľ stihol dohodnúť.

Zvoľnenie tempa prišlo kvôli očakávanému bábätku alebo si mal na to aj iný dôvod?

↓

Neviem. Možno sa môj organizmus už prirodzene chystal na bábätko a začal som zvoľňovať. Alebo to bolo vyvrcholenie tých pár veľmi intenzívnych rokov, ktoré som zažil. Ale všetko bolo dobre načasované. Úplne vážne, za posledné štyri roky som odsedel v štúdiu stovky hodín, takmer denne od siedmej rána do polnoci. A čo z toho? Odrazu nemám kamošov, pretože som neudržiaval kontakty, boháč nie som, slávny nie som. Tak sa pýtam, či to stálo za to. Vyvrcholenie toho vyčerpania nastalo chvíľu pred narodením syna. Tých pár mesiacov, počas ktorých som venoval svoju pozornosť hladkaniu bábätka, družke, rodine, kamošom, mi nakoniec úplne prečistilo myšlienky.

Ale podľa toho, čo hovoríš, ocenenie v Národnej cene za dizajn si získal práve za projekty, ktoré sa realizovali rok a pol dozadu, v tvojom najproduktívnejšom období. Takže z toho vzišiel, ako si povedal, aj pocit zadostučinenia.

↓

Áno, tie projekty sa realizovali v absolútnom rauši. V poslednom období sa často diskutuje o téme vyhorenia. Nemyslím si, že ja sám som vyhorel, ale určite ma to „lízlo“. Bol som veľmi vyčerpaný a nebol som schopný všetko riešiť tak pružne a efektívne, ako by som chcel. Záblesk pocitu zadostučinenia určite nastal, super, ale ja som zvedavý na dlhodobý efekt. Nebude to len tak, ale predpokladám, že keď sa budem ďalej snažiť, ešte to nejakú „baštu“ prinesie.

Aký výber projektov si poslal do súťaže a prečo?

↓

Podobne ako ročník predtým posielal som všetky projekty, s ktorými som bol stotožnený. Bolo ich šesť až osem, neviem presne. Ako aj v minulom ročníku všetky projekty boli vystavené, niektoré nominované. Aj predtým sme získali nejaké ocenenie za plagáty k výstave *Odvaha a risk. Století designu v UPM* (2019 v spolupráci s Deep Throat Studio), ale nejakto to vyšumelo, nikto so mnou nekomunikoval. Tento rok, možno preto, že to boli až dve ocenenia, sa na to ľudia pýtajú. Ale je zábavné sledovať, že pred dvoma rokmi moje ocenenie nemalo žiadny efekt.

Myslíš si, že to bolo aj tým, ako bol tento ročník Národnej ceny za dizajn pripravený? Marketing, komunikácia atď.?

↓

Netuším. Možno bol minule problém v tom, že súťaž sa konala počas covidu a gala večer bol len online. Najväčší benefit, ktorý pre mňa víťazstvo v cene má, je to, že som

mohol povedať zopár bonmotov na pódium. Lebo pri predstave, že mám ísť na pódium, zažívam veľký stres, ale zároveň to vnímam tak, že moje telo mi dáva vedieť, že ide o dôležitú udalosť, takže si to chcem užívať, keď sa v takýchto situáciách ocitnem. Byť na pódium vnímam ako tréning, príležitosť natrénovať si schopnosť rozprávať verejne pred viacerými ľuďmi. Svoje myšlienky komunikujem rád, preto ma teší, že sa ľudia tentoraz zaujímajú.

Prekvapilo ťa, ktoré tvoje práce získali ocenenie?

↓

Všetky projekty, ktoré som posielal, mám rovnako rád. Ale ak ide o potenciál nejakého oceňovania, mal som ešte ďalších favoritov. V minulom ročníku to bola napr. kniha *Supernova*, katalóg BuyBuy! Qubus alebo vizuály pre Galériu NTK v Prahe. Aktuálne je to zas *Papier v knihe*, redizajn magazínu *Arch*, alebo vizuál k filmu *Can You Still Feel The Butterflies* od Radka Brousila. Ale beriem to tak, že je to súťaž s vybranými porotcami a oni hodnotia projekty podľa svojho subjektívneho názoru. Takže môžem byť len rád, že si všimli to, čo si všimli. Myslím, že všetko prebehlo tak, ako malo.

Vravel si, že po tomto ročníku si ťa ľudia viac všimajú, oslovujú ťa, pýtajú si rozhovory. Prinieslo ti to už aj nové spolupráce?

↓

Nijaké predchádzajúce ocenenia v súťažiach Národná cena za dizajn, Najkrajšie české knihy, na Designbloku za stánok QEBECEDA 2021 nemali žiaden efekt. Ani bezprostredne po tomto ocenení sa nestalo nič, ale od začiatku roka mi pravidelne chodia ponuky tak raz týždenne. Asi to tentoraz malo efekt a som za to veľmi vďačný.

Okrem toho, že si sa zviditeľnil a máš príležitosť precvičovať si verejné vystupovanie, prečo je



pre teba dôležité prihlasovať svoje projekty do súťaží?

↓

Moje výstupy sú špecifické a je pre mňa dôležité, aby ma ľudia oslovovali kvôli tomu, ako pracujem, a nielen pre to, že som dizajnér, ovládam grafické programy a dám im najnižšiu cenu. Samozrejme, celkom často pracujem aj na takýchto projektoch, ale trochu to vnímam ako nevyužitý potenciál toho, čo ponúkam.

Projekty si teda vyberáš podľa toho, či sú klienti stotožnení s tvojím štýlom a dávajú ti voľnosť robiť si veci po svojom?

↓

To je optimálne. Potrebujem, aby mi dôverovali. Myslím, že nielen moje projekty, ale aj ostatné nominované a ocenené práce mojich kolegov a kolegýň boli vo veľkej väčšine vytvorené tak, že zadávateľ dôveroval dizajnérovi a nechal ho robiť svoju prácu. „Najradšej“ mám, keď si pri práci na projekte v rámci tímu nájdeme spoločný flow a keď je to takmer hotové, pošle sa to pánovi riaditeľovi a pán riaditeľ povie, že nemá rád žltú farbu alebo serifové písmo, a zasiahne do toho. Zmení jednu krehkú vec a celý domček z karát sa začne rozpadávať. Ja pánovi riaditeľovi tiež nesadám do kresla a neriadim mu inštitúciu. Takže, vážený pán riaditeľ, buďte tímový hráč, a nestarajte sa do vizuálov.

Tak aký je ten pracovný proces? Už si načrtol, že rád pracuješ v tíme, že máš rád slobodu nad projektom.

↓

Postupne som si uvedomil, že ak má projekt správne „šlapať“, nesmiem sa pokúšať obsiahnuť všetky jeho aspekty sám, ale mám sa sústrediť na to, čo mi ide najlepšie – položiť základný kameň, správne ho nasmerovať, a potom už len spustiť z kopca, resp. vložiť do rúk tým najšikovnejším kolegom. Práca v tíme ponúka možnosť riešiť omnoho komplexnejšie zadania.

To, ako ja osobne pracujem, som si osvojil v ateliéri Petra Babáka na UMPRUM. Bol som obklopený veľmi šikovnými dizajnérmi, možno až virtuóznymi. Tento ateliér mi rozhodne otvoril oči, ukázal mi, čo všetko vôbec môže byť grafickým dizajnom. Bolo neskutočné, do akej hĺbky a detailov sa tam skúmali témy a následne sa veľmi dôkladne skladal výstup. Tam to všetko pre mňa začalo, ale hovorím v minulom čase, pretože teraz, i keď sa výstupom zaoberám veľmi dôkladne, na úvahy podobné tým na UMPRUM nie je priestor. Samozrejme, postupne som sa naučil pracovať aj v zrýchlenom móde. To, či do toho idem hlbavo alebo zrýchlene, je na mne, a záleží na tom, či vidím nejaké pochopenie, potenciál aj na druhej strane. Najhoršie je, ak sa posnažím, a druhá strana to nepochopí.

Hovoriš, že máš svoj štýl.

↓

Každý má svoj štýl, otázka je, nakoľko je špecifický. Ale to sa ukáže, až keď zomriem, či sa nejakí archivári alebo kurátori budú chcieť hrať v projektoch, na ktorých som pracoval, alebo im to bude ľahostajné.

Čo sú špecifiká tvojho štýlu? Čo si myslíš, že má naň najväčší vplyv?

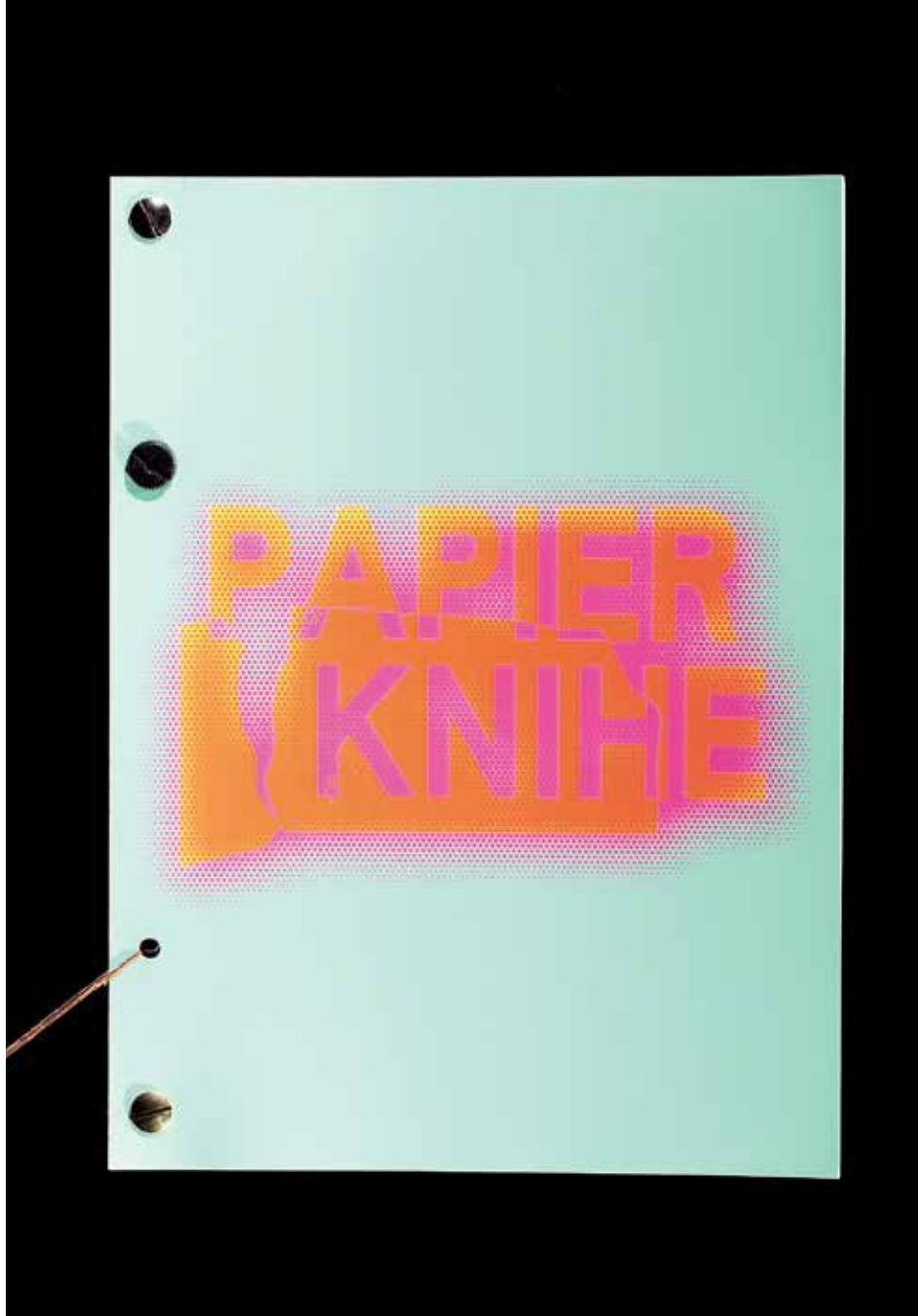
↓

Mne je veľmi sympatický prístup „pretty ugly“. Páči sa mi, keď je niekto schopný aj z odpadu vyprodukovať niečo krásne. Mám rád riešenia, ktoré využijú tie najzákladnejšie prostriedky a vytvoria unikátnu záležitosť. Snažím sa používať obyčajné procesy, ktoré vrstvim do takej miery, aby nebolo na prvý pohľad zrejmé, ako to vzniklo. Na začiatku sú strašné čmáranice, ale keď sa správne umiestnia na formát, uvedú do správneho kontextu, tak aj to, čo sa javí ako najhoršie a najsprostejšie na svete, môže byť na konci krásne. Aj ocenenia sú asi dôkazom, že to v mojich čmáraniciach vidí aj niekto ďalší.

Tvoj okruh záujmov je celkom široký. Viem, že si v minulosti športoval, závodne sedem rokov plával, si muzikant, hral si v kapelách. Myslíš, že aj toto má vplyv na tvoju tvorbu?

↓

Určite. Vďaka skúsenosti so športom som sa naučil zohľadňovať mantinely, v ktorých rámci je potom nutné hrať. Naopak – v kreatívnych odboroch asi nejde o objektívne hodnotenie, ale aspoň predpokladáme, že sú porotcovia a porotkyne dostatočne fundovaní na to, aby divákovi predstavili niečo výnimočné. Že takéto súťaženie nie je fér? Hranie v kapele mi zas ukázalo, ako rozširovať a skladať kompozíciu, aranžmá, celú skladbu. Inšpiruje ma, ako moji obľúbení interpreti zo šesťdesiatych, sedemdesiatych rokov ohýbali hudbu, ako ju doslova výtvarne ponímali, mysticky, snovo, ale podvratne – to je estetika, ktorú mám veľmi rád. Rovnako otázka zrozumiteľnosti a nezrozumiteľnosti jazzu. To rád aplikujem vo vizuálnej sfére. Tak ako som sa snažil rozširovať jazz, rovnako sa snažím nazerať aj na vizuálne veci, ktoré sa možno na prvý pohľad ťažko chápu. Kto žne benefit z jazzu? Je to jazzman, alebo poslucháč? Jazzman, ktorý je zároveň prvým poslucháčom – len tak môže mať istotu, že to, čo vytvoril, pochopila aspoň jedna osoba. Potom mám veľmi rád filmy, resp. monumentálne situácie v nich. Tragické postavy, grécku drámu. Napríklad z filmov Larsa von Triera. To je aspekt, ktorý milujem, ale asi to ešte nie som schopný aplikovať v dizajne. Myslím, že na mňa malo vplyv aj to, že pochádzam z Prešova, z východu Slovenska. Tam je uvažovanie o krásne, estetike veľmi hrubé. Akoby sa tým pohrdalo, akoby na to nebol priestor. Mám pocit, že tento môj prístup, vziať niečo nepekné a dať to do kontextu, ktorý z toho vytvorí niečo krásne, prišiel aj vďaka tomu, že mi v tom prostredí nič iné neostávalo.

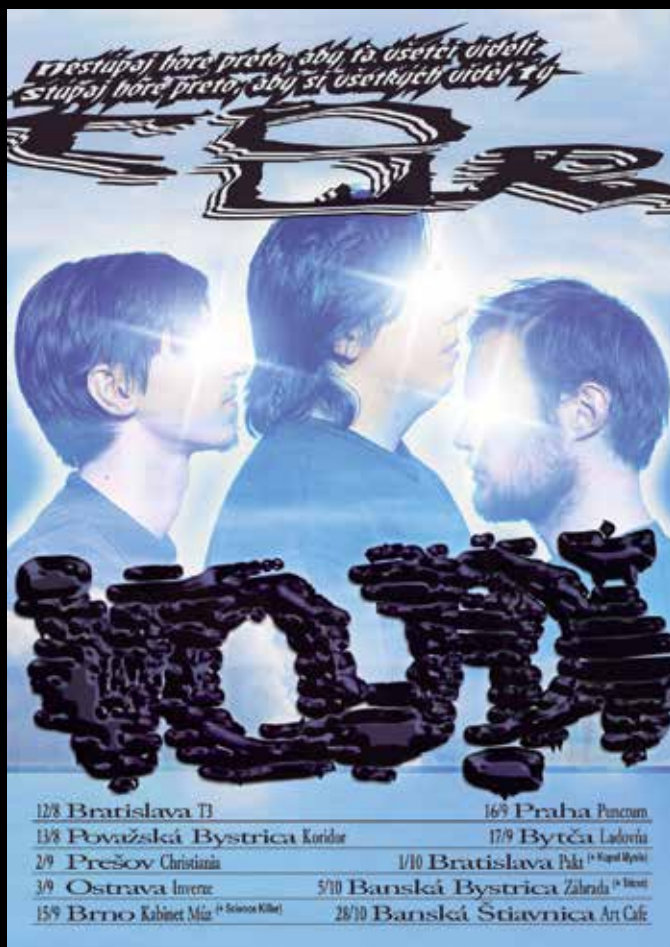


20 rokov Qubus, 2022.
Kampaň pri príležitosti osláv
20. výročia Qubusu.



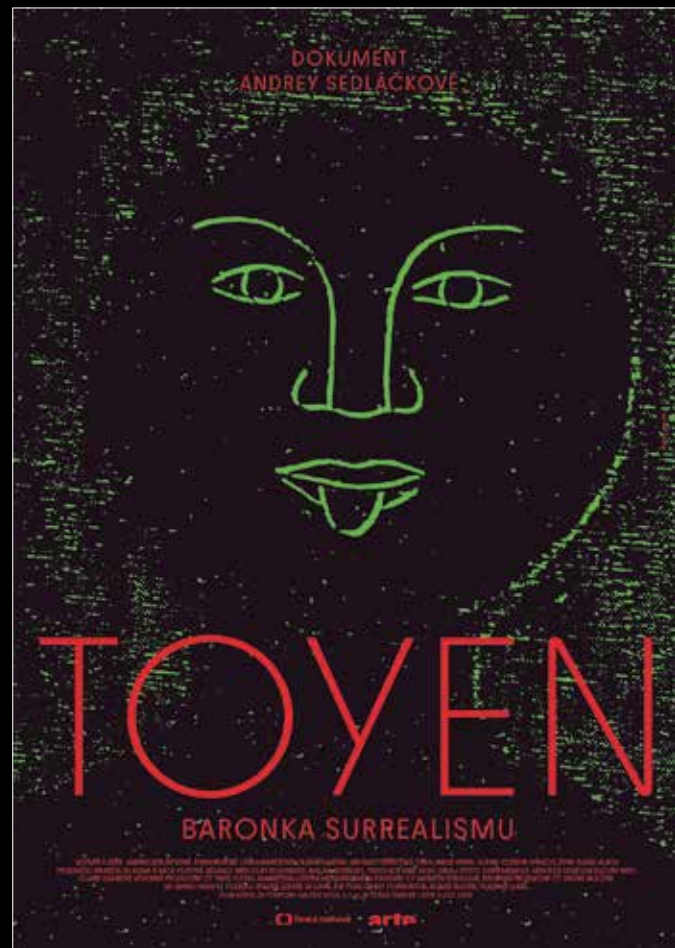
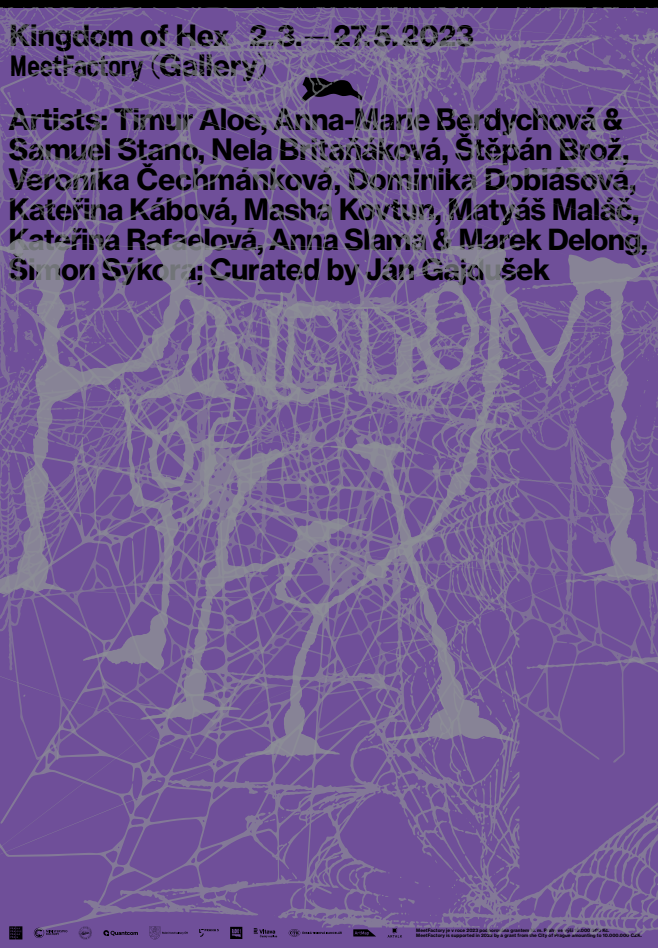
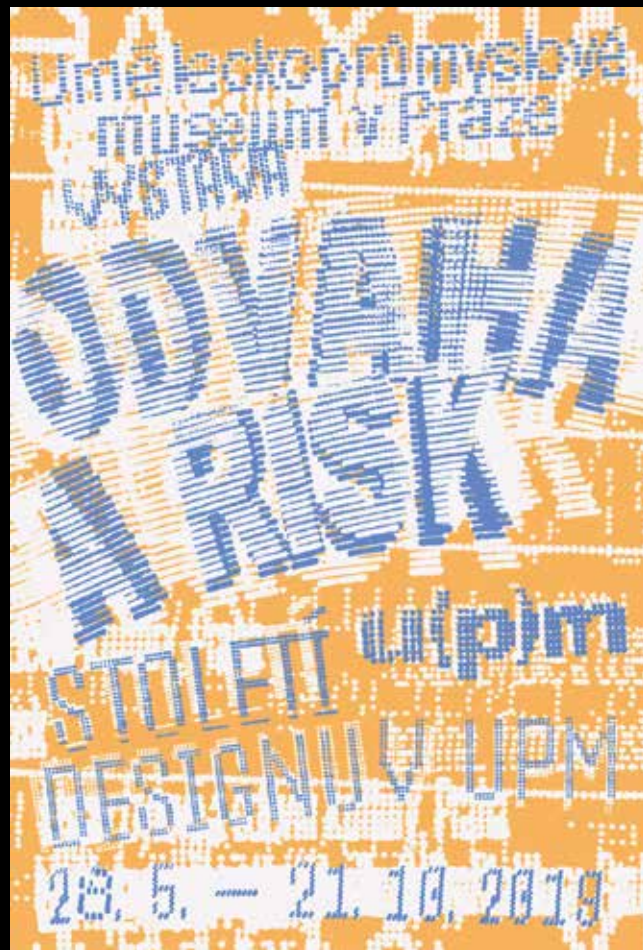
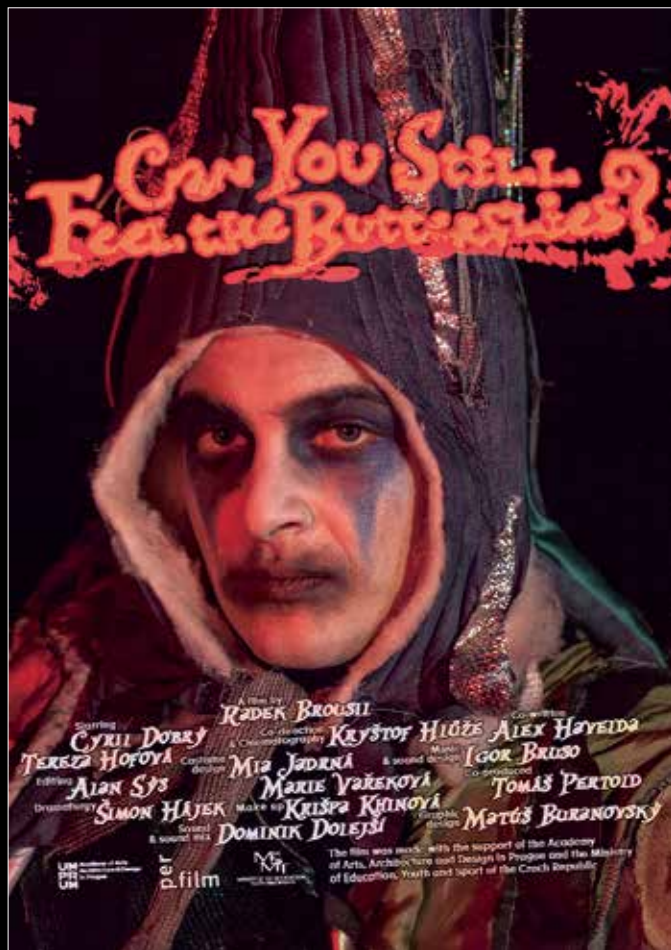


Things, 2021. Kampaň výstavy Jakuba Berdycha Karpelisa.
Bienále ilustrácií Bratislava, 2022. Kampaň 29. ročníka BIB. Ilustrácie: Martin Lacko. Nerealizované.

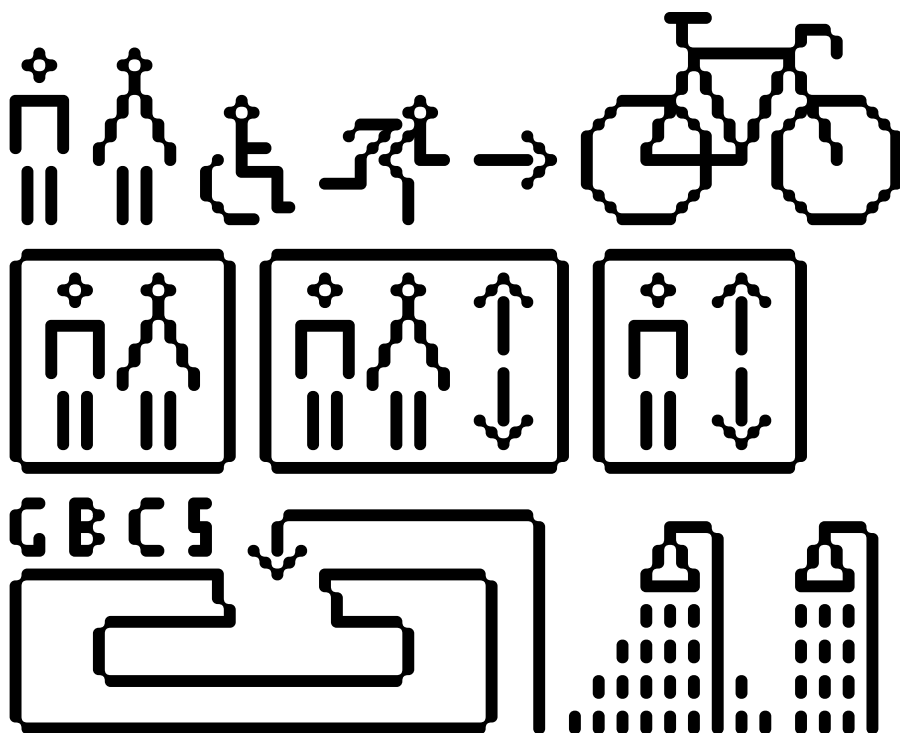


Nestúpaj hore preto, aby ta všetci videli; stúpaj hore preto, aby si všetkých videl ty Vojdi tour, 2022. Kampaň.
Foto: Johana Pošová
Techné, 2019. Vizuál k výstave Techné v NTK Praha. Kurátor: Milan Mikulaščík

Can You Still Feel The Butterflies?, 2021.
 Lettering, animácia a kampan k filmu Can You Still Feel The Butterflies? Autor filmu: Radek Brousil
 Odvaha a risk. Století designu v UPM, 2018. Vizuál výstavy v Umeleckopriemyselnom múzeu v Prahe.
 Spolupráca grafického riešenia: Deep Throat Studio (Josef Ondřík).
 Spolupráca priestorového riešenia: Qubus Design Studio (Josef Tomášek, Jakub Berdych Karpelis)



Kingdom of Hex, 2023. Kampan výstavy v Galérii MeetFactory.
 Toyen, 2022. Kampan dokumentu o Toyen. Réžia: Andrea Sedláčková



Piktogramy GBC 5, 2022.
 Infosystém bussiness centra v Bratislave.
 Spolupráca: Roar architekti
 Neaplikované

Myslíš vo verejnom priestore alebo kultúru, komunikáciu mesta?

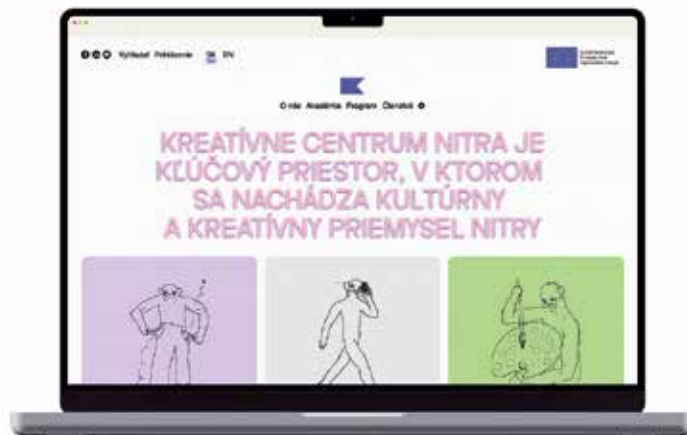
↓

Myslím všeobecne. Ako mesto pôsobí, na čo sú ľudia ochotní pozerieť. Hovorím síce o východe, ale myslím celé Slovensko a vlastne myslím celé Česko-Slovensko. Čím viac ideme na západ, tým je to, podľa mňa, lepšie, ale ide len o jemné nuansy, žiadne veľké rozdiely. Estetika je pre mnohých ľudí vulgárny pojem. Často pokus o estetizmus hodnotia s výsmechom. A to je chyba. Potrebujeme sa obklopiť krásnymi vecami, aby sme mohli žiť a komunikovať v harmónii. Estetika je aj v komunikácii, a to, čo človek dostane od pani na úrade za okienkom alebo v obchode, je tiež estetická záležitosť, respektíve neestetická. Síce to teraz popisujem hanlivo, ale som s tým stotožnený, mám to v sebe. Istým nostalgickým spôsobom to mám rád. No a dosť z toho čerpám.

Na svojom konte máš široké spektrum projektov. Od kampaní, cez priestorové inštalácie až po publikácie. Aký typ projektov máš najradšej?

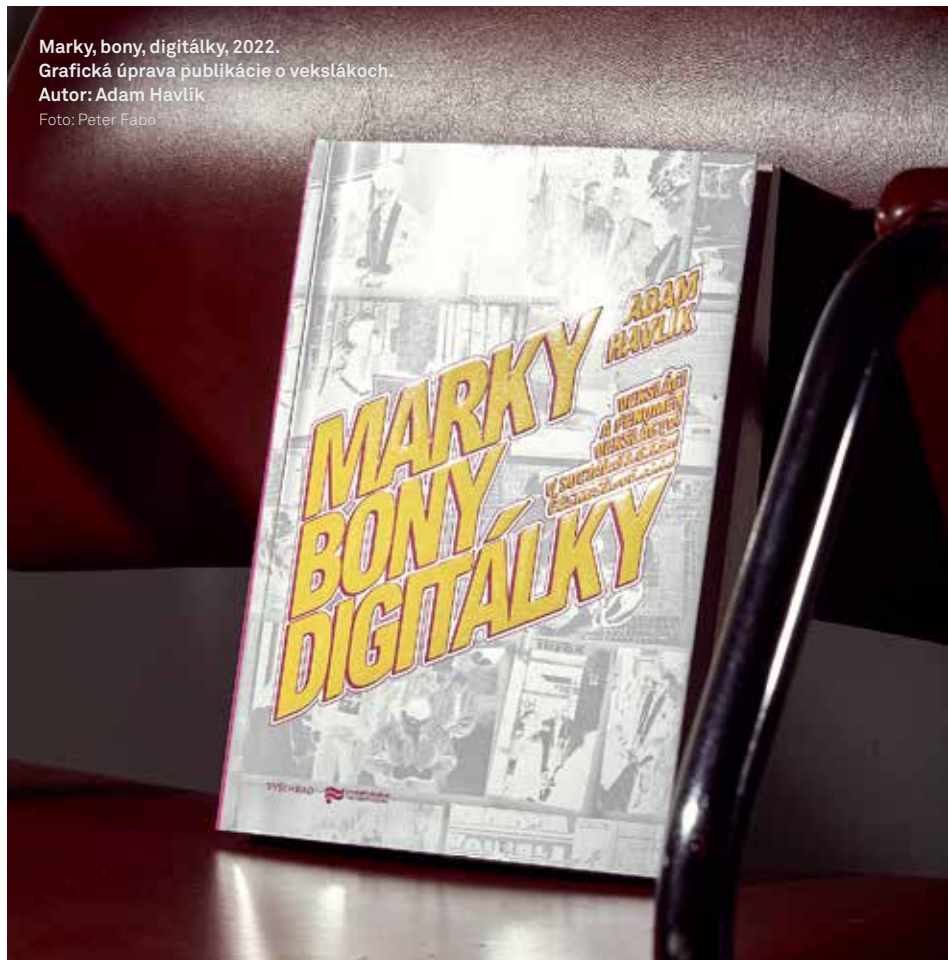
↓

Pred štúdiom na UMPRUM som študoval produktový dizajn na Fakulte architektúry ČVUT. Prirodzene teda inklinujem k priestorovým veciam, cítim sa pri nich ako ryba vo vode. Rovnako milujem prácu s tlačovinami, hlavne ak dôjde na použitie priamych farieb. Baví ma modifikovať jednotlivé farebné kanály a to obrovské napätie, ktoré zažívam, kým sa mi do rúk dostane hotový výtlačok, a mne sa opäť potvrdí, že vytlačené to vyzerá vždy lepšie ako na monitore. Veľmi rád pracujem na čo najkomplexnejšom projekte, kde sa overí, či môj vymyslený princíp funguje na všetkých výstupoch. Najlepšie, ak ich je čo najviac, aby sa ukázala variabilita. A moja najväčšia výtvarná vášeň je štylizovať *lettering*. Ak môžem v rámci nejakého jedného nápisu vyjadriť



Kreatívne centrum Nitra, 2022. Komplexná vizuálna identita.
Spolupráca grafického riešenia: Jiří Macků
Spolupráca webového riešenia: Filip Hudák, Marián Rehák
Ilustrátor: Martin Lacko

Marky, bony, digitálky, 2022.
Grafická úprava publikácie o vekslákoch.
Autor: Adam Havlík
Foto: Peter Fábó





pointu celku. Výber a následná úprava písma. Niečo ako v prípade náhľadov filmov na Netflixe. Každý má svoj názov v inom štýle, ktorý má vystihnúť jeho atmosféru. Veľmi ma baví práca s typografiou. Jej deformovanie a hľadanie hraničných tvarov písmen.

V dnešnej dobe AI technológií, prístupnejších programov a online kurzov, čo by mal mať podľa teba vo výbave dobrý grafický dizajnér?

↓

Nadhľad a schopnosť prinášať adekvátne odpovede na zadanie. Neutrálnych dizajnérov a dizajnérok máme 99,9 %, a potom je niekoľko tých, ktorí nehľadajú nutne to najrýchlejšie riešenie, ale to najvznešenejšie. Vznešené je viac než „rýchlokvaška“, už by sme si to mali konečne uvedomiť. Na margo AI: je to nádherná a súčasná otázka, ale nemám na ňu jasnú odpoveď. Len čo ide o výtvarnejšie riešenie, tam je dôležitý individuálny charakter, autenticita, čo je zatiaľ, podľa mňa, nenahraditeľné. AI sám používam, pretože dokáže vygenerovať mnoho rôznych riešení tvarového alebo kompozičného problému, z ktorých potom môžem vyberať. Avšak kurátorom výstupu zatiaľ stále ostávam ja.

Takže nemáš strach, že ťa nahradí stroj?

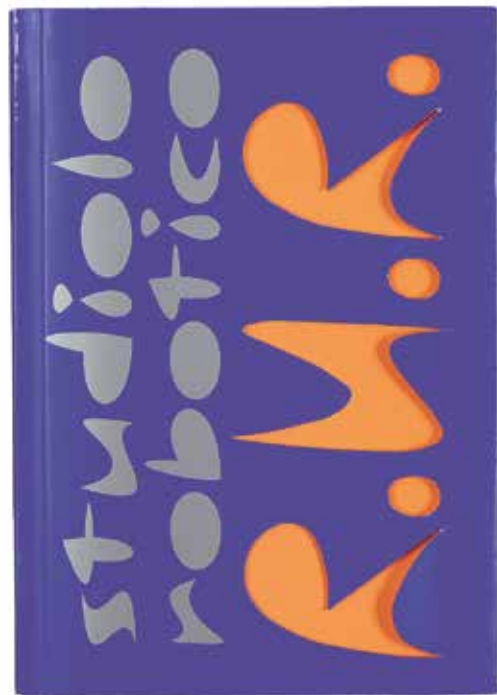
↓

Vôbec sa nebojím. Len čo by to nefungovalo, nikto by o mňa nezakopol, lebo všetko, čo robím, by si každý mohol generovať, začal by som robiť hocičo iné. Ja robím dizajn, lebo ho milujem. Ale v momente, keby to začalo byť nerentabilné, lebo teraz, keď mám dieťa, musím uvažovať aj nad touto otázkou, tak sa jednoducho zamestnám inde. Lákajú ma ropné plošiny alebo výškové práce. I keď je možné, že aj tie nahradí stroj. Nechajme sa prekvapiť, čo zmizne skôr.

Zatiaľ v tejto situácii nie si. Ponuky dostávaš. Po tejto oddychovej pauze, ktorú si si doprial, budeš si teraz vyberať projekty inak? Podľa iného kľúča?

↓

Investoval som veľa času do vytvorenia svojho pracovného systému, som obklopený naozajstnými profíkmi a rozhodne plánujem pokračovať v spolupráci s nimi. Ako som už spomínal, do môjho života prišla otázka rentability, no zároveň sa neplánujem vzdať svojho štandardu, a práve v tom sa potrebujem s klientom stretnúť. Mám za sebou mnoho nádherných projektov z neziskového alebo kultúrneho prostredia, v rámci ktorých som si vyskúšal a povyvíjal postupy práce, ale vždy som po nich ostal ťažko v minuse. Benefitom bolo, že projekt dopadol krásne, ale dokedy je takýto prístup udržateľný? Takže menšie projekty, srdcovky pomaly, ale isto odpadávajú. Tie komplexnejšie pomaly, ale isto – pribúdajú.





Magazín Arch, 2021.
Redesign magazínu o architektúre a dizajne.
Spoluautor: Filip Birkner, finkner.me
Foto: Peter Fabo

Studiolo Robotico R. U. R., 2019.
Vizuál výstavy UMPRUM v Miláne a Viedni.
Spolupráca: Jakub Plachý
Foto: Johana Pošová

Na čom momentálne pracuješ alebo na čom sa chystáš pracovať?

↓
Práve sme s Qubus Design Studio dokončili prácu na výstave *Miro Žbirka – Roky a dni* na Bratislavskom hrade. Spolu s nimi v tejto chvíli pracujem aj na súťaži na návrh interiéru stanice metra Českomoravská v Prahe. Okrem toho som zapojený do viacerých *open call*ov, z ktorých ešte nemám výsledky. Začiatok roka je taký súťažný. Je to nádherné obdobie, pretože v tých počiatočných fázach navrhovania máme ešte predstavu optimálneho výsledku, nie sme nijako obmedzovaní. A čo nás čaká tento rok? Dni architektúry a dizajnu v Bratislave v priestore Slovenskej národnej galérie. Je to brutalisticko-modernisticky sedemdesiatkový priestor a táto estetika má ovplyvňovať vizuál. Teším sa na to, ako budem napasovávať dizajn festivalu tak, aby bol v čo najväčšej harmónii s budovou. Qubus tento rok oslavuje dvadsať rokov existencie a okrem osláv vo forme obrovských výstav pripravujeme novú bibliu o jeho krásnych rokoch existencie. Čoskoro v uliciach Prahy uvidíte výsledok novej spolupráce s Meet-Factory Gallery. Jej nový kurátor Ján Gajdušek nás tento rok spolu s Jiřím Macků oslovil a rozbehli sme to niekoľkými vrstvami striebornej pavučiny na ostro fialovom pozadí.

Teším sa zo spolupráce s Festivalom 66 hodín, ktorý oslavuje umenie v starej tabakovej továrni v Smolníku obklopenom panenskou prírodou. Organizuje to partia z košickej Tabacky. V Košiciach po krátkej pauze pokračujeme v spolupráci s organizáciou Spolka a začíname pripravovať ďalší ročník letnej školy Never Never School. Priebežne ma teší aj spolupráca s mojimi bratmi, a teda kapelou Vojdi, a štúdiom Tvar architekti. ■

Zuzana Uhalová absolvovala štúdium na Katedre vizuálnej komunikácie VŠVU v ateliéri Písmo. Dva roky sa venovala vzdelávaniu v marginalizovaných komunitách v rámci programu Teach for Slovakia. V súčasnosti sa okrem grafického dizajnu venuje aj vytváraniu edukačných materiálov pre projekt Informatika 2.0.





Modrotlač 21. storočia

Matej Rabada (1990) je textilný dizajnér. Štúdium absolvoval v Ateliéri textilnej tvorby v priestore na Katedre textilnej tvorby Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave (2009 – 2015). Vo svojej diplomovej práci *Modrotlač na Orave* sa zaoberal hľadaním nových možností využitia modrotlače a posunmi tradičnej textilnej techniky, ktorá má na Slovensku bohatú históriu.¹

Veronika Rabadová (1992) je odevná dizajnérka, bakalárske štúdium absolvovala na Katedre textilnej tvorby, Ateliér textilnej tvorby v priestore (2011 – 2015) a magisterské štúdium ukončila v Ateliéri reštaurovania textilu na Katedre reštaurovania Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave (2015 – 2017). Počas štúdia sa zúčastnila výmenného pobytu na oddelení textilného dizajnu a technológií na poľskej Technologickej univerzite v Lodži.

Text Lívia Rášová
Foto Silvia Leitmannová

Spruce LT. Jednoduché šaty,
ktoré nechajú vyniknúť tvoje Ja.



Linden MD. Výrazná košeľa pre
zvýraznenie tvojho Ja

Matej založil v oravskej obci Párnica ešte počas štúdia vlastnú modrotlačiarSKU dielňu, v ktorej spolu s Veronikou pôsobia pod značkou Ateliér Rabada. Vytvárajú autorské modrotlačové textílie s abstraktnou estetikou, ako aj kolekcie odevov s minimalistickými a nadčasovými strihmi. Ateliér Rabada je o tradícii, poctivom remesle, ale najmä o slobode a modrotlači 21. storočia.



Matej, aká bola tvoja cesta k modrotlači? Kedy a čím ťa táto tradičná remeselná technika zaujala?

↓

S modrotlačou som sa zoznámil ešte počas štúdia na Škole úžitkového výtvarníctva v Ružomberku (2005 – 2009) na odbore textilného výtvarníctva. Preberali sme aj tému modrotlač. Technika to bola zaujímavá, ale teória by odradila od pokusov vyrábať vlastnú modrotlač asi každého.

To sa ale zmenilo o niekoľko rokov na Katedre textilnej tvorby VŠVU v Bratislave. Študoval som síce v Ateliéri textilnej tvorby v priestore, no venoval som sa prevažne textilnému dizajnu. Počas štúdia som dospel do bodu, kedy moja tvorba stagnovala a nedokázal som nájsť svoj smer a posunúť sa vpred. V tom čase som si spomenul na modrotlač. Vedel som, že je to zložitá technika. Ale zároveň jedinečná, pretože medzičasom jej výroba na Slovensku úplne zanikla. Už to zrazu nebolo len o mojej tvorbe, ale o snahe obnoviť výrobu modrotlač. A to mi dávalo zmysel. Proces výroby modrotlač je taký náročný a zároveň fascinujúci, že ma úplne pohltí. Po roku samoštúdia, experimentovania, pokusov a najmä omylov som v roku 2013 naľarbil svoju prvú modrotlač, svoju bakalársku prácu. Ďalšie dva roky na magisterskom štúdiu som sa venoval rozvoju modrotlač

a svojich schopností pri zdokonaľovaní výroby. Neskôr, ako súčasť diplomovej práce som založil vlastný ateliér, kde som po absolvovaní začal ihneď pôsobiť a vyrábať modrotlač.

Je asi prirodzené, že ťa to ťahalo k navrhovaniu vlastných vzorov. Mal si hneď jasnú predstavu, ako by mali vyzeráť, alebo si sa k jednoduchej, minimalisticky pôsobiacej estetike prepracoval postupne?

↓

Prvotná myšlienka projektu bola obnoviť výrobu modrotlač a zároveň ju dizajnovu obohacovať a prispôbovať súčasným trendom v textilnom dizajne. Popri zložitom procese výroby nezostávalo veľa priestoru na vlastnú tvorbu. Dizajn ma priviedol k modrotlači, ale paradoxne zostal v úzadí. Výrobe a prezentovaniu modrotlač som venoval všetok čas. V roku 2017 som prehovoril Veru, aby sa ku mne pridala a realizovala hotové produkty. Tým sa tvorba posunula ďalej, ale nie mojou zásluhou. Venovali sme sa aj navrhovaniu vlastných vecí, ale spätne môžem zhodnotiť, že tvorba už nezostala slobodná. Bola poznačená tradičným prístupom k modrotlači. Z okolia sme cítili tlak na to, ako by mala modrotlač vyzeráť, a začalo to byť vyčerpávajúce. Až nás to postupne prestalo baviť. V roku 2021 prišlo rozhodnutie dať si pauzu a získať odstup.



Plátno prácne ponárame do indiga.

Trvalo to pár mesiacov, a znovu sme sa pustili do navrhovania. Navonok sme ale vyzerali, že je s našou značkou koniec. Ale opak bol pravdou. Pracovali sme na *rebrandingu* značky od vizuálnej identity, cez webové stránky, až po tvorbu novej kolekcie, ktorá predstavila náš nový, slobodný prístup k modrotlačí. Náš vlastný „indigový postoj“.

Proces a technológia výroby modrotlače sú skôr limitujúce, alebo v nich aj po rokoch praxe objavuješ nové možnosti?

↓

Tie limity sú dané najmä vnímaním techniky. Pointou modrotlače je pre nás historický príbeh výrobného procesu, ktorý ďalej zachovávame. Estetiku modrotlače sa snažíme oslobodiť. Vždy zostane nejakým spôsobom modrá, to nezmeníme. Ale priestor na experimentovanie je veľký. Zostáva veľa možností a prístupov, ktoré môžeme zvoliť, a pritom stále udržiavať príbeh tradičného remesla pri živote. Akurát s iným výrazom, ako pozná alebo si predstavuje široká verejnosť. To je ale naša pridaná hodnota, pretože chceme tvoriť pre dnešok a prispôbovať modrotlač tomu, ako si predstavujeme, že by mala vyzeráť v 21. storočí.

Váš ateliér sídli v oravskej Párnici. Ako sa vám v ňom pracuje a ako prístupujete k delbe práce?

↓

Keď som začínal, farbilm som v pivnici bytového domu a látky vypieral v kúpeľni prenajatého bytu. Vybudovanie ateliéru v Párnici bol obrovský skok vpred. Dnes už prináša limity, ktoré do určitej miery spomaľujú výrobu, ale hlavne majú vplyv na kvalitu vyrobenej modrotlače. Za tie roky sme sa s tým už naučili pracovať. Ale pre vznikajúce chybné látky hľadáme alternatívne využitie. Vera sa venuje navrhovaniu a šitiu, pričom pokazenú metráž využíva napríklad na modelovanie strihov a prípravu prototypov produktov. Ja sa zase venujem navrhovaniu dezénov, tlačí a farbeniu metráže. Aj keď si do výrobných procesov nezasahujeme,

o navrhovaní sa to povedať nedá. Vymieňame si postrehy a nápady, vďaka čomu dokážeme v našich kolekciách lepšie prepojiť vzory so strihmi.

Posledná kolekcia *Stromy 2022* zahŕňa odevy tak dámske, ako aj pánske. Ako veľmi sú pre vás dôležité trendy a inšpirácia?

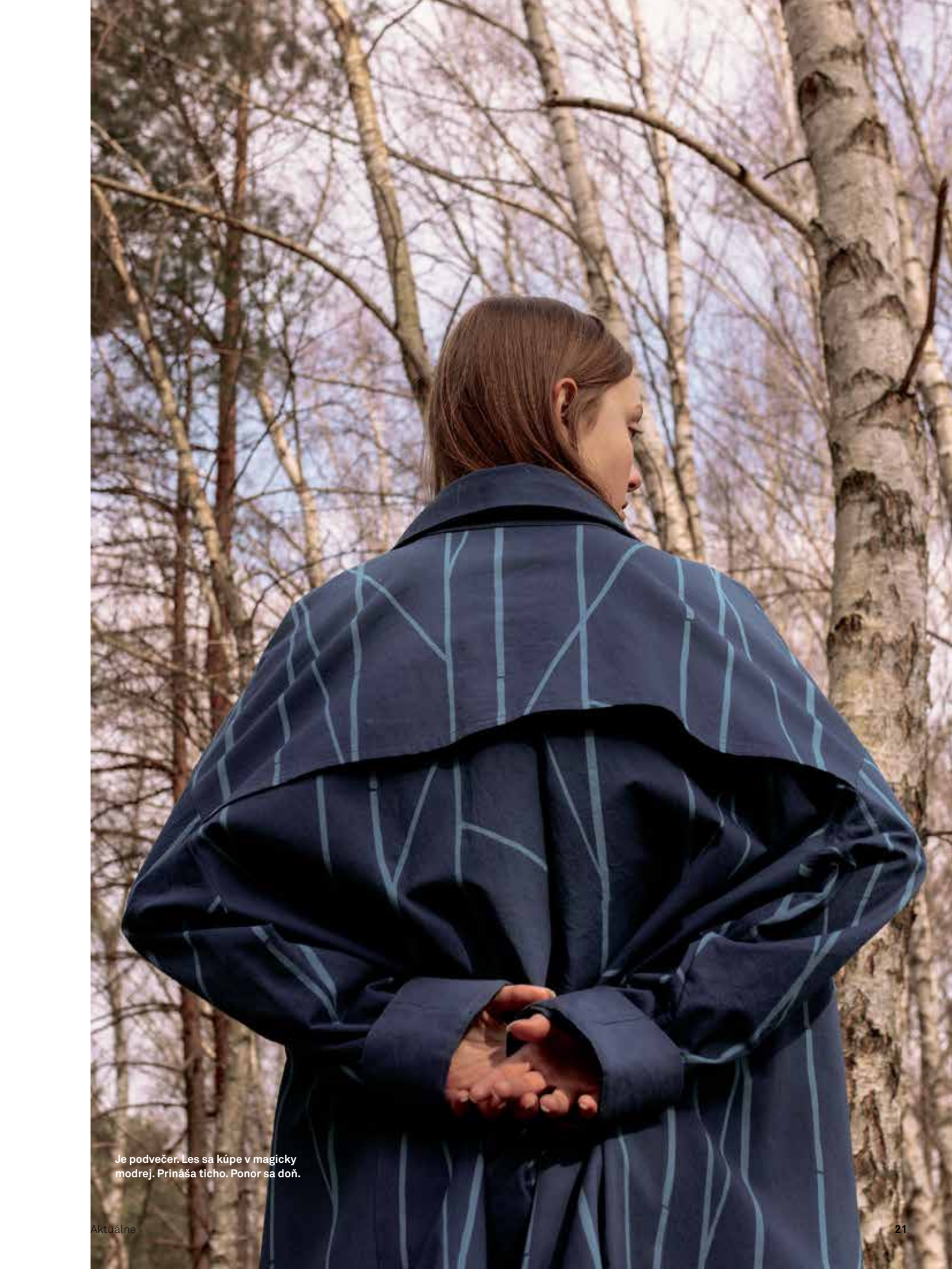
↓

Našu tvorbu ovplyvňuje prostredie, v ktorom sídli aj náš Ateliér Rabada. Teda oravská príroda. Inšpirácia je všade okolo nás. Síce je to klíšé, ale príroda pre nás predstavuje slobodu. Je to hodnota, ktorú si vážime a snažíme sa ju preniesť do našich modelov a do modrotlače. Nepočúvame, ako sa to má robiť, ako by to malo vyzeráť alebo ako vyzerala modrotlač pred sto či dvesto rokmi. Pri odevoch nekopírujeme tabuľky, nerobíme rozdiely vo veľkostiach a naše modely navrhujeme v hesle *one size fits all*. Slobodne pre každého, kto uznáva rovnaké hodnoty, ako nachádzame my v prírode.

Váša tvorba spĺňa náročné kritériá pomalej módy – produkuje vlastný materiál, sami si navrhujete strihy, odevy aj realizujete. Čo pre vás znamená udržateľnosť?

↓

Aby sme boli fér, treba na začiatok priznať, že výroba modrotlače je chemický proces. Aj keď sme vyradili alebo nahradili nebezpečné chemikálie, ktoré sa tradične používali, stále nejde o čisto prírodné farbenie. Ale náš vzťah k prírode a inšpirácie, ktoré v nej nachádzame, nás prirodzene vedú k zodpovednej a udržateľnej výrobe. Áno, farbíme si vlastný materiál. Áno, navrhujeme a realizujeme naše kolekcie v malom množstve. Ale snažíme sa ísť ešte ďalej a vytvárame si transparentný reťazec dodávateľov prevažne z Európskej únie. Hľadanie býva náročné, ale výsledky o to viac prekvapivé. V Trenčíne sme objavili firmu, ktorá nám tká materiál podľa vlastných kritérií. Cez nich sa vieme dostať aj ku pôvodu bavlny. V Česku nám

A woman with long brown hair is seen from the back, looking towards the right. She is wearing a dark blue poncho with light blue vertical and diagonal stripes. Her hands are clasped behind her back. She is standing in a forest of tall, thin trees with bare branches, suggesting a late autumn or winter setting. The lighting is soft, and the overall mood is contemplative.

Je podvečer. Les sa kúpe v magicky
modrej. Prináša ticho. Ponor sa doň.



Pine MD. Šaty, kde rozhoduje
tvoja nerozhodnosť.

A full-page photograph of a man in a forest. He is wearing a dark blue button-down jacket with white vertical stripes on the sleeves and front, over a black t-shirt and black trousers. He is leaning his right arm against a tree trunk. The forest has many thin, reddish-brown tree trunks and a ground covered in pine needles.

Kolekcia Stromy predstavuje
nové poňatie modrotlačie.



zase vyrábajú gombíky a popruhy na vaky a tašky. Momentálne používame syntetické indigo od nemeckého výrobcu, ale dohadujeme možnosti prepravy organického indiga priamo od pestovateľov z Indie. Ale nie všetko je len o materiáloch. Dôležitá je kvalita zhotovenia produktu, stálosť vzoru či zafarbenia. Je rozdiel, či je odev po pol roku alebo piatich praniach nepoužiteľný alebo nám vydrží roky. Pri tom je dôležité spomenúť aj kvalitný dizajn, ktorý nebude o niekoľko rokov totálne mimo. Ponúkame teda alternatívu ku *fast fashion* pre tých, ktorí to vnímajú rovnako, a vďaka modrotlačí sa nám darí šíriť myšlienku o niečo ďalej.

V portfóliu nájdeme spolupráce s rôznymi slovenskými značkami ako Nehera, Ozeta, Rak, Novesta či Forest Skis. Ide o kontinuálne spolupráce alebo skôr jednorazové projekty?

↓
Náš ateliér je otvorený spoluprácam, ktoré prinášajú zaujímavé experimenty a presahy. Vďaka tomu dokážeme posúvať modrotlač ďalej. Vznikli unikátne kúsky a prepojenia s nečakanými produktmi. Pri teniskách vznikali limitované edície, ktoré podtrhli jedinečnosť daného produktu. Naša modrotlač sa dostala aj na Paris Fashion Week. Bolo to v začiatkoch a v tom čase sme neboli schopní dodávať modrotlač pravidelne vo väčších množstvách a v požadovanej kvalite. Dnes už je to ale inak.

Medzi vašich klientov patria aj mestá Banská Bystrica, Košice či Žilinský samosprávny kraj. V čom sú tieto spolupráce iné a čo ste si z týchto skúseností odniesli?

↓
Tento typ spolupráce je špecifický v tom, že takmer vždy ide o prezenty inštitúcií alebo firiem. Pre ich oficiálne návštevy alebo ako odmeny pre zamestnancov. Keďže sú to darčeky, pripravujeme najmä drobné doplnky ako kravaty či šatky. V prípade objednávky tradičného vzoru sa snažíme nájsť niečo z regiónu, z konkrétnej

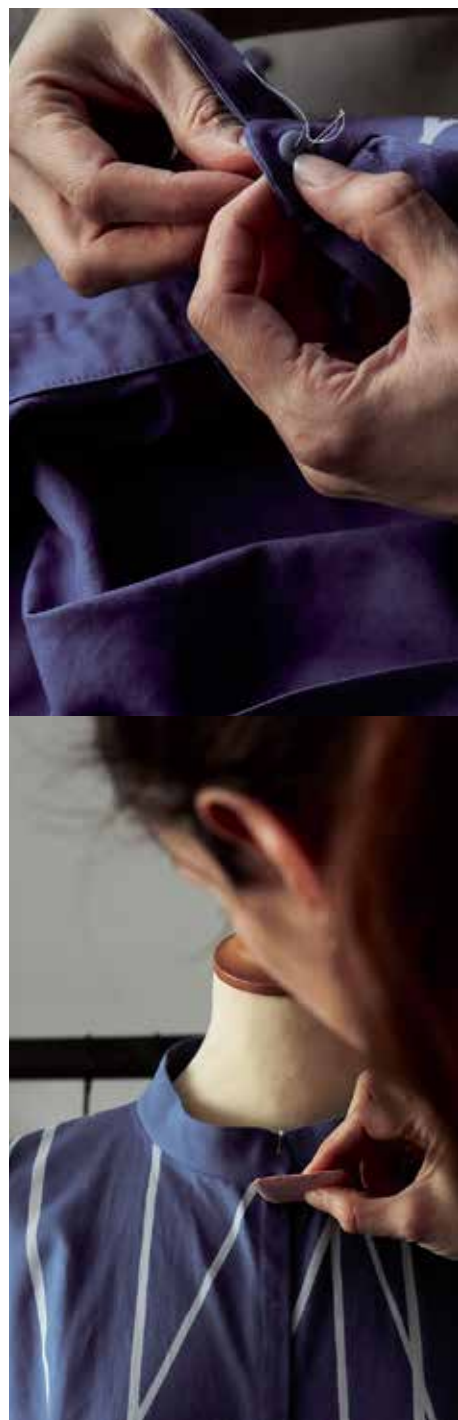
lokality. Pri našich návrhoch dezénov tiež vychádzame z miestnych charakteristík, ale v inej štylizácii. Balenie potom personalizujeme konkrétnej inštitúcii alebo firme tak, aby korešpondovalo s obsahom.

Okrem odevov a doplnkov nájdú zákazníci vo vašom internetovom obchode aj modrotlačovú metráž, a to hneď v jedenástich autorských vzoroch. Aké boli kritériá, ktoré ste si kládli pri ich dizajne? Plánujete ponuku ďalej rozširovať?

↓
Pred *rebrandingom* sme ponúkali takmer tridsaťpäť vzorov a zákazníci si nedokázali vybrať. Siahali vždy po niekoľkých obľúbených typoch. Dnes ponúkame necelú tretinu vzorov. Z ponúkaných jedenástich vzorov máme šesť autorských dezénov a s ich výberom sme nemali problém. Vo vzorkovnici sme ale chceli nechať priestor aj pre tých, ktorí hľadajú historický ornament. Vybrať niekoľko tradičných vzorov z tisícok, ktoré existujú, bolo o niečo náročnejšie. Snažili sme sa preto o rôznorodosť a v ponuke máme drobné aj väčšie tradičné vzory. S klasickým diagonálnym radením aj rozsiahle florálne motívy. Ponuku neplánujeme veľmi rozširovať, ale čiastočne obmieňať.

Vnímate v oblasti predaja vašej metráže aj nejaké tendencie? Mám na mysli zvýšený dopyt po vašich látkach v ostatných rokoch. Trend DIY je celosvetovo na vzostupe, ľudia si opäť sami začínajú šiť oblečenie doma. A teda, či sa to takto okrajovo dotýka aj vás.

↓
Spolu s folklórnym *boomom*, ktorý dostal tradičný ornament takmer všade a bez uvažovania, vzrastal aj dopyt po modrotlačovej metráži. Tak ako sme predpokladali, dnes je tento trend pomaly za nami. A je to citelné aj na predaji metráže. Ale môže to byť spôsobené aj naším prerodom. Zmenila sa naša cieľová skupina a tá už nemusí mať záujem o takýto typ



Finalizujeme výsledný kusok do tvojho šatníka.

V detailoch je skrytá naša precíznosť.



Kolekcia Stromy, 2022.

Polohujeme strih. Aby všetko pekne sedelo.

vzorov. Preto postupne plánujeme reflektovať náš postoj aj v metráži a vzory čiastočne vymieňať. Čas ukáže, či zákazníci ocenia naše látky s minimalistickými vzormi a bohatým príbehom, alebo zostanú verní našej klasike v podobe florálnych motívov.

Organizujete aj vzdelávacie workshopy. Aj tým žije ďalej odkaz a hodnota remesla. Ako veľmi a v čom sú workshopy pre samotných účastníkov objavné?

↓

Aj keď v Ateliéri Rabada s modrotlačou experimentujeme, workshop je vedený viac-menej tradične. Ale, samozrejme, nechávame každému priestor na jeho sebarealizáciu. Päťhodinovku začíname krátkym pohľadom do histórie modrotlače a potom nasleduje objavovanie celého procesu výroby. Účastníci začínajú s bielym bavlneným saténom a odnášajú si vlastnoručne zhotovenú, originálnu modrotlačovú šatku v darčekovom balení, ktorá im tento jedinečný zážitok pripomenie. Aj keď by sme radi prezradili viac, odhaľovanie príbehu nechávame už na účastníkoch workshopu.

Viete si predstaviť, že by ste sa venovali aj niečomu inému ako modrotlači?

↓

Aj keď sme to zvažovali, nedokázali sme si predstaviť, že by sme s modrotlačou skončili. Výrobu modrotlače sme ako-tak oživilí a teraz pokračujeme ďalej v myšlienke, ktorá vznikla pred viac ako desiatimi rokmi. Snažíme sa estetiku modrotlače prispôsobiť 21. storočiu a tvoriť pre dnešok. Alebo ako vravíme v Ateliéri Rabada: „Oslobodzujeme modrotlač a našu tvorbu od zažitých stereotypov a predstavujeme svoj indigový postoj.“

Čo pripravujete na roky 2023 a 2024?

↓

Aktuálne pracujeme na prípravách novej kolekcie. Inšpiráciou sú nám tentoraz vrchy, ale téma slobody zostáva nezmenená. Popri tom sa tešíme

na nové spolupráce, ktoré plánujeme. Snáď sa nám ich podarí aj realizovať. S novým indigovým postojom by sme radi zavítali medzi ľudí a zároveň ich pozývali aj k nám do ateliéru, aby si s nami trochu zafarbili ruky.

Pri *rebrandingu* sme spolupracovali s Ivanou Palečkovou, ktorá pripravila novú vizuálnu identitu. Spolu s Peťom Škrovanom navrhla aj webdizajn, web programoval Róbert Suja so svojím tímom. Fotografovala Silvia Leitmannová a s textami nám pomohla *copywriterka* Katka Králiková. Realizácia kolekcie *Stromy* bola spolufinancovaná z verejných zdrojov Fondu na podporu umenia. Kolekciu sme vytvorili aj vďaka nenávratnej podpore grantového programu Viac dizajnu Nadácie Tatra banky. ■

Lívia Rášová je historička umenia, kurátorka. Pôsobila v Slovenskom múzeu dizajnu, kde viedla zbierku interiérového dizajnu a výstavníctva. Od roku 2018 sa venuje projektu *Vlna pod Tatrami*, kde sa zaoberá využitím lokálnej ovčej vlny a organizovaním edukačných workshopov o jej ručnom spracovaní.

1 Modrotlačou nazývame indigom na modro farbenú látku zdobenú potláčaním vzorov pomocou takzvanej rezervy – zmesi zamedzujúcej zafarbeniu látky v mieste vzoru. Ako spôsob dekorovania látok zohrala významnú úlohu v slovenskej, ako aj európskej textilnej tradícii. Na naše územie sa táto technika dostala z Holandska a Nemecka v priebehu 18. storočia. Najvýznamnejšími strediskami jej rozvoja boli regióny Spiš, Orava, Liptov, Šariš, Gemer. Profesiú farbiarskych cechov postupne vystriedali dielne na vidieku, ktoré sa orientovali skôr na vidiecke obyvateľstvo. Činnosť niektorých z nich sa datuje do polovice 20. storočia. Tradičná modrotlač je zapísaná v zozname UNESCO od roku 2018. In: Danglová, Oľga: *Modrotlač na Slovensku*. Ústredie ľudovej umeleckej výroby, Bratislava 2014.

MORAVSKÁ GALERIE VRTIŠKA & ŽÁK ZA DOBŘÝ DESIGN

24. 2. 2023 — 28. 1. 2024

Moravská galerie v Brně
The Moravian Gallery in Brno

Mediální partneři / Media Partners

Art + Antiques, Artkl, Artmap, Czechdesign, Dolce Vita,
Designum, Designmag, Elle Decoration, KAM v Brně

150LET

Uměleckoprůmyslové muzeum
Museum of Applied Arts
Husova 14, Brno

THIS IS

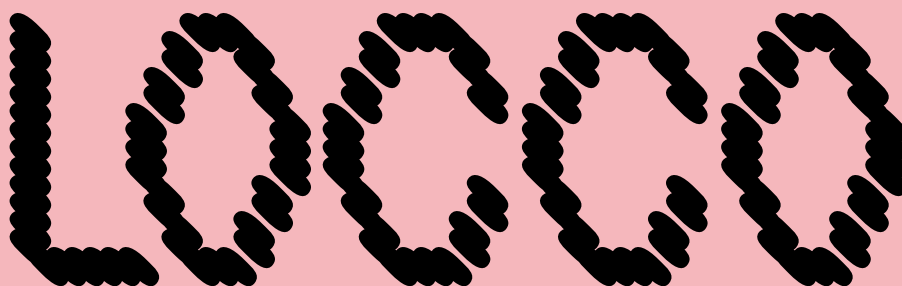
Neexistuje žiadne nudné odvetvie

Text Gabriela Ondrišáková

Foto archív THIS IS LOCCO



Rozprávky bez šťastného konca,
séria krátkych rozprávok v rámci
kampane pre o. z. Cesta von.



THIS IS LOCCO je slovenská *crossline* reklamná agentúra, ktorá bola založená v roku 2012. Za desať rokov svojej existencie si získala desiatky významných klientov z rôznych oblastí a má za sebou množstvo úspešných kampaní ovenčených významnými marketingovými a reklamnými oceneniami. Do Národnej ceny za dizajn 2022 – Komunikačný dizajn sa prihlásila prvýkrát a získala hneď dve nominácie. O jej ceste, práci, klientoch, kampaniach a *statemente* nám porozprával kreatívny riaditeľ Juraj Kováč (1986).



↑ Bejby Blue,
kampaň pre Tatra banku.

→ Tatra banka živnostník,
kampaň pre Tatra banku.

Bejby Blue v metaverse,
kampaň pre Tatra banku.



Jedným z „nováčikov“ prihlásených na Národnú cenu za dizajn 2022 – Komunikačný dizajn bola práve vaša agentúra THIS IS LOCCO. Ako hodnotíte s odstupom času výstavu, galavečer a celkovo celú organizáciu Národnej ceny za dizajn?

↓

Do Národnej ceny sme sa prihlásili prvýkrát. Súťaž sme dlhšie sledovali a videli, že v predchádzajúcich dvoch ročníkoch bolo prihlásených viacero reklamných agentúr. Práve to nás povzbudilo, aby sme to skúsili aj my. Páčilo sa nám hlavne to, že sme sa mohli prezentovať aj pred trochu iným obecenstvom než obvykle – pred umelcami a „čistokrvnými“ dizajnérmi. Naše projekty sa väčšinou posudzujú v kontexte reklamy, ale aj reklama má atribúty umenia. Bola to dobrá skúsenosť vidieť naše komunikačné dizajny popri rôznych iných prácach. Tiež bolo skvelé, že návštevník výstavy si mohol tie veci chytiť. Na marketingových súťažiach, ktorých sa pravidelne zúčastňujeme, sa to robí väčšinou online, a tu to bol

pre nás naozaj iný zážitok, keď sme si mohli exponáty aj ohmatať. Veľmi oceňujeme, že sa robí takáto súťažná prehliadka, ktorá dáva priestor aj agentúram, aj umelcom, aj *freelancerom*, aj študentom. Tak sa verejnosť môže viac dozvedieť o dizajne. Aj na galavečere bola naozaj príjemná atmosféra, vydarené dokrútky s víťazmi, stretli sa tam ľudia z rôznych oblastí.

Plánujete sa prihlásiť aj do budúceho ročníka?

↓

Určite sa prihlásime, už aj približne vieme, s akým projektom.

Aká bola vaša cesta ku grafickému dizajnu a reklame? Čo ste študovali a aké boli vaše kariérne začiatky?

↓

Už počas strednej školy som začal robiť nejaké reklamné projekty – mal som rôzne nápady, tvoril som webové stránky aj menšie veci grafického dizajnu. Potom som študoval na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda



v Trnave. Povoláním som *copywriter*, teda textár a *ideamaker*. Hoci nie som vyštudovaný grafik, pri grafickom dizajne som vždy bol. S terajšími kolegami sme kedysi mali aj vlastnú značku oblečenia, kde som robil veľa grafickej práce. Teraz z pozície kreatívneho riaditeľa sa zaoberám skôr smerovaním, ako by to malo vyzeráť, grafický dizajn detailnejšie rieši naši *art directori*. Reklama je však komplexná vec, rozumiem tomu a dokážem vnímať, čo je dobrý a čo horší dizajn.

Asi veľa závisí aj od cieľovej skupiny...

↓
Určite áno. Napríklad generácia Z – teraz približne 15-roční tínedžeri – sa často chytá na to, čo sa nám starším zdá až šialené. Veľakrát si treba nájsť *insiderov* z danej komunity, či už sú to umelci, hudobníci alebo návrhári, ktorí pre nich robia veci, a musíme im dať plnú dôveru. Napríklad pri kampani *Bejby Blue* sme oslovili na spoluprácu režiséra Rolanda Wraníka a producenta Dalyba, aby jej dali kultúrnu

relevanciu. A aj keď sa mnohým mimo „cieľovky“ jej hudba alebo štýl páčiť nemusí, my sme mali skoro istotu, že na to ideme dobre. Treba sa proste absolútne vžiť do cieľovej skupiny. Hoci často sa stáva, že ani vlastne nevie, čo chce, a my jej to musíme ukázať. Sú veci, ktoré máme overené a fungujú, vieme, že ich ľudia majú radi a dobre na ne reagujú. Vždy sa snažíme našu tvorbu posúvať tak, aby bola pre nich nová, ale zároveň aj familiárna. Nech ich zas úplne neodradí a nešokuje, pretože to samozrejme nie je cieľ kampane.

Kto stál pri založení agentúry THIS IS LOCCO a akými pozíciami ste v nej prešli?

↓
Keď ju v roku 2012 kolegovia Tomáš Rosputinský a Ivan Dvoran, ktorí predtým pracovali v rôznych agentúrach, zakladali, oslovili ma, či by som nechcel ísť k nim. Od skončenia vysokej školy som pracoval v digitálnej agentúre SCR. Konkrétne Rastó Bahurinský, terajší CEO agentúry, ma zavolať a dal mi ponuku. Páčila sa mi

celá koncepcia – taký živelný *startupový mindset*, podme vybudovať niečo iné ako ostatné agentúry. Nastúpil som ako *creative líder* a postupne som sa dopracoval do pozície *creative director*a. Mám na starosti celú komunikačnú stratégiu a teraz som už aj v majiteľskej štruktúre ako partner. Takto postupne som to za desať rokov preskákaval. Ani nemám pocit, že už ubehlo toľko času.

Ako vlastne vznikol názov THIS IS LOCCO?

↓
Vo filme *Matrix* jeden herec hovorí druhému: „Neo, this is loco!“ Táto veselá replika zostala Tomášovi a Ivanovi v hlave, a tak ju použili na tento názov. *Brandingovo* to veľmi dobre funguje, napríklad keď robíme darčeky pre klientov, dávame tým balíčkom mená ako „This is čiapka“, „This is pero“, „This is fusakle“ a podobne. Bol to teda malý geniálny ťah, aj keď to ani nebolo úplne plánované.

Prezentujete sa ako prvá crossline agentúra na Slovensku:



- ↑ Ruka dole, kampaň pre Zastúpenie Európskej komisie na Slovensku.
- Vyzerá ako mrkva, ale je to vrečko, chladiace, kampaň pre Kaufland.
- Level UP, kampaň pre Dr. Max.

ECHO))), vizuálna identita pre festival Grape 2023.



čo si po týmto pojmom môže človek predstaviť?

↓

THIS IS LOCCO vznikalo ešte v dobe, keď sa reklamné agentúry delili na *onlinové* a *offlinové*. Jedni robili napríklad televízne spoty a online kampane, druhé zas *billboardy* a printové médiá. Pravdaže boli aj také, ktoré robili oboje, len to nikto tak nepomenoval. My sme si také označenie dali – základom je vždy dobrý nápad a potom je jedno, či z neho urobím televízny spot, *online post*, *citylight*, *billboard* a podobne. Podstata myšlienky musí byť pri každom projekte rovnaká a výstup sa upravuje podľa potreby. Toto bola naša prvotná idea, ale časom sa to vykryštalizovalo trochu inak. Snažíme sa *crossline* robiť v inej filozofii – spájať technológiu a kultúru. Kultúra nám dáva to pekné a technológia zas to funkčné, inovačné. Tak ako sa vyvíja reklamný svet, otáčame význam *crosslinu*.

Aké boli začiatky agentúry a podnikania?

↓

Prvých klientov kolegovia získali hneď, ako začali. Konkrétne to boli Liptov a Siemens a máme ich doteraz. Tieto dlhodobé partnerstvá sú najlepšie, vtedy sa aj komunikácia dá posúvať a vyvíjať, keď si s klientom už lepšie rozumieme. Postupne sme získali ďalších – veľký zlom pre nás bol Sberbank, VSE či VÚB a dostali sme sa až ku Hyundai, Tatra banke, Kauflandu, SPP, Union, Allianz či Zlatému bažantovi. Cesta reklamnej agentúry znamená aj boj o klientov. Stále *tendrujeme*, získavame nových klientov a zároveň udržiavame a „servisujeme“ starých. A potom, pravdaže, rastie aj náš tím – na začiatku sme boli asi piati či šiesti, teraz spolu s našou mediálnou odnožou je nás už takmer štyridsaťpäť a o chvíľu nás bude päťdesiat.

Ako máte rozdelené úlohy?

↓

Rozdelili sme sa na štyri oddelenia. Máme *accountov*, ktorí majú na starosti komunikáciu s klientmi, sú to vlastne projektoví manažéri. *Accountov* u nás vedú Dominika Bobulová a Juro



Rusnák. Potom máme art oddelenie, kde sú *art directori*, ktorí vymýšľajú vizuálne prístupy. Ich má na starosti Martin Janák, *artový team líder*. Potom máme *copy* sekciu, to sú tí, čo píšu scenáre a vymýšľajú koncepty. V každom z týchto tímov je okolo jedenásť ľudí. Je tam aj viacero seniorov ako Danko Vachuna, Martin Polakovič alebo Mišo Roháček, ktorí vedú agilnejšie tímy vo svojich oddeleniach. Máme ešte mediálne oddelenie, čo je naša sesterská firma Groow, aj oni veľmi dynamicky rastú. Majú na starosti nasadzovanie vecí, kupovanie médií, optimalizáciu, automatizáciu a všetko analytické. Vymyslieť je jedna vec a správne doručiť, to je zas druhá vec.

Ako sa vám spolupracuje s vašimi klientmi?

↓

Najlepšia spolupráca je, keď sme partneri. My vieme, že oni vedia najviac o svojom biznise, a oni zas veria nám, že my vieme najviac o komunikačnom biznise a vieme to doručiť ich klientom. Samozrejme, musíme

sa navzájom *shapovať* a *challengovať* počas celého procesu. Je prirodzené, že klient upravuje kreativitu. Agentúra ho zas povzbudzuje k väčšej odvahe, prináša niečo, čo ho nadchne a inšpiruje. Potom to spolu doladujeme. Takýto partnerský vzťah sa snažíme nastaviť s každým naším klientom, a aj to funguje. Keby sme neboli spokojní so spoluprácou s klientom či značkou, na ktorej robíme, tak by sme do toho tendra ani nešli. Nemôžem povedať, že by sme mali teraz horšieho či lepšieho klienta. Napokon, aj značky, ktoré na prvý pohľad vyzerajú byť nudné, ako napríklad Kaufland, sú pre nás výzvou. Vtipné zábavné spoty, ktoré sme im vymysleli, a veľké kampane sú dôkazom toho, že neexistuje žiadne nudné odvetvie alebo nudný klient. Keď sú na oboch stranách tí správni ľudia, vždy sa dá vymyslieť niečo zaujímavé, pútavé a zmysluplné.

Na výstave Národnej ceny za dizajn 2022 – Komunikačný dizajn sme mohli vidieť hneď niekoľko vašich projektov. Nomináciu v kategórii

Kampaň získala Bejby Blue – Ukáž svoju digitálnu osobnosť pre Tatra banku. Digitálna postava Bejby Blue je stále aktívna na sociálnych sieťach. Ako ste prišli na tento nápad?

↓

Bejby Blue je aktívna už štvrtý rok a ten koncept funguje veľmi dobre. Minulý rok sme mali navýšenie trhového podielu, poskočili sme na 20 %. Tu vidieť, že dobrý koncept vie veľmi dobre fungovať. Bejby Blue vznikla tak, že koncom roka 2019 sme od Tatra banky dostali tendrové zadanie na študentskú kampaň. Najskôr sme si zistili, že v Tatra banke sú vlastne inovatívni, digitálni lídri vo svete bankovníctva. Získali titul digitálna banka roka, predstavili svoj nový koncept digitálneho bankovníctva – a od tohto sme sa odrazili. Rozmýšľali sme, ako posilniť toto ich digitálne DNA a dostať ho k študentom. Medzitým sa vo svete začali objavovať prví digitálni *influenceri* – stopercentne vymyslené digitálne postavy. Tento trend v našich zemepisných šírkach si ešte nikto netrúfol urobiť a kto iný by to mal spraviť ako Tatra banka? Tá má



↑ Detektív, spot z kampane pre Kaufland.

S Kaufland card je za hviezdu každý, spot z kampane pre Kaufland.

↗ V cudzom meste, náborová kampaň pre o. z. Mareena.

→ Nečakane dobrá kombinácia s bryndzou, kampaň pre Liptov.

→ Nový komunikačný koncept – Sieť, kampaň pre Allianz.

zároveň aj veľkú relevanciu v kultúre, napríklad Cena Tatra banky za umenie býva vždy jedným z *highlightov* v kultúre na Slovensku. Bolo teda prirodzené urobiť tento presah a vytvoriť digitálnu osobnosť, ktorá bude mať umelecké vlohy. Išli sme do dominantnej kultúry mladých – teraz je to *hip-hop*, *rap* a *street kultúra*, tak sme to okolo toho celé začali skladať. A musím povedať, že to vypáľilo veľmi dobre. Získali sme ocenenia z marketingového sveta, aj predaj potvrdil pozíciu lídra v digitálnom bankovníctve. Je to taká *stand up* kampaň, mladí ju spontánne poznajú. Minulý rok sa to vymykalo všetkým nameraným hodnotám, čo je super.

Rovnako zaujímavá je aj videokampaň *Tatra banka živnostník*, kde ste šikovne spojili tradičné remeslo s digitálnym svetom (nominácia v kategórii Animácia a video). Ku kampani pre zážitkovú agentúru s názvom *Z najlepších zážitkov si selfie nespravíte* ste zasa pristupovali celkom iným spôsobom než býva zvykom – namiesto *fancy záberov*

ste použili nevydarené, rozmazané fotografie. Z čoho najviac čerpáte?

↓

V zásade veľa vecí prichádza zo života. Napríklad kampaň *Z najlepších zážitkov si selfie nespravíte* je úplný *inside*, ktorý všetci poznáme – keď je niečo naozaj super, adrenalinové a zážitkové, vtedy človeku ani len nenapadne vytiahnuť telefón. Preto prišiel ten nápad – na pekné zážitky urobiť „škaredú“ kampaň. Urobili sme celé roztrásené a narušené aj video, aj vizuály. S týmto nápadom *inside* zo života prišli práve naši „artáci“ a veľmi pekne to vypáľilo. Kampaň *Tatra banka živnostník* je zameraná na úplne inú cieľovú skupinu – živnostníkov. Znova sme sa snažili nájsť spojenie digitálneho a *offline* sveta. Živnostníci sú väčšinou (asi na 60 %) stavbári a podobné profesie, preto sme prišli s vizuálnym *twistom*. Spolu s Matúšom Bencem sme potom vytvorili pre remeselníkov netradičné nástroje. Pri tejto práci sme sa snažili remixnúť celkom známe bežné veci a dať im novú zaujímavú podobu, aby vyvolali aha momenty.

Gabriela Ondrišáková je historička umenia, pracuje v Slovenskom múzeu dizajnu SCD ako kurátorka zbierky komunikačného dizajnu.



Úplne iný, mimoreklamný rozmer má vaša kampaň založená na sérii krátkych *Rozprávok bez šťastného konca*. Robili ste ju pre projekt *Omamy občianskeho združenia Cesta von*, ktoré pomáha dostať sa deťom z generačnej chudoby. Oslovilo vás priamo občianske združenie, alebo to bola skôr vaša iniciatíva?

↓
Občianske združenie Cesta von prišlo za nami, keď ešte len začínali s projektom Omamy cez nadáciu Pontis, s ktorou sme dlho spolupracovali. Dali nám na stôl tento krásny projekt, ktorý má veľký zmysel. V generačnej chudobe je človek zacyklený, narodí sa do rodiny, kde nemajú priestor, aby sa mu venovali. Zistilo sa, že ak sa dieťaťu do troch rokov nikto nevenuje, tak to už nikdy v živote nedobehne. Nie je to len sociálny, ale aj ekonomický problém. Štát potom dáva veľké výdavky na ich nápravu napríklad v puberte alebo mladej dospelosti, ale to je už neskoro. Oveľa efektívnejšie je robiť to hneď v ranom detstve. Skvelé je aj to, že dávajú prácu ženám

z rómskych osád. My sme sa pre to úplne nadchli a tieto *Rozprávky bez šťastného konca* sú už asi náš piaty či šiesty projekt. Je to zas ďalšia ukážka dlhodobej spolupráce. Znova máme pre nich na stole ďalšiu kampaň. Sme radi, keď za nami prídu takéto združenia s dobrým zaujímavým projektom a my ho robíme aj *pro bono* na naše náklady. Dáme do toho našu *manpower*, a to je náš vklad do spoločnosti.

Okrem toho, čo sme videli na výstave Národnej ceny za dizajn, máte za sebou množstvo ďalších úspešných projektov a kampaní pre rôznych klientov (napríklad pre Aj ty v IT, Amnesty International, Quatro, Dr. Max, Towercom, OMV, Vinea, Vitana, Fatra atď.). Máte v agentúre nejakú „srdcovku“? A naopak, je aj niečo, čo by ste už teraz radšej urobili inak?

↓
Srdcovkou sa môže stať každý projekt, ale mojou osobnou je Bejby Blue. Tam sme si v úvode naozaj veľa vytrpeli a boli sme s tým veľmi spätí. Robili sme

niečo, čo tu ešte nebolo, spolupracovali sme s veľmi inšpiratívnymi ľuďmi a robíme to už štvrtý rok. Otvorene preto môžem povedať, že práve toto je moja najobľúbenejšia kampaň. Je ich, samozrejme, viac, napríklad aj pre Kaufland robíme super práce, teraz máme vonku zábavnú kampaň natočenú v *mockumentary* štýle. Každú prácu musíme brať ako srdcovku, lebo sú to všetky témy, ktoré vás chytia za srdce. A čo by sme urobili inak? No, určite by som polovicu kampaní teraz urobil inak. Ale spätne si stojím za tým, že sme to urobili tak, ako sme to vedeli, a aby to pomohlo nielen klientovi, ale aj agentúre. Máme zopár takých kampaní, ktoré boli trochu až na hrane, pre niekoho možno až za. Ale v tú chvíľu sme to tak videli a cítili a potrebovali sme to urobiť aj existencne, aby sme mohli ďalej fungovať. Teraz by sme možno tých klientov už ani nezobrali, ale vtedy sme museli, potrebovali sme sa rozvíjať. Dnes si už môžeme aj viac vyberať. Sú však aj oblasti, do ktorých by sme nikdy nešli, napríklad *gambling* a hazard. ■

Dobre utajené finále

Text Robert Paršo

Foto Robert Paršo





Vynovený portál, rozpadnutý nápis,
niekoľko nevýrazných plagátov
pozývajúcich na TPT 2022.

Jediné označenie významnej
medzinárodnej akcie.

Trienále plagátu Trnava (TPT) je/bolo
naším najväčším medzinárodným
podujatím zameraným na tvorbu
plagátu a s ním spojených
odvetví grafického dizajnu
a vizuálnej komunikácie.





Návštevníkom výstavy sú namiesto predaja merchu podhodené prebytky zo skladov.



Plagáty víťaza Grand Prix Götza Gremlicha.

Trienále vzniklo krátko po nežnej revolúcii na podnet agilnej generácie dizajnérov a tvorcov plagátov a napojilo sa na Galériu Jána Koniarka v Trnave (GJK), ktorá má jeho organizáciu dodnes vo svojom štatúte. Počas jeho existencie vzniklo mnoho medzinárodných priateľstiev a kooperácií medzi grafikmi a profesionálnymi či vzdelávacími inštitúciami. Poskytovalo príležitosť osobne sa spoznávať a nadväzovať kontakty a priateľstvá. Stalo sa platformou pre medzinárodnú konfrontáciu myšlienok a nápadov. Vďaka zánieteniu jedného zo zakladateľov a dlhoročného predsedu podujatia Jozefa Dóku ml. a mnohých aktívnych jednotlivcov sa postupne zaradilo medzi najrenomovanejšie podujatia s podobnou tematikou vo svete. Trnava a Slovensko sa dostali na mapu svetového grafického dizajnu a plagátu. Akcia na Slovensko prilákala množstvo odborníkov a osobností, budovala si renomé a svojimi aktivitami vzbudzovala záujem odbornej verejnosti na celom svete. Po rokoch rôznych komplikácií s vedením GJK a Trnavského samosprávneho kraja sme sa tešili na návrat staronového riaditeľa Vladimíra Beskida do GJK v Trnave. Verili sme, že význam a hodnotu tejto akcie pochopí a nadviaže na pozitívny trend. Verili sme, že by mohol zlepšiť podmienky na kontinuálnu prácu organizátorov a udržiavanie medzinárodných vzťahov a kontaktov aj mimo aktuálneho ročníka súťaže. Posledný, jedenásty ročník trienále však nutne musel v zainteresovaných návštevníkoch vzbudiť dojem provinčnosti, úpadku a neodbytný pocit, že sa takto zbabraná akcia práve dostala do svojho finále. Galéria si splnila povinnú jazdu. Odfajkla takmer všetky kolónky v projekte príprav a aj počty prihlásených plagátov a autorov vyzerajú na papieri skvele. Číslo sa stali inšpiráciou mnohých vzletných fráz a prázdnych myšlienok, ktoré ako závoj zakrývajú neutešenú realitu. Riaditeľ GJK odmietol ponuku dodania eventu na kľúč a prebral na seba a galériu všetky kompetencie súvisiace s prípravou trienále. Nevyužil ani jeho ročný odklad z dôvodu globálnej pandémie. Organizácia trienále bola totiž v skutočnosti úplnou katastrofou,

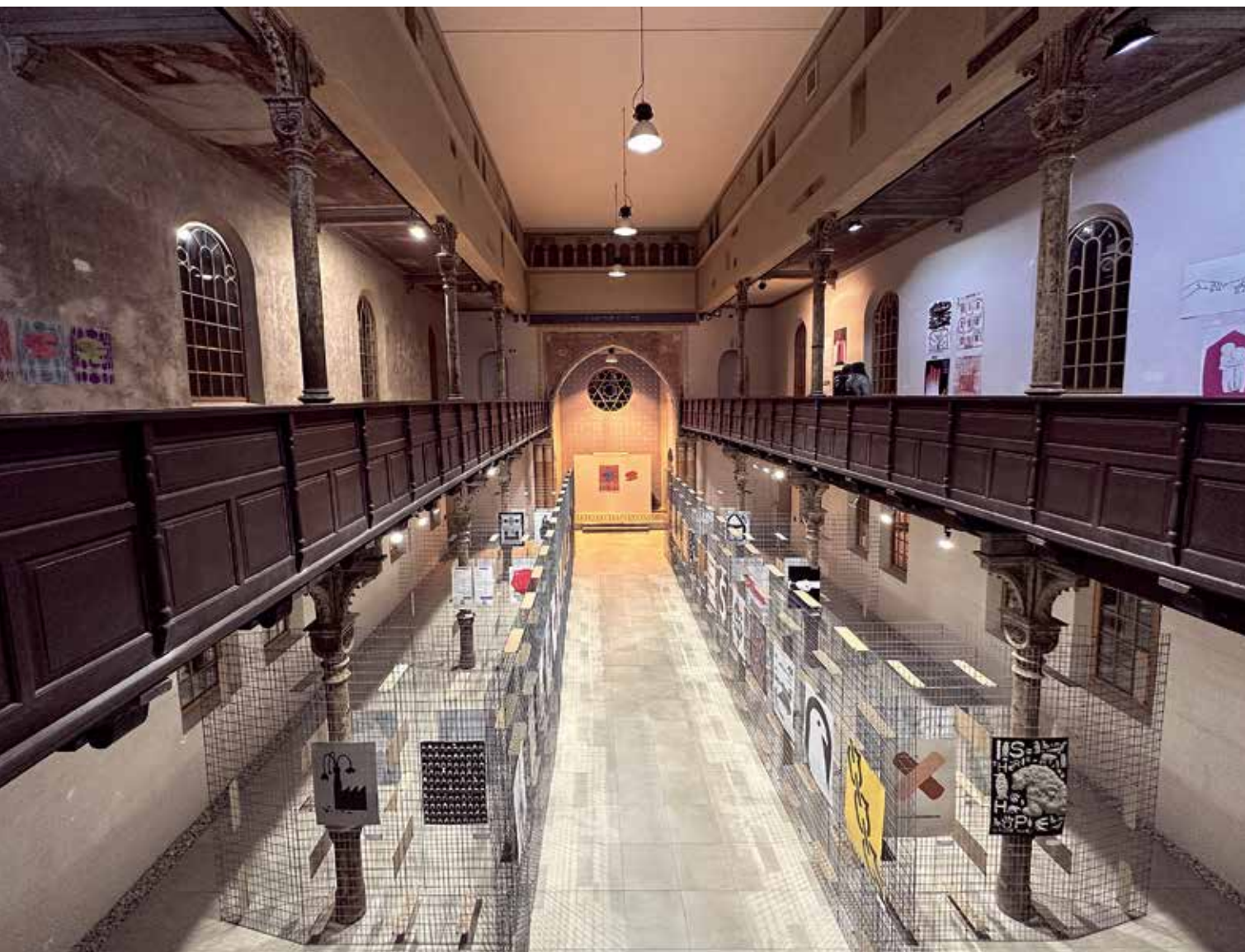


Riaditeľ Galérie Jána Koniarka
v Trnave Vladimír Beskid otvára
komentovanú prehliadku.

výsledkom čoho bol nekvalitný a neprofesionálny zážitok pre verejnosť, porotcov aj účastníkov. Poďme si rozobrať niektoré z hlavných problémov: Riaditeľ sa hneď na začiatku sebavedome zbavil ľudí, alebo o nich prišiel, ktorí trienále organizovali v posledných troch ročníkoch. Galerijná pedagogička ani novoprijatí zamestnanci na pozícii PR v galérii nedokázali nahradiť skúsenosti dlhoročnej tajomníčky TPT. Vizuálna identita, ktorá vzišla zo súťaže, nedokázala vhodne reprezentovať tému ani význam trienále.

Rozhodnutie použiť novú webovú stránku namiesto pôvodnej a tú novú nikde nepromovať pretrhlo kontinuitu v budovaní značky a marketingu. Nové sociálne médiá neboli efektívne využívané na interakciu s dizajnérmami alebo propagáciu podujatia a existujúce staré komunikačné kanály boli zrušené. Opustenie živých sociálnych profilov a kanálov nadobro odstrihlo trienále od vonkajšieho prostredia. Nezvládlo sa ani vhodné komunikovanie zmien a posunov témínov aktuálneho ročníka.

Online prihláška bola zostavená naráchlo, s množstvom nepresností a chýb, ktoré sťažovali účastníkom prihlasovanie prác do viacerých kategórií. Po uzávierke prihlášok zostali organizátori nadhlo ticho a komunikácia o stave alebo priebehu podujatia z ich strany uviazla. Okrem toho vôbec neposkytli žiadne informácie o medzinárodnom procese posudzovania, ktorý bol kľúčovou súčasťou trienále. Ak niekto za trienále na sociálnych sieťach komunikoval, obvykle uverejnil



nespisovný výkrik, plný pravopisných chýb a emotikonov, aj to spočiatku iba v slovenskom jazyku. V *mailingliste* zrejme nastal chaos, pretože pozvánky na slávnostné otvorenie neprišli ani niekdajším VIP hosťom. Toto sa neskôr ukázalo ako lepšie riešenie. Čím menej ľudí to videlo, tým lepšie pre trienále. Veď ani miesto konania významného medzinárodného podujatia nebolo zvonku nijako výrazne označené, čo sa nezmenilo ani v priebehu výstavy. Slávnostné otvorenie v Synagóge – Centre súčasného umenia sa zmenilo na *one man show*, kde DJ hral hudbu na povel riaditeľa a prekladateľka čosi šepkala zaskočenej medzinárodnej porote a víťazovi Grand

Prix. Premietanie víťazných prác sa nekonalo. Túto frašku, našťastie, videlo iba zopár návštevníkov. Prítomní vrátane medzinárodnej poroty nedostali riadne inštrukcie o priebehu večera ani o hlavnej časti výstavy, takže sa niektorí stratili v priestore a čase. Namiesto rautu išla porota spať alebo sledovať futbalové majstrovstvá sveta. Katalóg vydaný k výstave je plný amatérskych chýb a dizajnových nedostatkov. Spomeňme len popletené krajiny pôvodu medzinárodných porotcov, otočené alebo deformované reprodukcie diel, preklepy a nekorigované texty. Ani možnosť výberu z troch rôznofarebných obálok nezlepší dojem z takto nezvládnutého diela.



Kopplova vila,
pohľad do expozície.



Kopplova vila, pohľad do
expozície. Návštevníci záverečnej
komentovanej prehliadky.

Kopplova vila,
pohľad do expozície.

Jednoducho, z celej akcie, napriek dvom rokom prípravy, priam kričalo, že ide o totálne *low cost* riešenia. Ani spolupráce s tradičnými partnermi – Vysokou školou výtvarných umení v Bratislave a Slovenským centrom dizajnu neboli dobre koordinované, čo sa v konečnom dôsledku prejavilo v tom, že zopár zaujímavých aktivít išlo do stratena (nekonal sa žiadny workshop, nevystavili sa aktuálne študentské plagáty v Galérii dizajnu Satelit v Bratislave, ani jeden študent nebol na otvorení či komentovanej prehliadke trienále v GJK, atď.) Nedostatočná pozornosť venovaná detailom pri realizácii podujatia a neschopnosť investovať do jeho kľúčových aspektov celkovo viedli k neprofesionálnemu výsledku. Organizátorom sa nepodarilo nadviazať kontakt s účastníkmi a dizajnérskou komunitou, čo viedlo k slabej návštevnosti, čím podujatie nenaplnilo svoj zámer a nevyužilo potenciál. Naším jediným šťastím je, že to vlastne nikomu nevádi, lebo to nikoho nezaujíma. Všetci sú spokojní, zriaďovateľ galérie, mesto i riaditeľ. Udalosť sa udiala, štatistika sa naplnila a už máme aj tak iné problémy, nemáme čas venovať sa nepodstatným veciam. ■

Robert Paršo je grafický dizajnér, v súčasnosti pôsobí v Slovenskom centre dizajnu ako vedúci Výskumného-vývojového oddelenia INOLAB.





Virtuálna realita v dizajnerskom procese

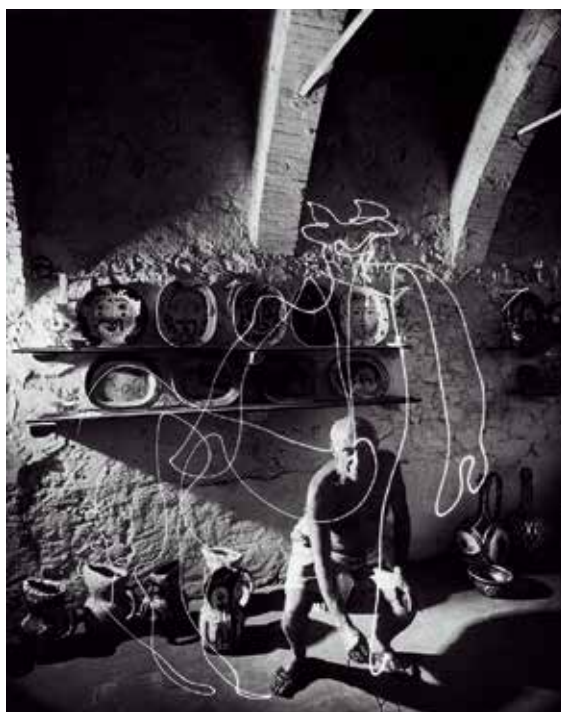
Text Žofia Babčanová
Foto Žofia Babčanová

Technológie a digitalizácia za posledných dvadsať rokov výrazne ovplyvnili kreatívny a dizajnerský priemysel. Zásadný technologický prelom nastal v roku 2016, keď Google uviedol projekt virtuálnej kresby Tilt Brush. Kým kresba a maľba boli dovtedy chápané ako výsostne dvojdimenzionálne médiá, nástupom virtuálnej kresby autori dostali možnosť vyjadriť svoje idey pomocou skice v trojdimenzionálnom priestore. Idea 3D kresby nie je nová, pracovali s ňou aj výrazné osobnosti 20. storočia. Napríklad Pablo Picasso za pomoci fotografa Gjona Miliho už v roku 1949 vytváral pôsobivé svetelné kresby – luminografie. Po desaťročia umelci a dizajnéri snívali o spôsobe, ktorý by pretavil ich priestorové idey do trojdimenzionálnej skice.

Pod tradičným pojmom skica rozumieme rýchle zachytenie nápadu pomocou dvojdimenzionálneho média. Takýto náčrtok je intuitívny a expresívny, nepodáva však ucelenú predstavu o tvare, a preto autor musí nakresliť svoj nápad z množstva uhlov, aby ho príjemca vedel dekodovať. Virtuálna kresba prináša nový spôsob komunikácie, keď autor expresívne vyjadrí nápad v priestore a pozorovateľ ho dokáže obsiahnuť z ľubovoľného uhla a perspektívy. Zámerom tohto článku je pomôcť dizajnérom a kreatívcom zorientovať sa v ponuke virtuálnych nástrojov. Text prináša prehľad šiestich najintuitívnejších a najrozvinutejších softvérov, ktoré dizajnérom výrazne zjednodušia komunikáciu s klientmi a kolegami. Tradičné dizajnerské nástroje, ako sú 2D kresby a počítačom riadený dizajn (z angl. skratky CAD – computer aided design), majú obmedzenia, pokiaľ ide o vizualizáciu a testovanie návrhov v reálnom svete. Klasické nástroje poskytujú plochú reprezentáciu návrhov a často vyžadujú fyzický prototyp, testovanie a vylepšenie dizajnu. Nástroje virtuálnej reality vznikli s cieľom riešiť tieto obmedzenia a poskytnúť dizajnérom pôsobivejší a intuitívnejší spôsob vytvárania, vizualizácie a testovania návrhov. Pomocou platforiem virtuálnej reality môžu dizajnéri vytvárať 3D modely a simulácie vo virtuálnom prostredí, ktoré sa veľmi podobá

skutočnému svetu. Môžu interagovať s dizajnom pomocou prirodzených gest, ako je uchopenie predmetov a manipulácia s nimi, čo poskytuje intuitívnejší a prirodzenejší zážitok z dizajnu. Softvéry virtuálnej reality umožňujú rýchle prototypovanie a iteráciu, čím sa znižuje čas a náklady potrebné na testovanie a vylepšovanie návrhov. To je užitočné najmä v odvetviach, ako je produktový dizajn, architektúra a automobilový dizajn, kde môže byť vytváranie fyzických prototypov časovo náročné a drahé. Ďalšou výhodou takýchto softvérov je spolupráca s členmi tímu v reálnom čase bez ohľadu na ich fyzickú polohu. To umožňuje efektívnejšie procesy navrhovania, pretože členovia tímu môžu poskytovať spätnú väzbu a vykonávať zmeny v reálnom čase bez potreby fyzických stretnutí alebo prototypov. Virtuálna realita (VR) tak slúži ako teleport a posúva online mítingy to takmer fyzickej roviny. Celkovo sa platformy virtuálnej reality (Gravity Sketch, Tilt Brush, Tвори a iné) v kreatívnom priemysle objavili za posledných sedem rokov ako odpoveď na potrebu pohlčujúcejších a intuitívnejších dizajnových zážitkov. Poskytujú dizajnérom výkonný nástroj na vytváranie, testovanie a zdokonaľovanie návrhov vo virtuálnom prostredí, čo môže viesť k lepším

výsledkom návrhu a zlepšenej komunikácii s klientmi a kolegami. V súčasnosti je badať najmä príklon mladej generácie tvorcov k virtuálnej realite, a to z niekoľkých dôvodov: Mladí ľudia vyrástli s technológiami a poznajú digitálne prostredie lepšie ako staršie generácie. Používanie digitálnych nástrojov im vyhovuje a pojem virtuálna realita im nie je cudzí. Sociálne médiá a herné platformy prispeli k popularizácii virtuálnej technológie najmä medzi generáciou Gen Z a mileniálmi. Mladšiu generáciu často priťahujú interaktívne a pohlčujúce zážitky a zaujíma sa o kariéru v dizajne, inžinierstve a iných oblastiach, ktoré si vyžadujú používanie softvérov virtuálnej reality. Rastúce uplatnenie virtuálnej reality v týchto odvetviach vytvorilo pre mladých ľudí viac príležitostí na vzdelávanie a kariéru. Keďže sa technológia virtuálnej reality stáva dostupnejšou, mladšie generácie k nej majú lepší prístup. To viedlo k vyššiemu záujmu o tieto nástroje a angažovanosti sa v tejto oblasti medzi študentmi a mladými tvorcami. V nasledujúcich častiach uvádzam nástroje, ktoré výrazne zjednodušia komunikáciu v priemyselnom a grafickom dizajne. Tieto platformy sú vynikajúce aj pre voľné druhy umenia, ako sú maľba, intermédiá a grafika.



Pablo Picasso kreslí svetelného kentaura.

Foto: Gjon Mili.
Zdroj: <https://www.life.com/arts-entertainment/behind-the-picture-picasso-draws-with-light/>



Šesť najlepších nástrojov virtuálnej reality pre dizajnérov



Gravity Sketch

Jedným z najintuitívnejších a profesionálnych programov virtuálnej reality je v súčasnosti Gravity Sketch. Návrhársky nástroj Gravity Sketch je 3D, ktorý umožňuje dizajnérom vytvárať, spolupracovať a modelovať vo virtuálnom prostredí. Softvér vznikol v roku 2017 v Londýne. Uvádžam niekoľko príkladov, ako môžu dizajnéri použiť Gravity Sketch:

Rýchly návrh konceptu: Dizajnéri môžu použiť 3D skicovanie na rýchle načrtnutie a variáciu konceptov produktov, prostredí a postáv. Pomocou nástrojov Ink a Stroke dokážu dizajnéri naskicovať gestickú 3D skicu v mierke 1:1.

Dizajn obuvi: Gravity Sketch je ideálny pre dizajnérov obuvi, keďže má širokú galériu topánok a chodidiel, ktoré umožňuje dizajnérom vytvárať ergonomickú obuv s textúrami, materiálmi a funkčnými riešeniami. Pri navrhovaní športovej obuvi Gravity Sketch výrazne uľahčuje komunikáciu medzi dizajnéromi a výrobcou pomocou online kolaborácie vo virtuálnom priestore.

Automobilový dizajn: Výhodou Gravity Sketch pre autodizajnérov je funkcia Rigged Chassis, ktorá umožňuje nastavenie interaktívneho podvozku auta s presnou proporciou (šírka a dĺžka vozidla, priemer a hrúbka pneumatík). Gravity Sketch je skvelým nástrojom pre dizajnérov exteriéru, pretože im umožňuje expresívne a v krátkom čase namodelovať množstvo návrhov. Spoluprácu dizajnéra a modelára v reálnom čase sprostredkujú virtuálne izby, tzv. Collab Rooms, bez potreby fyzických stretnutí.

Charakter dizajn a concept art: Gravity Sketch je výborný modelovací softvér, ktorý pracuje na princípe Subd. Jednoduchá manipulácia s objektmi a rýchle gestické modelovanie spolu s realistickým textúrovaním pomáha umelcom rýchlo načrtnúť koncept a variovať idey. Gravity Sketch bol použitý napríklad pri návrhu prostredí posledného filmu Avatar: The Way of Water a Spider-Man: No Way Home.

Celkovo je Gravity Sketch všestranný nástroj, ktorý môžu používať dizajnéri v rôznych odvetviach. Jeho intuitívne rozhranie a výkonné funkcie z neho robia cenný prínos pre každého dizajnéra, ktorý chce tvoriť v 3D priestore. Pre optimálne fungovanie Gravity Sketch odporúčam headset Oculus Quest alebo Quest Pro. Gravity Sketch je možné bezplatne stiahnuť priamo v headsete cez Oculus aplikáciu alebo Steam engine. Headset nie je potrebné pripájať na počítač, Gravity Sketch je optimalizovaná na prácu v standalone režime (headsety majú výkonný procesor, po nabití fungujú nezávisle bez počítača podobne ako tablet alebo mobil). Výhodou je aj jednoduché exportovanie modelov do programov Blender, Maya či Alias, ktoré umožňujú detailnejšie prepracovanie návrhu pomocou súborov typu FBX, OBJ, IGS či GlTF.

Ak chcete zdieľať svoju scénu s užívateľom, ktorý nemá VR headset, môžete si stiahnuť Screen app, ktorá umožňuje náhľad do virtuálnych izieb, tzv. Collab roomiek. Zároveň môžete pomocou 2D aplikácie komunikovať s dizajnéromi vo VR, a to pomocou digitálneho laseru, mikrofónu a anotácií vo forme komentov alebo kresby.

Zdroje: www.gravitysketch.com
<https://www.shapesxr.com/>
<https://openbrush.app/>
<https://quill.art/>
https://store.steampowered.com/app/1745780/Substance_3D_Modeler_2023/
<https://tvori.co/>

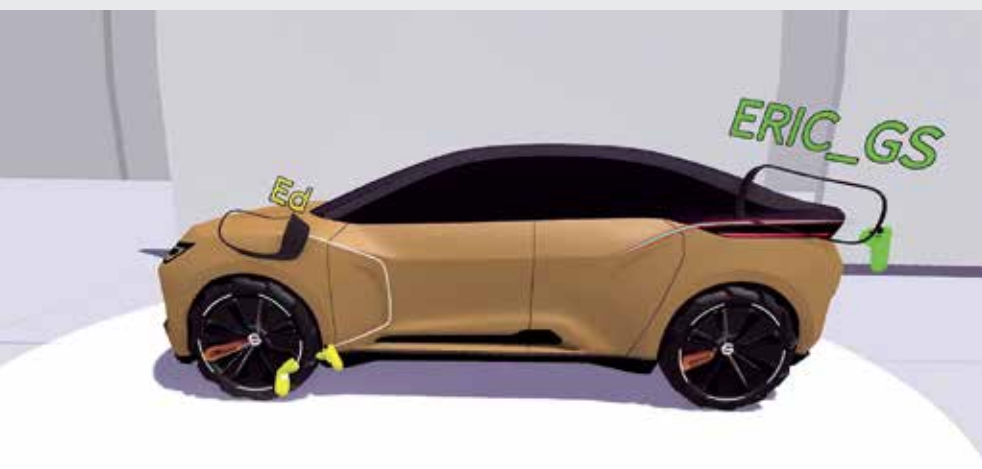


gravity sketch



Dizajn obuvi.

Zdroj: Žofia Babčanová

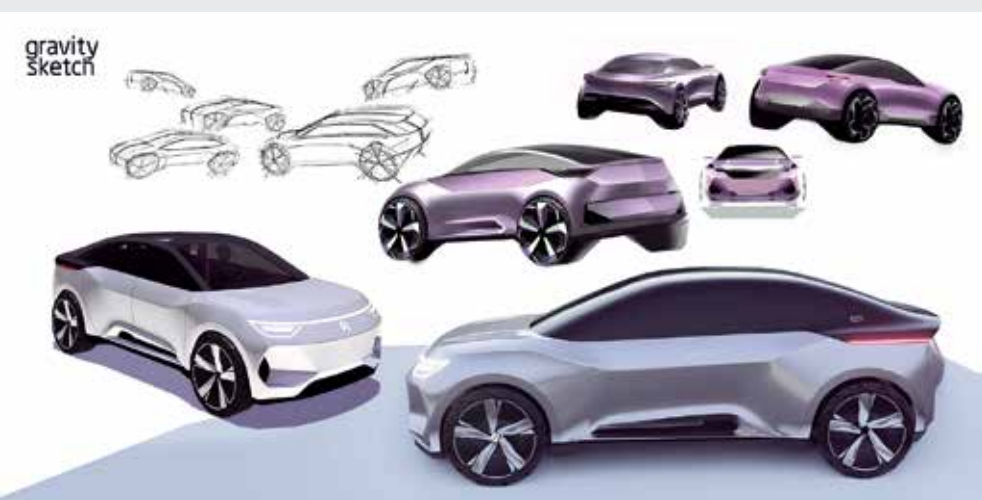


Spolupráca dizajnéra a modelára v Gravity Sketch.

Zdroj: Žofia Babčanová

Auto navrhnuté v Gravity Sketch.

Zdroj: Žofia Babčanová



Shapes XR

Shapes XR je platforma virtuálnej a rozšírenej reality určená na vytváranie 3D modelov a návrhov a integráciu viacerých užívateľov pri tvorbe projektov. Platformu vyvinula spoločnosť The Wild so sídlom v Seattli. Platforma poskytuje množstvo funkcií na vytváranie a manipuláciu s 3D tvarmi a objektmi, pridávanie textúr a materiálov a aplikovanie osvetlenia na vytvorenie realistického a pohlcujúceho prostredia. Shapes XR je navrhnutý tak, aby umožňoval vzdialenú spoluprácu na 3D modeloch a návrhoch, čo umožňuje tímom spolupracovať v reálnom čase odkiaľkoľvek na svete. Používatelia môžu zdieľať svoje návrhy a spolupracovať s ostatnými v reálnom čase, čo uľahčuje variovanie a vylepšovanie návrhov a efektívnejšiu prácu. Shapes XR sa používa v rôznych odvetviach vrátane architektúry, strojárstva, stavebníctva a produktového dizajnu. Aplikácia má veľmi príjemné a intuitívne rozhranie a nástroje sa jednoducho ovládajú. Platforma podporuje export súborov typu GLTF, USDZ (vhodného pre rozšírenú realitu) a export do Unity softvéru. Novinkou je zdieľanie VR obsahu cez 2D obrazovku pomocou Dashboardu. Shapes XR podporuje webové zdieľanie VR scény, pre užívateľov, ktorí nemajú k dispozícii headset. Shapes XR funguje na headsetoch bez pripojenia na počítač, stačí si aplikáciu zadarmo priamo nainštalovať cez Oculus store alebo podobnú aplikáciu.

Keď Google spustil v roku 2016 aplikáciu Tilt Brush, otvoril svet virtuálnej reality pre kreatívco. Aplikácia umožňovala maľovať dynamické umelecké diela v 3D priestore. Jednoduché rozhranie a intuitívne ovládanie si rýchlo obľúbili mladí tvorcovia, ale aj nadšenci technológie. Nanešťastie sa Google v roku 2021 rozhodol prestať podporovať Tilt Brush a sprístupnil kód pre verejnosť. Kód bol vydaný v januári 2021 a vývojári ho teraz môžu voľne používať, upravovať alebo zdieľať. Na platforme postupne vznikol Multibrush, ktorý ponúka podobný princíp VR kreslenia pre viacerých hráčov v jednom VR prostredí. Hra Tilt Brush je stále dostupná vo väčšine VR app obchodoch za 19.99 €. Úspešným nástupcom Tilt Brush je Open Brush, ktorý prevzal takmer celú paletu nástrojov a rozšíril aplikáciu o ďalšie funkcie.¹ Dizajnéri si môžu vybrať z rôznych štetcov, farieb a textúr a tiež manipulovať s veľkosťou a tvarom ťahov štetcom. Môžu sa tiež pohybovať okolo a cez svoje obrazy, čím dodávajú svojim výtvorom hĺbku a rozmer. Open Brush používali umelci, dizajnéri a tvorcovia z celého sveta na výrobu všetkého, od náčrtov a čmáraníc až po prepracované a pohlcujúce virtuálne inštalácie. Na spustenie aplikácie odporúčam Oculus Quest 2 alebo Oculus Quest Pro. Pre lepšiu zážitok je vhodnejšie headset pripojiť k počítaču.

Quill dokáže spracovať dátovo veľké kresby a animácie, ako sú tie, ktoré sú vytvorené v animačnom štúdiu, ale potrebuje na to PC (notebook, stolný počítač alebo pracovnú stanicu) a pripojený headset VR (napríklad Oculus Rift, Rift S alebo Quest 2, ak máte Oculus Link alebo podobný kompatibilný kábel). Aplikáciu si možno zadarmo stiahnuť napríklad cez Steam engine. S Quill môžu používatelia vytvárať 3D kresby a ilustrácie pomocou prirodzených gest, ako je maľovanie a modelovanie. Nástroj poskytuje množstvo štetcov, farieb a textúr, ktoré je možné prispôbiť na dosiahnutie rôznych efektov. Používateľ môže tiež importovať 3D modely a prvky, ktoré začleniť do svojich ilustrácií. Jednou z jedinečných vlastností Quill je jeho schopnosť vytvárať animovaný obsah. Používatelia môžu vytvárať animácie nastavením kľúčových snímok a pomocou editora časovej osi na úpravu načasovania a trvania každej snímky. Animácie je možné exportovať ako videá, čo umožňuje jednoduché zdieľanie na platformách sociálnych médií a iných digitálnych kanáloch. Quill je obzvlášť užitočný pre umelcov a dizajnérov v oblasti animácie, filmu a tvorby obsahu virtuálnej reality. Pohlcujúca a interaktívna povaha nástroja umožňuje vytvárať vizuálne ohromujúci a pútavý obsah. Celkovo je Quill výkonný a všestranný nástroj na vytváranie pohlcujúcich 3D ilustrácií a animácií. Rozhranie je inšpirované klasickým 2D softvérovým usporiadaním, a nie je preto intuitívne a ľahko ovládateľné. Animácie a kresby vytvorené v Quill sú na výbornej úrovni, určite stojí za to softvér vyskúšať.

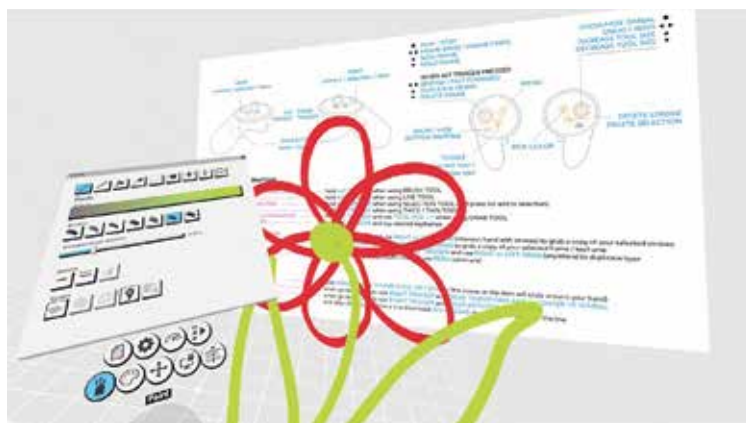
Substance 3D Modeler je softvér na 3D modelovanie vyvinutý spoločnosťou Adobe, ktorý umožňuje používateľom vytvárať a upravovať 3D modely v prostredí virtuálnej reality. Na rozdiel od väčšiny 3D modelovacích nástrojov Substance nepracuje so SUBD (teda s polygónmi, vertexami a hranami), ale s voxelmi.² Voxely si môžeme predstaviť ako 3D mriežku zloženú z miliónov malých kociek. Výhodou Substance 3D je prechod medzi tradičným rozhraním PC obrazovky a VR headsetom. To umožňuje dizajnérom vytvoriť hrubšie gestické návrhy vo VR a pokračovať v detailnom modelovaní na monitore. Substance 3D tiež obsahuje renderovací engine v reálnom čase, ktorý používateľom umožňuje prezerať si svoje textúry a materiály vo fotorealistickom prostredí. Dizajnér môže upraviť nastavenia osvetlenia a kamery, aby dosiahol požadovaný vzhľad. Tento nástroj je užitočný najmä pre odvetvia, ako sú vývoj hier, dizajn produktov a tvorba obsahu virtuálnej reality. Možnosti vykresľovania a textúrovania v reálnom čase Substance 3D VR umožňujú dizajnérom rýchlo variať nápady a vytvárať modely. Nevýhodou Substance je nutnosť použiť headset pripojený na počítač s požadovaným výkonom (tzv. *tethered headset*). Slabou stránkou softvéru je, že voxely nie sú priamo editovateľné v programoch Blender, Alias či Maya, ale treba ich konvertovať na Subd štvorcovú sieť. Spoločnosť Adobe uviedla v roku 2021 Substance 3D blender add-on, ktorý zjednodušuje import modelov a textúr zo Substance do Blendru. Jednou z jedinečných funkcií Substance 3D je jej integrácia s inými produktmi Adobe, ako sú Photoshop a Illustrator či Substance Painter. To umožňuje používateľom jednoducho prenášať svoje 3D modely a textúry medzi rôznymi aplikáciami, čo uľahčuje dizajnérsky workflow a efektivitu. Celkovo je Substance 3D výkonný a všestranný nástroj na vytváranie 3D obsahu a textúrovanie. Jeho intuitívne rozhranie a prirodzené ovládacie prvky uľahčujú jeho používanie, zatiaľ čo jeho kreatívne funkcie umožňujú dizajnérom vytvárať vysokokvalitné textúry a materiály vo virtuálnom prostredí.

1 Rozdiely medzi Tilt Brush a Open Brush. Zdroj: <https://docs.openbrush.app/differences-between-open-brush-and-tilt-brush>, prevzaté 22. 02. 2023.

2 How Does Modeler Work. Dostupné na <https://substance3d.adobe.com/documentation/md/how-does-modeler-work-225971103.html> získane 19. 02. 2023.

Tvori

Tvori je nástroj, ktorý umožňuje dizajnérom vytvárať a animovať 3D modely a prostredia vo virtuálnom priestore. Tvori je užívateľsky prívetivý nástroj, ktorý môžu používať dizajnéri všetkých úrovní skúseností, od začiatočníkov až po pokročilých používateľov. Poskytuje knižnicu vopred pripravených prostriedkov vrátane postáv, rekvizít a prostredí, ktoré možno ľahko prispôbiť potrebám projektu. Výhodou Tvori je animovanie a rigovanie postáv, ovládanie kamery a nastavenie prostredia a materiálov. S Tvori môžu dizajnéri vytvárať a animovať 3D modely, pridávať svetelné a kamerové efekty a importovať audio a video súbory. Môžu tiež spolupracovať s inými dizajnérmí v reálnom čase, čo umožňuje lepšiu spoluprácu a rýchlejšiu spätnú väzbu. Tvori sa používa v rôznych odvetviach vrátane filmu a televízie, herného dizajnu a reklamy. Je obzvlášť užitočný pri vytváraní virtuálnych zážitkov, pretože umožňuje dizajnérom vytvárať pohlcujúce prostredia, ktoré možno zažiť v 360-stupňovom priestore. S Tvori môžete rýchlo vytvárať prototypy príbehov, prototypovať XR aplikácie a hry a dokonca vytvárať kompletne animované filmy, ktoré je možné exportovať vo formáte mp4. Tvori tiež slúži na UX/UI prototypovanie virtuálnych aplikácií a hier. Softvér tiež spustil Tvori Viewer, ktorý umožňuje zdieľať prezentáciu pre 20 účastníkov priamo vo Virtuálnom priestore. Hostiteľ prezentuje, púšťa animácie a mení scénu a pohľadové body, čím riadi naratív celej prezentácie. Viewer funguje na Oculus Queste, PC headsetoch, ale aj na displeji počítača ako 2D aplikácia.



Interface aplikácie Quill.

Zdroj: screenshot z aplikácie, Žofia Babčanová



Interface Tvori.

Zdroj: <https://learnvr.org/portfolio/tvori-animation/>

Budúcnosť virtuálnych technológií

Prečo by sa mali dizajnéri zaujímať o nové softvéry virtuálnej reality? Dôvodom je hneď niekoľko: VR umožňuje dizajnérom vytvárať pohlcujúce zážitky, ktoré môžu preniesť používateľov do rôznych prostredí a stimulovať ich zmysly. To si vyžaduje odlišný prístup k dizajnu v porovnaní s tradičnými 2D návrhmi. Osvojením si platforiem sa môžu dizajnéri naučiť vytvárať návrhy, ktoré presahujú to, čo je možné pri tradičných metódach dizajnu. Virtuálny návrh je často spoločným úsilím, ktoré si vyžaduje odborné znalosti vo viacerých doménach. Zvládnutím spomínaných softvérov môžu dizajnéri efektívne spolupracovať s inými profesionálmi, ako sú programátori, 3D umelci a zvukoví dizajnéri, aby vytvorili pútavé zážitky.

Keďže sa virtuálna technológia stáva čoraz populárnejšou, bude sa zvyšovať dopyt po dizajnéroch so zručnosťami v oblasti virtuálneho dizajnu. Dizajnéri si osvojením digitálnych a virtuálnych schopností otvárajú nové kariérne príležitosti a rozširujú svoje kompetencie. V súčasnosti vnímam integráciu virtuálnych procesov na úrovni univerzít a treba podotknúť, že študenti v softvérových zručnostiach v mnohom predstihujú profesionálov s tradičnými počítačovými schopnosťami. ■

Žofia Babčanová je odborná asistentka v Ateliéri transport dizajn Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave, kde vyučuje virtuálnu teóriu a pôsobí ako *car design* konzultantka pre Gravity Sketch.

o možnostiach archeológie dizajnu

Text Robin R. Mudry

Foto Silvie Heřmanská, archív Múzea umenia a dizajnu Benešov

A photograph of a museum gallery. In the foreground, a large, abstract wooden structure made of various planks and beams leans against the wall. In the background, several wooden chairs and tables are displayed on a raised platform. The room has light-colored walls and a wooden floor. A doorway is visible in the background.

V čom možno (či vôbec)
preniesť metódu archeológie
na dizajn? A prečo je výstava
Archeologie designu v Múzeu
umenia a dizajnu Benešov (MUD)
mimoriadny príklad v tejto snahe?

„Mnohé predmety zo zbierky dizajnu MUD sú vhodné na archeologický prieskum,“ dočítame sa v jednej časti výstavy, ktorá sa konala v Múzeu umenia a dizajnu Benešov (16. novembra 2022 – 26. februára 2023). Ukázať, že takéto tvrdenie nebolo myslené len metaforicky, ale chápané ako príležitosť na reorganizáciu zbierky dizajnu inštitúcie a zároveň ako výzva nabádajúca návštevníkov a odborné publikum k viac archeologicky ponímanému prístupu voči predmetnému svetu, je jedným zámerom tejto recenzie. Ďalej chce reflektovať celkom výnimočnú implikáciu tejto snahy nielen do vystavovania dizajnu, ale možno aj do samého diskurzu o veciach, ktoré nás obklopujú.¹ Kurátor Kryštof Hejný dospel k názvu hneď dvoma teoreticky zdatnými cestami. Najprv sleduje paradigmatickú prácu Michela Foucaulta *Archeológia poznania*, ktorá vždy bola archeológiou spoločenských vied, vnímanej ako prax so slovami a vecami.² Takýto prístup je potom doplnený a podnecovaný chápaním dejín dizajnu Michaela Shanksa ako analogická záležitosť s prácou archeológa a pokračovaním tých poznámok k archeológii dizajnu, ktoré Beatriz Colomina a Mark Wigley začali písať

pri treťom istanbulskom bienále dizajnu v roku 2016.³ Avšak kurátorský koncept mohol byť len základom kolektívneho výstupu, pri ktorom Hejný spolu s architektmi výstavy Henrichom Traugottom a Adamom Trefilom dbali na každý detail a s grafickou dizajnérkou Ľubicou Segečovou urobili z textovej polohy skutočne odhaľujúci *parergon*,⁴ a jeho výsledkom bol archeologický pokus, ktorý treba brať vážne.

Keďže žiadna archeológia nemôže fungovať iba na základe jednotlivého nálezu či objektu, aj tu sa potom upustilo od podrobného popisovania vystavených objektov, a to nielen preto, že by samy osebe nijako nevynikli, ale skôr kvôli tomu, že dávajú zmysel až v konšteláciách ich vystavovania, vo vzťahových sieťach alebo v tých krajinách („Gegenden“), o ktorých hovorí Heidegger, keď opisuje priestorovosť („Räumlichkeit“) akýchkoľvek vecí („Zeugs“).⁵ V ich kurátorsko-konceptuálnom uchopení boli nájdené predmety v neposlednom rade práve tým, čo jednotliví návštevníci – následní (spolu-) archeológovia dizajnu – s nimi urobili.

Zo začiatku sú tu pozoruhodné hneď dva veľmi neobvyklé, ale o to hlbšie

← Rhizomy vedúce do miestnosti so stoličkami.

↓ Vstup do expozície Archeologie designu v Múzeu umenia a dizajnu Benešov, zdvojenie rukoväte so sušičom AEG.

ARCHEOLOGIE DESIGNU

prístupy k dizajnu či predmetnému svetu vo všeobecnej rovine jeho vystavovania. A to jednak ich umiestnenie do vnútra diskurzívneho rámca, z ktorého sa ešte len vytvára akýkoľvek kontext – a týmto tiež uznanie ich vždy už preddeterminujúcej diskurzívnej podstaty. Foucault jasne hovorí, že diskurz nevznikne až pri stretnutí/krížení („entrecroisement“) slov a vecí, ale sám osebe je zakladajúcim prvkom oných vecí, tj. diskurz dáva veciam ešte len vzniknúť, a preto si treba uvedomovať a reflektovať veci ako výsledky určitej diskurzívnej praxe.⁶ Jednak je potom nevyhnutné prostredníctvom metódy Foucaultom nazývanej archeológia rozkrývať, odhaliť toto diskurzívne zarámovanie a zároveň vytváranie (*parergon*), ktoré je práve charakteristické pre bytie vecí po ruke (Heideggerovo „Zuhanden-sein“). To, že takáto archeológia nikdy nemôže byť priamočiara, lineárna a bez medzier, naznačovali nielen textové podklady sprevádzajúce výstavu, ale aj architektúra z hranolov a lát rhizomatického rázu.⁷ Tieto drevené štruktúry, vinúce sa po priestore, plné rozvetvenia všetkými smermi, boli prirodzene oveľa viac než dekoratívny prvok, na ktorom boli položené rôzne

exponáty. Dalo by sa hovoriť o materializovanom konceptuálnom komentári, ktorý síce do určitej miery viedol návštevníkov, hoci ich potom zas ponechal onej nejasnej a nelineárnej mnohosmernosti. Tá nebola daná len predĺženým výstavným priestorom – keď návštevník vstúpil do jeho stredu, ocitol sa na rázcestí, ale navyše to bolo architektonické zdôraznenie nepriesvitnosti a mnohoznačnosti každého archeologického odhaľovania projektu.

Vráťme sa však spoločne s návštevníkmi na výstavu: Už vstup do expozície možno chápať ako vyzvanie na hlbšie a teoretickejšie zamyslenie nad dizajnom, alebo inak povedané, o povahe archeológie dizajnu, a na prvý pohľad to funguje jednoduchým trikom. Pri otváraní dverí do expozície návštevníci totiž doslova držia rukoväť prvého exponátu, ktorý je vidieť cez presklenú stenu. Kľučka zhotovená 3D tlačou zodpovedá rukoväti sušiča vlasov AEG podľa návrhu Petra Behrensa (tridsiate roky 20. storočia). Takéto zdvojenie hmatateľným spôsobom uvádza do funkcie jazyka pojmy, ktoré vždy slúžia na obsérne opísanie (nielen popisovanie) vecí, ktoré sú nám po ruke (príručné prostriedky). Nemecké pojmy „Begriff“

↓ Jaroslav Vaculík: Krb, 1967.

→ Čakárenská lavica, rhizomy a odkladisko dizajnu v priestore múzea.



(výraz) a „begreifen“ (uchopiť, pocho-
piť) nás vovedú priamo do srdca meta-
foriky okolo rukoväte a ruky. Takto sú-
visiace pojmy odkazujú na manuálnu,
ručnú výrobu predmetov, ktorá pred-
chádzala každú priemyselnú výrobu,
a tým aj samotný dizajn. Bolo to tiež
s odvolaním na (im Rückgriff auf) rov-
nakú metaforiku, keď Heidegger dozrel
k pojmu príručnosti („Zuhandenheit“) a
výskytovosti („Vorhandenheit“). Ide
o ontologický rozdiel medzi prostými
vecami nachádzajúcimi sa okolo nás
(tzv. výskytové prostriedky) a vecami,
ktoré sú vždy už vo vzťahu k pobytu,
k spôsobu bytia človeka, k ľudskej exis-
tencii, čiže sú-na-svete (in-der-Welt-
sein, tzv. príručné prostriedky). Dizajn
pritom jednoznačne patrí k tej druhej
„kategórii“, má miesto na svete, je sú-
časťou vecnej súvislosti („Zeugzusam-
menhang“) a spoluutvára fenomenálnu
priestorovosť sveta. V každom prípade
máme k nemu blízko („Nähe“).⁸ Túto
blízkosť zažijú návštevníci, z ktorých
sa práve stávajú archeológovia, keď
vkročia do výstavy *Archeologie designu*.
Názov výstavy vo svojom grafickom
stvárnení prekračuje tak rám vstup-
ných dverí, ako aj plagáty, a tým opäť
zdôrazňuje ďalekosiahle dôsledky, kto-
ré archeologický prístup v sebe skrýva.

Ďalšia odlišnosť práve začatej náv-
števy je všadeprítomnosť textu a jeho
využitie pozdĺž celej expozície. Už
prvé odseky úvodného textu usporia-
dané v dvoch stĺpcoch sa skladajú zo
všeobecnejších a súbežne poetických
úvah o povahe vecí a dizajnu. Takáto
súbežnosť nie je v ničom náhodná,
poukazuje totiž na poetickosť (všed-
nosti), ktorá tiež vždy v strohých
výskytoch preniká do oblasti dizajnu.
„Veci sú nositeľmi príbehov. Dizajn je
repozitárom informácií.“ Tieto prvé
vety úvodného textu nesú v sebe tak
konotácie sedimentácie a vrstvenia,
ako aj diskurzívneho zostavenia a prí-
kladne stoja za kurátorským koncep-
tom, ktorý tu a tam, viac či menej zna-
teľne vstupuje do popredia, rovnako
ako káble vystavených nástrojov, ktoré
sa hadovite integrujú do už spomína-
nej rhizomatickej architektúry. Lákavú
otázku, v čom sa tu metódy archeológie
a geológie líšia či prekrývajú, musíme
síce nechať bokom, zostáva však
prítomná v materiálnom a tvarovom
kontraste medzi organickou výstavnou
architektúrou a technicko-priemysel-
nou podobou dizajnových predmetov.
To, že úvodný text načrtne naliehavú
a nanajvýš ambivalentnú problematiku
vzťahov človeka k dizajnu a naopak,

môže sa síce javiť ako ťažko použi-
teľná vodiaca čiara, je však charak-
teristická pre reflexiu sprevádzajúcu
celú výstavu, a tým svoju úlohu
zrejme splní. Text skutočne neuka-
zuje, akým smerom by sa návštevníci
mali ďalej pohybovať po výstave.

Ak sa pozerajú pozornejšie, môžu
si všimnúť, že na oboch stranách
takto významovo bohatého úvodu –
v priestore materiálne rozložený
dekonštruovaný dizajn sušiča a kľučky
vstupných dverí – visia na stene pribité
klincami dva háčky papiera. Tieto listy
symbolizujú kurátorské rázcestie,
ktoré je inherentné celej výstave,
ponúkajú dva uhly pohľadu na ten istý
predmet – sušič vlasov AEG. Jednak
tu prehovorí hlas dizajnéra, jednak
počúť hlas potenciálneho užívateľa
a hoci sledujú odlišné naratívy, krížia
sa v diskurzoch o elektrine, modernite
a funkčnosti. Dôležitý sa tu javí ďalší
priestorový detail. Zatiaľ čo dve k nám
otočené „diskurzívne“ predné strany
papiera sa líšia, ich zadné pendanty sú
totožné a obsahujú technické paramet-
re, ako meno autora, výrobcu, dátum
a miesto výroby, rozmery, materiál
a použitú techniku daného predme-
tu, potom ešte zbierkové údaje, ako



signatúru, fond, dátum nadobudnutia, stav, inventárne číslo, názov a popis. Ide o prototypové múzejné označenie, s akým by sa návštevníci na bežných výstavách museli uspokojiť. Tu sú však tieto nevyhnutné špecifikácie otočené dozadu, aby mohla vyniknúť inak diskurzívne zostavená stránka predmetov, ktorá má na ich utváraní a vnímaní minimálne rovnako významný podiel. Treba uznať obrovskú kurátorskú námahu, keďže intenzívne a tvorivé spracovanie exponátov nebolo na úkor technických popisov, ktoré preukazujú dôkladné spracovanie zbierkového fondu. Dodajme ešte, že obe strany nakoniec nie sú protikladné, ale skôr predstavujú diskurzívne formácie iného druhu, pričom obidve sa zapisujú do materiálnej skutočnosti daného objektu. Podobne rozmiestnené texty potom nielen dotvárajú celistvosť výstavy, ale tiež symbolicky roztočia diskurzívnu produkciu okolo exponátov. Otázka, či ponúkaná interakcia s publikom fungovala, zostáva otvorená. I keď to pri opakovanej návšteve vyzeralo, že ľudia neotáčali strany rozmiestnených hárkov s textami, len zriedka si vzali so sebou dokumentáciu, ktorá však bola presne takto zamýšľaná.

Schody vpravo viedli dole do miestnosti plnej napätia medzi trochu rustikálnym krbom v podobe ryby (1967) od Jaroslava Vaculíka a funkcionalistickou čakárenskou lavicou pochádzajúcou z miestnej stanice, umiestnenou šikmo k nemu. Lavica, na ktorú si návštevníci mohli sadnúť, pôsobila na prvý pohľad cudzorodo. Nejasnosť, či ide o exponát, alebo naopak, súčasť výstavného mobiliára, poukázal na ďalší konceptuálny obrat, keď návštevníci pozerali na celkom zhrdzavený a na mnohých miestach poškodený krb ako na druhú polovicu kurátorskej kompozície. Návštevníci možno už zahltení konceptuálnym spracovaním výstavy tu môžu meditovať nad moderným *memento mori*, keď sa podobne ako pri tranzitnom charaktere staničných hál pozerajú na ilustráciu toho, čo zostáva po dlhoročnom ľudskom používaní krbu-ryby, teda na výsledok zubu času. Nie je preto prekvapením, keď sa nasledujúca miestnosť začína epitafným textom, kde sa pod názvom *Zánik a múzeum* rozvinú úvahy charakterizujúce muzealizáciu ako spôsob nekropolitiky vecí. Dizajn, ktorý prestal byť funkčný a nezanikol úplne, v niektorých prípadoch začal svoj druhý („posmrtný“) život v múzejnej zbierke.

↓ Gabriel Vach ml.: Potlačený tanier, 2013.

→ Vývojová línia dizajnu pred diskurzom rozmiestneným na stene.



Archeologické vrstvenie predmetu tu síce neskončí – počas jeho (ne)využitia sa doň zapísalo mnoho stôp, práca archeológa/archeologičky v podobe kurátora/kurátorky či správcu/správkyne zbierky sa však teraz ešte len začína.

Zatiaľ čo tu, na prvom konci výstavy je múzeum chápané ako archeologické odkladisko, čo neznamena ani pejoratívne, ani statické označenie vecí, druhý smer výstavy nabáda k celkom odlišnému čítaniu životnosti dizajnu, a to konštelačnému, a potom vývojovému. Vráťme sa preto skôr ku konštelácii alebo k diskurzu stoličiek, tá návštevníkov očakávala, keď sa na začiatku expozície otočili doľava. „Funkcia stoličky je zrejmalá. Problém stoličky obsahuje otázky ergonomie, technológie, výtvarnej formy, etiky, naratívu. Stoličky svojou formou určujú, či sa z užívateľa stáva po sadnutí pozorujúci alebo pozorovaný. Stolička symbolizuje komfort, zastavenie a spoločenstvo...“ Súbor tvrdení, ktorý možno čítať ako úvahu o stoličkách, je v skutočnosti juxtapozícia prvých viet z popisových listov v stoličkovej miestnosti. Inak povedané, ide o diskurz, ktorý sa utváral, keď návštevníci prechádzali výstavným priestorom a nonšalantným pohľadom

zachytávali zavesené texty, na ich druhej strane boli opäť uvedené technické špecifikácie stoličiek autorských, experimentálnych, reprezentatívnych či určených na bežné používanie.

Posledná, avšak najväčšia výstavná miestnosť prečnievala nad ostatnými hneď niekoľkými spôsobmi. Po prvé, architektonickým riešením, ktoré tu dosiahlo najrozsiahlejšie štádium svojho rozvetvenia. Po druhé, s rozvetvením súviselo komplexnejšie zhodnotenie zbierkových položiek, ktoré boli zoskupené okolo generických pojmov nesúmerne označujúcich rozostavenie podľa tvaru, materiálu, funkcie či tvorivého postoja. Po tretie, týmto sa pretváral koncept vývojových línií dizajnu, avšak bez inherentnej teleológie (bez cieľa, ku ktorému by dizajnová evolúcia nevyhnutne viedla), zato však s rôznymi alternatívnymi a tiež konfliktnými možnosťami. Keď korene takéhoto rodokmeňa dizajnu tvorili ikonické, hoci nie vždy prakticky úspešné predmety, ako elegantná žehlička (1973) od „československých“ autorov Stanislava Lachmana a Jiřího Kapra či kávovar (1956) nemeckých kolegov Gerharda Marcksa a Wilhelma Wagenfelda, ďalšie tematické kroky

v jeho vzraste potom predstavovali inovácie materiálového či tvarového rázu; keď porcelánové objekty vystriedali plastové a vyúsili do plejády stolných lúč (šesťdesiate roky 20. storočia) od jedného autora (Josef Hůrka), naznačovali marketingové stratégie dizajnu. Nasledujúce otváranie celej štruktúry do rôznych paralelných vetiev potom stupňovalo napätie, ale tiež ukazovalo na odlišné a názorovo nezlučiteľné tendencie postmoderného dizajnu. Napríklad, keď vedľa seba stáli telefón a fotoaparát alebo vysávač a žiarica, alebo svetelný objekt a poháre v podobe plastových téglikov (Qubus Design a rôzni autori) či potlačený tanier (2013) odkazujúci na mnohokrát zaniknutú tradíciu českých porcelánok (Gabriel Vach ml.). Diferencia diskurzov, akými sú „komunikatívny“, „sociálny“, „symbolický“ a „kritický“ dizajn alebo dokonca niečo ako „dizajn pre dizajn“, bola zrejmalá. Zároveň nabáda pozorovateľov, aby sa zastali jedného z nich bez toho, aby sa mohli definitívne rozhodnúť, pretože čoskoro pociatia a (najneskôr, keď si prečítajú ďalšie popisy) zistia, ako sú všetky tieto diskurzy o dizajne späté a prepojené, a že spoločne neustále vytvárajú mnohovrstevný diskurz, ktorý sa sám



Peter Behrens: Sušič AEG,
30. roky 20. storočia.

➤ Sušič AEG s pohľadom na
čakárenskú lavicu a rhizom.



prelína a súbežne konštituuje z ďalších historických, socio-ekonomických, kultúrnych, technologických a politických diskurzov. Možno pomaly tušiť, čo ambiciózny a ohromný projekt archeológie dizajnu ešte len čaká.

Nesporne takýto poznatok môže zapôsobiť ako motivácia k ďalšiemu zamýšľaniu sa nad dizajnom, môže však aj odradiť, dezorientovať či znepokojiť. A možno sa to návštevníkom stalo už oveľa skôr, než vôbec dospeli k podobnému záveru. Musíme kriticky podotknúť, že výstavná osnova s rôznymi nadpismi označujúcimi jej štruktúru síce bola k dispozícii, avšak len v anglickom jazyku a na požiadanie na recepcii. A práve to mohol byť ten chýbajúci kúsok skladačky pri výklade výstavy. Pre značnú časť obvyklých návštevníkov benešovského múzea mohol byť porovnateľne nadmerný výskyt textov, takmer v podobe *flow of consciousness*, veľkou výzvou. Výzvou, ktorá však v sebe skrývala archeologický impulz.

Veľkou zásluhou tejto výstavy je, že dokázala komplexným a netypickým konceptom zhodnotiť zbierku dizajnu, ktorá je na prvý a povrchný pohľad možno dosť nesúrodá a náhodná.

Zároveň dosiahla oveľa vyššiu konceptuálnu úroveň ako hociktorá pražská konkurencia, hoci na pomerne regionálnom mieste. Za to bezpochyby patrí vďaka hlavne vysokým nárokom kurátora a odolávaniu dnes tak rozšíreným tlakom zjednodušenia v mene zrozumiteľnosti a údajnej demokratizácie výstavnej prevádzky. To však väčšinou vedie k banalizácii prezentovaného, čím nakoniec k jej pochopeniu nijako neprispievajú. Už vstupom do výstavy sa návštevníci stávali (spolu) archeológmi dizajnu. Možno ťažko myslieť na presvedčivejšie demokratizujúce gesto zo strany kurátora, ktorý týmto odmietol tak často vídané banálne prezentácie dizajnu. Veci – objekty, dizajn – sú tu uchopené nie iba ako výskytové prostriedky („vorhanden“), ale vždy spoluutvárané diskurzívne konštituovanou praxou. Nech žije archeológia (dizajnu)! ■

Robin R. Mudry je bádateľ, filozof, kurátor a aktivista. Študuje dejiny umenia na univerzite v Lipsku a je súčasťou programu Philosophy, Art and Critical Thought na The European Graduate School. Vo svojej práci sa zaoberá estetikami odporu, umenia v strednej Európe,

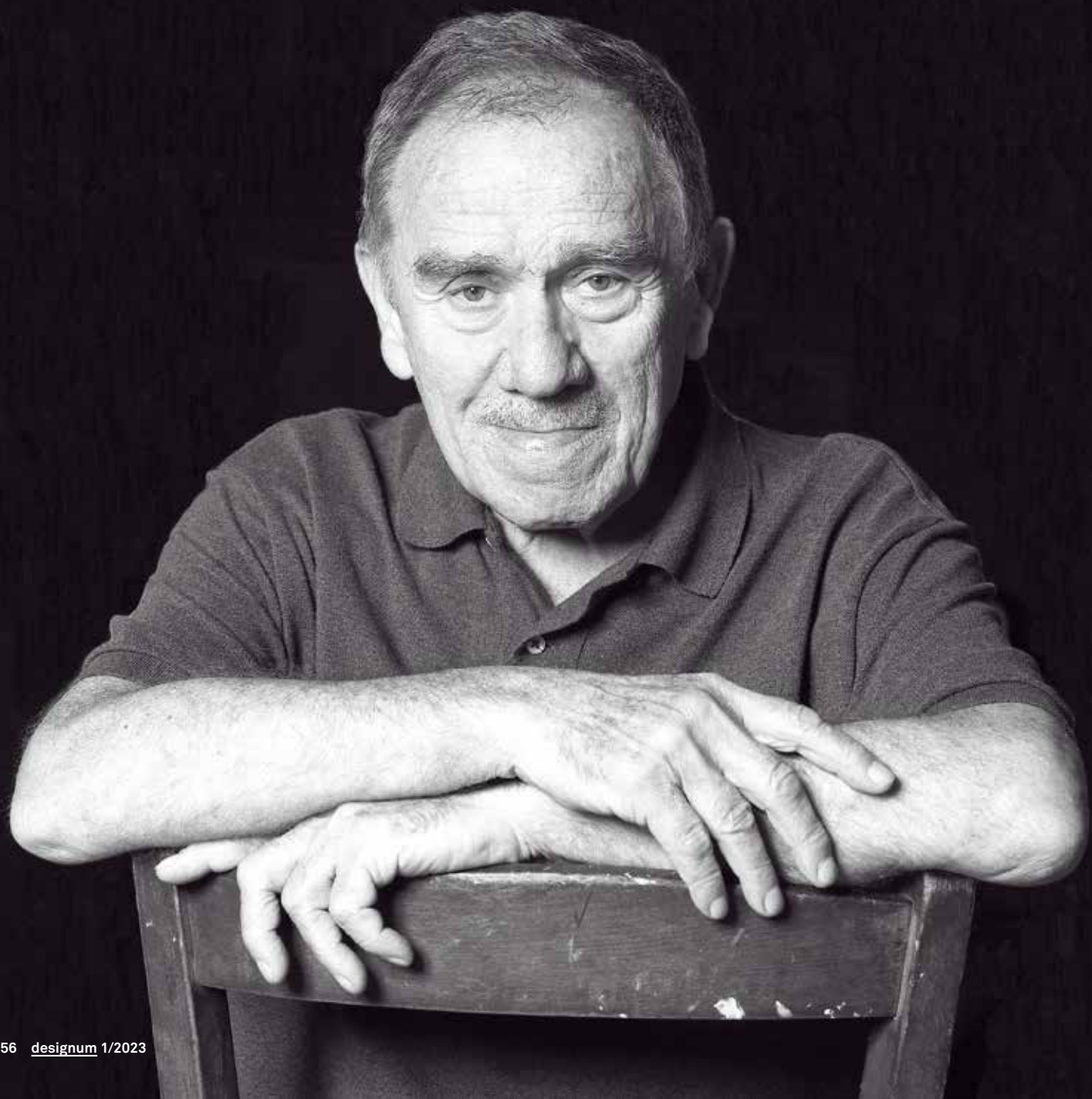
postštrukturalistickou teóriou a historickými a súčasnými podobami politicosti. Nedávno vydal spoločne s Pavlom Liškom medzinárodný a medioborový zborník *TEXTile Manifestoes* v nakladateľstve Vysokej školy umeleckopriemyselnej v Prahe.

- 1 Recenzovaná výstava sa síce už skončila, projekt Archeologie designu však nie. Kryštof Hejný a MUD súčasne chystajú rovnomenú publikáciu, ktorá bude slúžiť na sprostredkovanie dokumentácie expozičného výstupu, ako aj na ďalšie rozšírenie teoretického poňatia dizajnu pozdĺž línií archeologickej metódy. Recenzia, ktorú práve čítate, chce okrem iného svojím stanoviskom podporiť takýto projekt a vstúpiť s ním do dialógu z trochu odlišnej, avšak dopĺňajúcej teoretickej pozície.
- 2 Pozri Foucault, Michel: *Les mots et les choses. Une archéologie des sciences humaines*. Paris: Gallimard, 1966 ; Foucault, Michel: *L'archéologie du savoir*. Paris: Gallimard, 1969.
- 3 Pozri Shanks, Michael: „Archaeology and Design History: A Thesis and Nine Theses“. In: Peter N. Miller (ed.): *Cultural Histories of the Material World*. Michigan: University of Michigan Press, 2013, s. 108-116 a Colomina, Beatriz – Wigley, Mark: *Are We Human? Notes on an Archaeology of Design*. Zurich: Lars Müller Publishers, 2016.
- 4 Pozri Derrida, Jacques: *La vérité en peinture*. Paris: Flammarion, 1978, časť prvá.
- 5 Dalej pozri Heidegger, Martin: *Sein und Zeit*. Tübingen: Max Niemeyer, 2006 [19. ed.], §22, s. 102-104.
- 6 Pozri Foucault, Michel: *L'archéologie du savoir* (pozn. 2), s. 70-71 a celkovo Foucault: *Les mots et les choses* (pozn. 2).
- 7 K pojmu *rhizome* pozri Deleuze, Gilles – Guattari, Félix: *Mille Plateaux. Capitalisme et schizophrénie 2*. Paris: Minuit, 1980, s. 9-37.
- 8 Pozri Heidegger: *Sein und Zeit*, §22, s. 102-104. Tiež Petříček, Miroslav: *Úvod do současné filosofie*. Praha: Herrmann & synové, 1997, s. 68-82 (kvôli prístupnému úvodu do Heideggerovho myslenia).



PRŽAT SA LINIE

Text Adrián Kobetič



MIROSLAV CIPÁR

(8. 1. 1935 – 8. 11. 2021)

Písať o významnom človeku v akejkoľvek oblasti môže znamenať pre toho, kto sa o to pokúsi, celkom riskantnú situáciu. Ak chce priblížiť osobnosť dostatočne komplexne, nemal by vynechať nič dôležité, aby jej nezostal nič dlžný. Zodpovednosť ešte narastá pri takom výnimočnom autorovi, akým bol Miroslav Cipár. Ľubomír Longauer ho v titule jednej z výstav nazval univerzálnym tvorcom¹, v čom mu treba dať za pravdu. Slovenský grafik, ilustrátor, maliar, sochár a medailér Miroslav Cipár totiž patrí k najvšestrannejším a v mnohom aj najaktívnejším umelcom uplynulých viac ako šiestich desaťročí. V roku 2022 mu Slovenské centrum dizajnu pri príležitosti Národnej ceny za dizajn udelilo Cenu za dlhodobý kultúrny prínos v oblasti dizajnu, čo ešte potvrdilo dôležitosť jeho práce. Nešlo o prvé ocenenie kvality Cipárovej tvorby. Výpočet domácich i medzinárodných ocenení by predstavoval dlhý zoznam, zahŕňajúci okrem iného Cenu Ľudovíta Fullu či Rad Ľudovíta Štúra I. triedy. Napriek oceneniam náš záväzok voči nemu ešte nie je vyrovnaný. Predkladaný text sa usiluje túto podlžnosť aspoň čiastočne splatiť. Príspevok je (s priznaním klišé) len malým ohliadnutím za veľkým človekom. Nekladie si ambíciu zachytiť celú jeho tvorbu, na to by nestačila ani kniha, a to je ich už o ňom napísaných

niekoľko. V texte sa pokúsim priblížiť to, aký Miroslav Cipár bol, a prečo je dôležité o jeho význame hovoriť.

Ku koreňom presvedčenia

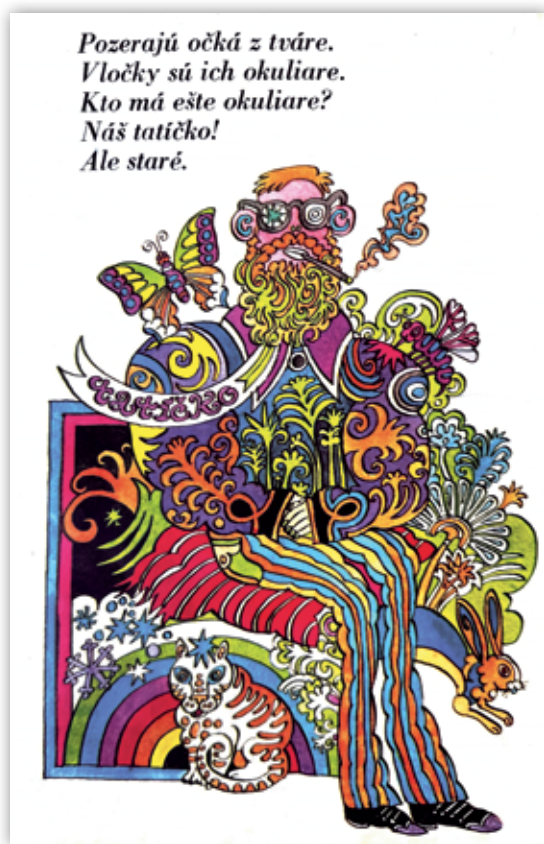
Miroslav Cipár sa narodil v roku 1935 v osade Semeteš, miestnej časti obce Vysoká nad Kysucou. Miesto jeho rodiska sa spája s jedným z najhorších obrazov 2. svetovej vojny na našom území, semetešskou tragédiou. Skupina pronacistickej ruskej oslobodeneckej armády, nazývanej vlasovci, 20. apríla 1945 popravila 21 miestnych mužov vo veku od 16 do 61 rokov ako odplatu za to, že partizáni zaútočili mínami na ich ustupujúcu jednotku. Jediným preživším tejto masovej popravy bol otec Miroslava Cipára, podnikateľ a hospodár Štefan Cipár. Spolu s rodinou sa vrátil z USA len tri roky pred narodením syna Miroslava. Gulka „rany istoty“, ktorú mu počas popravy jeden z katanov mieril na zátylok, prešla krkom a vyšla tvárou bez toho, že by mu spôsobila smrteľné zranenie. Vďaka tomu prežil ako dôležitý svedok zverstiev voči civilistom v závere 2. svetovej vojny. Ako „amerikán“ s prozápadnou a prodemokratickou orientáciou nebol po skončení 2. svetovej vojny žiaducou osobou pre novonastolený režim. Po nástupe komunistov k moci v roku 1948 mu majetok znárodnili a stal sa vo svojom podniku vedúcim a vo vlastnom dome nájomníkom.

Zložitá rodinná situácia a otvorená demokratická výchova formovali osobné a politické postoje Miroslava Cipára. Na celý život to predurčilo jeho pevné presvedčenie o hodnotách slobody a odpor voči akémukoľvek totalitnému režimu. K rozvíjaniu jeho spoločenskokritických názorov zaiste prispeli aj početné zahraničné študijné a pracovné cesty, ktoré absolvoval najmä v šesťdesiatych a sedemdesiatych rokoch do západných krajín aj do krajín Ďalekého východu.

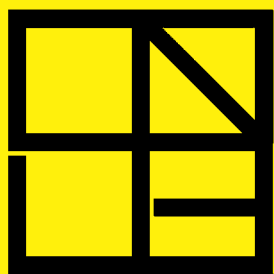
Cipárov neoblomný svetonázor sa napokon preukázal aj v úplnom závere totality, keď zohral významnú úlohu vo formovaní Verejnosti proti násiliu (VPN). Práve v jeho ateliéri sa 19. novembra 1989 stretla skupina výtvarníkov podporujúcich snahu o spoločenské zmeny a spísali prvé revolučné vyhlásenie. Miroslav Cipár sa stal jednou z dôležitých osobností novembra '89 a ešte krátko po páde režimu pôsobil v koordinačnom centre VPN. Skromnosť a presvedčenie o vlastnom určení vo výtvarnom umení ho priviedli k rozhodnutiu, že krátko po voľbách v júni 1990 sa vo VPN prestal angažovať a pôsobil znova ako výtvarník v slobodnom povolaní. Veril, že umeleckou tvorbou, ako aj prostredníctvom komunikačného dizajnu dokáže rovnako významne naplniť svoje spoločenské úlohy.



Mária Ďuričková: Zázračná breza.
Bratislava: Pravda, 1982, s. 19.



Ľubomír Feldek: Hviezdičková rozprávka.
Bratislava: Smena, 1972, s. 4.



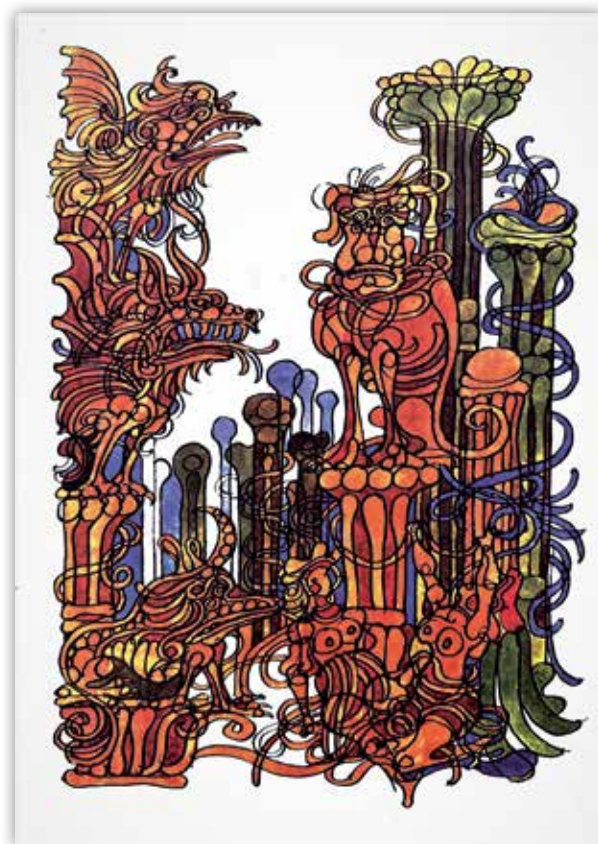
Slovenská národná galéria, logotyp, 1969.



Galéria mesta Bratislavy, logotyp, 1975.

Stať sa tvorcom

V roku 1953 po absolvovaní gymnázia v Žiline nastúpil Cipár na štúdium slovenského jazyka a výtvarnej výchovy na Pedagogickú fakultu Univerzity Komenského v Bratislave. Po dvoch rokoch prestúpil na Vysokú školu výtvarných umení v Bratislave, kde pokračoval v rokoch 1955 – 1961 štúdiom grafiky a monumentálnej maľby u profesorov Vincenta Hložníka a Petra Matejku. Už počas štúdia koncom päťdesiatych rokov sa začal profesionálne venovať knižnej ilustrácii. Veľká časť bola pre detského čitateľa. V ilustračnej tvorbe sa vyhýbal realistickému jazyku a prílišnému lipnutiu na „doslovnosti“ zobrazeného. Vďaka tomu sa jeho návrhy vzdávali prvoplánovosti a neboli len nutným doplnkom textu. Dokázali text obohatiť a rozprúdiť fantáziu čitateľa, spraviť z neho aj diváka. Knihy sa vďaka jeho ilustráciám stali vizuálne sýte, sebavedomé, podnecujúce zážitok z média mimo jej textového obsahu, avšak bez úsilia príliš ambiciózne ho prekračovať. I keď boli istým spôsobom



François Rabelais Gargantua a Pantagruel:
kniha prvá, druhá a tretia. Bratislava: Tatran, 1979, s. 77.

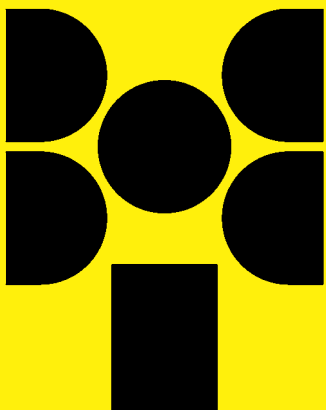
od textu odsadené, zároveň s ním boli myšlienkovito prepojené. Vyplývalo to z ilustrátorovho starostlivého čítania príbehu i jeho nedopovedaného podtextu. Cipár si prehĺbil vzťah k literatúre počas štúdií slovenského jazyka a jeho citlivosť pre text sa neustále aktívne prehlbovala. Sám bol literárne činný a aj v tomto smere mimoriadne zdatný. V nemalom množstve kreatívnych, hlbavých, ale aj trebných textov dokázal svoju intelektuálnu podkutosť, odľahčenú dávkou nadhľadu.

Ústredná technika v jeho ilustráciách, ale aj v celej tvorbe bola kresba. V každej oblasti, tak v ilustrácii, dizajne, ako aj v malbe a tvorbe objektov ho sprevádzala celý život lineárnosť. Jeho návrhy sa vyznačujú kresebnou ľahkosťou a dynamickou hravosťou. Na rozdiel od farieb, zväčša uzavretých v plochách, sa uňho spleťtité línie križovali a vrstvili tak, aby z nich vznikol zdanlivo chaotický obraz. Sebe vlastným znakovým prístupom potom dokázal v zauzlení čiar majstrovsky extrahovať námet. Labyrinty čiar pritom vytvárali nie

jeden, ale otvorenú množinu významov ukrytých v subtlých, ale narastajúcich znakoch. Mozaikovito ich sceľoval kúsok po kúsok tak, aby vytvárali jasnú a čitateľnú scénu naratívu. Vďaka takémuto prístupu hľadania obrazu v líniiach nikdy nie je Cipárova kresba ťaživá, práve naopak, je ľahká, vzdušná a spontánna. V ilustráciách sa aj napriek redukcii zobrazeného na čiary a farebné plochy nesnažil o nič príliš prísne. Hravosťou čiar sa priblížil detskému čitateľovi a obraz nechal zároveň bohato vrstvený a otvorený. Z jeho ilustrácií vyžaruje zmysel pre humor a nadhľad, ktorý často programovo zachádza až do karikatúrnických polôh. Už samy karikatúry sú znakové, navrhujú konotácie vlastností zobrazeného. V postavách, zvieratách a predmetoch dokázal pochopiteľným jazykom zvýrazniť to dôležité. Tomu však predtým nutne predchádzala mimoriadne náročná úloha – pochopiť, čo je v príbehu dôležité. Nielen pre dospelého, ale aj dieťa. Výsledok takéhoto starostlivého čítania je neraz rovnako pútavý pre malého ako aj veľkého čitateľa.

Znakotvorca

Už v raných šesťdesiatych rokoch sa Cipár ako jeden z mála systematicky venoval komunikačnému dizajnu, tvorbe logotypov a vizuálnych identít. Od začiatku pracoval mimoriadne komplexne. Z prvého voľného náčrtu, ktorý bol akýmsi kreatívnym impulzom, postupným prekresľovaním a vyladovaním pokračoval rozširovaním funkcionality, kým nedotiahol svoje návrhy do podoby dômyselnej a multifunkčnej vizuálnej identity rozpracovanej tak, aby sa dala flexibilne využívať v rôznych prostrediach. Navrhol hneď niekoľko verzií loga a jeho farebných variantov, využitie v kombinácii s písmom atď. V čase, keď takýto prístup nebol celkom bežný, akoby prorokoval potreby komunikačného dizajnu, plne dozrievajúce v našom prostredí až o niekoľko desaťročí neskôr. Ešte dnes by sa mnohé dizajn manuály mohli učiť od jeho svedomitého a obozretného prístupu, ktorý okrem plnosti významových aspektov splňal vo veľkej miere aj funkčné.



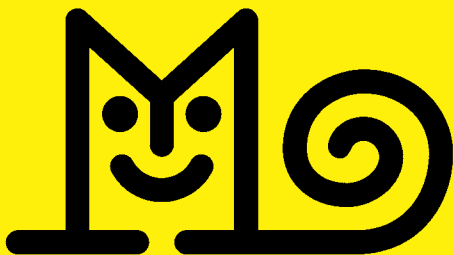
Bienále ilustrácií Bratislava, logotyp, 1968.



Bratislavské hudobné slávnosti, logotyp, 1974



Slovenský syndikát novinárov, logotyp, 1990.



Mladé letá, logotyp, 1991.



Štefan Vragaš: Život Konštantína Cyrila. Život Metoda. Bratislava : Karmelitánske nakladateľstvo, 2013, obálka.

Miroslav Haľák upozornil na semiotické aspekty Cipárových prác, keď na základe triadického modelu Charlesa Sendersa Peircea teoreticky premyslel a sformuloval „znakovú zdatnosť“ autorovho uvažovania. Zdôraznil tým mimoriadny semiotický náboj jeho tvorby a ukázal, že okrem ikonických uplatňoval aj indexálne a symbolické znakové kvality návrhov.² Ak je symbolický znak výsledkom konvenčných ustanovení, spoločenských dohôd o ich význame, Cipár bol tým, kto dokázal tieto významy vypozerovať, uplatniť a čiastočne i rozšíriť v logu. S ľahkosťou prekračoval roviny ikonických znakových funkcií smerom k symbolickým a sám navrhoval „nové dohody“, s ktorými sa mohli inštitúcie, podujatia, produkty atď. identifikovať. To podstatné dokázal zachytiť v návrhoch, ktorých významy na rozdiel od formy neboli reduktívne, práve naopak, boli narastajúce. Nemali zjednodušovať, ale rozširovať vlastné pole významov tak, aby podávali čo najkomplexnejšiu informáciu o podstate reprezentovaného. Pracoval tak, aby semiotický náboj každého znaku alebo systému znakov naberal na kadencii, čo



Dante Alighieri: Božská komédia. Trnava: Spolok svätého Vojtecha, 2019, s. 4.



Ľubomír Feldek – Miroslav Cipár: Zlatá svadba. Bratislava: Columbus, 2010, s. 164.

možno považovať za skutočné majstrovstvo komunikačného dizajnu. Bol tým, kto neraz nasmeroval premýšľanie o inštitúcii a zároveň aj jej premýšľanie o sebe samej vo vizuálnej podobe.

Zotrývajúca platnosť mnohých Cipárových log ukazuje, ako úspešne zvládal prekonať predpokladaný anachronizmus loga. I keď sa v logách odzrkadľujú kontexty doby, v ktorej vznikali, neraz dokázali času a spoločenským zmenám vzdorovať, prechovávať hodnoty a identitu naprieč plynutím času. Dôvodom životnosti jeho návrhov je azda to, že sú zakaždým výnimočné a zároveň univerzálne, sofistikované a zároveň výstižné a aktuálne, no zároveň anachronické. Nestrácajú na platnosti ani po desaťročiach, čo možno považovať za jeden z najúspešnejších aspektov jeho tvorby. Medzi tými najznámejšími by sme mohli spomenúť napríklad logotypy pre Slovenskú národnú galériu, Bratislavské hudobné slávnosti, Galériu mesta Bratislavy, vydateľstvo Mladé letá, ale aj mnohé ďalšie z takmer dvoch stoviek dochovaných návrhov.

Naspäť ku koreňom

Cipárovu tvorbu možno bez výčitek zhodnotiť, že predstavuje jednu z najvýznamnejších kapitol komunikačného dizajnu uplynulého storočia na Slovensku. Nemožno ju však striktne oddeľovať od voľnej tvorby. Naopak, je žiaduce na ne nazerať ako na celok, predstavujúci komplexné autorské uvažovanie o vizuálnej kultúre 20. a 21. storočia.

Zdrojov, z ktorých čerpal inšpirácie, nájdeme v publikáciách o jeho tvorbe hneď niekoľko: kleeovské, fullovske, drotárske, či dokonca praveké altamirské. Domnievam sa však, že by to bolo naivné, ba dokonca nežiaduce. Zaiste bol v kontakte s myslením mnohých z významných autorov a nechával sa nimi prestúpiť so sebou vlastnou, odvážnou otvorenosťou myšlienok. Ťažko ale uveriť tomu, že by Cipár vedome nadväzoval na altamirského tvorca či tvorkyňu alebo na niektoré z veľkých mien dejín umenia. Skôr si azda uvedomoval silu média kresby

a jej archetypálnu, transhistorickú platnosť. Tá sprevádzala celú jeho tvorbu ako lineárnosť meniac sa v mnohознаčnú sieť vrstevnatých znakov. V nej sa zrodil osobitý autorský jazyk – cipárovský.

Podľa môjho názoru je v Cipárovej práci kľúčová jeho túžba po neuzavretosti, odzrkadľujúca sa vo vrstevnatosti významov jeho tvorby. Bola to azda jeho povaha, príznačná neutíchajúcim zmyslom pre dôvtip a oddanosťou slobode, ktorá mu umožňovala operovať vždy v absolútnom prestúpení kreativitou. ■

Adrián Kobetič študoval dejiny a teóriu umenia a architektúry na Filozofickej fakulte Trnavskej univerzity. Zaoberá sa stredovekým a súčasným umením. V súčasnosti pracuje ako mestský kurátor v Trnave a zároveň je doktorandom v Ústave dejín umenia Slovenskej akadémie vied a na Filozofickej fakulte Trnavskej univerzity.

- 1 Výstava Univerzálny tvorca Miroslav Cipár v kurátorskej koncepcii Ľubomíra Longauera sa konala v Slovenskom múzeu dizajnu v Bratislave 18. septembra 2015 – 31. januára 2016.
- 2 Halák, Miroslav: Semiotika loga. In: Rostoka, Vladimír (ed.). CIPÁR&LOGO...ETC. Bratislava: Slovenské centrum dizajnu a Sloart, 2020, s. 78-81.

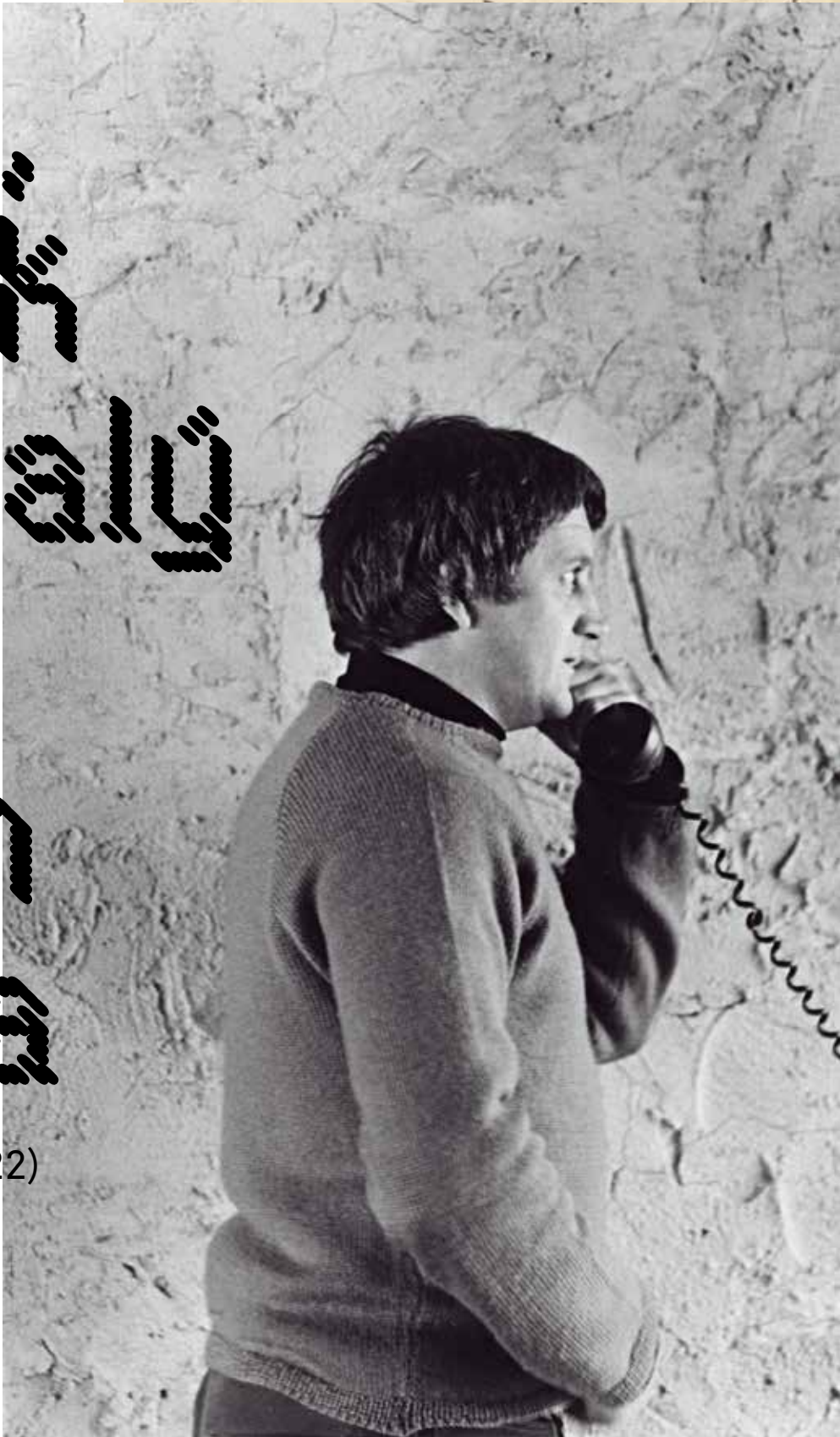
Ciel jasno pútník vytrvalý

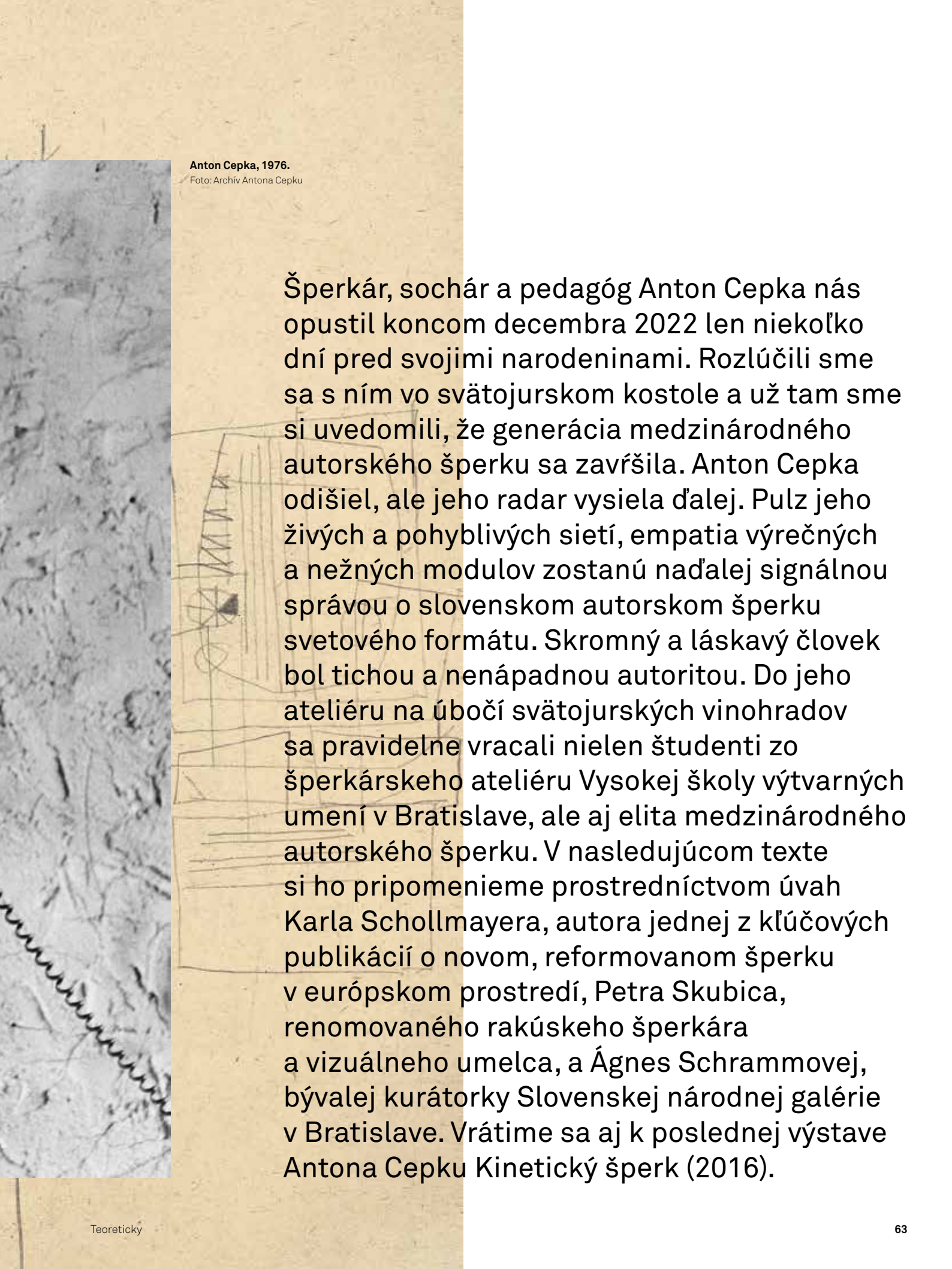
Anton Čepka

(17. 1. 1936 – 26. 12. 2022)

Text Viera Kleinová

Foto archív Antona Čepku a Slovenskej národnej galérie

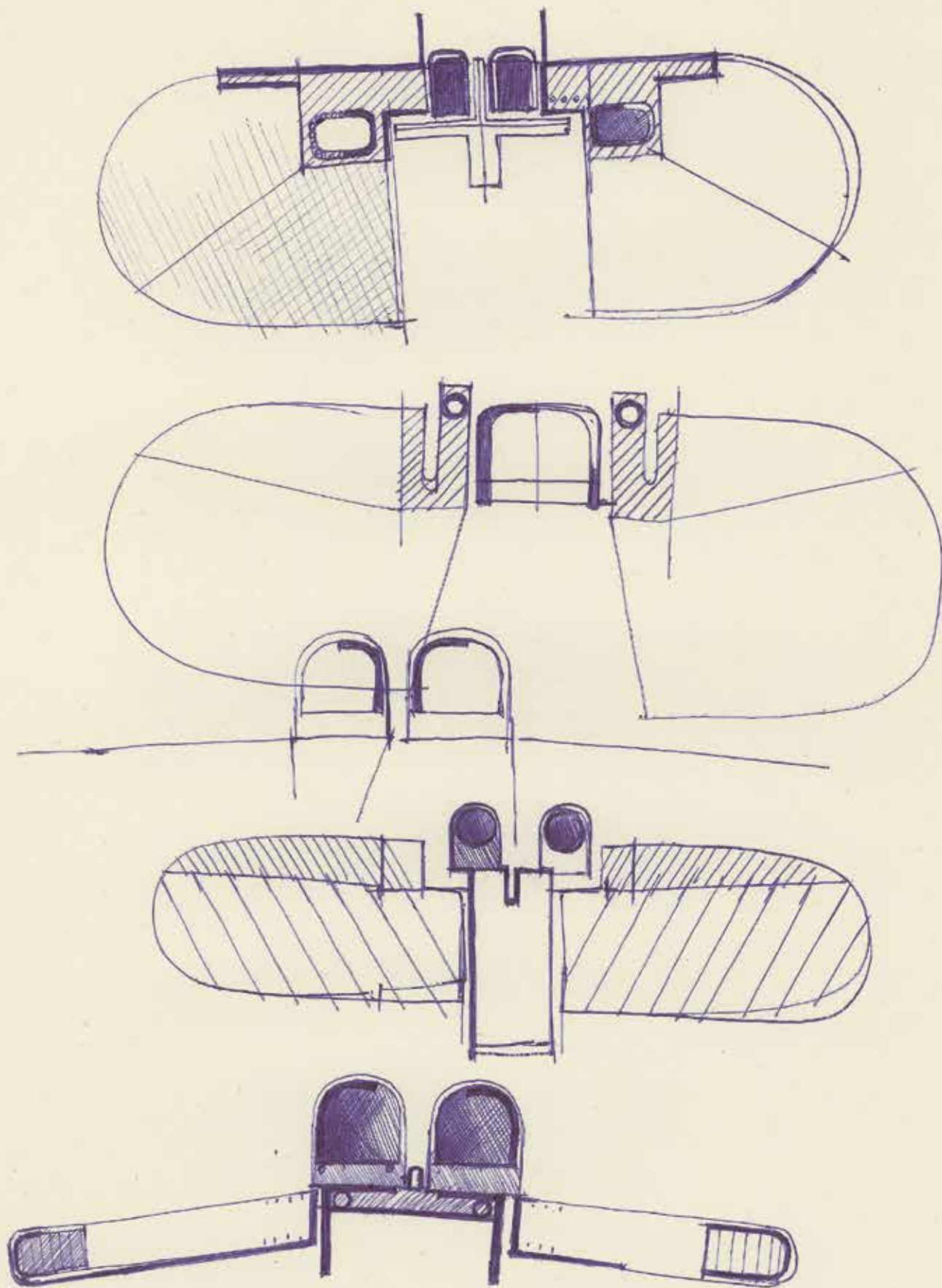




Anton Cepka, 1976.

Foto: Archív Antona Cepku

Šperkár, sochár a pedagóg Anton Cepka nás opustil koncom decembra 2022 len niekoľko dní pred svojimi narodeninami. Rozlúčili sme sa s ním vo svätajurskej kostole a už tam sme si uvedomili, že generácia medzinárodného autorského šperku sa zavíšala. Anton Cepka odišiel, ale jeho radar vysielala ďalej. Pulz jeho živých a pohyblivých sietí, empatia výrečných a nežných modulov zostanú naďalej signálnou správou o slovenskom autorskom šperku svetového formátu. Skromný a láskavý človek bol tichou a nenápadnou autoritou. Do jeho ateliéru na úbočí svätajurských vinohradov sa pravidelne vracali nielen študenti zo šperkárskych ateliérov Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave, ale aj elita medzinárodného autorského šperku. V nasledujúcom texte si ho pripomenieme prostredníctvom úvah Karla Schollmayera, autora jednej z kľúčových publikácií o novom, reformovanom šperku v európskom prostredí, Petra Skubica, renomovaného rakúskeho šperkára a vizuálneho umelca, a Ágnes Schrammovej, bývalej kurátorky Slovenskej národnej galérie v Bratislave. Vrátime sa aj k poslednej výstave Antona Cepku Kinetický šperk (2016).



Štúdie šperkov, papier, pero.
70. roky 20. storočia.
Foto: Archív Antona Cepku



**Kinetická plastika pre átrium budovy
ZDŠ Bratislava-Dúbravka, variant, ocel,
hliník, farba. In situ nezachované. 1984.**

SNG, Bratislava (P 2866) Získané ako dar zo Zbierky Linea.

Foto: SNG, Martin Deko



Anton Cepka so spolužiakmi počas štúdia na Vysoké školy umeleckopriemyselnej v Prahe. 1958.
Foto: Archív Antona Cepku



„Začiatkom 60. rokov, keď mladá generácia na Východe a Západe dorástla natoľko, že si – nezaťažaná minulosťou – dokázala vytvárať vlastné a predovšetkým nové obrazy sveta, sa ukázalo, že práve v Československu mali pripravenú neskutočne úrodnú pôdu. Spojili sa tu dva veľmi podstatné prvky ľudskej a kultúrnej podstaty: vitalita a inteligencia. Cepka, ktorý študoval v Bratislave a Prahe, ich vo svojej tvorbe zhmotnil. Šperky sú architektúra, hovorí, a zaviazal sa k jasným geometrickým tvarom bez toho, aby bol konštruktívny prvok v rozpore s organickým... Mriežky hrajú hlavnú úlohu vo všetkých jeho dielach, v šperkoch, aj v mobilných voľne stojacich plastikách, ku ktorým sa opakovane vracia. Nie sú to však priečky, ktoré oddeľujú a vymedzujú alebo zakazujú prístup. Cepkove mriežky sú ako antény. Prijímajú, prenášajú neviditeľné a tajomné. Sú priepustné a zároveň koncentrované. Človek verí, že vidí vibrujúce čiary, počuje vibrácie, jasné, čisté tóny harmonického, usporiadaného života... Antonovi Cepkovi sa podarilo, čo bolo vždy podstatou šperkov, byť mágiou, ktorá prekonáva strach. [...] Architektúra jeho šperkov je skutočne zavesená na ihle, ktorá zaznamenáva tie najjemnejšie vibrácie ako seizmograf, a to aj v štruktúrach, ktoré sú zo svojej podstaty tuhé. Stabilita a mobilita sú spojené do jedného celku. Ako

sa to Cepkovi darí s každým novým šperkom, sa ukáže až vtedy, keď človek hľadá nedostatky, či dokonca zlyhania. Nemôže ich nájsť. Všade sa stretáva s takmer klasickou čistotou formy, vyžarujúcou zároveň nevypovedané.”¹

„Milý Anton Cepka alebo lepšie: Milý Tono,... Prvý raz som videl tvoje práce v roku 1971 v Norimbergu na veľkej šperkárskej výstave, ktorú usporiadal Curt Heigl. Okamžite som bol fascinovaný tvojimi subtilnými výtvormi, citom pre dobré proporcie, jednoduchosťou použitých prostriedkov. Nepíšeš vyhlásenia, málokedy radíš, ako sa majú interpretovať tvoje šperky. Raz som sa ťa spýtal, prečo sa v твоjich prácach tak často objavujú písmená BX a Ty si mi vysvetlil, že je to alfa a omega, ibaže nie celkom. Pre mňa to bolo výrazom tvojej skromnosti, ktorá Ťa – okrem iného – robí takým sympatickým. Si majstrom jednoduchých prostriedkov, objavil si diery ako výtvarný prvok a dal si jej význam, ktorý je v súvislosti s danou témou taký frapantný a zároveň taký logický. Si vynálezcom štvorhranných drôtov z plechov rozpílených na pásy, ktoré sa potom ešte zvlínia. Normálne štvorhranné drôty nie sú štvorhranné, ale vlastne osemhranné. Naučil si ma, ako treba definovať roh z tyčiek, aby bol rohom, a ja som tento poznatok mohol posunúť ďalej. Bol si prvý,

ktorý dal tému prehriatemu striebru, ktoré tesne pred roztavením získava vráskavú kôru. Pre teba to boli holé pohoria cudzej planéty, na ktorej sa nedarí životu. Tvoril si vždy presvedčivo. Tvoja umelecká etika nedovolila, aby sa Tvoje práce stali povrchnými. K svojim nápadom si si urobil veľa náčrtov. A tak si sa dopracoval k tomu, aby si im dal patričnú formu.”²

„Malý predmet, ktorý vytvoril Anton Cepka vo svojom ateliéri, nazývame šperkom, pretože iný vhodnejší názov zatiaľ nepoznáme. A po precíznej analýze dospejeme k názoru, že je to azda jediný výstižný termín, a všetko ostatné, čo tak označujem, vlastne ani skutočným šperkom nie je. Ktoré sú tie vlastnosti, ktorými sa vyznačuje, odlišuje a prevyšuje ostatné? Vyberme si napríklad niektorú z najnovších brošní. Prvé konštatovanie o tvare, ktoré sa nám vynorí v mysli – lietadlo. Má byť azda vyjadrením úcty a obdivu akéhosi novodobého Ikara nad letom oceľových vtákov, alebo je to motýľ, ktorý k nám zabľúdl z kozmickej záhrady? Druh materiálu – striebro – skúsenosť nám našepkáva, že striebro je ligotavé, toto je však akési matné. Teda špeciálne opracovaný kov, aby zodpovedal výtvarnému zámeru. Kompozičné riešenie – absolútna symetria a obrysová čistota, plná plocha prechádza miestami v odhmotnenú konštrukciu

**Radar, záves, striebro, zafír,
1963. Diplomová práca.**

SNG, Bratislava (UP-T 11).

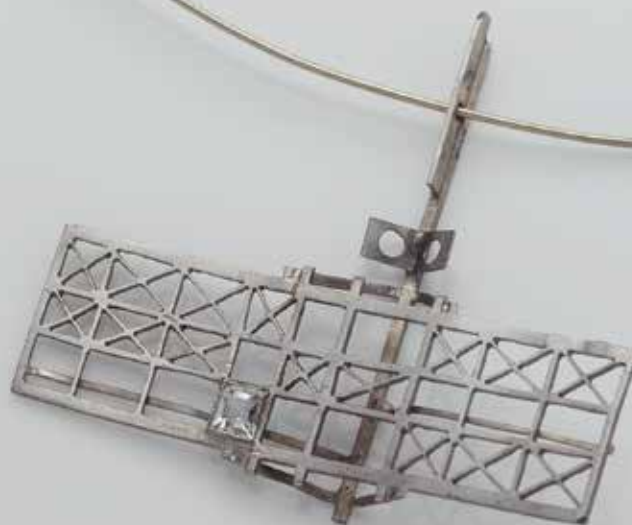
Získané kúpou v roku 1967.

← **Brošňa, striebro, 1963.
Diplomová práca.
UPM, Praha.**

Repro: Archiv Antona Cepku

skeletu. Psychický účinok – pokoj nabitý dynamizmom. Celkový dojem – miniatúrny monument – výtvor, ktorý mátie protikladmi. Cesta k tomuto výsledku bola dlhá, plná zákrut a rázcestí, ale cieľ jasný a pútnik vytrvalý.³

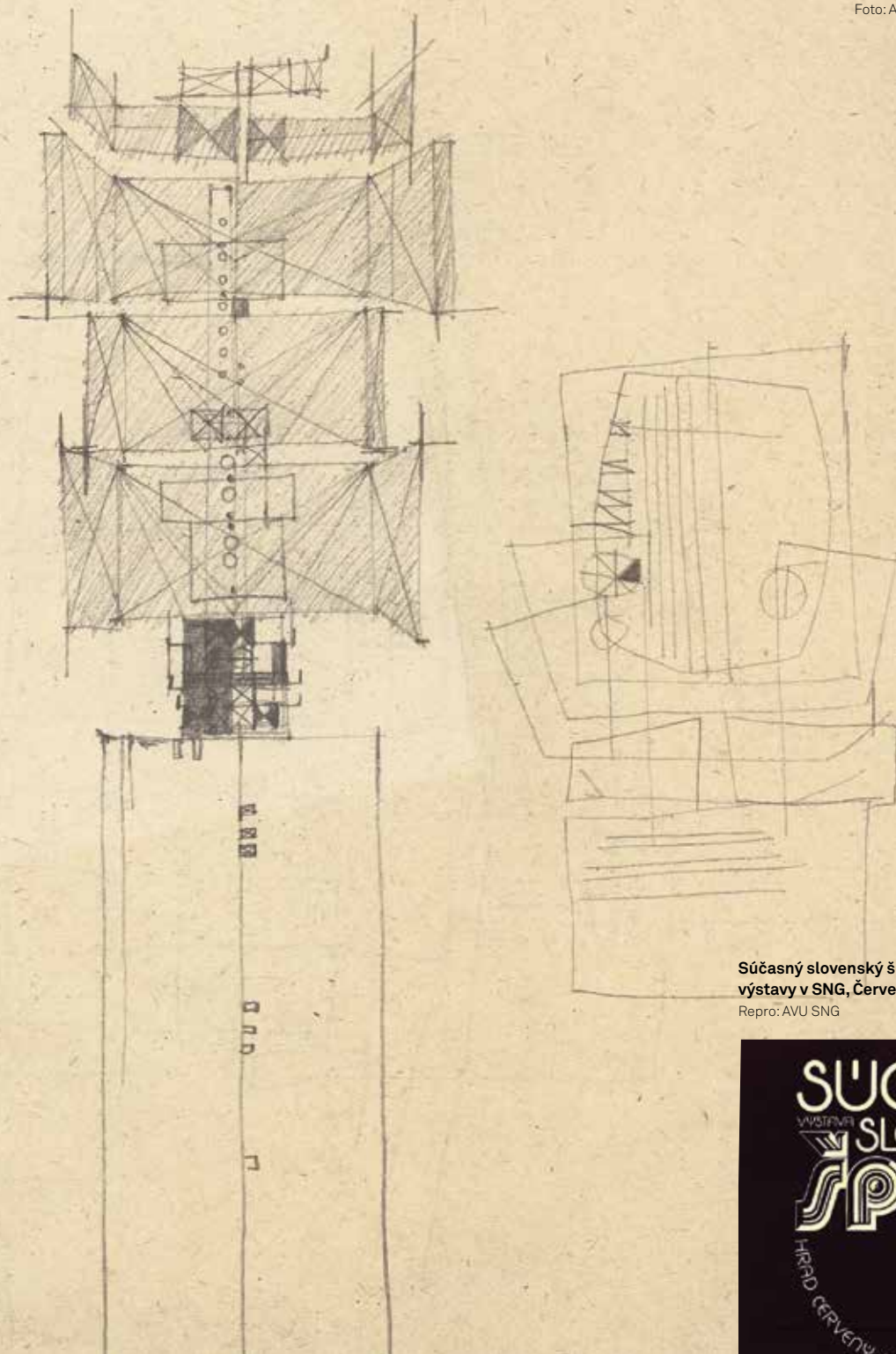
Dielo mladého šperkára, ktorý sa v roku 1964 vrátil z pražských štúdií s „pribalenou“ Zlatou medailou a Bavorskou štátnou cenou za svoju diplomovku, si v Národnej galérii všimli čoskoro. A prvou akvizíciou bol práve záves *Radar* z ocenennej diplomovej práce. Tvorbu umelca, ktorého v dobovej odbornej publicistike trefne charakterizovali ako „vývinový paradox“⁴ odvtedy pozorne sledovala najmä Ágnes Schrammová, galerijná kurátorka a špecialistka na šperk. Dnes táto kolekcia obsahuje viac ako päťdesiat šperkov, objektov a kresieb. Mimoriadnych medzinárodných pôct sa Antonovi Cepkovi už od mladosti dostalo mnoho, tou najnovšou bola v roku 2015 retrospektívna výstava na jednej z najprestížnejších svetových adries autorského šperku, v mníchovskej Die Neue Sammlung – The Design Museum. Bolo veľmi príjemné a dojímavé sledovať tam úspech jeho práce, vyrovnalo sa tomu azda len uvedenie jeho celoživotného diela na domácej pôde. O rok neskôr sa totiž rozšírená prezentácia výstavy *Kinetický šperk* konala v Slovenskej národnej galérii.



- 1 Schollmayer, Karl: *Neuer Schmuck. Ornamentum humanum*. Verlag: Tübingen Wasmuth, 1974, s. 118-119.
- 2 Skubic, Peter. In: Schrammová, Ágnes: *Anton Cepka. Šperky a objekty*, Bratislava: SNG, 1997, s. 15.
- 3 Osmitzová (Schrammová), Agneša: *Anton Cepka – Tvorba z rokov 1963 – 1978*. Bratislava: SNG, 1978, nestr.

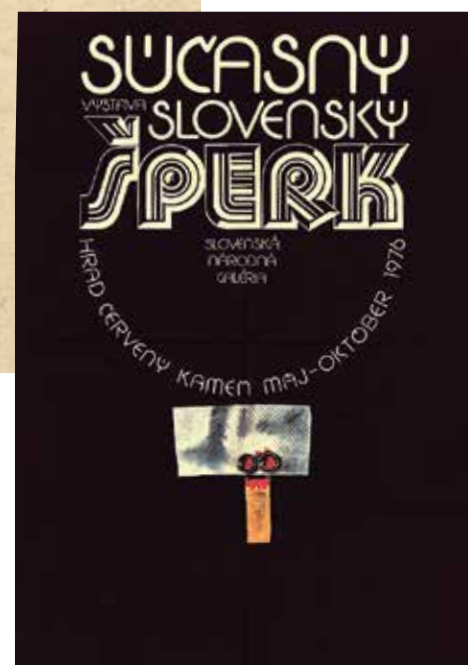
Škica objektu/ šperku, papier, ceruza,
prvá polovica 60. rokov 20. storočia.

Foto: Archív Antona Cepku



Súčasný slovenský šperk. Plagát
výstavy v SNG, Červený Kameň, 1976.

Repro: AVU SNG



4 Belohradská, Luba: *Šperkár Anton Cepka*.
In: *Výtvarný život*, roč. 24, 1979, č. 7, s. 30-31.

5 Kára, Lubor: *S Antonom Cepkom o šperku*.
In: *Domov*, 1972, č. 3, s. 40.



Kinetická plastika, Agrokomplex, Nitra, in situ (stav v roku 2016), 1979.

Foto: SNG, Martin Deko



Priestorové riešenie osvetlenia, sobášna sieň (dnes kancelária), Krásno nad Kysucou, in situ, 1978 (stav v roku 2016).

Foto: SNG, Martin Deko

To bola pre mňa, ako spolukurátorku výstavy, príležitosť pobudnúť s ním dlhšie. Sedávali sme s ním vtedy v kuchyni spolu s jeho manželkou, šperkárkou a výtvarníčkou Janou Cepkovou, a synom, šperkárom a pedagógom Matúšom Cepkom, a preberali sa jeho nespočetnými skicami, kresbami, fotografiami aj pozoruhodnou šperkárskou knižnicou. Hoci nebol v ideálnej zdravotnej kondícii, v prítomnosti svojich šperkov, blízkych, v dialógu, ktorý sme viedli o cestách a peripetiách jeho tvorby, pookrieval. Chodievali sme si k nemu po rade spolu s architektkou výstavy a šperkárkou Andreou Ďurianovou. Bol to pre nás nielen hlboký a intenzívny exkurz do diela Antona Cepku, v nenápadnom dome votkanom do svätojurských vinohradov sme *in situ* zažili aj príbeh svetového autorského šperku. Viacerí jeho protagonisti v jeho kuchyni sedávali od šesťdesiatych rokov 20. storočia a podobne ako my sa tešili zo spoločnosti umelca, ktorý vedel ako málokto svojimi levitujúcimi striebornými mriežkovinami a zvedavými kozmo a techno strojmi sprostredkovať ľuďom „pocity pokoja, voľnosti a radosti.“⁵ A zrejme sme sa ho naotravovali natoľko, že si napokon nenechal ujsť prechádzku čerstvo nainštalovanou výstavou, ktorú počastoval decentným údivom, ba dokonca ani

vernisaž. Koncept výstavy *Kinetický šperk* v Slovenskej národnej galérii v Bratislave predpokladal dať adekvátny priestor všetkým pólom diela Antona Cepku – šperku, objektu aj realizáciám do architektúry. Vtedy sme si uvedomili, že jeho šperky, hoci on sám ich vo svojom autorskom archíve nemal veľa, sú väčšinou situované v bezpečí inštitucionálnych a súkromných zbierok. Mapa ich výskytu síce zahŕňa takmer celý svet, ale vieme ju prečítať a vo veľkej miere zdieľať. Objekty, plastiky, osvetľovacie riešenia, ktoré navrhoval do architektúry, hoci sú na Slovensku, však také dostupné nie sú. A ako sme sa presvedčili na niekoľkých príkladoch, nie sú ani v bezpečí. Gro jeho prác pre architektúru sa viazalo na normalizačné obdobie sedemdesiatych až osemdesiatych rokov, s povestnou mašinériou štátom ovládaného tzv. „štvorpercentného“ umenia. Kultúrna politika socialistického Československa velila zahrnúť výtvarné umenie do všetkých verejných stavieb, do každého verejného priestoru. Priniesť umenie všetkým sa však v konečnom dôsledku neukázalo ako príliš úspešný projekt – zmenil sa len druh „neviditeľnosti“, ktorý je s verejným umením spätý. Mnoho diel (z)mizlo akoby mimovoľne a ich výtvarná kvalita nie je pre „kompetentných“ takmer žiadnym

argumentom. Cepkove realizácie nie sú výnimkou – z dvanástich prác, ktoré realizoval v exteriéri, existujú len štyri. Respektíve, taký stav sme zaznamenali pri ich návšteve v roku 2016. Z viac ako dvadsiatich interiérových sochárskych a dizajnerských prác sa preukázateľne zachovalo deväť. Naposledy, v roku 2014, bola demontovaná deliaca stena v sobášnej sieni v Krupine, ďalšia výnimočná realizácia tohto druhu v Lučenci zasa musela ustúpiť celkovej rekonštrukcii historickej budovy radnice. Stropný osvetľovací systém v Krásne nad Kysucou zostal zachovaný len vďaka intervencii tamojšieho primátora, takmer intaktnú podobu si udržali sobášne siene v Rimavskej Bani, Pezinku, Starom Tekove. Z dvoch veľkorozmerných plastík umiestnených v areáli nitrianskeho Agrokomplexu už stojí na svojom mieste len jedna – je síce bez kinetických prívěskov a pretretá na spôsob plota, druhá však akoby nikdy neexistovala. Cepkovo umenie a silný humanistický étos jeho diel by si iste zaslúžili eminentne sa o ne zaujímať. Aby sa nám nestalo, že budúcej generácii už nebudeme mať čo posunúť. ■

Viera Kleinová je historička dizajnu a umenia. Pôsobí v Slovenskej národnej galérii ako kurátorka zbierok úžitkového umenia, dizajnu a architektúry.

92XXX22

MIROSLAV DEBNÁR

Príbehy interiérov, interiéry s príbehom

Text Tibor Uhrín

Foto Jozef Glába

Kniha o dizajnerskom diele Miroslava Debnára už svojím názvom 92XXX22 naznačuje určitú časovú a kvalitatívnu kontinuitnosť jeho práce a možno povedať, že je v nej zakódovaná aj hravosť a schopnosť kreatívne manévrovať v priestore všetkými smermi. Túto značku alebo kód, ktorý graficky funguje tak horizontálne, ako aj vertikálne Debnár použil už pre výstavu ku svojej päťdesiatke (92XXX22). Pripravil si tak možnosť používať tento „vzorec“ pre každú dekádu končiacu dvojkomou... Aj keď Mira Debnára poznám a sledujem takmer celú jeho profesionálnu kariéru od ukončenia štúdia dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení, keď tu pokračoval ako asistent, je pre mňa zaujímavé a aj vzrušujúce, keď jeho prácu môžem vidieť zosumarizovanú v tejto knihe. Publikácia je nápadito zložená a informácie sú navrstvené vo viacerých rovinách. V prvom rade poskytuje bohatú obrazovú dokumentáciu celého diela, ktoré pozostáva v prevažnej miere z tvorby interiérov navrhnutých a zrealizovaných na zákazku. Bez ohľadu na to, či sú to interiéry bytov, rodinných domov alebo verejných či firemných priestorov, Miroslav Debnár pristupuje ku každému zadaniu rovnako poctivo, zodpovedne a čo je v súčasnosti zaujímavé, pracuje tradičnými, z dnešného pohľadu až

romantickými metódami. Kreslí a tvorí na rysovací doske a potom pokračuje výrobou priestorového modelu v dielni. Azda aj práve preto dospieva ku osobitému výsledku. V knihe sú zmapované najmä dve etapy dizajnerskej tvorby, ktoré istý čas, v deväťdesiatych rokoch a v prvej dekáde milénia, prebiehali paralelne. Tú prvú, nábytkovo-solitérnu poznám aj z našich spoločných výstav v jeho rodnom Lučenci, v ním navrhnutom priestore D-nábytku a tiež z výstav organizovaných Slovenským centrom dizajnu v rámci veľtrhu Nábytok a bývanie v Nitre s názvom Fórum dizajnu. Obidvaja sme boli ovplyvnení postmodernou v dizajne, obidvaja však úplne inak. Obidvom sa nám nechcelo ísť do priemyselnej výroby, ale vyžívali sme sa v kreatívnejšej a slobodnejšej tvorbe solitérov, väčšinou s úplnou autorskou kontrolou pri ich realizácii. Tvaroslovím Debnár reagoval na ešte sviežu strunu postmoderného diania. Cítil som, že pre Mira Debnára bola tvorba nábytku skôr kreatívnym tréningom, hrou a potrebou vyrobiť niečo z materiálu, ktorý mohol viac ovládnuť. Jeho pozornosť sa postupne čoraz viac sústreďovala na architektúru a tvorbu súkromných interiérov, do oblasti, ktorá sa vlastne v tých časoch iba začala rozvíjať ako určité „panské huncútstvo“. Dnes je tvorba

Elena Farkašová, Miroslav Debnár:
92XXX22 MIROSLAV DEBNÁR.
Vydavateľstvo technickej univerzity
vo Zvolene, 2022, 285 s.

92

X

X

X

22



interiérov jeho doménou. Práve pri ich zhrňujúcom komprimovanom podaní v obrazovej časti monografie sa javí zreteľnejšia jeho cesta vychádzajúca z DNA postmoderného štýlového výrazu, ktorej stopy sú zreteľné až podnes, aj keď v priebehu času došlo k určitej minimalizácii štýlu. Pri prezentácii interiérov sú zreteľné stopy a vplyvy objednávateľov – však oni boli hýbateľmi deja –, čo reflektuje aj zvýrazňuje príbehová časť textov. Práve táto rovina príbehu tvorby interiérov vyjadruje poučný a konkrétny proces vzťahových situácií medzi dizajnerom a objednávateľom, ktorých výsledkom sú Debnárovo personalizované interiéry a špecifické životné priestory klientov. Práve z tohto hľadiska sú aj zaujímavou vývojovou stopou osobných preferencií objednávateľov, ktoré musel Debnár pretlmočiť do reči dizajnu a objektov ako svedkov vkusového vývoja.



Keď som ešte do roku 2002 pôsobil na Škole úžitkového výtvarníctva v Kremnici, s Miro Debnárom a Ferdinandom Chrenkom sme sa pravidelne stretávali najmä počas „šarkanových“ workshopov, ktoré organizovali vždy začiatkom zimného semestra pre svojich študentov v starom kremnickom meštiackom dome. Pedagogický a tvorivý entuziazmus sa ani u jedného z pedagógov nedal prehliadnuť, tvorili dobre zohratý pedagogický tím. Aj vtedy sa Miro Debnár prejavil ako pútavý rozprávač, schopný pamätať si detaily a príťažlivo ich podať zo svojho dizajnérskeho uhla pohľadu. Rovnako významne dopĺňajú „povinné“ informácie v knihe. Na textovej časti knihy sa okrem toho podieľali ďalší traja autori. Elena Farkašová, editorka monografie, ktorá sa v ostatných rokoch veľmi úspešne uplatňuje ako autorka textov o dizajne, urobila s Debnárom úvodný rozhovor. Čitateľ sa môže zoznámiť so spôsobom rozmýšľania pri práci a tvorbe jeho diela. Hoci zo začiatku tvoril sám, neskôr prizval na spoluprácu sklárskeho výtvarníka a realizátora Viktora Oravca. V súčasnosti takmer výhradne pracuje v tandeme s renomovanou architektkou Danou Mušecovou. Elena Farkašová napísala aj kurátorský text k rovnomennej výstave venovanej autorovej šesťdesiatke. Ivan Petelen zasadil Debnárovu tvorbu do kontextu



slovenského interiérového dizajnu, kde mu našiel pevné miesto popri takých osobnostiach, ako Vojtech Vilhan a Rastislav Janák. Vyrcholením dlhoročnej pedagogickej a dizajnerskej činnosti najmä v oblasti interiérov sa pre Debnára stalo založenie vlastného ateliéru na Katedre dizajnu VŠVU v Bratislave s názvom Ateliér interiérového dizajnu (od roku 2018). Ľubica Fábri sa vo svojom texte už bližšie a detailnejšie venuje konkrétnym interiérom, ktoré navrhol Debnár sám alebo v spolupráci so spomínanými autormi. Rovnako oceňuje jeho prístup ako tvorcu autorských priestorov s osobitnou štýlovou a „rukopisnou“ kvalitou.

Pre mňa zaujímavou obrazovou časťou sú rozpracované interiéry, ktoré snád' iba dokresľujú technickú aj kreatívnu náročnosť projektov, na ktorých sa Debnár podieľal. Predstavuje procesuálny aspekt tvorby dizajnéra, ako sa od holobyty dostáva ku konkrétnej vízii životného priestoru. Tento v ideálnom prípade vyhovuje tak objednávateľovi, ako aj dizajnérovi. Cesta k tomuto ideálu je veľmi náročný a nedocenený proces. Preto je zvlášť cenný náhľad do jeho „kuchyne“.

V knihe som objavil aj segment Debnárovej tvorby, ktorý som doteraz nepoznal. Sú to jeho malé kompozície nájdených prírodnín, prevažne vyplavených drier a kameňov rôznych tvarov a štruktúr, ktoré slúžia autorovi ako cestovateľský denník, zbierka pripomienok alebo suvenírov v tom najlepšom slova zmysle. Sú to osobné predmety vyrobené pre seba, bez objednávky, s viditeľnými znakmi uvoľnenosti a hravosti slobodného, takmer sochárskeho vyjadrenia.

Na záver možno dodať iba to, že Miroslav Debnár zanecháva po sebe v slovenskom dizajne dvojitú stopu. Ako dizajnér tvorca prostredí a tiež ako pedagóg, ktorý za tridsať rokov pôsobenia už ovplyvnil veľké množstvo svojich študentov a dnes aktívnych dizajnérov. ■

Tibor Uhrín je dizajnér, pedagogicky pôsobí na Katedre dizajnu Fakulty umení Technickej univerzity v Košiciach.





Ideály a paradoxy civilizované ženy

Text Jana Oravcová
Foto Toman Design

Martina Pachmanová:
*Civilizovaná žena: Ideál i paradox
prvorepublikové vizuální kultury.*
Praha: Vysoká škola umělecko-
průmyslová v Praze, 2021, 486 s.



Společnost, Právník
číslo 1, 1921, s. 10

48

V parčíku se roznášely propagační letáky a podrobné stříhy pracovních obědů ve třech vlnách, jel by příslušný katedry *Galatinský zvon* HZ mučičně ženskou a fotografem tati vhodných pro vaření, pro kancelářskou práci, pro samostatnou a pro soustavnou výrobu, které bylo možné poslati nověji při účel práci v domácnosti, na zahrádce a na poli. Autorem fotografií pracovních prací oděvy na svých modelech byl František Dvořák. Alize Masaryková v širočím textu sdružovala domácnostní oděvy jako předpoklad harmonizace ženství vzhledem a Minusler Šulc, sím škola a točička sociálně-advokátního oděvu ženství ČČK, se věnovala oděvu zdravotní výhledy na módu – propagační spíše než na hygienického oděvu vinné jako vinné jsou prostě domácnosti a sociální hude.

Když specializácia na otázky moderního oděvu Kira Křídlová sálků náčíní pro občianstvo VZK publikovala v časopise *Časopis z domácnosti* ženských vinných oděvů na pracovní výkonosti, vysvětlila možnosti ČČK, na její přípravě se sama podílela, jako účinný nástroj zdravotní a pracovní oděvy a podpory ženství práce: „Jednoduchý a účinný pracovní oděv vyvolá nást výkonosti a čistoty oděvu a práce, kladu nečistoty a neupravenosti přivádí špatnou náladu a špatná nálada znamená neúspěch. Nechodí pracovní oděv je čistoty přičiněno štěstí, tak jak přitáhne štěstí ženy benu lidem důvěru v naši práci. (...) Čk, červený kříd vinné pracovní oděv preskuzím ženství, a to se dvoje dovodí: protože dce ženství práci co nejvíce ulehčí a protože ulehčí ženství (...) má největší možnost nigratu.“ Křídlová se v textu opírala o knihu Theoretika Věhlena *Ženské oděvy* (1908), v níž americký sociolog a domovní vědec vinné kapky nigratu a národnostně-ženského ženského a jako jeden z prvních popsal a kriticky analyzoval příklady konvenčního ženského oděvu. Autorka Věhlenova práci vinnala jako východisko pro reformovaný oděv,

Nie každá vysoká umelecká škola sa môže pochváliť takou rozsiahlou publikačnou činnosťou ako Vysoká škola umeleckopriemyselná v Prahe. V jej nakladateľstve vychádza každoročne desiatka publikácií, ktoré sú výsledkom vedecko-výskumnej a umeleckej práce jednotlivcov či kolektívov katedrií. Od roku 1996, kedy nakladateľstvo vzniklo, vyšlo v ňom množstvo pôvodných a prekladových publikácií, monografií, učebníc, skript, dizertačných prác a katalógov. Publikácie prešli kritériami výberu edičnej rady a získali podporu grantových agentúr, bez ktorých by nevznikli. Za zmienku stoja napríklad tituly: Lada Hubatová-Vacková, Cyril Říha (eds.): *Husákovo 3 + 1: Bytová kultura 70. let*, Lada Hubatová-Vacková, Martina Pachmanová, Pavla Pečínková (eds.): *Věci a slova: Umělecký průmysl, užité umění a design v české teorii a kritice 1870 – 1970*, Milena Bartlová, Jindřich Vybíral a kol.: *Budování státu. Reprezentace Československa v umění, architektuře a designu* alebo Martina Pachmanová: *Civilizovaná žena: Ideál i paradox prvorepublikové vizuální kultury*. Priniesli množstvo pozoruhodných tém a nových pohľadov a zároveň sú príkladom dôslednej prípravy



Spolupráca s výstavou, fotografie z výstavy Civilizovaná žena / Žena na Práze, 1929-1930

se Spolkem vytvárajúcich umelcov a Kľúčom vytvárajúcich umelcov. Aké v Brne, aké charakteristické jich umelcké práce boli, neľahko nájsť. Šimona však k avantgardnému umeniu a jeho činnosti v Dvorníku boli v jasných konceptoch a nároky umelcov (Č a výstava jeho kresieb a kresieb v spolkovom umelckom hľadisku) dohodnuté. Propaganda vedy v umení a výstava civilizačného odzvu. Akákoľvek táto výstava neľahko v ľuďoch dosahuje výstavnú šírku. Šimona monografiu, o jejom konaní vznikla najmä inzerčná propaganda vďaka spoločnosti povstávajúcej Romanom, ale také duchovné fotografie a exponáty. Pri týchto podobných skúsenostiach je ťažké povedať, že elegantné zariadenie Šimona práce bolo videním práce do výstavy Č. Symbolizmus, ale „kresby“ nie sú ako kresby, esteticky ľahšie figuralné motívy sa stali soznením výstavového manieku proti znečisteniu ľuďmi. Všetky na výstavách v impenzovaných Východných obchodných umelcov, a práve tak dovedli prístup, jeho stredobodom bola žena, „nové formy duchovného opoždenia, veľkosti časové, neobdobnosti finanční L. J.“

100 Milos, Bratislava (1929-1930)



Spolupráca s výstavou, fotografie z výstavy Civilizovaná žena / Žena na Práze, 1929-1930

a využitia synergie: voľne sprevádzali rovnomenné výstavy, ale predovšetkým sú samostatný a rovnocenný doklad vedecko-výskumnej práce bádateľov. Môžeme ich priradiť k čoraz väčšiemu počtu publikácií teritoriálne a časovo zameraných na existenciu spoločného štátu Československa, ku ktorému sa po rokoch vracajú, avšak už z pohľadu samostatných nástupníckych štátov.

Venujme sa však téme ženskej emancipácie, ktorá v čase budovania Československa bola jednou z kľúčových. Martine Pachmanovej sa ju podarilo obsiahnuť v monografii *Civilizovaná žena: Ideál i paradox prvorepublikové vizuálnej kultúry*. Niet pochýb, že nezávislá, pracujúca, produktívna žena, starajúca sa o domácnosť, ale aj osvoj vzhľad a fyzický a duševný rozvoj sa stala nielen významnou postavou zobrazovanou v kultúre, umení a masmédiách medzivojnového obdobia: mala naplňať predstavu modernosti a pokrokovosti vzniknutého štátneho útvaru. Hoci zobrazenie novej/civilizovanej ženy reprezentovalo jej rôznorodé podoby a poslanie naprieč územím vtedajšieho Československa, autorka publikácie sa primárne venuje reprezentáciám prvorepublikovej ženy vo vzťahu k českej vizuálnej kultúre. Svoj zámer vysvetľuje v úvode: „V titule tejto knihy figuruje pojem prvá republika, teda celok kozmopolitný

a mnohonárodný. Pokiaľ sa napriek tomu venujem na týchto stránkach predovšetkým českej vizuálnej kultúre, nie je to výraz marginalizácie etnicky alebo jazykovo odlišných skupín. Dôvodom je jednak odlišný vývoj ženskej emancipácie na Slovensku, jednak miera rezonancie pojmu „moderná“ a či „civilizovaná“ žena v dobovej vizuálnej kultúre a v diskusiách s ňou spätých.“ (s.14) Pachmanová venuje Slovensku skutočne nepatrnú pozornosť a na „subalterné“ postavenie slovenskej kultúry (s ním aj ženy) vo vzťahu k pokrokovému modernizmu spriahnutého s technickými inováciami a priestorom veľkomesta upozorňuje vybranými zástupnými dobovými písomnými a vizuálnymi prameňmi. Tie situujú slovenskú ženu do rurálneho prostredia spätého s prírodou a s ornamentom (výšivkársnym umeleckým remeslom) či prácou pre potreby národa. Svedčí o tom expozícia bratislavského výrobného družstva Detva a ženského spolku Živena na výstave *Výstava moderní ženy* v Brne v roku 1929, ktorá v snahe demokraticky obsiahnuť všetky oblasti ženskej práce prezentovala artefakty remeselnej ľudovej umeleckej výroby (textil, keramika, drevené hračky atď.) a etnografické fotografické dokumenty Karola Plicku. Žiada sa doplniť, že tento rigidný obraz slovenskej ženy, jej primknutosť k zemitému folklóru ako anonymnej matrilineárnej tradícii,

implikuje poslanie spolku Živeny, ktorý paradoxne držali pevne vo svojich rukách muži. „Muži vo výbore ženského spolku najprv vymedzili rozsah činností, kladli podmienku pôsobiť na prostý ľud a zvlášť na formovanie ženskej populácie prostredníctvom krásnej literatúry a potom kritizovali nenáročnosť textov. Domáce ženské hnutie marginalizovali a úvahu o charaktere ženskej otázky vo svete podávali so značne deformovaným, až zosmiešňujúcim tónom. Antifeminizmus dostal vo vydaniach Živeny v 80. a 90. rokoch 19. storočia väčší priestor než feminizmus.“¹ Reprezentácia slovenskej ženy-výšiváčky, tak ako to potvrdzujú mnohé pramenné materiály, vychádza zo samého inštitucionálneho rámca Živeny, ktorý z dôvodu neúspešného presadzovania projektov pre dievčatá obrátil „pozornosť na slovenské ľudové výšivkárstvo, na zhromažďovanie ľudovoumeleckých výrobkov a propagáciu slovenského ľudového umenia“.² Tolkovi obrazu Slovenska reprezentovaného cez folklór, ľudovoumelecké výrobky a salašnícke produkty, z ktorého sa nevieme dodnes vymaniť. Konflikt medzi modernou, tradíciou a avantgardou a ženskou otázkou predstavuje jeden zo zásadných problémov obsiahnutých v dielach česko-slovenských umelcov, dizajnérov, architektov, fotografův, filmárov, publicistov, žien ako aj mužov, má však rozmanité podoby.

VŠUDE DOMA, DOMA NEJMÍŇ: MĚSTSKÉ FLANÉRKY

I když ženy nikdy ne veškerým prototypem evropského západu nikdy zcela neodolávaly, moderní doktrína oddělených sfér života (mužské/věcné a ženské/sociální) velkou měrou odlišovala to, jak byla žena „venku“ (dávnoho času vnímána, ještě byla na veřejnosti posilována a s ní se mimo domov viděly občanské vyhládky. Využívali zkušenosti modernity, která byla spjata s kapitalistickou a průmyslovou produkcí a spotřebou, s velkoměstskou společností a kulturou, s pacifistickým zájmem a společným děnem, byla výslovně mužská a ženský protipol *filosofie*, mnoho moderních hodnoty sešloho „a obvyklou klidnosti, s neobdáváním sebečlověkem (...) před hudebním křivkami“¹ byl dlouhou dobu spojován s ženami nemoderními).

Již okolo 20. století se níměstské veřejné prostory začal výrazně proměňovat právě díky vzrůstající přítomnosti žen, a české prostředí nabývalo významu „ženského prostoru krásy na proměně“² pod čarou již v roce 1905. „Žena proměnila, že subvizi gracie moderní ženy nespolečně jen v jiném aristokratickém úsměvu.

¹ Jan Novák, *Žena a moderní*, in: *Ženy a Jan Novák v časech*, ed. J. Novák, Věra a Jan Novák Praha 1997, s. 56.

² Jan Novák, *Žena a moderní*, in: *Ženy a Jan Novák v časech*, ed. J. Novák, Věra a Jan Novák Praha 1997, s. 56.



Helena Prohászka,
Žena a moderní, 1912



Zdeněk Hrubý, *SMICH REPUBLIKY*, 1910, 12. 12. 1910



Zdeněk Hrubý, *SMICH REPUBLIKY*, 1910, 12. 12. 1910



Karel Hrubý, *ROZSEVAČKA*, 1912, 2. 1. 1912



Karel Hrubý, *ROZSEVAČKA*, 1912, 2. 1. 1912



Helena Prohászka,
Žena a moderní, 1912

Stejně jako se mezi výtvarníky měnila podoba moderní ženy mimo sféru domácího, měnila se díky faktickým hranám i nadprodukci jejich zobrazování „apologeticko-doktrinární“ podoba výtvarnické reality: na jejím místě elegantní a praktické, ale v moderních podmínkách také extravagantní, luxus, novostní křídla, křehká „žena bez skvrn“ konjunktura plátek, již ironicky hlavošlavo Ma Pa. (...) Jeno je, že vzhled ženy nepochybně se lety po politických oporách svých zájmů a křídla se odlišuje od moderní plátek „demonstrativní“ (Ma Pa) od plátek „demonstrativní“ a zaplavený v několika dnech vlny Prahy. Na křídla se publikují, opatřují na si vyvolání kráse, uctíváního mužství v cípu v jedné a sklenice lampášů v druhé ruce, vlnou se ke grafickému bez vad a křídla, ale tato vzhledy anglickým křídlem a smekáním. Žena se do hru jeví jen jako křídla a cen odlišností (...)“³

Ženy však převládaly město nejen fyzicky a obecně, ale také intelektuálně a kreativně. Ubraní postavit se město jak přítomnosti stále stěhovaly žen na veřejných prostranstvích a ženských podobami na náměstích, plakátech, plakátech, uměleckých vzhledů, v hospodách i na nejmenších posádkách, tak – ačkoli v daleko menší míře – samostatný produkty žen (lákání, módní, noviny a časopisy) články čtenými v kavárnách, uměleckými daly v galeriích,

³ Ma Pa, *Prohászka*, in: *Žena a moderní*, ed. J. Novák, Věra a Jan Novák Praha 1997, s. 56.

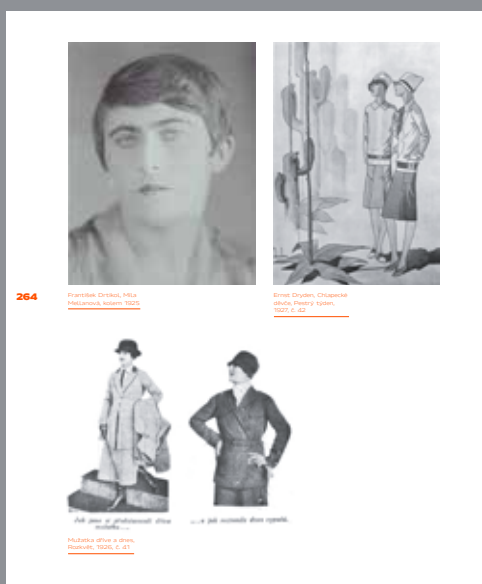
Modernizácia a civilizácia v kontextoch

Martina Pachmanová je autorkou niekoľkých zásadných monografií, ktoré výraznou mierou prispeli k reflexii otázk v oblasti dejín umenia a kurátorstva, a postava modernej a civilizovanej ženy sa stala dlhotrvajúcim záujmom jej bádateľskej práce: „V súvislosti s inými výskumnými projektmi, ktoré ústili do autorských monografií, alebo s čiastkovými štúdiami publikovanými v kolektívnych monografiách som sa tejto – čiastočne fiktívnej a mytologizovanej a čiastočne reálnej a žitej – postave v minulosti mnohokrát venovala, aby som znovuobjavovala jej nové podoby a prekvapivé súvislosti.“ (s. 13) Tento paradox a mnoho ďalších, ktoré autorka postupne v jednotlivých kapitolách monografie odкрýva, naznačuje nejednoznačnosť a komplikovanosť civilizovanej a modernej ženy (v modifikovanej podobe súbežne v Európe ako „Neue Frau“, „la femme nouvelle“, „modern woman“). Hoci prívlastok civilizovaná môžeme považovať za špecifikum českého prostredia, symbol novozaloženého štátu, ktorého modernosť a demokratickosť mala reprezentovať dovnútra i vonok, vo všeobecnosti však vyjadruje modernistické hodnoty, ako sú pokrokovosť, racionalitu, poriadok, ktorými sa mala nová éra odlišiť od všetkého necivilizovaného, nekultivovaného

a prírodného. Pachmanová je pri názve publikácie konzistentná. Hoci odkazuje na výstavu a publikáciu *Civilizovaná žena: Jak se má kultivovaná žena oblékati / Zivilisierte Frau: Wie sich eine kultivierte Frau ankleiden soll* a s ňou súvisiaci notoricky známy ikonografický motív muža strihajúceho ženský vrkoč³ (v grafickom spracovaní od Zdeňka Rossmanna), grafická úprava vonkajšej obálky naň tautologicky nenadväzuje. Étos novej éry symbolizuje telo mladej, zdatnej, pružnej, svižnej, aktívnej a odvážnej ženy (tanečnice zo školy Milče Mayerovej).

Jadro obsahu publikácie, na ktorej spolupracovali literárna historička Libuše Heczková a filmová teoretička Kateřina Svatoňová, tvorí šesť kapitol (Žena exponovaná a žena ako exponát, Res Publika: Veřejná žena, Štyri stěny: Domestikovaná žena, (P)odívání: Módní a konzumní žena, Tělo-cvik: Športovní a zdravá žena, Rychlost a technologie: Mašinizovaná žena) zoradených do tematických okruhov, ako sú odievanie, domácnosť, šport, technika, práca. Tie zohľadňujú procesy premeny poslania a podôb ženy, ako boli zhmotnené v dobovej vizuálnej kultúre či publicistike a mali vplyv nielen na život žien, ale pomáhali šíriť predstavu civilizovanej ženy rôznymi smermi spoločnosti. Hoci je kniha potešujúcim dobrodružstvom odkrývajúcim nové

- Kodajová, Daniela: Živena – spolok slovenských žien. In: Dudeková, Gabriela a kol.: *Na ceste k modernej žene*. Bratislava: Veda, 2011, s. 228. Kodajová, Daniela a kol.: *Živena. 150 rokov spolku slovenských žien*. Bratislava: Slovart, 2019.
- V roku 1895 sa počas Národopisnej výstavy v Prahe slovenské výšivkárky prezentovali aj na medzinárodnej úrovni. Tamtiež, s. 228.
- Ikonografický motív strihania ženského vrkoča si privlastnili aj ideológovia socialistickej emancipačnej koncepcie päťdesiatych rokov 20. storočia, ktorý sa objavil vo filme Jána Kadára *Katka*. Viac Oravcová, Jana: *Mocné ženy alebo ženy moci? Vizuálna kultúra, reprezentácia, ideológia*. Bratislava: Csý, 2014.



a nové vrstvy prerozu prvorepublikovej ženy, svojím rozsahom 486 strán je z hľadiska času exkluzívnym čítaním. Každá kapitola totiž obsahuje niekoľko podkapitol a profile rôznych osobností (žien a mužov) z oblastí spoločenského života, na ktorých spolupracoval aj kolektív prizvaných autorov. Treba prelúskat' aj bohatý poznámkový aparát, praktickou súčasťou je menný register, zoznam vyobrazení a *summary*. Predchádza im časť venovaná súčasnej umelkyni Milene Dopitovej a jej dielam rezonujúcim s témami tejto publikácie. Grafickú podobu vytvoril kolektív dizajnérov – Barbora Toman Tylová, Tibor Vizi a Toman Design.

Pachmanová svoje kritické analýzy vyvodzuje z dobovej publicistiky, dokladá ich prostredníctvom súdobej zahraničnej literatúry a z nich vychádzajúcich teoretických východísk. Význam autenticity jazyka, písaného či hovoreného (zvukového) slova sú pre oblasť vizuálnej kultúry, ktorá je ťažiskom knihy, rovnako zásadné ako dobové vyobrazenia. Práve vizuálna kultúra je vhodnou metódou, ktorá prostredníctvom teoretických nástrojov pomáha dešifrovať ikonografické a ideologické špecifiká, resp. rozoznať, čo sa nám ukazuje, ale aj to, čo zostáva skryté, neviditeľné. Autorke sa podarilo zhromaždiť rozmanitú bázu vizuálneho materiálu, okrem „vysokého

umenia“ sú to obrazy širokej škály masových a reprodukčných médií, fotografia, reklama, film, karikatúra či humoristická kresba, na ktorých základe mohla rozkrývať vzťah medzi obrazmi/ikonografiou a ideológiou.

Premena vo vonkajších atribútoch

Ako zo vzťahu dobovej publicistiky a mediálnych obrazov vyplýva, vizuálne obrazy nie sú len ilustračnou záležitosťou, ale rovnocenným materiálom. Možno z nich vyvodit' ich vlastnú podstatu inštrumentality, ktorá spoluutvárala podobu modernej/civilizovanej ženy. Ide o tie spoločenské a kultúrne aspekty, ktoré priťahujú pohľad, odhaľujú spôsoby, ako sa dívame a ako vytvárame a používame veci vo vizuálnej sfére a každodennom živote, do čoho veľmi dobre zapadá koncept divania sa alebo diváctva. Kapitola Žena exponovaná a žena ako exponát je vystavaná na pôdoryse dvoch brnianskych výstav – *Výstava modernej ženy* (1929) a *Civilizovaná žena* (1929/1930), na ktorých figurovala žena v expozíciách ako téma, autorka, diváčka a konzumentka. Výstavy ju reprezentovali v duchu ambivalencie ideálu modernej ženy ako ženy činu, ktorá vidí a vníma svet, ale aj ako „spektakl“ „spojený s predstavou, ako by mala vyzerat'“. (s. 25) Organizátorkám prvej výstavy na čele s profesorkou mestských ústavov

učiteľských v brnianskej Vesne Růžnou Schützovou išlo hlavne o popularizáciu exponátov zameraných na vzdelávanie, verejný život a prácu, sociálnu a zdravotnú starostlivosť o ženy a deti, domácnosť a módu a ich zavedenie do praxe a obracala sa k širokým vrstvám s cieľom preklenúť sociálne, etnické ekonomické rozdiely medzi česko-slovenskými ženami. Druhá výstava *Civilizovaná žena*, ktorú organizovala textilná výtvarníčka Božena Horneková s interiérovým a nábytkovým dizajnérom Zdeňkom Rossmannom, vychádzala z avantgardných predstáv o modernizácii a racionalizácii života žien. Koncept emancipovanej ženy, ktorý sa obaja protagonisti pokúsili presadzovať, reprezentoval ženské ošatenie založené na nohaviciach a vychádzal z princípov demokratizácie a androgynizácie ženského odevu. Ako sa ukázalo, zlyhal nielen preto, že bol vo svojej podstate normatívny, ale nedokázal byť dôsledný ani vo svojom egalitárskom presvedčení a napriek proklamovanému stieraniu triednych rozdielov zostal tento civilizovaný odev spätý s ekonomicky privilegovanými, vzdelanými a mladými. (s. 64) Obe výstavy, ktoré sa venovali rozmanitým potrebám modernej ženy, tak naznačili istú tematickú líniu konštruovania príbehu civilizovanej ženy, ktorá bola autorkou i výtvorom svojej doby, „nemysliteľná bez vonkajších atribútov,



Ilustrácie časopisu, včetně *Dulmin* a *svět*, který redigoval malíř a publicista Zdeněk Byla, hojně publikovaly snímky radostných cvičení, sportovních a tančnic, i když silná kultura byla propagována na ochotných vystupících a „Jo“ a zároveň ženám těla se odhaloval jak mezi lékaři, psychology a filmaři, tak v populární kultuře. Například filmové časopisy nabídky své čtenářky k pěti minutě roční a v té době patřily ke velmi vzácným ilustracím hereček. Židé tělesnou výchovu a fyzickou vytrvalost museli být přednostem před jedním kadeřem. Časť koutů a deset prostovceřích radostí obchodu těla a právnost svalstva. (...) Slibové ženy je ve filmu příkladem. Očera vždy ažadně opticky zvořité linie i tvary. Zlatě obalených, bělostných partií těla. Přímou varnou při stáží kinoherečky činnosti glori. Přitíhí rukou i rukou povýšeno v sílu tu digne.“ Vytvářené tělo, znečisteno a fyzickým a psychickým oděvem, postulovalo ženě zbečednosti, přinášelo do té doby nepoznané zážitky a souzruče s dobovým dítarzem na vytrvalost optimo a fyzickosti principy. Nová žena s novým tělem, které byla naturalizované i regulované, se tak v ženském protitěle – podobné jako v současném Německu a Rakousku – stala součástí jakéhosi hospodského stupně: „rozvířované na bodovost oděvu a zvořitostného sídla. Kde židovské tělo byl naruš. jednorázově spojen s každou mládí symbolizoval odvahu, kout a energii mládí rovněž.“

Tělocvok, hra, sport a turistika byly jednou ze základů meziválečné kultury a staly se součástí vzdělávání dětí, odpočinku a divoké od mateřských školky po školy vysoké. Proměňovaly vztah k životu a k práci. Ženy je ženská výstavba právě tak zotročena houbou a židovským jako muži. Ani reprodukce a matka, jak se jí sly dále vyvíjející, jak tělo digne. Těpe kouty pons kulturu tělocviku, počinání pohybu v přírodě na světě a v číste vnučbu, vůči, jak mnoho státní dítina svého alaci. (...) Dnes je již rozšířeno předsvědění, že estetika gymnastika a fitness pohybu jsou pro tělo nutnosti. (...) Historická gymnastika má však pro ženy ještě tu výhodu, že dodává tělu pružnosti, ladných lorum, graciálních pohybů. (...) Plavčí pohyby přinášejí novou energii, důležitý orgán, jako srdce, plíce, žaludek, zaručená soustava se močí. Od sportu vznikne se úplné znečištění ke svému desiatmu znečištění.“



Ráz - dva - tři - chloupků zbavena!

! kdyby bylo času sebe více poskrovnu, může ještě krátce před koupáním, před sportem, hrou nebo tancem každá žena v rychlosti zkrátit svůj vzhled krémem „Dulmin“ na odstranění chloupků. Na ráz, dva, tři zbavuje Dulmin důkladně všech obtížných a zbytečných chloupků na nohou, na rukou, v podpaží, obličejí a na líci.

DULMIN

Krém k odstranění chloupků

Dulmin, krém k odstranění chloupků. Husácký ilustrovaný přehled, 1922, 1. 28

pretože práve vďaka nim dokázala zrozumiteľne komunikovať svoju identitu a stať sa súčasťou verejného priestoru“. (s. 58) Napriek dôrazu na duchovnú a intelektuálnu podstatu bola moderná žena naďalej spájaná s vonkajšími atribútmi a tým, ako vyzerá, ako sa pohybuje, ako je videná, ako sa javí. Deliaci čiara medzi verejnou angažovanosťou a vystavovaním sa na obdiv postupne strácala kontúry, identitu novej ženy určoval exteriér, cez ktorý ju okolie posudzovalo, motivovalo zdokonaľovať sa a civilizovať samu seba. Akokoľvek tvorcovia výstavy *Civilizovaná žena* deklarovali uniformovanými nohavico-vými modelmi kultivovanosť a pokrok (znaky mužskej domény), pootvorili mnohovrstevnú tému vzhľadu („*appearance*“) modernej ženy, ktorá sa vinie naprieč kapitolami publikácie. Spolu s reformou tela, vzhľadu a telesných proporcií, ktoré súviseli so zdravým životným štýlom, kultom dokonalosti, mladosti a krásy a produktmi kozmetiky, fyzickou a duševnou harmóniou to bola odevná kultúra, ktorá prenikala na mnohých úrovniach do takmer všetkých rolí modernej ženy. Môžeme ju chápať nielen ako štýlový a estetický fenomén, ale aj formatívny a konštitutívny. Význam odievania pre vizuálnu kultúru a ženskú otázku potvrdzuje široká škála pramenných vizuálnych materiálov, ako sú časopisecké periodiká, fotografia, kresba, film, ktoré

súviseli s expanziou ženy do verejných sfér, racionalizáciou domácej sféry, technickými výtvarnými a predovšetkým narušením spoločenskej konvencie a genderovej polarizácie. Zároveň so sebou prinášali kolíziu medzi tradičným a moderným svetom. Vstupom do verejného priestoru sa žena novovzniknutého československého štátu stáva nielen konzumentkou, flanérkou, ale aj pravidelnou návštevníčkou kaviarní a kín. Pobyt v kaviarni predstavoval pre ženu ideálne miesto zoznámiť sa s mužmi, rovnako s novými trendmi v obliekaní, a to nielen listovaním v módných časopisoch, ale aj cez prítomných hostí. „Rastúca obľuba fiktívneho sveta filmu ruka v ruke s rozvojom tlačných masových médií a reprodukovaneho obrazu so sebou nevyhnutne prinášali mnoho nových javov vrátane zviditeľňovania osobného života slávnych“ (s. 138) a s ním súvisiaci kult krásy a mladosti posilnený kozmetickým priemyslom. Vzťah ženských časopisov, filmu a módy je jedným z príkladov vizuálnych praktík, ktoré stimulovali ženu modernizovať sa prostredníctvom módných noviniek či priblížiť sa filmovým hviezdám. To, ako sa moderná žena javila, resp. vyjadrovala samu seba, spočívalo na jej oblečení, účese, ale aj tele, pretože prostredníctvom odevu a modifikovaného tela sa reflektoval nielen sociálny status a ideál ženskej emancipácie.

Jana Oravcová je historička umenia, kurátorka. Pracuje v Slovenskom centre dizajnu ako šéfredaktorka časopisu *Designum*. Venuje sa súčasnému umeniu a vizuálnej kultúre.

Písma čísla



Text redakcia

Časopis *Designum* už niekoľko ročníkov poskytuje priestor na prezentáciu nových písiem, ktoré vznikli za posledné obdobie na Slovensku. Naším zámerom je písma nielen prezentovať, ale prostredníctvom využitia v nadpisoch jednotlivých príspevkov ich aplikovanie aj sprostredkovať v praxi. V tomto ročníku pokračujeme v prezentácii študentských písiem, ktoré vznikli na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave v Ateliéri Typo pod pedagogickým vedením Pala Bálika a Michala Tornaia. Hoci mnohé z nich boli podporené výučbou v spoločnom ateliéri, ich rozmanitosť je výsledkom individuálnych prístupov v tematickom a technickom stvárnení. V tomto čísle je v nadpisoch použité písmo Forever od Ester Mládenkovej.





Ester Mládenková

Forever

Základným a charakteristickým prvkom rodiny experimentálneho variabilného písma Forever je segment, z ktorého je každý znak „pixlovo“ vyskladaný. Zmenou tvaru segmentu sa mení aj celkový vizuálny charakter písma.

Písmo vzniklo v štyroch sériách. Odlišujú sa od seba rôznym zahustením počtu segmentov v znaku a ich uložením. Takýto prístup ponúka veľký počet variácií, v prípade písma Forever je výsledok redukovaný na desať rôznych štýlov v jednej sérii. Využitím technológie variabilného písma je možná plynulá premena medzi jednotlivými štýlmi, vznikajú tak ďalšie nečakané medzistupne.

Rodina písma Forever vznikla v ateliéri Typo na Katedre vizuálnej komunikácie Vysokej školy výtvarných umení v zimnom semestri 2022 a bola odprezentovaná formou piatich „flipbookov“, ktoré slúžia zároveň ako písomné vzorkovnice. V každej vzorkovnici otáčaním strán vzniká plynulá sekvencia 201 rôznych podob písma – analógová verzia digitálneho variabilného písma.



Matúš Buranovský: I Design Because I Love It

Author Zuzana Uhalová

Matúš Buranovský (1991) is a two-time laureate of the Slovak Design Award 2022 – Communication Design; he comes from Prešov and has been working in Prague for twelve years. Buranovský is a team player; he cooperates with the non-standard design store, Qubus Design Studio, which presents contemporary Czech design; he is also a part of the Finkner.me graphic studio. Buranovský began his studies in 2011 in the field of industrial design at the Faculty of Architecture of Czech Technical University in Prague; later, he switched to the field of graphic design, and in 2019, he finished his studies at the Petr Babák Studio of Graphic Design and New Media at the Prague School of Industry and Technology. In the Slovak Design Award 2022 – Communication Design, he received two awards: in the Space category for the graphic design of the Qubus Design Studio QBECEDA exhibition stand at the Designblok 2021 festival; in the Poster Campaign category for the Architecture and Design Days 2021 festival in Bratislava.

You have a wide range of projects on your account. From campaigns to spatial installations to publications. What type of projects do you prefer?

↓

Before studying at the University of Art and Industry, I studied product design at the Faculty of Architecture of the Czech Technical University. So I am naturally inclined towards spatial things; I feel like I'm in my element with them. I also love working with printed materials, especially when it comes to the use of direct colors. I enjoy modifying the individual color channels and the huge tension I experience before I get the finished print in my hands. It confirms to me again that it always looks better in print than on the screen.

I like to work on the most complex project possible, verifying whether my invented principle works on all outputs. Best if there are as many as possible to show the variability. And my biggest artistic passion is to stylize letterings. If I can express the point of the whole within a single inscription. Selection and subsequent modification of the font. Kind of like Netflix movie previews. Each one has its name in a different style which is supposed to describe its atmosphere. I really enjoy working with typography. Its deformation and search for borderline shapes of letters.

Ateliér Rabada: The 21st-century Blue Print

Author Livia Rášová

Matej Rabada (1990) is a textile designer. He completed his studies at the Textile Design Studio in the Department of Textile Design at the Academy of Fine Arts in Bratislava (2009 – 2015). Veronika Rabadová (1992) is a clothing designer; she completed her bachelor's studies at the Department of Textile Design, Studio of Textile Design in Space (2011 – 2015) and completed her master's studies at the Studio of Textile Restoration at the Department of Restoration of the University of Fine Arts in Bratislava (2015 – 2017). While still a student, Matej founded his own blueprinting workshop in the village of Párnica in Orava. He and Veronika operate under the Ateliér Rabada brand there. They create original blueprint textiles with an abstract aesthetic as well as clothing collections with minimalistic and timeless cuts.

Are the process and technology of blueprint production rather limiting, or do you discover new possibilities in them even after years of working?

↓

Those limits are mainly determined by the perception of technology. For us, the point of the blueprint is the historical story of the production process, which we continue to

preserve. We are trying to liberate the aesthetics of the blueprint. It will always stay blue somehow; we won't change that. But there is much room for experimentation. We can take many options and approaches while still keeping the story of the traditional craft alive, just in a different form than the general public knows of or imagines. However, that's our added value because we want to create for today and adapt the blueprint to how we imagine it looks in the 21st century.

Your studio is located in Párnica, Orava. How is working there, and how do you approach the division of labor?

↓

When I began, I was dying in the basement of an apartment building and washing fabrics in the bathroom of a rented apartment. Building a studio in Párnica was a huge leap forward. Today, it already presents limits that slow down production to a certain extent and rather affect the quality of the produced blueprint. Vera is dedicated to designing and sewing while using spoiled yardage, for example, modeling cuts and preparing product prototypes. On the other hand, I pursue designing patterns, printing, and dyeing yardage.

THIS IS LOCCO No Boring Industry Exists

Author Gabriela Ondříšáková

THIS IS LOCCO is a Slovak crossline advertising agency founded in 2012. In the ten years of its existence, it has won dozens of important clients from various fields and several successful campaigns crowned with significant marketing and advertising awards. It submitted its works to the Slovak Design Award 2022 – Communication Design for the first time and received two nominations. The creative director, Juraj Kováč (1986), told us about its journey, work, clients, campaigns, and statement.

At the exhibition of the Slovak Design Award 2022 – Communication Design, we could see several of your projects. The nomination in the Campaign



category went to Bejby Blue – Show Your Digital Persona for Tatra banka. Bejby Blue’s digital persona is still active on social networks. How did you come up with this idea?

↓
Bejby Blue has been active for the fourth year, and the concept works well. Last year we had an increase in market share, we jumped to 20%. Here you can see that a good concept can work very well. Bejby Blue emerged because, at the end of 2019, we received a tender assignment from Tatra banka for a student campaign. First, we discovered that Tatra banka is an innovative digital leader in the banking world. They won the title of the digital bank of the year and presented their new digital banking concept — we reflected on that. We thought about strengthening their digital DNA and getting it to students. Meanwhile, the first digital influencers — 100% fictional digital personas — started appearing worldwide. No one has dared to follow this trend in our latitudes, and who else should do it if not Tatra banka? At the same time, it also has great relevance in culture; for example, the Tatra Banka Art Award is always one of the highlights of Slovak culture. So it was only natural to make that crossover and create a digital persona with an artistic flair. We went into the dominant youth culture: now it’s hip-hop, rap, and street culture, so we started building it around that. And I must say that it worked out very well. We won awards from the marketing world, and sales confirmed their position as a leader in digital banking. It is such a stand-out campaign — young people spontaneously recognize it. Last year it exceeded all measured values, which is great.

A Well-Disguised Finale

Author Robert Pařo

The Poster Triennial Trnava (TPT) is/was our largest international event focused on poster design and related graphic design and visual communication industries. The triennial was created shortly after the Velvet Revolution at the initiative of an agile generation of designers and poster creators. It was connected to the Ján Koniarok Gallery in Trnava (GJK), which still has his organization in its charter today. During its existence, many international friendships and cooperations were established between graphic artists and professional or educational institutions. It provided an opportunity to get to know each other personally and develop connections and friendships. It became a platform for the international confrontation of thoughts and ideas. Thanks to the passion of one of the founders and long-term chairman of the event, Jozef Doka Jr., and many active individuals, it gradually became one of the most renowned events with a similar theme in the world. Trnava and Slovakia got on the world map of graphic design and a poster. With its activities, the event attracted many experts and personalities to Slovakia, built its reputation, and ignited the interest of the professional public all over the world. After years of various complications with the management of GJK and the Trnava Self-Governing Region, we were looking forward to the return of the old director Vladimír Beskid to GJK in Trnava. We believed that he would understand the importance and value of this event and build on a positive trend. We thought he could improve the conditions for the continuous work of the organizers and the maintenance of international relations and connections even outside the current competition year. However, the last, eleventh year of the triennial necessarily had to give interested visitors the impression of provincialism, decay, and the persistent feeling that such a botched event had just reached its finale.

The gallery fulfilled the mandatory: It checked almost all the boxes in the project preparation, and the number of registered posters and authors looked great on paper. Numbers inspired many catchphrases and shallow ideas which, like a veil, cover the bleak reality. GJK’s director rejected the offer to deliver the event on a turnkey basis, and he took over all the competencies related to preparing the triennial himself and the gallery. He did not even use its annual postponement due to the global pandemic. The triennial’s organization was a complete disaster, resulting in a poor quality and unprofessional experience for the public, jurors, and participants.

Virtual Reality in The Design Process

Author Žofia Babčanová

Technology and digitization have significantly impacted the creative and design industry over the past twenty years. A fundamental technological breakthrough occurred in 2016 when Google introduced the Tilt Brush virtual drawing project. Until then, drawing and painting were understood as exclusively two-dimensional media; with the advent of virtual drawing, authors could express their ideas using sketches in a three-dimensional space. The idea of 3D drawing is not new: Prominent personalities of the 20th century also worked with it; for example, Pablo Picasso, with the help of photographer Gjon Mili, was already creating impressive light drawings — luminographies — in 1949. For decades, artists and designers have dreamed of a way to translate their spatial ideas into a three-dimensional sketch. By the traditional concept of a sketch, we understand a quick capture of an idea using a two-dimensional medium. Such a sketch is intuitive and expressive but does not give a complete idea of the shape; therefore, the author must draw his concept from several angles so that the recipient can decode it. Virtual drawing brings a new way of communication in which the author

presents an idea expressively in space, and the observer can grasp it from any angle and perspective. This article aims to help designers and creatives navigate the array of virtual tools. The text provides an overview of six of the most intuitive and developed software that make communication with clients and colleagues much easier for designers. Traditional design tools such as 2D drawings and computer-aided design (CAD) have limitations when it comes to visualizing and testing designs in the real world. Classic tools provide a flat representation of designs and often require physical prototyping, testing, and design refinement. Virtual reality tools were created to address these limitations and provide designers with a more immersive and intuitive way to create, visualize, and test designs. Using virtual reality platforms, designers can create 3D models and simulations in a virtual environment that closely resembles the real world. They can interact with the design using natural gestures such as grasping and manipulating objects, providing a more intuitive and realistic design experience.

On the Possibilities of Design Archaeology

Author Robin R. Mudry

In what way (if at all) can the archeology method be transferred to design? And why is the Archeology of Design exhibition at the Benešov Museum of Art and Design (MUD) an extraordinary example of such effort?

“Many items from MUD’s design collection are suitable for archaeological research,” we read in one part of the exhibition held at the Benešov Museum of Art and Design (November 16, 2022 – February 26, 2023). To show that such a statement was not meant only metaphorically but understood as an opportunity to reorganize the institution’s design collection and, simultaneously, as a challenge encouraging visitors



and professional audiences to approach the world in question more archaeologically is one of the aims of this review. Furthermore, it wants to reflect this effort's exceptional implication for exhibiting design and perhaps the same discourse about the things surrounding us. Curator Kryštof Hejný arrived at the title in two theoretically sound ways. First, it follows Michel Foucault's paradigmatic work, *Archeology of Knowledge*, which has always been the archeology of the social sciences understood as a practice with words and things. Such an approach is then complemented and stimulated by Michael Shanks's understanding of design history as analogous to the work of an archaeologist and a continuation of those remarks on the archeology of design that Beatriz Colomina and Mark Wigley began to write at the Third Istanbul Design Biennale in 2016. However, the curatorial concept could only be a foundation of a collective output in which Hejný, together with the exhibition architects Henrich Traugott and Adam Trefil, paid attention to every detail; and with the graphic designer Ľubica Segečová, turned the text into a truly revealing parergon, and its result was an archaeological experiment that must be taken seriously.

Since no archeology can function solely based on an individual find or object, here, too, the detailed description of the exhibited objects was abandoned not only because they would not stand out in any way by themselves but rather because they only make sense in the constellations of their display, in relational networks or in those landscapes (*Gegenden*) that Heidegger speaks of when he describes the spatiality (*Räumlichkeit*) of any things (*Zeugs*). In their curatorial-conceptual grasp, objects were found not least by what individual visitors — subsequent (co-)archaeologists of design — did with them.

Toe the Line Miroslav Cipár

(January 8, 1935 – November 8, 2021)

Author Adrián Kobetič

Writing about a major figure in any field can be rather risky for anyone attempting it. If he wants to approach the personality sufficiently comprehensively, he should not leave out anything important so that he owes it nothing. The responsibility grows even more with such an exceptional author as Miroslav Cipár. In the title of one of the exhibitions, Lubomír Longauer called him a universal creator, which he is right about. The Slovak graphic artist, illustrator, painter, sculptor, and medalist Miroslav Cipár belongs to the most versatile and, in many ways, the most active artists of the past six decades. In 2022, on the occasion of the Slovak Design Award, the Slovak Design Center awarded him the Award for Long-Term Cultural Contribution in the design field, further confirming his work's importance. This was not the first award for the quality of Cipár's work. The calculation of domestic and international awards would represent a long list, including, among others, the Ľudovít Fulla Award and 1st Class Ľudovít Štúr Order. Despite the accolades, our commitment to him is not yet settled. The presented text tries to at least partially repay this debt. The contribution is (admitting cliché) just a small look back at a great human. It does not set itself the ambition to capture all of his work; even a book would not be enough, and several have already been written about him. The text will try to explain what Miroslav Cipár was like and why it is important to talk about his significance.

A complex family situation and an open-minded democratic upbringing shaped Miroslav Cipár's personal and political attitudes. It determined his firm belief in freedom and resistance to any totalitarian regime for the rest of his life. The numerous foreign study and work trips he took, especially in the sixties and seventies, to Western countries and the countries of the Far East

certainly contributed to the development of his socially critical views.

Cipár's unyielding worldview was demonstrated even at the end of totality when he played a significant role in forming the Public Against Violence (VPN). It was in his studio that on November 19, 1989, a group of artists supporting efforts for social change met and wrote the first revolutionary statement. Miroslav Cipár became one of the important personalities of November 89, and shortly after the regime's fall, he worked in the VPN's coordination center.

The Goal is Clear. The Pilgrim is Persistent Anton Cepka

(January 17, 1936 –
December 26, 2022)

Author Viera Kleinová

We lost the jeweler, sculptor, and teacher Anton Cepka at the end of December 2022, just a few days before his birthday. In the following text, we will remember him through the reflections of Karl Schollmayer, the author of one of the key publications on the new, reformed jewelry in the European environment; Petr Skubica, a renowned Austrian jeweler and visual artist; and Ágnes Schrammová, the former curator of the Slovak National Gallery in Bratislava. We will also return to Anton Cepka's last exhibition *Kinetic Jewellery* (2016).

The concept of the *Kinetic Jewellery* exhibition in the Slovak National Gallery in Bratislava was assumed to give adequate space to all forms of Anton Cepka's work: jewelry, object, and realizations for architecture. It was then that we realized that his jewels, however, he did not have many of them in his archive, are mostly situated in the safety of institutional and private collections. Although the map of their occurrence covers almost the entire



world, we can read and share it to a large extent. However, the objects, sculptures, and lighting solutions he designed for architecture in Slovakia are unavailable. And as we have seen in several examples, they are not even safe. Most of his works for architecture were related to the normalization period of the seventies and eighties, with the famous machinery of the state-controlled so-called “four percent” art. The cultural policy of socialist Czechoslovakia ordered the inclusion of visual arts in all public buildings and every public space. However, bringing art to everyone ultimately did not prove to be a very successful project – only the kind of “invisibility” associated with public art changed. Many works disappeared as if involuntarily, and their artistic quality is almost no argument for the “competent.” Cepka’s realizations are no exception – only four of the twelve works he realized outdoors exist. That is to say that we recorded such a status on our 2016 visit to them. Nine of more than twenty interior sculptural and design works have been demonstrably preserved. Cepka’s art and the strong humanist ethos of his works would certainly deserve eminent interest in them. To avoid having nothing to pass on to the next generation.

92XXX22 MIROSLAV DEBNÁR

Interior stories, interiors with a story

Author Tibor Uhrín

The book about Miroslav Debnár’s design work, with its title 92 XXX 22, already indicates a certain temporal and qualitative continuity of his work, and it can be said that playfulness and the ability to creatively maneuver in space in all directions are encoded in it. Debnár already used this brand or code, which graphically works both horizontally and vertically, for his fiftieth-anniversary exhibition (92 XX 12). He thus prepared the possibility of using this “formula” for every decade ending in two... Even though I know Miro Debnár and have followed almost his entire professional career since he graduated from design studies at

the University of Fine Arts, where he went on as an assistant, it is interesting and also exciting to me to see his work summarized in this book. The publication is creatively composed, and the information is layered on several levels. First of all, it provides rich pictorial documentation of the entire work consisting largely of the custom design of interiors and realizations. Miroslav Debnár approaches every assignment equally honestly and responsibly, and what is interesting nowadays, he works with traditional, from today’s point of view, even romantic methods. He draws and creates on the drawing board and then proceeds to produce a three-dimensional model in the workshop. The book mainly maps two stages of design work, which ran in parallel for a certain time in the nineties and in the first decade of the millennium. I also know the first one, a furniture-solitary one, from our joint exhibitions in his native Lučenec, in the D-furniture space he designed, and also from exhibitions organized by the Slovak Design Center as part of the Furniture and Living Fair in Nitra, called the Design Forum. We were both influenced by postmodernism in design, but both in completely different ways. Both of us did not want to go into industrial production but enjoyed the more creative and free creation of solitaires, mostly with full authorial control during their realization. I felt that for Miro Debnár, creating furniture was more of an innovative training, a game, and a need to make something out of a material that he could control more. His attention gradually focused more and more on architecture and the creation of private interiors, which only began to develop in those days as a certain “gentleman’s antics.” Today, his domain is interior design.

Civilized Woman’s Ideals and Paradoxes

Author Jana Oravcová

In 2021, the publishing house of the Academy of Arts, Architecture, and Design in Prague published the publication *Civilized Woman: Ideal and Paradox of Visual Culture of the First Czechoslovak Republic*.

Its author, Martina Pachmanová, managed to include the theme of women’s emancipation in it – one of the key themes of the new Czechoslovak state. There is no doubt that an independent, working, productive woman, taking care of the household, as well as her own appearance and physical and mental development, became not only a significant figure depicted in the culture, art, and mass media of the interwar period: She was supposed to fulfill the idea of modernity and progress of the established state. Although the depiction of the new/civilized woman represented her diverse forms and mission across the territory of Czechoslovakia at the time, the publication’s author primarily focuses on representations of the First Republic woman concerning Czech visual culture. The publication’s core content, on which literary historian Libuše Heczková and film theorist Kateřina Svatoňová collaborated, consists of six chapters (Woman Exposed and Woman as an Exhibit, Res Publica: Public Woman, Four Walls: Domesticated Woman, (Over)Look: Fashion and Consumer Woman, Body-exercise: Sporty and healthy woman, Speed and technology: Mechanized woman) arranged in thematic areas such as clothing, household, sports, technology, work. These take into account the transformation processes of the mission and appearance of a woman, as they were materialized in contemporary visual culture or journalism and had an impact not only on women’s lives but also helped to spread the idea of a civilized woman in various societal directions. Although the book is a gratifying adventure revealing new and new layers of the rebirth of the First Republic woman, its 486 pages make it an exclusive read from the point of view of time. Each chapter contains several sub-chapters and profiles of different personalities (women and men) from the areas of social life on which the collective of invited authors collaborated. It is also necessary to look through the rich textual apparatus; a practical part is a register, list of images, and summary. They are preceded by a section dedicated to contemporary artist Milena Dopitová and her works resonating with this publication’s themes. Its graphic design was created by a team of designers: Barbora Toman Tylová, Tibor Vizi, and Toman Design.

Typefaces of the Issue

Designum magazine has been providing space for the presentation of new typefaces that have been created recently in Slovakia for several years now. Our intention is not only to present typefaces but also to convey their application in practice by using them in the headings of individual contributions. This year, we continue the presentation of student typefaces created at the Bratislava Academy of Fine Arts and Design, Typolab Studio, under the pedagogical tutelage of Michal Tornyai and Palo Bálík. Although many of them were supported by teaching in a common studio, their diversity results from individual approaches in thematic and technical rendering. In this issue, the typeface Forever by Ester Mládenková is used in the headings.

Veľký prieskum medzi milionármi: Pohybov na trhu sa neboja, využívajú ich

Milionári aj napriek turbulenciám na trhoch veria z dlhodobého hľadiska najmä akciovým investíciám. Vyplynulo to z aktuálneho prieskumu medzi dolárovými milionármi na Slovensku a v Česku J&T BANKA WEALTH REPORT. Milionári svoje investičné portfólio napriek poklesom nerozpredávajú, práve naopak, dokupujú aktíva, pretože veria v ich budúce zhodnotenie. Dôležitejší než časovanie trhu je pre nich výber akcií, do ktorých budú investovať.

J&T

„Svedčí to o finančnej vyspelosti milionárov, keď štyria z piatich v našom exkluzívnom prieskume deklarovali, že napriek aktuálnej vysokej inflácii svoj spôsob investovania nezmenili a uvedomujú si, že z dlhodobého hľadiska ich investičné portfólio infláciu prekoná, aj keď počas najbližšej doby môže za ňou zaostávať,“ vysvetľuje riaditeľka J&T BANKY na Slovensku Anna Macaláková.

Akcie, nehnuteľnosti a private equity

Za najzaujímavejšie investície z hľadiska potenciálneho zhodnotenia označili milionári už tretí rok po sebe investície do akcií (38 %). Za nimi nasledujú investície do stavebných pozemkov (28 %) a rezidenčných nehnuteľností (23 %). Milionári si totiž uvedomujú, že ponuka týchto nehnuteľností je veľmi limitovaná, čo bude mať aj v budúcnosti vplyv na rast ich cien, a tieto investície vnímajú aj ako zaistenie proti vysokej inflácii. Dvadsaťdva percent milionárov si myslí, že v najbližšom čase prinesú atraktívne zhodnotenie aj investície do private equity. Naproti tomu, najväčší ústup dôvery zaznamenali kryptomeny, ktorým z hľadiska budúceho zhodnotenia neverí až 46 % bohatých.

Majetok bude rásť, aj keď pomalšie

Súčasnú vysokú infláciu spolu s energetickou krízou a vojnou na Ukrajine vnímajú ako faktory, ktoré najviac vplyvajú na tvorbu a udržanie ich bohatstva. V porovnaní s posledným prieskumom, keď dve tretiny dolárových milionárov uviedli, že ich majetok za posledných 12 mesiacov narástol, v aktuálnom prieskume túto možnosť označila len tretina bohatých. Pozitívne však je, že takmer 40 percent slovenských milionárov očakáva, že hodnota ich majetku v roku 2023 porastie.

Inflácia má viacero príčin

Vysoká miera inflácie nemá podľa milionárov len jednu príčinu, ide o kombináciu viacerých faktorov. Politika lacných peňazí, vysoké štátne dlhy a nezodpovedná energetická politika na celoeurópskej úrovni vytvorili pre ňu podmienky, jej spúšťačmi boli následne protikovidové opatrenia a vojna na Ukrajine. Značná časť milionárov si myslí, že ECB mala vzhľadom na ekonomický a inflačný vývoj úrokové sadzby zvyšovať skôr a rýchlejšie.

Ekonomickú situáciu hodnotia lepšie ako populácia

Súčasnú ekonomickú situáciu vzhľadom k investíciám považujú milionári síce za najhoršiu od začiatku merania prieskumu Wealth Report, avšak vnímajú ju o čosi pozitívnejšie než bežná populácia. Milionári si tiež vo väčšej miere než bežná populácia uvedomujú, že spoločná európska mena je v čase vysokej inflácie pre Slovensko pozitívom.

Riešenia energetickej krízy a inflácie

Riešenie energetickej krízy a vysokej inflácie vidia milionári v návrate k jadrovej energetike na európskej úrovni, v budovaní nových zdrojov výroby elektriny či v obmedzovaní neadresných výdavkov štátu. Preferujú zavedenie stimulačných mechanizmov na úsporu energií a kompenzácií pre ohrozené skupiny obyvateľstva.

BANKA

designum

časopis o dizajne / design magazine
vychádza 4-krát ročne / a quarterly
číslo / number 01
rok / year 2023
ročník / volume XXIX
cena / price 3,40 €

vydáva / published by

Slovenské centrum dizajnu /
Slovak Design Centre
Jakubovo nám. 12, 814 99 Bratislava
Slovak Republic
IČO 00 699 993
tel.: + 421 2 204 77 319
www.scd.sk

Slovenské centrum dizajnu je
štátnou príspevkovou organizáciou
zriadenou Ministerstvom
kultúry Slovenskej republiky.

dátum vydania / date of publishing

Marec 2023

vedúca redaktorka / editor-in-chief

Jana Oravcová, jana.oravcova@scd.sk

jazyková redakcia / proof reader

Marta Bábiková

jazykový preklad / translation

Katarína Kasalová

redakčný kruh / editorial cooperators

Palo Bálik, Peter Biľak (Holandsko),
Zdeno Kolesár, Zuzana Labudová,
Jan Michl (Nórsko)
a Jiří Pelcl (Česká republika)

layout

Matúš Lelovský, Juraj Blaško

grafická úprava, zalomenie /

graphic design and layout

Matúš Lelovský

obálka / cover

Matúš Buranovský
QBECEDA, 2021.
Grafický dizajn stánku
Qubus Design Studio.
Spolupráca: Qubus Design
Studio, Adjacent Possible
Foto: Zdeněk Polcar (Studio Flusser)

písmo / typeface

Akkurat, Comenia Serif,
Forever

papier / paper

Claro Bulk 135g
obálka / cover:
Rives Linear Natural White 250 g/m²

predplatné a inzercia / subscription

Slovenské centrum dizajnu /
Slovak Design Centre – Designum,
Jakubovo nám. 12
P.O.BOX 131, 814 99 Bratislava
Slovak Republic
tel.: +421 2 204 77 319
predplatne@scd.sk

voľný predaj

v stánkoch distribučnej
spoločnosti Mediaprint Kapa
v kníkupectvách a galériách
v Bratislave

Satelit SCD, Artforum, Slovenská
národná galéria, Martinus,
Slávica, vPRIESTORE

v kníkupectvách a galériách mimo Bratislavu

Artforum v Žiline a Košiciach

distribúcia / distribution

L.K. Permanent, s.r.o.,
P.O. Box 4, 834 14 Bratislava
tel.: +421 2 4445 3711
lkpermanent@lkpermanent.sk

Redakcia nezodpovedá
za obsah inzerátov.

Preberanie materiálov je možné len
s písomným povolením vydavateľa.
Jednotlivé články vyjadrujú názory
autorov a nemusia byť vždy totožné so
stanoviskom vydavateľa a redakcie.

Pri používaní obrázkov vydavateľ
rešpektuje práva dotknutých
osôb. V prípade, že neúmyselne
dôjde k omylu pri ich identifikácii,
uvítame dodatočné informácie
o majiteľoch autorských práv.

© copyright

SCD, ISSN 1335-034x
Registrované MK SR č.2941/09

sídlo redakcie / headquarter

Slovenské centrum dizajnu /
Slovak Design Centre – Designum
Jakubovo nám. 12
814 99 Bratislava
Slovak Republic
tel.: + 421 2 204 77 319
www.scd.sk

tlač / printing

Ultra Print, s.r.o.



MINISTERSTVO
KULTÚRY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



Inšpiratívne materiály pre kreatívne projekty a interérový dizajn

www.antalis.sk

foto: Stála expozícia Antalis, Galéria dizajnu SATELIT — Slovenské centrum dizajnu



