

ONNA  
STRA PAVLA  
DE SIGNUM

DE SIGNUM

DE SIGNUM

DE SIGNUM

DE SIGNUM

SVETLO JE ŽIVOT SAM, MÁ PLNO PREMIEN A NAJROZNEŠÍCH PODOB.

KAPLO PAVLA



DE SIGNUM<sup>(R)</sup>



NAME .....  
ADDRESS .....  
NUMBER OF ISSUES .....  
DATE AND SIGNATURE .....  
Price per one issue: DM 10,-, Annual subscription: DM 40,-

Price per one issue: DM 10,-, Annual subscription: DM 40,-

Cena jedného výťažku: 60,- Sk, ročné predplatné: 240,- Sk

## DE SIGN<sup>®</sup>UM

revue designu,  
vychádza štyrikrát ročne  
1993, nulté číslo

### Vydáva:

Slovenské design centrum, Bratislava  
s finančnou podporou  
Ministerstva kultúry SR

**Redaktorka:** Adriana Pekárová

### Adresa redakcie:

Slovenské design centrum,  
redakcia DE SIGN UM, Baštová 4,  
P. O. Box 131, 814 99 Bratislava  
telefón: 0042/07/331 371,  
fax: 0042/07/331 389

Nevyžiadané rukopisy, fotografie  
a diapozitívy sa nevracajú

**Grafická úprava:** Mr. Design, Bratislava  
**Tlač:** i+i print, Bratislava

© SDC  
ISSN 1335 - 034X  
Registrované MK SR: č. 889/93

**Distribuuje:** Radomír Sakáloš, spol. s r. o.  
Vajnorská 136, P.O.Box 68  
830 00 Bratislava

**Objednávky prijíma** SDC, Baštová 4,  
P.O. Box 131, 814 99 Bratislava  
Objednávky do zahraničia prijíma SDC  
Cena jedného čísla je 60,- Sk  
Celoročné predplatné 240,- Sk,  
Cena pre zahraničie 10,- DM

## DE SIGN<sup>®</sup>UM

design review,  
a quarterly  
zero issue, 0/1993

### Published by:

Slovenské Design Centrum, with financial  
support of the Ministry of Culture  
of the Slovak Republic

**Editor:** Adriana Pekárová

### Address:

Baštová 4, P. O. Box 131  
814 99 Bratislava, Slovak Republic  
Telephone: 0042/07/331 371  
Fax: 0042/07/331 389

**Design:** Mr. Design Bratislava  
**Printing:** i+i print Bratislava

© Slovak Design Centre  
ISSN 1335 - 034X

**Distribution:** Radomír Sakáloš,  
Vajnorská 136, P.O.Box 68  
830 00 Bratislava, Slovakia  
**Subscription orders:** Slovak Design Centre,  
Baštová 4, P.O.Box 131,  
814 99 Bratislava, Slovakia  
Price per one copy abroad: DM 10,-  
Annual subscription abroad: DM 40,-

Časopis **DE SIGN UM** je určený nielen  
odborníkom – designerom, managerom,  
teoretikom, konštruktérom, obchodníkom  
– čítať ho budú aj mnohí iní, ktorí majú radi  
dobrý design, estetické a účelné predmety  
a riešenia. Ak im chcete ponúknuť svoje  
produkty či služby, ak chcete upozorniť na  
dobré nápady, využite možnosť inzercie  
v časopise **DE SIGN UM**.  
Radi uverejníme Váš inzerát a ponúkame aj  
možnosť vyriešiť za Vás grafickú úpravu.

### Cenník inzercie:

**Obálka (celofarebne):**

2. a 3. strana – 10 000,- Sk  
4. strana – 12 000,- Sk

**Vnútornej strany (celofarebne):**

formát 1/1 – 8 000,- Sk  
formát 1/2 – 6 000,- Sk

Čierno-biela alebo dvojfarebná inzercia na  
vnútorných stranách podľa formátu.

**Slovenské design centrum** Vám ponúka  
možnosť objednať si časopis **DE SIGN UM**  
od čísla 1/94. Nájdete v ňom:

- aktuálne informácie o dobrom designe,  
ktorý navrhli slovenskí designeri a vyrobili  
slovenskí výrobcovia,
- novinky svetových designerských súťaží  
a prehľadok,
- rozhovory s domácimi i zahraničnými  
designermi, managermi, obchodníkmi,  
teoretikmi, úspešnými tvorcami  
i výrobcami designu,
- štúdie zaujímavých designerských riešení,
- materiály o práci zahraničných design  
centier a designerských organizácií,
- profily našich i zahraničných  
designerských škôl,
- informácie o zaujímavých aktivitách  
v oblasti designerskej tvorby od návrhu až  
po realizáciu,
- inšpiratívne ponuky nových výrobkov pre  
podniky a podnikateľov.

### Ako si môžete predplatiť DE SIGN UM?

Vyplňte subskripčný lístok a pošlite ho na  
uvedenú adresu. Dostanete zloženku, ktorou  
zaplatíte predplatné za časopis.

### Ako sa môžete s nami skontaktovať?

Napište nám na adresu:  
SDC, redakcia **DE SIGN UM**,  
Baštová 4, P. O. Box 131,  
814 99 Bratislava.

Budeme radi, ak nám vyjadríte svoj názor  
a svojimi podnetmi pomôžete vytvárať  
kvalitný časopis.

**DE SIGN UM** magazine published by the  
**Slovak Design Centre**, Bratislava covers:

- current information on design: good  
designers and good producers
- the latest news of exhibitions and world  
design
- interviews with designers, managers,  
businessmen, theoreticians, successful  
designers and producers from Slovakia  
and abroad
- case studies
- design centres and design organisations  
abroad
- profiles of design schools at home and  
abroad
- information on interesting activities in the  
sphere of design – from concept to final  
realization
- exciting new products to companies and  
entrepreneurs.

### How to subscribe to our DE SIGN UM magazine?

Please fill in the subscription card and send  
it to our address.

### How to contact us?

Please write to our address:

**DE SIGN UM** Slovak Design Centre,  
Baštová 4, P. O. Box 131,  
814 99 Bratislava, Slovak Republic.

All suggestions and opinions are welcome.

Grafická koncepcia časopisu slovenského  
design centra je založená na myšlienke vy-  
tvorenia priestoru pre prezentáciu sloven-  
ského designu, sprostredkovania rôznych  
názorov či prístupov a prehlbovania všeo-  
becnej informovanosti v oblasti designu.  
Pre jej realizáciu sme zvolili nasledujúce  
princípy:

**Voľnosť** – ako vytvorenie neohraničova-  
ných možností pre spracovanie obsahu,  
oslobodeného od pevných klíšé alebo  
schém. Umožnenie komunikácie bez výraz-  
nejšieho vymedzovania pravidiel, podľa  
ktorých má prebiehať.

Na druhej strane to, čo dáva možnostiam  
zmysel a významové usporiadanie – **zodpo-  
vednosť**. Zodpovednosť vymedzovaná úrov-  
ňou poznania stavu. Jeho prezentácia  
spôsobom schopným tento stav čo najver-  
nejšie reprodukovat', i s jeho problémami.  
Aj s možnosťami prístupu pre ľudí nedispo-  
nujúcich širokým prehľadom v problemati-  
ke. V najširšom zmysle slova by mal časo-  
pis svojim spracovaním prezentovať aj  
zodpovednosť voči tomu, čo sa týka nás  
všetkých, nielen tých ktorým je problemati-  
ka designu blízka – **voči prostrediu**.

Niekde v pozadí koncepcie celkového  
spracovania by mohla byť myšlienka, že  
základom v komunikácii medzi ľuďmi je vy-  
spelý jednotlivec. Bez ohľadu na to či ide  
o komunikáciu slovom alebo obrazom, indi-  
vidualita prináša do tohto procesu rozmani-  
tosť. I keď sa môže stať, že sa niektoré  
individuality nedohodnú, nemali by sme  
v tom vidieť problém, ale príležitosť. Príleži-  
tosť na zamyslenie sa i hodnotenie. Hodno-  
tenie vo vzťahu k mnohotvárnej skutočnos-  
ti, kde vnášanie častokrát zdanlivého chao-  
su, umožňuje vzniknúť niečomu s dokona-  
lejším usporiadaním. Spôsobom a veciam,  
ktoré by bez netradičných pohľadov, náhod-  
nosti, zahrnutia používaných princípov,  
nemali opodstatnenie a možno ani príleži-  
tosť vzniknúť.

Z tohto dôvodu sme o spracovanie jednot-  
livých častí požiadali viacero designerov.  
Časopis sa tak stáva aj pracovným priesto-  
rom, výstavnou plochou názorov a prístu-  
pov v oblasti grafického designu. Už jeho  
samotná príprava poskytuje príležitosť pre  
výmenu informácií i názorov. Každé číslo je  
potom do určitej miery jedinečným. Spája  
zaujímavosť súčasnosti i očakávanie do  
budúcnosti. Pre tvorcov i čitateľov.

Grafické štúdio Mr. Design

## DESIGN INDEX

na grafickom designe tohto čísla  
sa podieľali:

|                                                       |                              |
|-------------------------------------------------------|------------------------------|
| <b>Peter Bil'ak</b> .....                             | str. 42 – 43                 |
| <b>Pavol Blažo</b> .....                              | str. 34 – 37                 |
| <b>Richard Čisárik</b><br>(Mr. Design) .....          | str. 12 – 21<br>str. 50 – 51 |
| <b>Björn Kierulf</b><br>(Mr. Design) .....            | str. 38 – 41                 |
| <b>Roman Krajčír</b> .....                            | str. 52 – 53                 |
| <b>Milan Mravčák</b><br>(Mr. Design) .....            | str. 44 – 49                 |
| <b>Julo Nagy</b> .....                                | str. 4 – 10                  |
| <b>Vladislav Rostoka</b><br>(Rabbit & Solution) ..... | str. 22 – 26                 |
| <b>Juraj Žilincár</b> .....                           | str. 54 – 56                 |



**Zdenka Burianová: Who needs design nowadays?**

Why we all need design and why particularly in a period of economic recession the role of design centres is so important. The director of SCD explains.

**Zdenka Burianová: Kto dnes potrebuje design?**

Prečo design potrebujeme všetci a prečo práve v čase hospodárskej recesie je úloha design centier dôležitá, vysvetľuje riaditeľka SDC.

**Design Renaissance****Meeting in Glasgow**

At the ICOGRADA, ICSID and IFI congress the economic, social and cultural renaissance was discussed. According to Srefano Marzano the "new ethics" can mean a new contribution to the field of design.

**Design Renaissance****Stretnutie v Glasgowe****Small and Special**

Exhibition of works of students of design from art academies from 7 European countries.

Na kongrese ICOGRADA, ICSID a IFI sa hovorilo o renesancii ekonomickej, sociálnej a kultúrnej. Podľa Stefana Marzana k nej môže prispieť aj „nová etika“ vo vzťahu k designu.

**Malé a špeciálne****Problems of slovak designers (interview with Tibor Herchl)**

We talk with the chairman of the Association of Slovak Designers about the position of designers and about opportunities for their cooperation with producers.

Výstava prác študentov vysokých škôl zameraných na design zo 7 krajín.

**O problémoch slovenských designerov (rozhovor s Tiborom Herchlom)**

S predsedom Združenia slovenských designerov hovoríme o súčasnom postavení designerov a možnostiach ich spolupráce s výrobcami.

**Fairs and exhibitions****Jarmila Račková: The century in a mirror of the design****Veľtrhy a výstavy****Sparkling party****Jarmila Račková: Storočie v zrkadle designu****Competitions****Sparkling party****Neste forma Finlandia****Súťaže****6th International Design Competition, Osaka '93****Neste forma Finlandia****British Design Awards****6th International Design Competition Osaka '93****Katarína Hubová: Textile designer Jozef Bajus**

Tradition and its contemporary interpretation in modern textile design is a part of cultural identity but also an inspiration for industry.

**British Design Awards****Katarína Hubová: Textilný designer Jozef Bajus**

Tradičia a jej súčasné pretlmočenie v modernom textilnom designe je súčasťou kultúrnej identity, ale aj inšpiráciou pre priemysel.

**Alastair S. Macdonald: Tartans, tweeds and Paisley designs**

A lecture from the Glasgow School of Art explains.

**Alastair S. Macdonald: Tartany, tvídy a vzory z Paisley**

V čom spočíva príťažlivosť škótskeho textilu na svetových trhoch objasňuje učiteľ Glasgow school of Art.

**Jana Oravcová: New Slovak Banknotes**

Tiny pieces of art with a highly practical functions are discussed in an interview with their designers.

**Jana Oravcová: Nové slovenské bankovky****Theory**

O malých umeleckých dielach s výsostne praktickými funkciami v rozhovore s ich tvorcami.

**Siegfried Maser: Design as a service of an economy and a society**

"Quality is made visible, it is elevated to an experience by design. Therefore it also means a challenge for companies," says Professor Maser from Wuppertal University.

**Z teórie****Siegfried Maser: Design v službách hospodárstva a spoločnosti**

„Design zviditeľňuje kvalitu, zvyšuje ju na zážitok. Preto znamená šancu aj pre podniky,“ hovorí profesor Maser z Univerzity vo Wuppertale.

**Ideas, opinions****Drahan Petrovič: Considerate prefabricating**

Aims and conclusions from one student project dealing with an "alternative" ecological way of living.

**Nápady, myšlienky****Talks****Drahan Petrovič: Ohľaduplná prefabrikácia**

O východiskách a cieľoch jedného študentského projektu ekologického bývania na „iný spôsob“.

**Katarína Podobová: Ecologically ethical material**

"Wood grows in nature and it is returned into nature without waste..." Future prospects of wooden toys.

**Rozhovory****Katarína Podobová: Ekologicky mravný materiál**

„Drevo v prírode rastie a do prírody sa bezodpadovo vracia..." O budúcnosti drevených hračiek.

**Adriena Pekárová: New ornamentalists**

"Europe was given art crafts by France and design by Germany and England," says Brice d'Antras

**Adriena Pekárová: Noví ornamentalisti**

in an interview on the occasion of an exhibition which had its premiere in Bratislava,

„Francúzsko dalo Európe umelecké remeslá a Nemecko a Anglicko dali Európe design,“

tvrdí Brice d'Antras v rozhovore o výstave, ktorá mala v Bratislave svoju premiéru.

**New companies****Zdeno Kolesár: Design in brackets?**

Designers' cooperation with a small company is promising for both sides. Young designers Ivan Čobej and Milan Kuzica talk about the results of this kind of cooperation.

**Nové firmy****Zdeno Kolesár: Design pod čiarou?**

Spolupráca designera s malým podnikom je perspektívna pre oboch. O výsledkoch takejto spolupráce hovoria mladí designeri Ivan Čobej a Milan Kuzica.

**Foreign design centres****Lubica Pedersen: Danish design centre in Copenhagen**

We start the new series by presenting one of the most successful.

**Zahraničné DC****Zdeno Kolesár: Neotu Gallery**

"A future for design or an asylum for eccentric snobs?" asks the author after visiting the well-known Paris gallery.

**Lubica Pedersen: Dánske design centrum v Kodani**

Seriál začíname predstavením jedného z najúspešnejších európskych design centier.

**Zdeno Kolesár: Galéria Neotu**

„Budúcnosť designu, či azyl excentrických snobov?“ Pýta sa autor po návšteve známej parížskej galérie.



# Kto dnes potrebuje design ?

S touto otázkou namiesto odpovede sa stretávame najčastejšie vtedy, keď sa pýtujeme: „Ako využívate design vo vašej podnikovej politike?“ Zdá sa, že najľahšie je odpovedať na otázku otázkou. Pochybujem však, že je to najúspešnejšia cesta k riešeniu problémov nášho hospodárstva. Vlastne k riešeniu akýchkoľvek problémov.

Ozaj, kto dnes vlastne potrebuje design? Je zarážajúce, koľko modelov managementu a ekonomického správania preberáme v ostatných rokoch zo skúseností ekonomiky vyspelých krajín a pritom sa stále vyhýbame prijať skutočnosť, že design je **vždy** samozrejmosťou súčasťou riadenia **kvality** každého podniku. Že úspešné svetové firmy by neboli tým, čím sú, bez dôslednej a dlhodobej designerskej **stratégie**. Že starostlivosť o design výrobkov je pre podnikateľa dlhodobou zárukou dôveryhodnosti jeho mena, značky, povesti, je dôkazom jeho prezieravosti a dôkladnosti. Výsledkom takéhoto managementu firmy je dôvera zákazníkov

v jej výrobky a služby. A tá je veľmi dôležitá vo svete, kde existuje silná konkurencia.

Rovnica je pomerne jednoduchá: ak nechcem prepúšťať pracovníkov svojej firmy, musím mať peniaze na ich plat. Aby som ich získal, musím predať to, čo som vyrobil. Aby som to mohol predať, musia byť moje výrobky na trhu lepšie a zaujímavejšie než tie, ktoré trh ponúka. Ako dosiahnem, aby moje výrobky boli pre zákazníka zaujímavejšie, keď ich technická kvalita je dnes už samozrejším predpokladom pre vstup na trh? Odpoveď znie: pomocou designu a ceny výrobku, pričom každý dobre vie, že oba tieto faktory spolu úzko súvisia.

Nech sa na otázku *Kto dnes potrebuje design?* pozerám z ktorejkoľvek strany, stále mi vychádza rovnaká odpoveď: *Design potrebujeme všetci*, výrobcovia, obchod, spotrebitelia, náš štát i naše životné prostredie.

Svetová ekonomika prechádza obdobím recesie, a preto má v určitom zmysle podobné problémy ako my. Poučená však svojimi vzostupmi i pádmi snaží sa ich riešiť, okrem iného, i výraznou podporou designu zo strany štátu, najmä v rámci svojej exportnej politiky. Treba povedať, že národné design centrá, ako nástroje štátnej hospodárskej stratégie nikdy nemali také významné posta-

venie v spoločnosti ako práve v období recesie. Je to logické. Ak priemysel a obchod prosperuje, znamená to, že sa úspešne vysporiadal s riadením kvality a designom svojich výrobkov. A tak v období prosperity design centrá pôsobí viac-menej na reprezentáciu národnej hmotnej kultúry, či ako vizitka kultúrnej identity. Iné je to v časoch krízových. Vtedy sú design centrá zapojené do neľahkých úloh hľadania nových ciest k úspechu prostredníctvom designu, vypracúvajú analýzy, stratégie a, samozrejme, starajú sa vo zvýšenej miere o propagáciu toho, čím sa štát môže pochváliť v oblasti svojej produkcie. Znamená to, že vytvárajú image hmotnej kultúry svojho národa pred svetom.

V tomto zmysle sa i Slovenské design centrum snažilo v roku 1993, v treťom roku svojej existencie, plniť si svoje poslanie. Voči vám užívateľom našich služieb i voči krajine, v ktorej žijeme. Oboznamovali sme vás s dianím vo svete designu prostredníctvom nášho bulletinu. Pre vašu lepšiu orientáciu



v zložitom svete právnych vzťahov sme vydali publikáciu Ochrana práv a zmluvné vzťahy v oblasti priemyselného designu, ktorá sa stala vítanou pomôckou pre podnikateľov a designerov.

Pre študentov vysokých škôl sme zorganizovali v spolupráci s rakúskym Kulturkontaktom a Severoslovenskými celulózkami a papierňami v Ružomberku desaťdňové pracovné sympóziu Design v recyklovanom papieri, ktorého výsledky sme prezentovali v televízii i na výstavách v Ružomberku a Bratislave. Druhým projektom pre študen-

tov bol medzinárodný projekt Malé a špeciálne, ktorým sme preukázali pred účastníkmi kongresu z 56 krajín sveta v škótskom Glasgowe, že naše umelecké školstvo je na vysokej úrovni a môže smelo súťažiť s ktoroukoľvek podobnou školou v zahraničí. Slovenské design centrum vydalo s podporou štátneho fondu kultúry Pro Slovakia katalóg k výstave a v budúcom roku predstaví výsledky projektu výstavou na Slovensku.

V spolupráci s Dánskym kultúrnym inštitútom vo Viedni sme v Pálffyho paláci v Bratislave realizovali výstavu Dánsky design, viazanú na remeselné tradície Škandinávie. Bola to vlastne recipročná výstava, pretože v tom istom čase mohli záujemci o grafický design v Dánsku obdivovať diela našich grafikov na výstave Slovenský plagát, ktorú sme usporiadali v Múzeu grafiky a tlače v Odense, na Vysokej škole architektúry v Aarhuse a Umeleckej škole v Koldingu.

Koncom roka sme (spolu s VŠVU a firmou Entro) spojili študentov, designerov a vývojových pracovníkov k práci na spoločných projektoch v rámci sympózia Počítač ako prostriedok integrovaného vývoja výrobkov. Organizovali sme viacero súťaží: o mestskú telefónnu budku, 1. ročník súťaže v celoštátnom meradle **Dobrý design '93**, Ars Liturgica (spolu s VŠMU a SVÚ), pracovali sme v súťažných komisiách Zlatá Fatima, C.A.D. a iných. Nadviazali sme dlhodobú spoluprácu s Výstavisom TMM v Trenčíne pri organizovaní veľtržných a výstavných akcií.

Prestíž nášho design centra na medzinárodnej scéne stúpa. Po získaní členstva v ICSID v roku 1992, stali sme sa v tomto roku asociačnými členmi ďalších dvoch významných mimovládnych organizácií ICOGRADA a IFI. Stalo sa tak na valnom zhromaždení týchto organizácií v septembri 1993 v Glasgowe pri príležitosti spojeného kongresu Design Renaissance.

Veľkým ocenením bolo pre mňa ako riaditeľku SDC menovanie za experta v medzinárodnej porote pre výber rakúskej Štátnej ceny za design '93, ako i za člena medzinárodnej jury BIO'94 v Ľublani.

Prezentácie činnosti SDC, ktoré odzneli na konferenciách v Barcelone a v Glasgowe, boli publikované v zborníkoch a v odbornej tlači. Naši zahraniční kolegovia začali prejavovať živý záujem o dianie a kultúrnu politiku Slovenska v oblasti designu a o konkrétnu spoluprácu s nami.

Na pôde Slovenského design centra sme v tomto roku dali k dispozícii záujemcom náš počítač a naše knižničné fondy sme presťahovali do priestorov vyhovujúcejších pre čitateľov.

Aj nový časopis **DE SIGN UM**, revue o **designe, jeho tvorcoch, výrobcoch i užívateľoch**, ktorého nulté číslo držíte v rukách, je ďalším stupienkom k zblíženiu nás všetkých, ktorých sa design týka.

PhDr. Zdenka Burianová  
riaditeľka SDC



## Who needs design nowadays?

We often meet this question in answer to our own: „How do you use design in your company's policy?“ The best reply usually seems to be another question. But it is doubtful whether this is the most successful way of solving our economic problems or, indeed, any problems. So, who really needs design nowadays? It surprises me, how many models of management and economic strategies we take over from countries with well-developed economies, while



avoiding the fact that design has always been an obvious part of the quality management of any enterprise and that companies enjoying worldwide success would not be what they are without a consistent and long-term designer strategy. The entrepreneur's concern with the design of his products is a long-lasting guarantee of his good name, his brand and his reputation: proof of his prudence and reliability. Such management results in customers having confidence in the company's products and services. This confidence is of great importance in a world where a strong competition exists.

The equation is quite simple: if I don't want to dismiss my workers, I need the money to pay their wages. If I want to get that money, I must sell my products. If I want to sell my products, they must be better and more attractive than products which are already on the market. What can make my products more attractive for customers than those already on the market, given that their technical quality is an obvious basic condition of admittance to the market? The answer is: the design and the price of a product, since everybody knows that both these factors are closely connected.

From any point of view, the answer to the question Who needs design nowadays? is always the same: All of us need design, producers, trade, consumers, our country and even our environment.

The world economy is in a period of recession, and its problems are somewhat similar to ours. But, informed by their previous successes and failures, other countries try to solve their problems not only by using other approaches but also by having strong support for design by their governments, especially within the context of their export policies. National design centres as tools

of governments' economic strategies never play such an important role as in a period of recession.

It is quite logical. If industry and trade are flourishing, the quality management and design of products has been successful, and so in a period of prosperity the role of design centres is, more or less, in their influence on the representation of national material culture, rather than the labelling of cultural identity. But the situation is quite different in periods of crisis. Then design centres become involved in the difficult process of looking for new ways to prosperity through design.

They elaborate analyses and strategies and, of course, they concentrate on the promotion of products which their country can be proud of, so they help to create an image of the material culture of their nation as seen by the rest of the world.

In this sense, the Slovak Design Centre has done its best to fulfil its mission in 1993, the third year of its existence.

Towards you, the users of our services, and also towards our country where we live. Our Bulletin has offered information about

world topics. For better orientation in the complicated world of legislation, the publication „Copyright and Contracts in the Field of Industrial Design“ was issued, a welcome source of references for businessmen and designers.

In cooperation with the Austrian Kulturkontakt and North Slovak Pulp and Paper Mills in Ružomberok we organized a 10-day symposium „Design in Recycled Paper“, the results of which have been presented on television and in exhibitions in Ružomberok and Bratislava.

Another project devoted to students was the international project „Small and Special“ presented in Glasgow (Scotland) to participants from 56 countries of the world at the joint congress of ICSID, IFI, ICOGRADA to demonstrate the high cultural level of our schools of art and design, which have proved to be highly competitive with similar schools abroad. The Slovak Design Centre has published a catalogue of this exhibition, supported by the state cultural fund Pro Slovakia and the project will be exhibited in Slovakia next year.

Another project was the exhibition of Danish Design at the Pálffy Palace in Bratislava organised in collaboration with the Danish Cultural Institute in Vienna. This exhibition was in fact a reciprocal one, because at the same time Danish people interested in graphic design had the opportunity to admire the work of our graphic designers at the „Slovak Poster“ exhibition at the

Museums of Graphics and Print in Odense, in Aarhus and in Kolding.

At the end of the year we drew together students, designers and development workers (in collaboration with the Academy of Fine Arts and the Entro Company) to collaborate on joint projects at the „Computer as a Means of Design“ symposium.

Several competitions have been organized: For a public telephone booth, the first year of a competition on a whole state scale, **Good Design '93**, Art Liturgica, we had our representatives on juries at Zlatá Fatima, C.A.D., and others competitions. We have entered into long-term cooperation with the TMM Exhibition Centre in Trenčín to organize fairs and exhibitions.

The international prestige of our Design Centre has increased. After obtaining membership of ICSID (1992), we became associated members of two other important non-governmental organisations, ICOGRADA and IFI. This took place during the general meeting of these UNESCO organizations in September 1993 in Glasgow at the Design Renaissance joint congress.

A great honour for me as director of SDC has been my appointment to the international expert jury for the award of the Austrian Design Prize '93, as well as to the international jury of BIO '94 in Ljubljana.

Reports on the activities of the Slovak Design Centre, which were presented at conferences in Barcelona and Glasgow, have been published in the Conference Proceedings and in journals abroad. Our foreign colleagues have started to show interest in all aspects of Slovak cultural life in the field of design as well as in mutual cooperation.

This year our computer in the SDC has been made available to interested design-



ners and our library has been moved to more comfortable rooms.

You are reading the zero issue of the new magazine **DE SIGN UM**, the aim of which is to give information about **design, its creators, producers and users** and which, also, would like to make a further contribution to closer contacts among those of us who are involved in the field of the design.

PhDr. Zdenka Burianová  
Director of SDC





## Kongres mimovládnych medzinárodných organizácií pri UNESCO:

**ICOGRADA** (Medzinárodná rada spoločnosti grafického designu), **ICSID** (Medzinárodná rada spoločnosti priemyselného designu) a **IFI** (Medzinárodná federácia interiérových architektov a interiérových designerov)

**Glasgow, Škótsko**  
**5. – 9. septembra 1993**

Mladý muž v škótskej sukni, hrajúci na gajdy na balkóne Glasgowskej školy umenia, zvolával návštevníkov na výstavu. Tak vyzeral začiatok svetového kongresu Design Renaissance, ktorý sa konal začiatkom septembra v škótskom priemyselnom meste Glasgow. Bol to už tretí spoločný kongres troch mimovládnych organizácií ICOGRADA, ICSID a IFI. V takejto koncepcii sa kongres organizuje každých šesť rokov a je veľkou ctou, ale i veľkou reklamou pre hostiteľskú krajinu.

Témou tohtoročného kongresu bolo zvyšovanie kvality designu ako nástroja ekonomickej, kultúrnej a sociálnej regenerácie, teda akéhosi znovuzrodenia – renesancie.

Konferencia trvala 4 dni a zúčastnilo sa jej vyše 800 delegátov zo 42 krajín sveta zastupujúcich popredné združenia, design centrá, banky, veľké priemyselné firmy a ministerstvá.

Nabitý kongresový program sprevádzalo až prekvapujúco málo výstav. O to väčšmi zaujala výstava prác medzinárodného projektu umeleckých škôl zameraných na design pod názvom Malé a špeciálne, ktorá sa konala pod záštitou ICOGRADA, ICSID a IFI v roku 1993 a organizovali ho Slovenské design centrum v Bratislave a Technická univerzita v Holone v Izraeli.

Kongres otvoril vedúci designer firmy Philips Corp. Stefano Marzano. Jeho prednáška bola výzvou všetkým designerom, aby sa zasadili o „novú etiku“, ktorá by zahŕňala otázky ochrany životného prostredia, kultúrne a sociálne aspekty. Marzano prirovnal stav spoločnosti z konca 20. storočia k situácii na konci 19. storočia, keď dobre situovaná rodina popíja raňajšiu čokoládu a nezaujíma sa o to, že okolo nej sa rozpadáva svet. Poukázal na paralely s dneškom, keď rozvinutá západná spoločnosť vytvára množstvo výrobkov, ktoré ani nepotrebuje, a pritom svet stojí pred sociálnou a ekologickou katastrofou. Je načase zamerať našu pozornosť smerom od kvantity ku kvalite ako meradla úspechu. To znamená venovať pozornosť dlhej životnosti výrobkov, znižovaniu nákladov na výrobu, recyklácii, mikroproduktom a prechodu od tzv. „hard“ k „soft“ výrobkom, od výroby k službám. To robí z designu – viac než inokedy – politický akt.

Marzano zdôraznil, že jedinec môže ťažko niečo zmeniť, a preto musia designerské spoločenstvá kolektívne a veľmi rýchlo vyvinúť mechanizmus vzdelávania verejnosti, musia mobilizovať médiá a nútiť svoje vlády k činom.

Potrebuje Nový Marshallov plán pre ďalšie tisícročie, aby sme vytvorili stabilnejší svet obchodu a prevzali zodpovednosť za opravu ekonomickej disharmónie a deštrukcie životného prostredia.

„Budúcnosť vytvárajú ti, ktorí za ňu už dnes preberajú zodpovednosť.“ Týmto slovami uzavrel S. Marzano svoju výzvu k delegátom kongresu.

Kongres prebiehal v dvoch budovách – Glasgowskej kráľovskej koncertnej sieni a v Škótskej kráľovskej akadémii hudby a drámy. Dopoludnia odzneli hlavné prednášky a popudni dostali priestor odborné tematické akcie, napr.:

Úloha dopravy v meste, Design v reklame a obchodnej komunikácii, Mestská kultúra – kto ju platí?, Design a médiá: manipulátor alebo manipulovaný?, Design pre starších občanov, Životné prostredie a design, Výrobky a životný štýl budúcnosti, Interaktivita – 4. dimenzia, Fantastický svet grafiky, Design management – mýtus alebo realita.

Štvrtý deň kongresu bol venovaný vzdelávaniu a školstvu. Napriek vysokému vložnému 176 Libier sa diskusie zúčastnilo asi 200 delegátov zo všetkých kútov sveta, aby sa navzájom informovali o nových koncepciách a metódach výučby v oblasti designu. Tu sa tiež nadviazali kontakty medzi našimi a zahraničnými školami.

Na kongres nadväzovali Valné zhromaždenia všetkých troch mimovládnych organizácií, na ktorých bolo SDC ako jediný reprezentant SR prijaté za člena ICOGRADA a IFI (členom ICSID je SDC od roku 1992).

### ICOGRADA

*(the International Council of Graphic Design Associations)*

je medzinárodná mimovládna organizácia pre grafický design a vizuálnu komunikáciu. Je to asociácia nezávislých členov s národným štatútom. V súčasnosti reprezentuje vyše 50 členských asociácií z vyše 30 krajín sveta.

### ICSID

*(the International Council of Societies of Industrial Design)*

je medzinárodná mimovládna organizácia pre oblasť priemyselného designu. Jej členmi sú profesijné združenia, podporné organizácie ako design centrá, vzdelávacie inštitúcie, spoločnosti a vládne organizácie, ktoré sympatizujú s cieľmi ICSID. Cieľom ICSID je vytvárať fórum pre diskusiu a podporu profesionálnych a etických aspektov designu na celom svete. ICSID má široké pole pôsobnosti, podporuje medzinárodné designerské súťaže a podujatia, organizuje kongresy, zaoberá sa vzdelávaním, i otázkami životného prostredia.

ICSID má 105 členských organizácií z 39 krajín.

### IFI

*(the International Federation of Interior Architects, Interior Designers)*

je jedinou medzinárodnou a mimovládnu organizáciou interiérových designerov. Jej členmi sú národné profesionálne asociácie interiérových architektov / designerov. Asociáciami členmi sú inštitúcie, ktoré venujú pozornosť interiérovému designu v oblasti profesionálnej kvalifikácie, vzdelávania, podpory alebo výskumu. IFI má viac než 25 riadnych a vyše 20 asociálnych členov.



# small & special

**Pri príležitosti medzinárodného kongresu DESIGN RENAISSANCE sa uskutočnila v Newbery Gallery, ktorá patrí Glasgowskej škole umenia, výstava prác z medzinárodného študentského vzdelávacieho projektu SMALL and SPECIAL – MALÉ a ŠPECIÁLNE. Hlavnými organizátormi projektu, ktorý prebiehal od októbra 1992, boli Technická univerzita v Holone, Izrael a Slovenské design centrum v Bratislave.**

## Účastníci – Participants

University of Zagreb AF, Croatia  
Aarhus School of Architecture, Aarhus, Denmark  
The Danish School of Art and Architecture, Copenhagen, Denmark  
Dublin Institute of Technology, Dublin, Ireland  
National College of Art and Design, Dublin, Ireland  
Center for Technological Education, Holon, Israel  
The National College of Art and Design, Oslo, Norway  
Vysoká škola výtvarných umení, Bratislava, Slovensko  
Slovenská technická univerzita, fakulta architektúry, Bratislava, Slovensko  
University of Ljubljana – Academy of Fine Arts Design Department, Ljubljana, Slovenia

Žijeme vo svete, ktorý akoby sa vďaka informačnej erupcii čoraz viac zmenšoval – ale zbližilo nás, to naozaj? Koľko toho o sebe navzájom vieme? Akoby sa stále znova potvrdzoval zákon, že silnejší vyhráva a kto hlasnejšie kričí, toho viac počuť. A veľkí tohto sveta niekedy kričia tak silno, až nám malým zalieha v ušiach. Kričia na nás z reklamných plagátov, z televíznej obrazovky, z prospektov i polic obchodných domov a presviedčajú nás, že ich výrobok je práve to, čo nám ešte chýbalo ku šťastiu.

Koľko toho ale naozaj vieme o spôsobe života, zvykoch, klíme, potrebách a problémoch ľudí, ktorí žijú vedľa nás alebo niekoľko či tisíce kilometrov ďalej? Koľko toho vieme o ich tradíciách, histórii, vkuse či zmysle pre humor? Dovoľme si tvrdiť, že málo.

Žijeme vo svete, ktorý má málo čistého vzduchu, málo čistej vody, málo nerastného bohatstva a málo energetických zásob. Málo porozumenia jeden pre druhého. Málo záujmu a málo tolerance. A najmä – málo pokory.

Hovorí sa, že „nemému dieťaťu ani vlastná matka nerozumie“. A tak vznikla myšlienka osloviť designerské a architektonické školy najmenších krajín spomedzi členov ICOGRADA, ICSID a IFI, aby k nám prehovorili prostredníctvom svojich prác. Projektu **small & special** sa napokon zúčastnilo 10 škôl zo siedmich krajín. Sú to všetko malé krajiny – do 6 miliónov obyvateľov. A ako ďalej sami zistíte, majú celkom špeciálne názory na to, čo potrebujú, o čo sa zaujímajú a akú informáciu nám chcú o sebe dať.

Projekt **small & special** nemal charakter súťaže, a preto tu nechceme porovnávať, ani hodnotiť. Snáď iba niekoľko pocitov:

Možno niekoho prekvapí, koľko študentov siahlo späť po remeselných tradíciách svojej krajiny, ale nie je to i symptómom obáv z ekologickej katastrofy, spôsobenej obrovskou priemyselnou výrobou? Zo záujmu o otázku stolovania sa dá vyčítať túžba po pokojnom a kultúrnom stolovaní – zrejme „kultúra“ fast-food nie je vždy a pre všetkých to najlepšie. Nie je náhoda, že jednou zo spoločných

tém bola téma detských hračiek, či špeciálnych pomôcok pre handicapovaných ľudí. Je príjemné vidieť, ako prijíma generácia budúcich designerov vlastnú zodpovednosť za slabších tohto sveta.

Študenti sú študenti a bolo by smutné, ak by brali všetko smrteľne vážne. Najmä v projektoch z oblasti interiérového a grafického designu sa stretávajú obe polohy – vážny aj ironizujúci pohľad na svet, na seba samého, ale i na spoločenskú klímu vo vlastnej krajine. A práve táto sebaíronia sa nám zdá veľmi osviežujúca.

Čo bolo na našom projekte „**Small**“ a čo „**Special**“ z pohľadu nás, organizátorov? Nuž, málo bolo času na jeho prípravu a samotný proces – vlastne iba zopár mesiacov.

Málo bolo peňazí – sme malé krajiny s malými rozpočtami pre jednotlivé školy. A vzhľadom na prekvapivo vysoký počet realizovaných prác, ktoré z projektu vzišli, žiaľ, rozmermi malý priestor na ich prezentáciu v celej šírke. Vystavené mohli byť teda len niektoré z prác.

Špeciálne boli podmienky, v ktorých študenti pracovali – mnohí nad rámec hlavného vyučovacieho procesu. Ďakujeme.

Špeciálne bolo nasadenie pedagógov, ktorí projekt **small & special** prijali za svoj a verili nám do poslednej chvíle, že všetko dobre dopadne. Ďakujeme.

Podakovanie nás všetkých patrí Executive Boards ICOGRADA, ICSID a IFI, ktorí našu snahu podporili priznaním statusu medzinárodného vzdelávacieho projektu na rok 1993 pre projekt **small & special**, ďalej pani Kaarine Pohto, Kathy Chambers a pánovi Uwemu Bahnsenovi za ich osobnú angažovanosť.

Osobitne chceme poďakovať vedeniu školy Glasgow School of Art, ktoré nám veľkoryso poskytlo svoje výstavné priestory na prezentáciu vybraných prác projektu **small & special** pri príležitosti spoločného kongresu ICOGRADA, ICSID, IFI nazvaného Design Renaissance.

S kongresovými výstavami to už tak zvyčajne býva – komu sa nepodarilo zúčastniť sa kongresu, prepásol jedinečnú príležitosť výstavu vidieť. Zdalo sa nám to málo, pripravovať výstavu iba na pár dní, preto sme ju koncipovali ako putovnú. Naša spoločná výstava v Glasgowe je naozaj **small & special** a nemali sme možnosť prezentovať všetky práce, ktoré vznikli v rámci projektu. Sme však presvedčení, že pri jej reінstalácii v jednotlivých krajinách bude obohatená o väčšiu priamu prezentáciu domácich škôl. Väčšina projektov je prezentovaná aj dokumentárnou formou na videofilme, ktorý je k dispozícii pre záujemcov.

Počas 17. kongresu ICSID v Ľublani, Slovinsko, v roku 1992, vyjadril komisár výstavy designerských škôl prof. Peter Skalar úprimné želanie, aby sa študentské výstavy stali organickou súčasťou designersky orientovaných kongresov i v budúcnosti.

Prijali sme túto výzvu, prevzali sme štafetu a myšlienku spoločnej výstavy sme rozšírili o projekt na spoločnú tému pre všetky zúčastnené školy.

Dúfame, že výstava **small & special** je len ďalším ohnivkom dlhej reťaze spoločných projektov designerských škôl na celom svete, na ktoré sa už dnes tešíme.

**Avram Grant**

Center for Technological Education, Holon, Izrael

**Zdenka Burianová**

Slovenské design centrum Bratislava, Slovensko

# malé a špeciálne

Slovenské design centrum vydalo k výstave obsiahly katalóg (v angl. jazyku), kde sa predstavujú zúčastnené školy a práce všetkých študentov z ich vlastnými komentármi. Katalóg formátu 20 x 27 cm má 96 strán, je celolamobný a stojí 99,- Sk. Zaujímali si ho môžu objednať na adrese: SDC, Baštová 4, P.O. Box 131, 814 99 Bratislava.



# small & special

We are living in a world where, because of the information explosion, distances seem to be getting shorter. But does it really bring us closer? Do we know and care more about each other? It seems as if a law that the strongest and loudest shall prevail, is being proven right yet again. And the bigger powers in this world are sometimes so loud that our ears ring, their presence so oppressive that we feel threatened. They assault us from advertisements, posters, TV screens, promotions and packaging on the shelves in department stores, all to persuade us that their products are just the things we need in order to be happy.

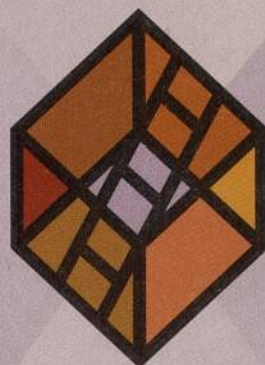
Against this background of material excess, we find ourselves living in a world of shortages with diminishing resources of minerals, energy, plants or animals and lacking clean air and fresh water. More seriously, the human world offers little empathy to one another, little interest and even less tolerance and is especially short on humility. How much do we know about each other's life style, customs, climatic and environmental conditions or physical and social needs? However, whether next door or hundreds of kilometres away, industry treats us as being the same and provides products which are the same worldwide. But what about history, tradition, taste, values, humor, fashion, food, etc., all factors which together comprise and define culture? What do we know about each other and how much concern do we demonstrate through the material output of our economies and industry? Very little indeed, we dare say.

And so, project **small & special** was seen as an opportunity for programmes of design in **small** countries to demonstrate their uniqueness. Started in October 1992, eventually 10 schools from 7 countries have made it to the finish and are represented in this exhibition and publication. All are from countries with populations of less than 6 million inhabitants. Their opinions, their needs, their interests, and the information which they wish to pass on to us, as you may find, are quite **special**.

Project **small & special** was not a competition, so we feel no need to for comparisons or value judgements. Perhaps just a few reflections: Some may be surprised by the number of students who turned to the craft traditions of their cultures, but this is not a sign of concern and a possible response to the ecological plight of the world resulting from excessive industrial production? The interest in dining reveals a desire for catering in one's own cultural setting. Obviously, the fast-food culture is not the best for everyone.

Not by chance, children's toys and aids for disabled are common topics of interest. It is pleasing to see the future generation of designers assuming responsibility for the weaker and less fortunate of this world.

Students being students, it would be rather sad if their views were solely deadly serious. Particularly in interiors and graphic design, we witness both



serious as well as humoristic or ironic views of the world, of oneself, and of the social atmosphere in one's own country. This self irony is quite refreshing. What do we, the organizers, consider as "**small**," and what as "**special**," in this project? Frankly, with little time for preparations and for the process itself which actually happened within a few months, this question was neither addressed nor answered specifically until this attempt now.

**SMALL** We are **small** countries with **small** budgets and limited resources. Surprised by the wide range of topics and entries, only a few could be exhibited and most are not presented in their full scope. So "**small**," also accounts for our display.

**SPECIAL** Were the condition under which this project operated, sometimes bordering on improvisation. To most students, this commitment was in addition to their regular workload, so many thanks to all of you.

Teachers needed to adapt and adopt **small & special** and had to alter their regular course of studies, so many thanks to you too. We wish to thank the executive boards of ICOGRADA, ICSID and IFI for recognising **small & special** as the International Project of Design Education for 1993.

Thank you, Kaarina Pohto, Kathy Chambers and Uwe Bahnsen for your personal involvement and **special** thanks for the management of the Glasgow School of Art for the generous offer of gallery space during the joint "Design Renaissance," congress.

Our **special** thanks to the Ministry of Culture of the Slovak Republic who made possible the publishing of the catalogue. As exhibitions go, exposure of this one too is rather limited. Our hope is that it will travel to the participating countries and will be expanded with the display of additional local material and projects whenever possible. By travelling around the world, the message of design education in the smaller countries will receive the exposure and recognition which it deserves.

During the 17th World Design Congress in Ljubljana in 1992, prof. Peter Skalar who organised the design academies' exhibition there, expressed a wish that students' exhibits will become an integral part of design congresses. Accepting this challenge we regard **small & special** as another link in this chain and with a specific intent and ideology at that. We hope that this trend will be continued at future design events.

**Avram Grant**  
Center for Technological Education  
Holon, ISRAEL

**Zdenka Burianová**  
Slovak Design Centre  
Bratislava, SLOVAKIA

A substantial colour catalogue (in English) has been published by the Slovak Design Centre, in which the participating schools as well as the works of all students with their own comments are presented. The price of this colour catalogue (size 20 x 27 cm, 96 pages) is 12 US dollars. You can order the catalogue from this address: Slovak Design Centre, Baššova 4, P.O. Box 131, 814 99 Bratislava, Slovak Republic.



**Výstroj pre prípad núdze.**  
**Autori: Suzana Božek (riešenie 1),**  
**Sanja Milosavljević (riešenie 2),**  
**Marijan Orešić (riešenie 3).**  
**Univerzita v Záhrebe,**  
**Chorvátsko**



**Téma:** Koncepčný design komplexného spoločenského problému. Táto téma sa preberá v poslednom semestri štúdia.

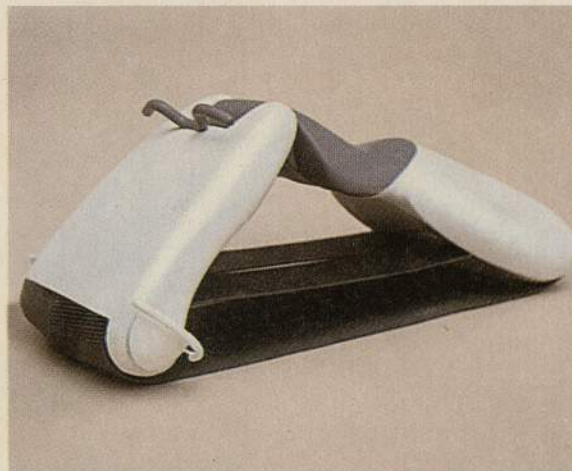
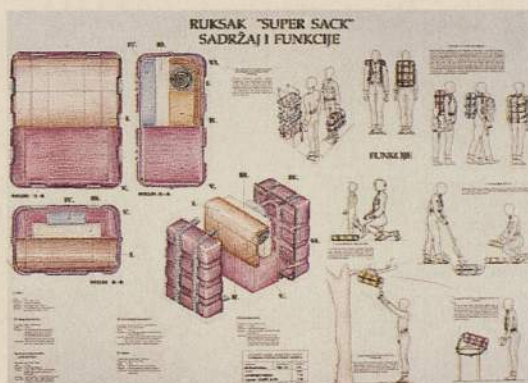
**Problém:** V prípade vojny, pohromy, prírodnej alebo inej katastrofy, sú ľudia nútení opustiť svoje domovy, často bez základných vecí na prežitie. Strediská určené na pomoc ľuďom bez prístrešia často nedokážu zorganizovať rýchle a primerané ubytovanie a pomoc.

**Prieskum:** Tento projekt sa robil v spolupráci s centrami pre pomoc utečencom a bezdomovcom. Rozoberali sa základné potreby na prežitie menších i väčších skupín ľudí všetkých kategórií (rodiny, ženy, deti, starí a slabí ľudia) na obdobie jedného týždňa, jedného mesiaca a dlhšie. Pozornosť sa venovala aj potrebám na prežitie v rôznych časových, klimatických a ekologických podmienkach, vo všetkých štyroch ročných obdobiach.

**Riešenie 1:** Nošu s núdzovými potrebami tvorí obdĺžniková plastová nádoba s kolieskami a vrchným obalom, do ktorého sa naskladajú menšie veci, roztriedené a pobalené v menších obaloch – potraviny, voda, šatstvo, detské veci, lieky, toaletné potreby, lekárnička prvej pomoci atď. Táto noša sa môže nosiť na chrbte alebo ťahať ako vozík či sánky.

**Riešenie 2:** Tento vak môže slúžiť ako vetrovka, spací vak, nosič pre dieťa alebo ruksak. Podľa potreby ho možno prispôsobiť rôznym funkciám: dá sa v ňom spať, chráni pred dažďom a chladom, môžu sa v ňom prenášať potreby na núdzové prežitie (potraviny, voda, lieky, toaletné veci, detské a iné veci).

**Riešenie 3:** Noša – pevná krabica s potrebami na núdzové prežitie je prispôbená na nepredvídané núdzové situácie. Je odolná voči tlaku, vysokým teplotám a rôznym atmosférickým podmienkam, dá sa prenášať vo väčších prepravkách alebo nádobách a je vhodná na prepravu akéhokoľvek druhu, vrátane zhadzovania padákom. Obsah sa prispôbuje podľa potreby. V prázdnom stave možno dve základné nádoby rovnakeho tvaru využiť na skladovanie pitnej vody, umývanie, alebo jednoducho na odkladanie smetí a odpadkov, čím sa zamedzuje kontaminácii a infekcii.



**Ľuboš Brtáň:**  
**Quido, boby na trávu.**  
**Slovenská technická univerzita,**  
**Bratislava, Slovensko**



Alternatívne bezmotorové boby určené pre zjazd na trávovom povrchu. Pohybujú sa na dvoch rovnobežných textilných pásoch. Sú určené na šport a zábavu.



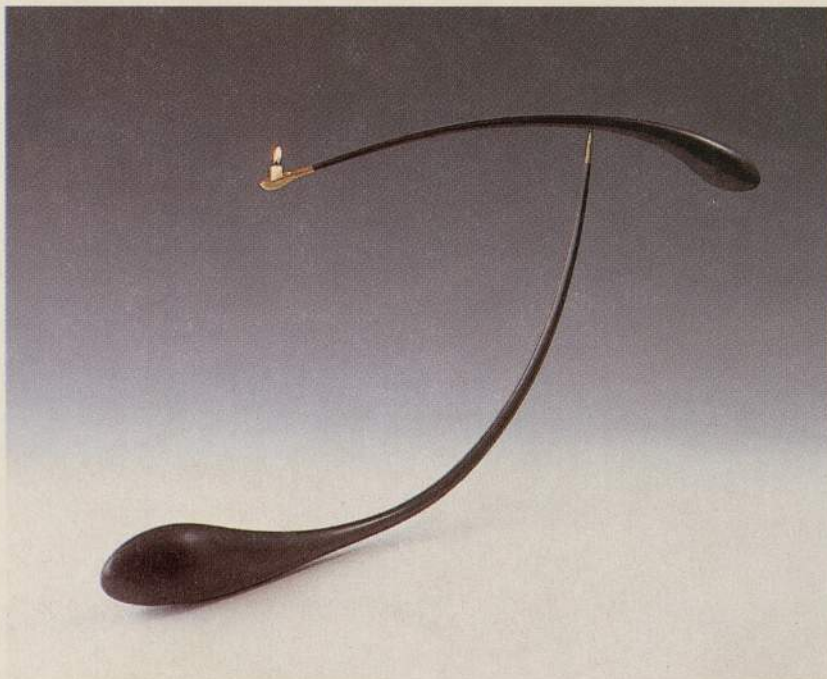
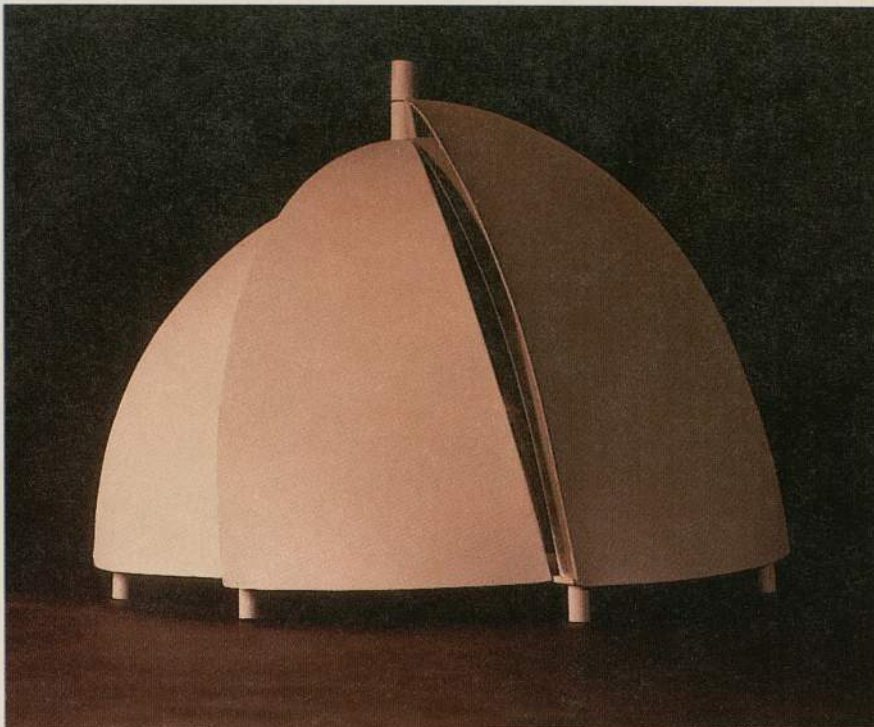
**Lars Herold Andersen: Jot Leonardo,**  
**Môj prvý komputer.**  
**Škola architektúry,**  
**Aarhus, Dánsko**



**Ingerd Husoy, Hanne Arvik, Cathrine Paust-Andersen, Anne Kristine Kleppan:**  
**Slimačí dom.**  
**Štátna škola umenia a designu,**  
**Oslo, Nórsko**



Slimačí tvar vyplynul z požiadavky kombinácie kompaktných tvarov (na uľahčenie presunu) a optimálnej veľkosti na bývanie a prácu. Pokusy s princípom vejára nás viedli k tomu, že sme si zvolili tvar špirály. K stredovej osovej žrdi sa pripája sedem domčekov-buniek v rôznej veľkosti, ktoré sa môžu otáčať. V prípade presunu sa bunky zložia jedna do druhej, takže ich celková veľkosť napokon nepresahuje veľkosť najväčšej. Keďže bunky rotujú, všetky vstavané časti musia byť urobené tak, aby sa domček v prípade potreby presunu dal poľahky poskladať do minimálneho tvaru. Preto musia byť všetky súčasti skladacie a maximálne priestorovo úsporné. Nafukovacie matrace, ktoré sa dajú pripevniť na stenu, sú napríklad dva razy tenšie ako sedačky, ktoré sa z nich dajú rozvinúť cez deň. Mäkké „poličky“ z plátna visia tesne popri stenách. Najväčšia vonkajšia bunka slúži ako kuchyňa a pracovný kút. Tu sa nachádza umývadlo, sporák i miesto na počítač. Vo vnútorných bunkách sú intímnejšie priestory (spanie, sedenie, WC i priestor na odkladanie vecí). Tvar tejto bunky je inšpirovaný prírodou, bez problémov harmonizuje s okolím – či už pri mori alebo v horách. Pociť blízkosti k prírode zvyšujú aj úzke priesvitné panely medzi každou bunkou v miestach, kde sa spájajú. Takže cez deň sa svetlo dostáva do domčeka za každých okolností, bez ohľadu na to, ako je postavený.



**Milan Pulík:**  
**Kinetický objekt využívajúci otvorený oheň ako zdroj svetla.**  
**Vysoká škola výtvarných umení,**  
**Bratislava, Slovensko**

Objekt je reakciou na náš hektický spôsob života, keď človek pociťuje potrebu návratu k meditácii a duchovným hodnotám.



**Ra'anan Kiselev: Otvárací stolík.**  
**Technická univerzita, Holon, Izrael**



V hebrejčine pozývacia fráza k stolu doslovne znamená „otvoríť stôl“. Tu je design, ktorý to názorne predvádza – stôl sa roztvára ako vejár a odhaľuje dve oddelené drevené plochy a hliníkovú plochu v podobe listu uprostred, ktorá slúži ako platňa na udržiavanie teploty. V zatvorenom stave je to kompaktný servírovací stolík na kávu.

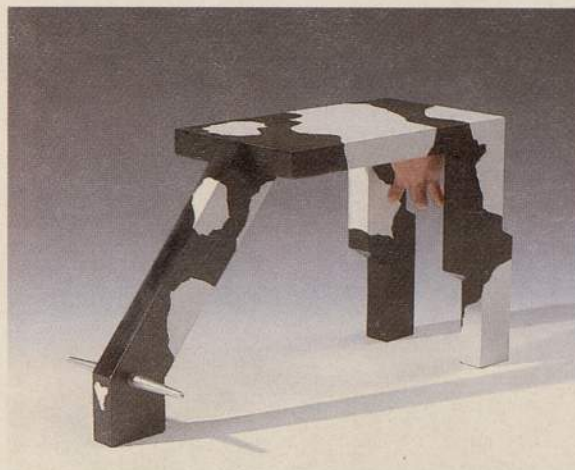






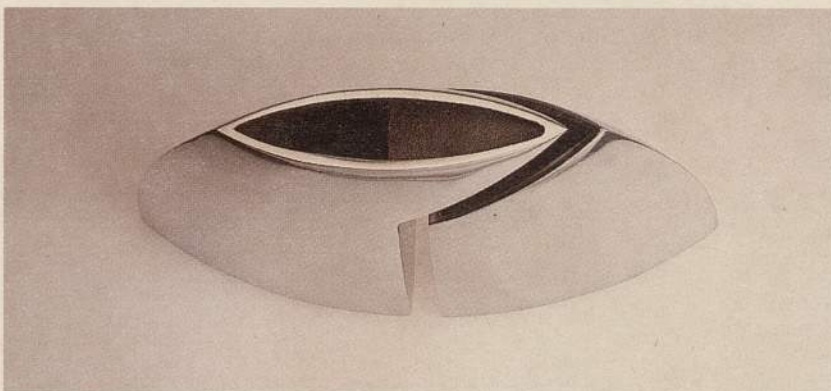
**Marián Ihring: Súbor stoličiek.**  
Vysoká škola výtvarných umení,  
Bratislava, Slovensko

Zosmiešnenie provinciality, snobstva a tzv. „dobrého designu“.

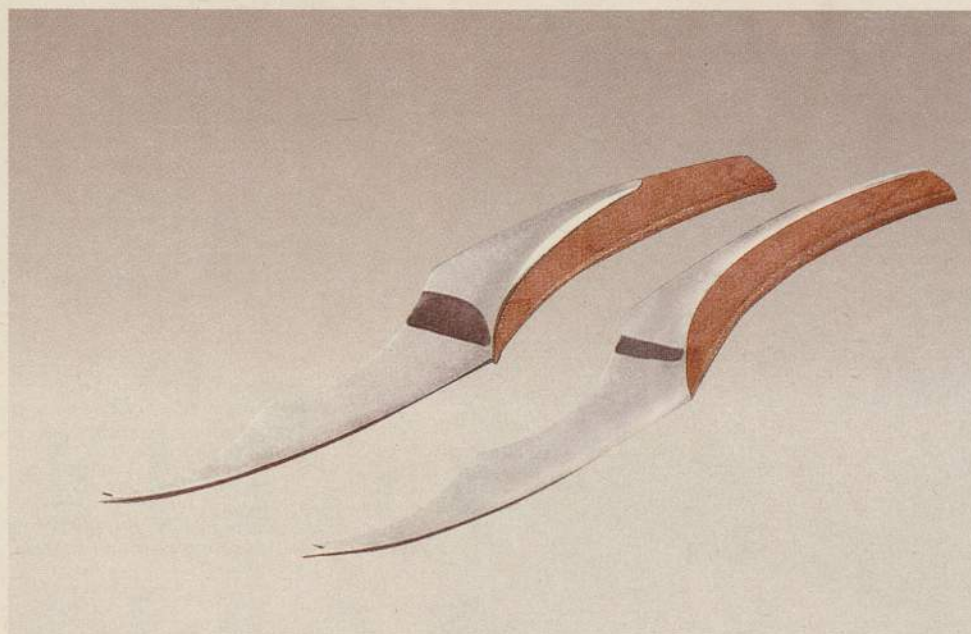


**Sabine MD Jensen:**  
Súprava na smotanu a cukor.  
Dánska škola umenia a architektúry,  
Kodaň, Dánsko

Exkluzívna jedálenská súprava jasných geometrických tvarov. Autorka použila kombináciu kovových a keramických materiálov, liateho a vysokolešteného hliníka a porcelánu.



**Jure Miklavc:**  
Nôž na syr.  
Akadémia výtvarného umenia,  
oddelenie designu,  
Lublana, Slovinsko



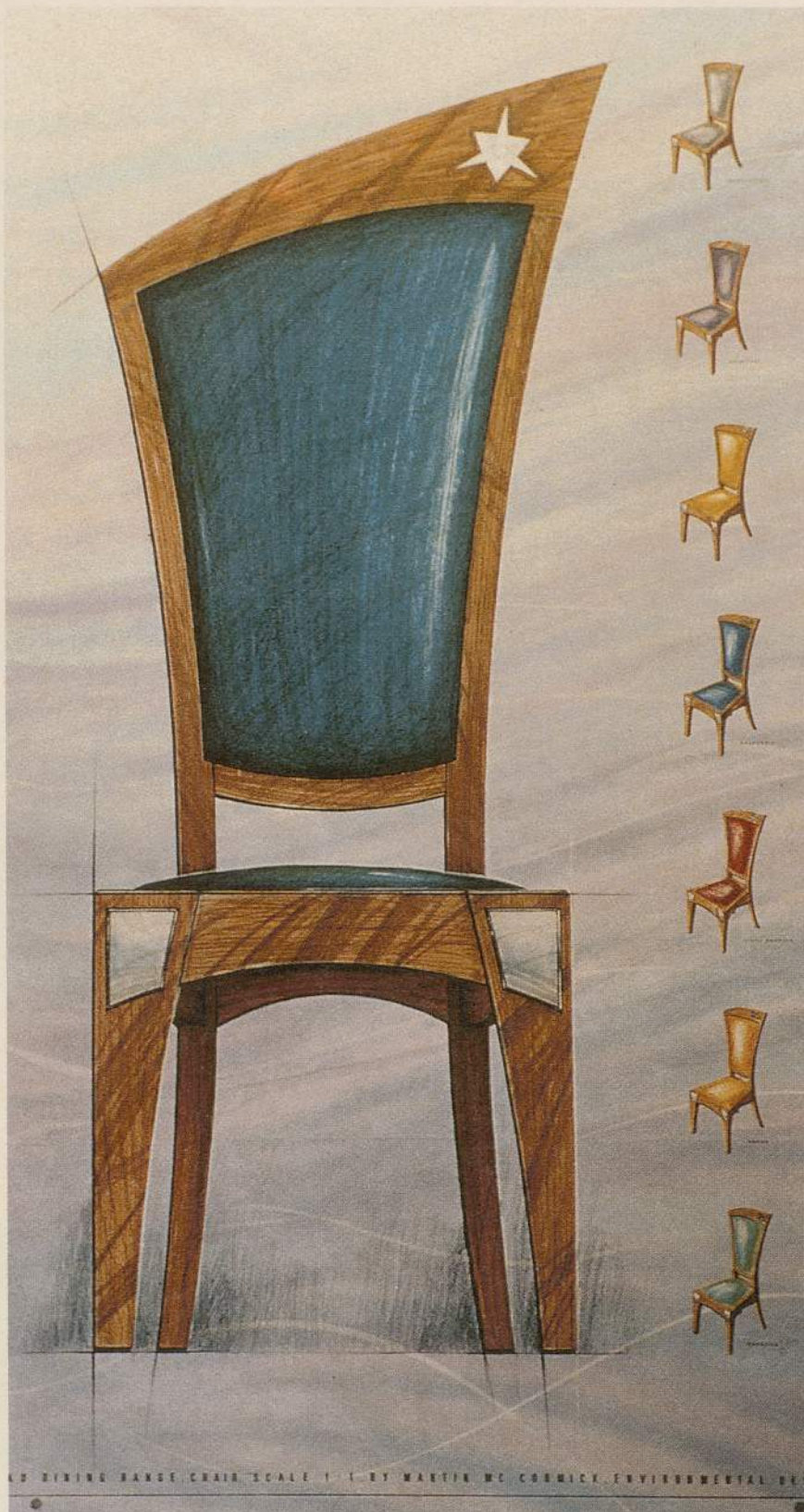
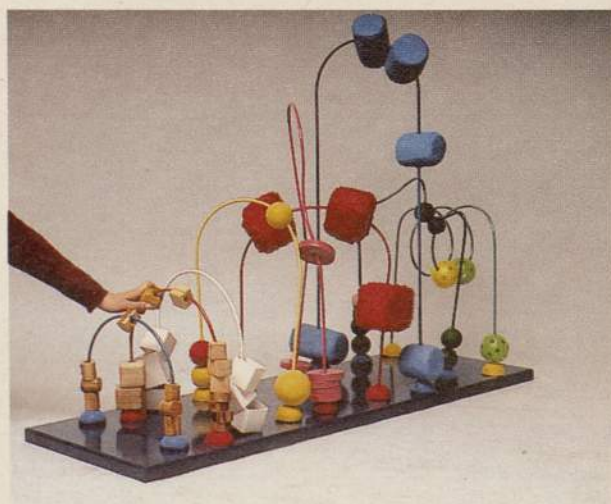


**Martin McCormack:**  
**Stolička**  
Dublinská technická univerzita,  
Dublin, Írsko



**Sarit Shanani:**  
**Svadba v Massade.**  
Technická univerzita,  
Holon, Izrael

Svadobný obrad na mieste historickej Massady je ovplyvnený historickým symbolizmom. Massada predstavuje židovské hľadanie slobody a ochotu absolútnej obety. Základným prvkom tohto študijného programu je jeho systematická koncepcia a dôraz na určení vizuálneho jazyka.



**Assumpta Sweeney:**  
**Hračka na rozvoj motoriky a citlivosti.**  
Štátna škola umenia a designu,  
Dublin, Írsko

Hračka pomáha rozvíjať pohyblivosť ruky a zápästia, schopnosti počítať a rozlišovať tvar a povrch materiálu. Dieťa sa hrá s hračkou viac zvnútra než zvonku, čo zasa umožňuje malá verzia.



Združenie priemyselných designerov Slovenska vzniklo na jar roku 1990. V súčasnosti má vyše 50 členov, ktorí sa orientujú na rôzne oblasti priemyslu. Hoci v súčasnosti je záujem o prácu v združení menší ako krátko po jeho založení, o to väčšie problémy musia designeri vo svojej praxi riešiť. Ako im v tom môže združenie pomôcť a v čom spočívajú najväčšie úskalia designerskej práce v súčasnosti, hovorí predseda Združenia slovenských designerov akad. arch. Ing. **Tibor Herchl**.

#### **S AKÝM CIEĽOM STE ZAKLADALI ZDRUŽENIE PRIEMYSELNÝCH DESIGNEROV?**

Chceli sme oddeliť pravý design od toho „kvázi“ designu. Takže združujeme designerov profesionálov pracujúcich na Slovensku. Naším zámerom je jednak pomáhať tvorbe právneho postavenia designera v spoločnosti a pri propagácii designu, čo sa nám, bohužiaľ, veľmi nedarí, ale v spolupráci so Slovenským design centrom by sme chceli túto činnosť výraznejšie rozvinúť. Rovnako dôležitá je pre nás aj spolupráca pri výchove mladých designerov, v čom sme zase úspešnejší, a to v spolupráci s VŠVU v Bratislave i Technickou univerzitou v Košiciach.

#### **AKÚ ČINNOSŤ VYVÍJA ZDRUŽENIE A V ČOM POMÁHATE DESIGNEROM, RESPEKTÍVE DESIGNU?**

Nemôžeme jednotlivcom zabezpečovať prácu, ale môžeme pôsobiť v prospech celej obce designerov, napr. ochranou ich záujmov týkajúcich sa výkonu profesie, autorských práv a honorárovej oblasti. V súčasnosti pracujeme na zostavení honorárového poriadku, ktorý by v zmysle odporúčaní stanovoval honoráre či odmeny za základné designerské činnosti. Ide o to, aby sme vedeli presadiť ocenenie práce designera na takej úrovni ako v zahraničí, samozrejme, v pomere našich a zahraničných príjmov.

Súvisí to nepriamo so skutočnosťou, ktorá sa objavuje v poslednom čase, a to je únik informácií do zahraničia. Prichádzajú zahraniční investori, ktorí od našich designerov ľahko získavajú informácie, a mnohokrát na úkor designera.

#### **AKO SI PREDSTAVUJETE OCHRANU PRÁV DESIGNERA?**

Nemáme dosť členov na to, aby sme zakladali komoru designerov, ale už máme základnú predstavu, ako by malo legislatívne vyzerať postavenie autorizovaného designera, podobne, ako existuje autorizovaný architekt či stavebný inžinier. Po preukázaní spôsobilosti vykonávať profesiu sa môže autorizovať a stať sa oficiálnym designerom. V zmysle autorského zákona design nie je živnosťou, a to je súčasný problém designerov. Nemôžeme fakturovať ako podnikatelia, ale pri nákupe materiálu nás za podnikateľov považujú.

#### **NIE JE RIEŠENÍM ZAKLADANIE DESIGNERSKÝCH ATELIÉROV – FIRIEM, KTORÉ BY MOHLI PONÚKNUŤ DESIGN OD NÁVRHU AŽ PO PROTOTYP?**

Niektorí naši kolegovia už takýmto spôsobom pracujú, niekoľko designerov dohromady môže už založiť živnosť. Ale designer – jednotlivec sa v súčasnosti nachádza niekde medzi výtvarníkom a živnostníkom, skrátka, jeho postavenie z hľadiska daňových a legislatívnych predpisov nie je dobré. Pokúsime sa dohodoriť s Ministerstvom hospodárstva, aby nám pomohlo pri zakotvení štatútu autorizovaného designera. Radi by sme v tomto využili aj pomoc SDC. Nie je to len v záujme designerov. Ani podniky nemajú prehľad o designeroch – kto v akom odbore pracuje a s akou odbornosťou. Mnohé podniky sa boja spolupracovať s designermi, nepoznajú ich a majú často aj zlé skúsenosti. Dekrét autorizovaného designera by bol určitou zárukou.

#### **AKÝ ZÁJEM PREJAVUJÚ VÝROBCOVIA O SLOVENSKÝ DESIGN?**

V súčasnosti výroba veľmi málo využíva schopnosti slovenských designerov, naopak, preberá zo zahraničia celé know-how i s designom, ktorý pre túto oblasť nie vždy vyhovuje. Napríklad grafika na ázijských výrobkoch, ak sa nerobí priamo pre Európu, nevyhovuje. Chybou je aj to, keď výrobca robí výber dokumentácie, nežiada aj iné znenie grafiky, ktoré možno existuje. Aj v tomto by sme výrobcom mohli pomôcť. Musíme im však hlavne ukázať, že aj slovenský design má úroveň. Mnoho našich riešení a návrhov však zostáva v zásuvkách a nemá už šancu dostať sa do výroby.

#### **ČO TEDA MÔŽETE PONÚKNUŤ PODNIKOM V SÚČASNEJ SITUÁCII, ABY O VÁS VEDELI? AKO NADVIAŽETE SPOLUPRÁCU?**

Dá sa to dvoma spôsobmi, buď sa obrátia podniky priamo na designerov a vtedy dostanú priamu informáciu. Ide to aj opačne, keď sami ukážeme podnikom, čo robíme, ponúkžeme svoje návrhy a svoje rady. Aj tu platí, že buď príde Mohamed k hore, alebo hora k Mohamedovi. Pomohla by nám nejaká zaujímavá forma, ako ponúknuť dobré nápady výrobcom, či už v súťaži Dobrý design alebo v časopise.

#### **ČASTO SA STRETÁVAM S TÝM, ŽE AUTORI NEHCÚ, ABY SA ICH NÁVRHY PUBLIKOVALI, KÝM NIE SÚ CHRÁNENÉ AKO PRIEMYSELNÉ VZORY.**

Ak sa dobrý nápad, návrh, model zverejní v časopise, je už určitým spôsobom chránený. Nie ako priemyselný vzor, ale práve zverejnenie je dôkazom o čase vzniku a má váhu argumentu pri dokazovaní autorstva. Problém plagiátu je však veľmi zložitý, stačí len veľmi malá zmena riešenia, a už sa nepovažuje za plagiát. Krádežiam v oblasti priemyselného designu sa, žiaľ, neubránime. Nápady sa odovzdávajú alebo vylepšujú. Ale to už je na nás. Nemôže nám to zabrániť, aby sme prezentovali svoju prácu.

#### **V TOM BY VÁM, DESIGNEROM, MOHOL NOVÝ ČASOPIS POMÔCŤ. BUDEME RADI, AK SA STANE SPROSTREDKOVATEĽOM MEDZI DESIGNERMI A VÝROBCAMI A POMÔŽE ZDVHNUŤ ÚROVEŇ SLOVENSKÉHO DESIGNU.**

**Ďakujem za rozhovor.**  
Prípravila Adriana Pekárová



Rozhovor s akad. arch. Ing. Tiborom Herchlom



problémoch  
slovenských  
designerov

DESIGNUM

11/0/1993



Turistu, ktorý vystúpil počas tohtoročných letných dní na Avenue generála Eisenhowera pred známym Grand Palais, nečakal zvyčajný pohľad na jeden z parížskych architektonických skvostov zo začiatku storočia, ale prekvapujúci zážitok. Priečelie paláca pokrývala modrá kulisa so žiarivo bielym nápisom DESIGN – miroir du siècle. Na horizontále obrovského „parkoviska“ sa skveli ako farebne nablýskané šperky automobily Renault Twingo, model 1993. Schody do koridoru posuvnej letiskovej rampy, ktorá nahrádzala vchod a východ, uvádzali návštevníka na nevšednú prehliadku všedných predmetov – na výlet do dejín designu.

Podujatie Design – zrkadlo storočia, ktoré usporiadalo Francúzske ministerstvo kultúry pod záštitou prezidenta François Mitteranda, bolo najväčšou výstavnou prehliadkou venovanou designu v dejinách. Usporiadatelia sa podujali na úctyhodnú úlohu ukázať ekonomické, kultúrne a sociálne dimenzie designu prostredníctvom viac ako tisícok objektov dokumentujúcich vývinovú líniu 150 rokov. Exponáty predstavili nielen ako výsledok individuálnej tvorivosti, ale ako sociálnu výpoveď, zhmotnenú v predmetoch odrážajúcich úroveň nárokov a potrieb ľudí svojej doby. Nefunkčné a morálne zastarané zostávajú tieto predmety svedkami dávnych spoločenských vzťahov, pamäťou jednotlivých etáp ľudskej histórie.

Návštevník dostal možnosť sledovať cez exponáty panorámu vývoja smerujúceho k funkčnosti, miniaturizácii a dematerializácii. Nezvyčajný výlet do sveta objektov naznačoval už svojrázny vstup schodištom do chodby letiskovej rampy a odtiaľ do hlavnej haly Grand Palais. Do impozantného výstavného priestoru zo skla a kovu uvádzala zvuková ilúzia letu – hukot rolujúceho Boeingu, ktorý diváka situoval z horúceho parížskeho leta do reality sveta techniky a vynálezov. Neľahkú úlohu inštalácie vyriešilo rozdelenie do piatich dejinných úsekov. Divák prechádzal po časovej línii medzi objektmi rozdelenými podľa logiky funkčnosti do štyroch pásov – predmety dennej potreby, zariadenie domácnosti, dopravné prostriedky. Vertikálne panely doplnili napokon dejiny architektúry v snímkach významných stavieb. Didaktickým doplnkom boli komentáre na audiozázname, prezentované na vyvýšenej galérii a doplnené videoprojekciou na monitoroch. Tieto pomáhali divákovi doplniť predstavu o atmosfére danej doby. Dávali možnosť zmeniť médium, oddýchnuť si od záplavy vizuálnych informácií klasickej inštalácie. Zvuk bol stále prítomný, sprevádzal v napredovaní časom. Zvuk drožky, kvílenie parnej lokomotívy, hukot Boeingu. Tlmil ho len tichý šelest otáčavých ventilátorov, ktoré prinášali úľavu v nedýchatelnom ovzduší letného skleníkového efektu. Intenzita zvuku stúpala

až k záverečnej ploche expozície – obrovskej zrkadlovej stene, ktorá akoby dvíhala priestor kdesi do výšky v iluzívnej hre, symbolizujúcej labyrint tvorivosti a predstáv.

Pri zdanlivo takmer nekonečnom počte exponátov a bolestivo obmedzenom čase je akákoľvek snaha o systematickosť prehliadky zbytočná a pozornosť káže – hľadá si svoje dominanty, známe záchytné body dejín designu – ohýbaná stolička Thonet No. 14 (1855), šijací stroj Singer (1879), písací stroj Remington (1904), Rietveldovo slávne červeno-modré kreslo (1918),

vázy Alvara Aalta (1936), lampa Tizio (Richard Sapper, 1973). Priestor si podmanili najmä autá – Ford, model T (1908), dôverne známa Tatra T 87 (1934-1941), prvý aerodynamický automobil, rafinovane ohýzný Scarab (1935-1940) alebo dokonalý design automobilu dneška v prototypoch firmy BMW až po maskota výstavy Renault Twingo (1993), spájajúceho eleganciu s úspornosťou. Súčasnosť sa pripomenula elektronikou – computerom Apple Macintosh (1981), japonskými robotizovanými hračkami (1984), kamerou Canon Ion RC-251 (1992), videofónom Alcatel (1993), ale aj zubnou kefkou firmy Fluocaril, ktorú navrhol v roku 1990 Philippe Starck popri projektoch známych hotelov a interiérov pre francúzskeho prezidenta. V najvyššej konkurencii obstálo aj bývalé Československo, ktoré malo v ústrednej hale



REALITES  
nouvelles

22 mai - 06 juin



vyše dvadsať exponátov, medziiným mixér ETA (1962, Elektro-Praga-Hlinsko), vysávač Pluto (1970), rádio T 713 (1948), opekač na toasty firmy Samum (1935), telefón UB (1924-1925) alebo ventilátory s možnosťou ohrievania vzduchu (1928-1930). Napohľad takmer nedezerne množstvo exponátov v ústrednej hale bolo usporiadané do systematickej inštalácie, ktorej logika a východisková periodizácia sa odzrkadľovala až po určitom časovom odstupu a využití bohatého fondu informačných médií. V prvom dejinnom úseku (1850-1917) medzi priekopníkmi dominovalo Anglicko a Nemecko úroveň dielenskej práce a spájaním umenia a designu. Medzivojnové obdobie ovládol kult nového myslenia, dominuje americký model a USA spolu s hnutím európskeho modernizmu, myšlienkami funkcionalizmu a Bauhausu.

Povoľ- nové ob- dobie (1945-1958) patrí autori- te Škandinávie a jej variante funkcionalizmu. Presadzujú sa prejavy konzumnej spoločnosti. Roky 1959-1970 sú obdobím kultu mladosti a jej revolty, presadzovania plastov a konjunkúry talianskeho designu. V poslednej etape (1970-1990) na seba upozorňuje Japonsko a Európa v súvislosti s érou elektroniky, urbanizmu a rozvoja telekomunikácií. Usporiadatelia sa zjavne usilovali o uchopenie doby ako celku, pozostávajúceho z množiny každodenných predmetov, ktorých hodnotová či význa-

mová subordina- cia je otáz- na. Objekty, všetky jednotne usporiadané na zemi, nepútali pozor-

nosť individuálne, skôr vzbudzovali spomienky a zvedavosť, prekvapovali. Americké autá s nablýskaným chrómom, nostalgické objekty – prvé roboty do domácnosti, štandardné predmety včerajšia i dneška, ako chladnička či hodinky Swatch. Z presvetlenej hlavnej haly viedla prehliadková trasa do bočných priestorov paláca, kde sa v expozícii predstavila najmladšia generácia talianskych designerov. Ich nábytkové solitéry provokujú svojou neštandardnosťou, jedinečnosťou, ktorá je jasnou odpoveďou na pridlhé obdobie rýdzo funkcionalistického tvaroslovía. Taliansky inštitút zahraničného obchodu sústredil do niekoľkých kôji na ploche 500 štvorcových metrov svoju predstavu o designe nábytku roku 2000. Tvorivá skupina Atelier Mendini predstavila niekoľko desiatok mladých tvorcov, rozvíjajúcich myšlienky postmoderny. Pozíciu talianskeho designu na medzinárodnej scéne vždy udržiaval dôraz na estetickú stránku objektu. V dielach mladých estetická rafinovanosť potláča striktnú požiadavku funkčnosti do úzadia. Odtiaľ i názov La fabbrica estetica alebo Nuovo Bel Design. Textová príloha k imponantnému katalógu diel s menami a adresami autorov komentuje expozíciu mladých slovami: „Noví designeri sú ako osamelí herci, ktorí prichádzajú so svojou komédiou umenia na scénu. Údiv, ktorý vzbudzujú, je priamo úmerný poetickému napätiu prítomnému v ich dielach.“ Taliani predstavili však aj svoj povestný design tvorbu

firmy Alessi, Industrial Design Centre a Zanussi, ktorý tvorí súčasť bežného esteticky pôsobivého sortimentu maloobchodu na celom svete.

Osvietením bol pavilón spoločnosti Gaz de France, ktorý pod názvom Gaz naturel, 1'energie creative prišiel s rýdzo umeleckými ambíciami. Výrazné, národnostne i umelecky odlišné osobnosti ako Angličan Ron Arad, Talian Denis Santachiara, Čech žijúci v Holandsku Borek Šípek, Francúz Martin Szekeley a nemecká skupina štúdio Ginbande vytvorili pod vedením Kristiana Gavoilého izolované environmentálne prostredia prezentujúce mágiu ohňa a plynu ako tvorivú energiu so skrytou poetikou. Divácky úspech patrila jednoznačne Šípkovej parafráze na záhradnú idylu s lavičkou pre milencov, zelenou a plynovou lampou.

Veľkolepá expozícia firmy Swatch predstavila na ploche 1200 metrov v koncepcii Alessandra Mendiniho úplnú kolekciu hodín, ktoré sa stali hitom predošlého desaťročia. Princíp neustálej zmeny a hľadania nových klasických, či šokujúcich podôb ciferníka, ktorý vytvaruje korešponduje s remienkom a napokon aj závažná komerčná úspešnosť tohto typu sústredila okolo firmy Swatch zvukové mená: Alessandro Mendini, Momo Paladini, Keith Haring, Falona a ďalší.

Záplava vizuálnych informácií si vyžaduje oddych – a možno i klasický hamburger v stánku Mc Donald. Organizátori vám však ani na tomto mieste nedopriali prestávku v štúdiu designu. Pri káve alebo hamburgeri nevedojak spoznávate design Fredericka Beuveryho v podobe stánku, loga, vnútorného zariadenia, grafiky na obaloch. Máte možnosť počúvať ohlasy na výstavu v rozmanitých rečiach, v ktorých je údiv, nadšenie, sklamanie. Pri fotografovaní v hale ma oslovila mladá Američanka s tvárou plnou prekvapenia: „Nothing extraordinary. What do you think about?“ Predmety okolo nej neboli naozaj nič extra – nič nezvyčajné. Výnimočnosť včerajšia sa stala všednosťou dneška, štandardom alebo spomienkou. Design ako zrkadlo času je vecne neúprosné. Odráža nielen exkluzivitu a výnimočnosť. V stovkách všedných drobností sa zrkadlí ťažko uchopiteľný ľudský rozmer – sociálna, ekonomická a kultúrna úroveň doby.

Jarmila Račková

armoire ordinateur chaise interviews assoreuse  
na ou te réveil louche radiateur  
u siècle  
frita répondeur machine

ur-electeur bip brosse sablier arrosoir  
ticket cafetière halogène salière étagère  
25/7





◀◀Expozícia LA FABRICA ESTETICA.  
Diela milánskej skupiny architektov (Guisi Mastro, Monika Moro, Roberto Semprini)

◀Plynová lampa s lavičkou z expozície Gaz naturel. Borek Šípek, 1993



◀Automobil typu Scarab  
(William Bashnell Stout, 1935-1940)



◀◀Expozícia LA FABRICA ESTETICA. Diela bolonského architekta Massima Iosu Ghiniho



# Sparkling party

10. 9. – 14. 11. 1993

Antverpy, Belgicko

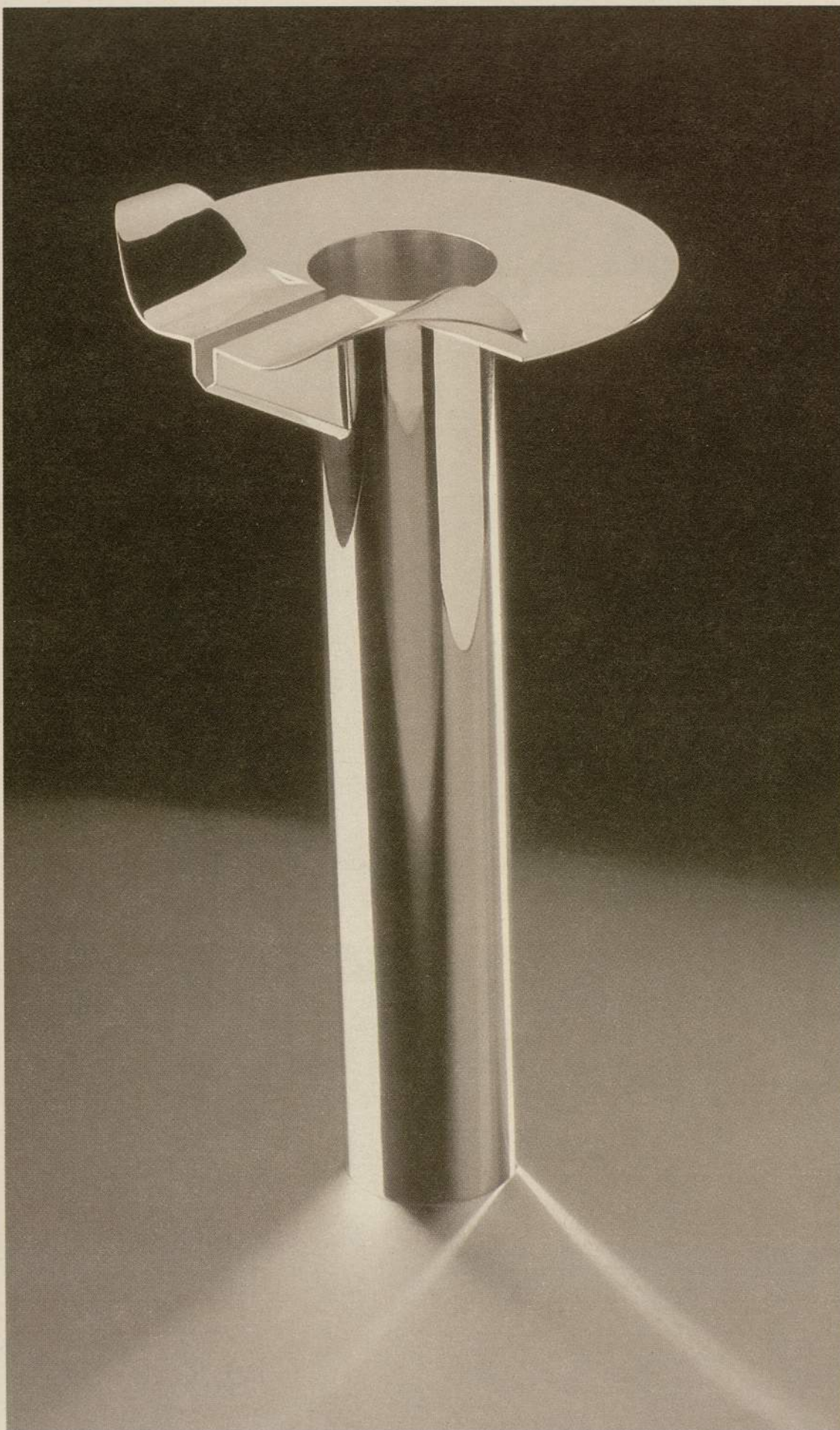
Antverpy boli vyhlásené v roku 1993 za hlavné kultúrne mesto Európy. Počas roka ožilo v tomto historickom flámskom meste množstvo prvkov existujúcej európskej kultúry, jej najsúčasnejších prejavov, ale aj historických kontextov. K oslave ľudského ducha Antverpy 93 prispel aj Flámsky inštitút pre malé a stredné podniky VIZO veľkolepou výstavou unikátnych prác zo striebra nazvanou Sparkling party (Trblietavá oslava).

Tento výber témy nebol náhodný. Už od 16. storočia sú Antverpy povestné remeslami zameranými na prácu so striebrom, v období secesie patrilo Belgicko k vedúcim krajinám v tejto oblasti. V Antverpách sa pokračuje v tejto tradícii rozvíjaním nových vyučovacích programov na Kráľovskej akadémii i na Inštitúte Sv. Lukáša. Poslaním inštitútu VIZO je okrem poradenskej a konzultačnej činnosti predovšetkým podpora umeleckých remesiel a podnikania. A tak aj Sparkling party sa uskutočnila so zámerom nielen predstaviť nové aktivity v oblasti práce so striebrom, ale hlavne podporiť záujem o túto oblasť tvorby.

Výstave predchádzala súťaž, ktorá mala ohlas v osemnástich krajinách Európy – prihlásilo sa do nej vyše 100 prác. Podmienkou účasti bolo, že žiadne z diel nesmie byť staršie ako jeden rok a musí ho vytvoriť sám účastník súťaže. Medzinárodná porota v zložení Johan Valcke (riaditeľ oddelenia remesiel inštitútu VIZO), Alberto Alessi (manager firmy Alessi), Sigurd Persson (legenda v oblasti umeleckej práce so striebrom), Michael Rowe (z Royal College of Art, Londýn) a Jean Lemmens (profesor Kráľovskej akadémie výtvarných umení v Antverpách) vybrali práce tridsiatich, prevažne mladých umelcov, ktoré sa predstavili na výstave. Dve práce z nich získali aj významné ocenenia: Allan Scharff dostal cenu Svetovej rady remesiel za unikátnu tepanú misu na ovocie a Hilde De Decker získala cenu firmy Alessi za súbor pohárov a zubných špáradiel. Výstava nezvyčajných strieborných predmetov dostala aj nezvyčajné architektonické riešenie. V obrovskej bielej krabici situovanej v Provinciale Room vytvoril architekt Lou Jansen nový priestor, ktorý ovládlo svetlo, pôsobivá hudba a tisíce strieborných zábleskov znásobené zrkadlením na stenách. Po Antverpách sa výstava predstaví aj v iných európskych mestách.

◀ Nedda El Asmar (Belgicko) : Okrídlený džbán na víno. Striebro

▶ Michael Boy (Dánsko): Misy. Striebro

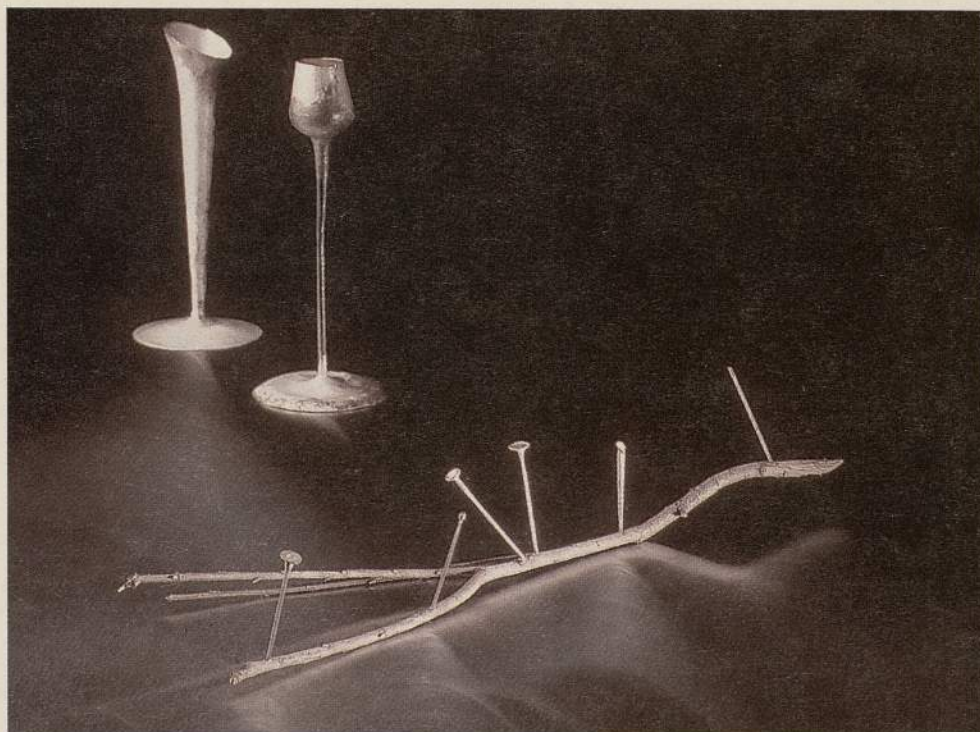




Gabriele de Vechi (Taliansko): Konvica na kávu. Striebro, drevo ►



Hilde De Decker (Belgicko): Zubné špáradlá a poháre. Striebro, zlato ►



Allan Scharff (Dánsko): Misa na ovocie. Striebro ►





# NESTE FORMA FINLANDIA



V marci 1993 sa v Espoo vo Fínsku skončil vyhlásením víťazov 3. ročník prestížnej medzinárodnej súťaže Neste Forma Finlandia. Jej usporiadateľom je fínska spoločnosť Neste Chemicals, jeden z popredných svetových výrobcov plastov. Podľa vyjadrenia predsedu spoločnosti Neste Jaaka Ihamoutilu je súťaž „katalyzátorom, ktorý podnecuje designerov prekonávať stereotypné bariéry a otvára nové možnosti pre funkcie a tvary v novom materiáli. Súťaž zároveň svedčí o našej dôvere v plasty, ak ich budeme inteligentným spôsobom propagovať a vhodne využívať.“



2. cena v kategórii A:  
Kombinované rybárske kliešte na vyberanie háčikov zo sietí.  
Design: Steve Visser a Miro Tasic, USA.  
Štylizovaný jednoduchý tvar klieští napovedá ich funkciu.  
Materiál znesie dlhodobé používanie a dá sa recyklovať.

V 3. ročníku súťaže sa zišiel rekordný počet 739 návrhov od designerov z 36 krajín, medzi nimi aj 12 návrhov slovenských a českých autorov. Súťaž sa vyhodnocuje v dvoch kategóriách: v kategórii A – Výzvy budúcnosti – sa oceňujú originálne, doteraz neznáme výrobky a v kategórii B – Najlepší svetový výrobok z plastov – výrobky z plastov zavedené do výroby v posledných dvoch rokoch.  
Po prvýkrát sa v tejto súťaži udeľovali aj osobitné ceny za environmentálny prístup. Kritériami boli úspora materiálov a energie, možnosť recyklácie a spracovanie odpadu a pod. Predseda poroty hodnotiacej ekologické aspekty Jukka Vlinanen komentoval tento zámer slovami: „Dôležitosť environmentálneho myslenia pri tvorbe designu stále narastá... zavedením osobitného hodnotenia sme chceli vyzdvihnúť, ako môžu plasty prispieť k zmierneniu záťažky ľudstva s prostredím a podnietiť zodpovedné využívanie zdrojov, ak sa spojí inteligentný design s vhodným materiálom.“



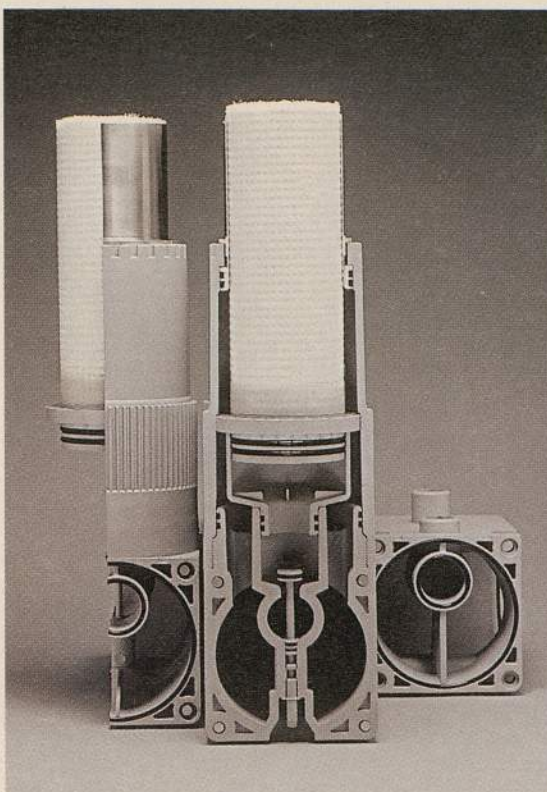
# NESTE FORMA FINLANDIA

2. cena v kategórii B: Mikrofiltračný systém MIO  
autorov: Mike Selbie a Bruce Biloft z firmy  
Nemtec a David Wood a Philip Gullfoyle Nielsen  
Design Associates, Austrália.

Filtračný systém na kontaminovanú vodu  
je príkladom perfektného technického designu.  
Komponenty sú vyrobené z polypropylénu,  
polyamidu a polyuretánu.

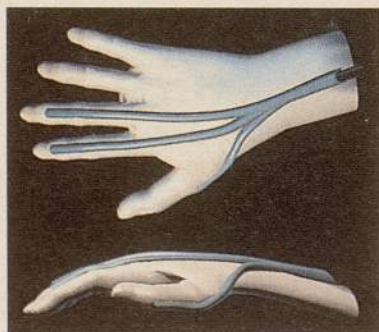
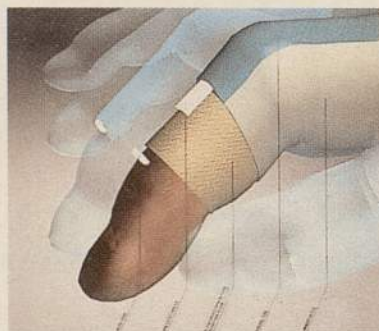


3. cena v kategórii B: Národný kompas Suunto.  
Design: Davor Spoljariz, Heikki Metsä-Ketelä  
a Erkki Vainio, Fínsko pre firmu Suunto Oy.  
Autori navrhli kompas s nízkymi výrobnými  
nákladmi, ľahkou montážou a obsluhou.  
Plastové látky tvoria vo výrobku podstatne  
vyššie percento ako u iných podobných výrobkov.



Medzinárodná porota zložená zo špičkových odborníkov (Jaakko Ihmoutila, Fínsko, Danielle Quarante, Francúzsko, Antti Numesniemi, Fínsko, Alexander Neumeister, Nemecko, Stefano Marzano, Taliansko a Kazuo Morohosi, Japonsko) vybrala 8 najlepších prác, ktoré získali peňažné odmeny vo výške 1 milión fínskych mariek. Dve práce boli ocenené za výnimočnosť z hľadiska ochrany životného prostredia.

(en)



1. cena v kategórii A: Chirurgické rukavice  
osvetľujúce miesto zákroku. Design: Leo Hatjasolo  
a Jarkko Valtanen, Fínsko.  
Rukavice umožňujú chirurgovi bezpečnú a rýchlu  
prácu. Jednoduchý, ale účinný nápad spočíva vo  
využití silikónových hadičiek, v ktorých je zavedené  
optické vlákno.

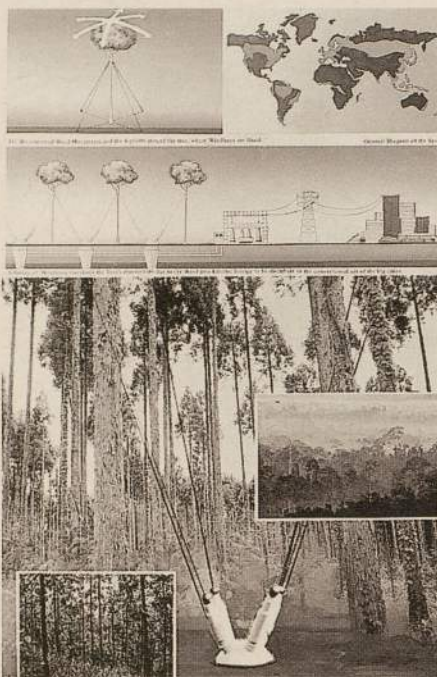


Ocenenie z hľadiska ochrany životného prostredia:  
Spojovací zámok rybárskych sietí. Design: Stephen  
Jagers a Geoffrey Blake z Veľkej Británie.  
Zámok pozostáva z dvoch identických častí, ktoré  
ľahko a bezpečne spoja dva konce roztrhnutého  
lana. Design je veľmi jednoduchý a mimoriadne  
funkčný. Materiál znesie dlhodobé používanie  
a dá sa recyklovať.

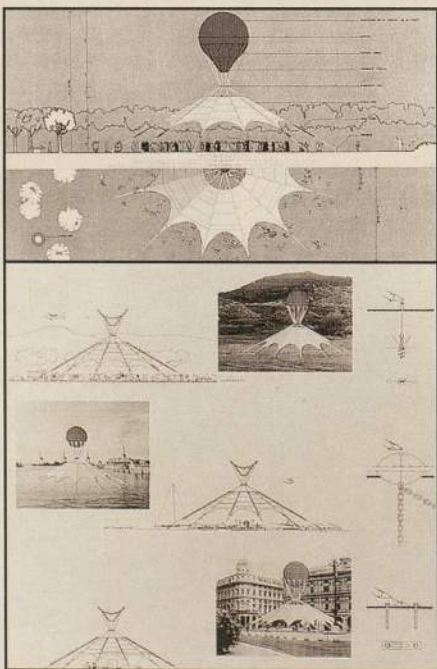




# 6th International Design Competition Osaka '93



Edison Sindi Ueda (Brazília): Veterný les – systém výroby energie. Projekt je založený na využívaní pohybov mohutných korún vysokých stromov v amazonských pralesoch, lesoch Indonézie, Severnej Ameriky a inde, ktoré sú odolné voči prudkému vetru. Autor navrhuje transformovať energiu pohybu na elektrickú energiu pomocou systému pripomínajúceho postroj.



Simone Medio (Taliansko): Aerostatický pavilón. Autor využíva vietor a vzduch ako prvky, ktoré definujú prostredie. Pavilón tvorí ultraľahká konštrukcia z plachtoviny a lán, ktorá sa dá jednoducho inštalovať v rôznych prostrediach a v ktoromkoľvek čase. Môže slúžiť nielen pri kultúrnych a zábavných podujatiach, na ktorých sa sústreďuje mnoho ľudí, ale aj v prípade ohrozenia ako pojazdná klinika.

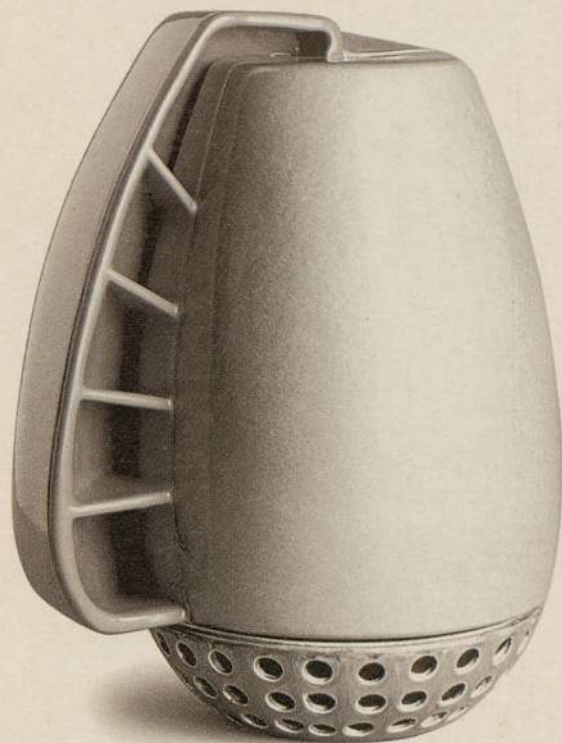
Medzinárodnú designerskú súťaž Osaka usporiadal jej zakladateľ a podporovateľ Japan Design Foundation po prvýkrát v roku 1982. Odvtedy sa každý druhý rok sústreďujú v Osake stovky nápadov a riešení designerov z celého sveta, ktorí sa usilujú o získanie niektorej zo zaujímavých finančne dotovaných cien. Súťaž bola založená so zámerom podnietiť designerov na prahu 21. storočia k úvahám o budúcej úlohe designu a zhmotneniu svojich špecifických predstáv. Témou 6. ročníka súťaže, ktorá vyvrcholila v marci 1993 vyhlásením víťazov a v októbri veľkou výstavou ocenených a iných zaujímavých prác, bol **Vietor, vzduch, krásne prostredie**. Vyhlasovatelia súťaže chceli iniciovať nové pohľady na vzťah medzi ľudstvom a vetrom a nové riešenia, ktoré využívajú vietor a vzduch v prospech človeka i životného prostredia.

Súťaž, ktorú podporujú aj nevládne organizácie ICOGRADA, ICSID a IFI, si za vyše desaťročie získala značnú popularitu, a tak aj jej posledný ročník obsluli designeri zo 70 krajín celého sveta vyše 1127 prácami. Tradične najpočetnejšiu účasť zaznamenali Japonci, po nich designeri z USA, Talianska, Indie a Nemecka. Prehľad o počte účastníkov podľa jednotlivých krajín poskytuje zaujímavý údaj. Na šiestom mieste so 47 prihlásenými prácami sa uvádza bývalé Česko-Slovensko. Aj keď toto úsilie nebolo doteraz odmenené žiadnou cenou pre slovenského či českého designera, môžeme ho považovať aspoň za dôkaz sebavedomia a záujmu tvorcov, ktorí sa nezľakli náročných kritérií medzinárodnej súťaže. Z porovnania posledných dvoch ročníkov súťaže je zrejmy presun záujmu designerov z oblasti grafického designu na priemyselný design – dopravu, stroje, osvetlenie, nástroje a pod.

Z 55 prác, ktoré sa dostali do finálového posudzovania, porota rozhodla o udelení Grand Prize – Ceny ministerského predsedu – spolu s finančnou odmenou 35 000 USD talianskemu designerovi Simone Mediov z Janova za Aerostatický pavilón. Taliansky design sa v tohtoročnej súťaži výrazne presadil, okrem Veľkej ceny získali Taliani aj ďalšie dve z hlavných cien. Rolando Borsato z Milána Zlatú cenu za ventilátor Nautilus a Cenu primátora Osaky udelili Lorenzovi Posimú z Milána za prácu Balón života (Lifeball). Držitelia ďalších hlavných cien sa stali Ulrich Reif z Nemecka za Veterné energetické pole, grafická designerka Reiko Yamazaki z Japonska za cyklus plagátov Mestský vietor, Jin-Sik Choi z Kórey za cestovný odev Airpora, Ravindra Rajhans z Indie za Omkar – umelý fonetický systém a Paul Evans z USA za prácu Aerotecture. Porota udelila aj ďalšie 4 čestné uznania.

Tohtoročnú súťaž završila v októbri výstava takmer 50 prác v priestoroch Expo Osaka, sprevádzaná programom prednášok a diskusií na tému Vietor a kultúra.

(en)



Rolando Borsato (Taliansko): Ventilátor Nautilus. Nekonvenčný tvar elektrického ventilátora, ktorý má už storočnú históriu. Autor ho projektoval so zámerom vytvoriť predmet, ktorý nemá len užitočnú funkciu, ale je aj zdrojom potešenia a má kultúrne a emocionálne hodnoty. Inšpiroval sa preto tvarom mušle a spomienkou na plážový vietor. Na rozdiel od klasických ventilátorov nie je neprístupný, ale láka k dotyku.

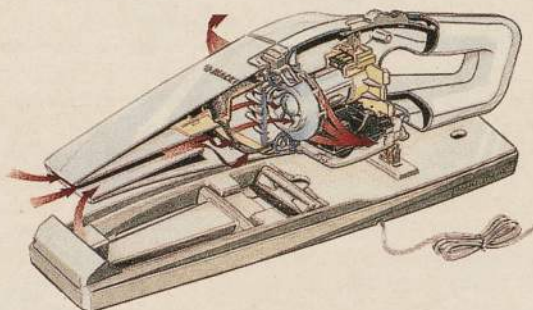
Reiko Yamazaki (Japonsko): Mestský vietor



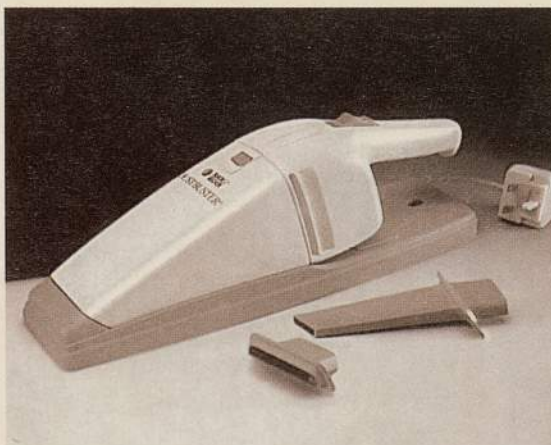
# The British Design Awards

## BRITISH DESIGN AWARDS 1993

Udeľovanie cien za design výrobkov má vo Veľkej Británii dlhoročnú tradíciu. Už v roku 1957, keď udeľili ceny za design po prvýkrát, si britská Rada pre design uvedomovala význam designu pre prosperitu ekonomiky a konkurencieschopnosť britských výrobkov. Na ocenených produktoch predchádzajúcich desaťročí sa odrazili hlavné trendy doby: päťdesiate a šesťdesiate roky boli v znamení spotrebných výrobkov, v sedemdesiatych rokoch boli oceňované predovšetkým priemyselné výrobky a osemdesiate roky ovládli mikroprocesory. Rovnako aj držiteľia cien z deväťdesiatych rokov reprezentujú záujem tohto obdobia o ergonómiu a jej úlohu pri vytváraní dobrého designu. Toto desaťročie sa navyše vyznačuje internacionalizmom – v tom zmysle, že väčšina



Vysávač prachu a vody.  
Výroba a design: Black and Decker  
Najnovší model vysávača určeného na ťažko prístupné miesta a nábytok.



výrobkov je určená na svetové trhy, alebo vznikla ako výsledok špecifických prieskumov trhu. O udelení cien rozhoduje porota, avšak nielen názory porotcov sú určujúce na vynesenie konečného stanoviska. Každý držiteľ ocenenia musí preukázať úspešnosť výrobku na trhu a podať dôkaz o tom, ako prispel design ku konkurencieschopnosti výrobcu.



Klarinet Lyons C.  
Design: Ted Planas a Random Product Design.  
Výroba: Lyons Musicale, Hertfordshire  
Prevratná novinka medzi hudobnými nástrojmi. Klarinet je celý vyrobený z plastov, pričom si zachováva klasické akustické hodnoty. Je konštruovaný tak, aby váhou a veľkosťou vyhovoval deťom vo veku 7-11 rokov.





# BRITISH DESIGN AWARDS 1993



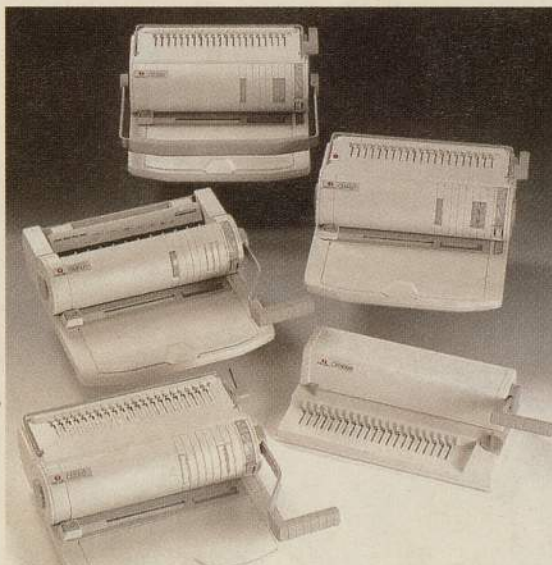
Svetlá na bicykel Revolver 360.  
Design: Hodges and Drake Design, Leicester.  
Výroba: Revolver Lamps, Leicestershire  
Výrazne zvyšujú viditeľnosť, ľahko sa inštalujú  
na rôzne druhy bicyklových rámov.

Možno aj to je dôvodom, že v súvislosti s ocenenými výrobkami sa namiesto mien jednotlivcov - designérov vyskytujú najčastejšie designerské štúdiá či firemné tímy designerov.

V súčasnom období recesie, ktorá dosť tvrdo postihla aj britskú ekonomiku, je prvoradým záujmom uplatniť čo najviac britských výrobkov na európskych a svetových trhoch. Jednou z účinných foriem, ktorú uplatňuje Rada pre design, je práve udeľovanie cien, a to v štyroch kategóriách: produkty z oblasti transport designu, priemyselné produkty, spotrebné výrobky a produkty z oblasti elektroniky.

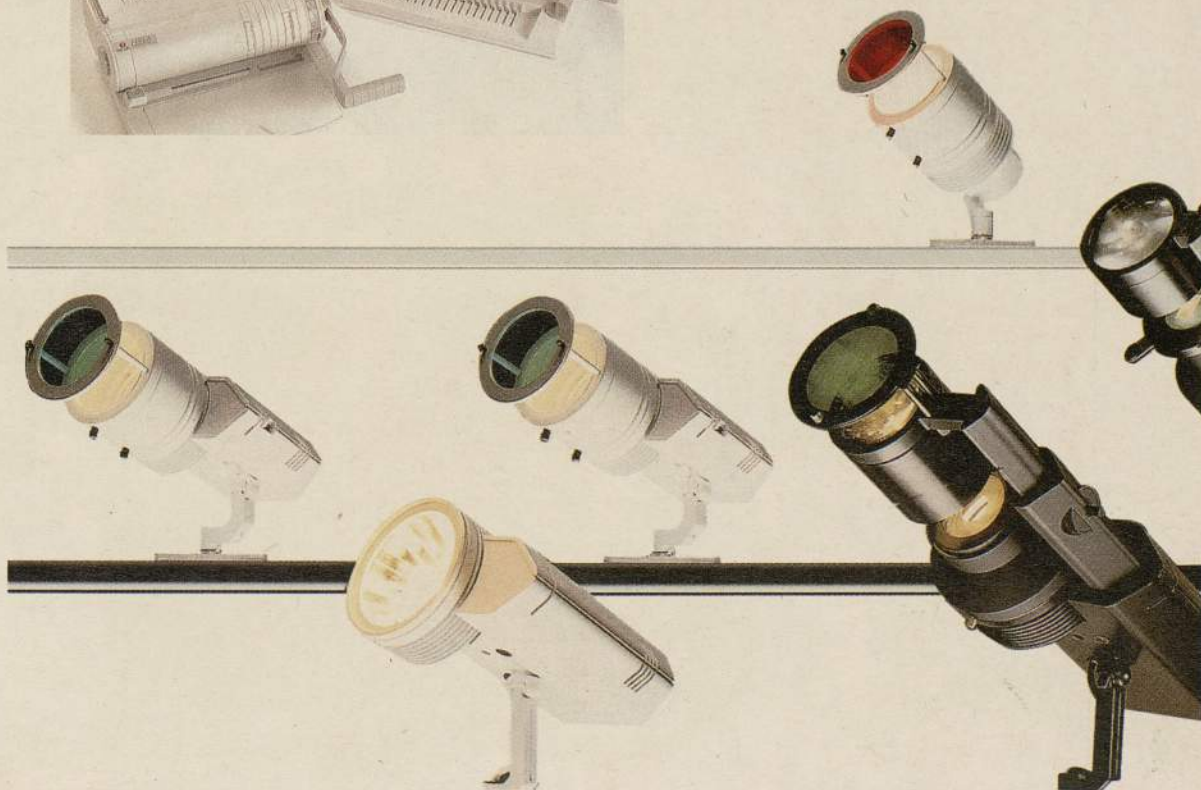
Ocenenia v jednotlivých kategóriách sa udeľujú postupne počas roka. V kategórii spotrebných výrobkov v roku 1993 dostalo ceny šesť výrobkov: Rad viazačov výrobcu Acco-Rexel, Lampa na bicykel Revolver 360, sprchové čerpadlo Varispeed 50, Vysávač prachu a vody Black and Decker, klarinet Lyons C, kontrolné bodové svetlá.

(en)



Rad viazačov.  
Design: DCA Design Consultants Warwick.  
Výroba Acco-Rexel, Worcestershire

Kontrolné bodové svetidlá.  
Design: Robert Heritage.  
Výroba: Concord Lighting, Londýn  
Svietidlá určené do priestorov, ktoré vyžadujú špeciálne podmienky resp. svetelné efekty (napr. múzeá a pod.). Pri navrhovaní designu sa kládol dôraz na flexibilitu použitia, spoľahlivý výkon a klasický vzhľad.





# Textilný design®:

# J B

1958 - narodený sa 4. augusta v Kežmarku  
1974 - 1978 štúdium na Strednej priemyselnej škole textilnej v Ružomberku  
1979 - 1985 štúdium na Vysokej škole výtvarných umení - oddelenie textilu (prof. E. Antlová)  
1985 - 1990 pracoval ako návrhár v Textileme v Ružomberku  
1990 - vedúci pedagogického oddelenia textilného dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave

## C E N Y

1985 - Zlata medaila, Mladý módny tvorca, Liberec  
1988 - Zlata medaila - Prvá cena, 1. Medzinárodné trienňé vzorov, Budapešť  
1992 - Čestné uznanie, Súlny - výstava Svetovej rady remesiel, Bratislava

## JOZEF BAJUS





O

A

FOTO: PETER ŠMČÍSKO



Papierový objekt z cyklu  
Horizontálne meditácie  
(detail).  
Papier, plexisklo, 1991.  
Designerská tvorba  
J. Bajusa je úzko spojená  
s voľnou tvorbou  
a vzájomne sa inšpirujú

Kocka MC 9  
(malé centrum 9).  
Papierový objekt,  
9 X 9 X 9 cm,  
1989.

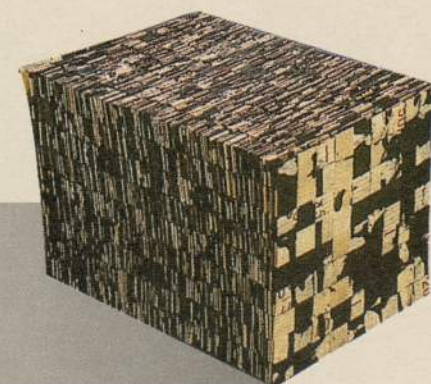


FOTO: AUTOR

■ V súvislosti s designerskou tvorbou **Jozefa Bajusa** nie je možné nespomenúť aspoň niektoré problémy týkajúce sa postavenia designu v textilnom priemysle a jeho budúcnosti. Vynára sa aj rovnako dôležitá otázka, ako môže textilný design pomáhať pri vytváraní špecifik našej kultúrnej identity. V neposlednom rade s tým súvisí i problém zmyslu štúdia designu na našich vysokých školách. Sú to špecifické problémy, s ktorými sa Jozef Bajus v prvom rade stretáva vo svojej designerskej praxi a pedagogickej činnosti. Svojou vytrvalou spoluprácou s textilným priemyslom sa snaží nájsť odpovede a riešenia v často bezvýhodiskových situáciách. Jeho bohatá prax a školenie ho radia k najprofesionálnejším textilným designerom na Slovensku.

■ Hneď po skončení VŠVU J. Bajus pracoval ako návrhár v továrni na výrobu metrového textilu TEXICOM v Ružomberku. Kým sa však dostal k navrhovaniu dezénov, musel prejsť všetkými profesiami, ktoré sa podieľajú na výrobe potlačeného textilu. Tieto skúsenosti mu umožnili spoznať rozporuplné postavenie návrhára v praxi spojené s neprestajným riešením začarovaného kruhu problémov, ktoré začínajú výtvarným návrhom, jeho technickou realizáciou, pokračujú na ceste k spotrebiteľovi prostredníctvom obchodu. Ekonomické problémy podnikov, úroveň technického vybavenia, všetky nedostatky priemyslu, dlhý výrobný čas návrhu (3-4 mesiace) – to všetko sú nedostatky, ktoré návrhár nemá možnosť ovplyvniť, hoci práve tieto faktory podmieňujú vzhľad návrhu. Často sa však stáva, že výsledok má celkom inú podobu než pôvodný návrh.



FOTO: AUTOR

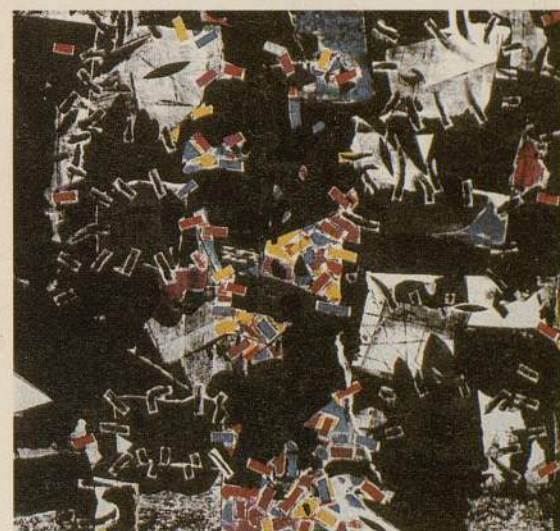


FOTO: AUTOR

Kompozícia I. a II.  
kombinovaná technika  
papier, 1988.



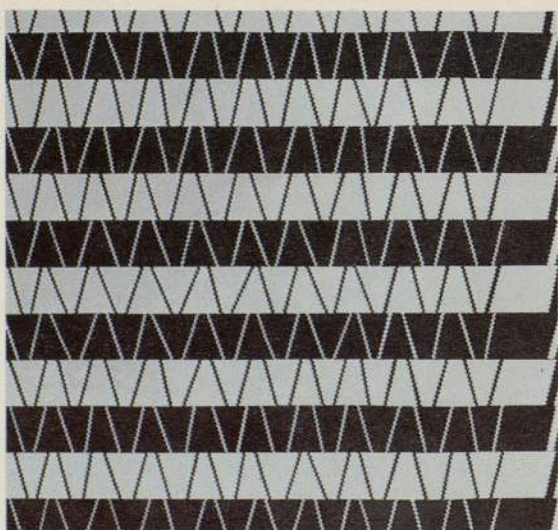
Z

J

FOTO: MARTIN PETRIK



FOTO: MARTIN PETRIK



Zo série návrhov čiernobielych obrusov a farebných dekoračných látok pre Dielo, 1989-1990, filmtlač.  
Pre túto kolekciu navrhol univerzálne jednoduché dezény inšpirované strihaním papiera zúbkovanými nožnicami. Cieľom bolo vytvoriť variabilný a kombinovateľný komplet.

Návrh podlahovej krytiny pre Matadorku v Bratislave, 1992.  
Bajus sa zúčastnil súťaže, ktorú vypísal závod na výtvarné riešenie novej podlahovej krytiny. Zakúpili osem návrhov, ale zatiaľ nebol realizovaný ani jeden.

- K načrtnutým problémom, ktoré pretrvávajú dodnes, sa pripojili ďalšie. Podniky, aby prežili v nových ekonomických podmienkach, sa orientujú na západné trhy, ale za cenu straty vlastných tvorivých pracovníkov, len ako lacné pracovné sily.
- Dnes hrozí zánik aj podniku DIELO, ktorý sa v rámci svojho výrobného programu orientoval predovšetkým na výtvarných umelcov. Podporoval tak vznik domáceho tvorivého potenciálu.
- V rokoch 1989-1990 navrhol J. Bajus pre DIELO sériu dekoračných látok a obrusov s charakteristickým rukopisom. Využíva v nich drobný geometrický vzor, jeho variácie v negatívne a pozitívne v čierno-bielej kombinácii alebo vo viacfarebnom vyhotovení. Je vzácnym príkladom designera, ktorého voľná tvorba sa prelína s tvorbou pre priemysel a obe sa vzájomne inšpirujú. Jeho papierové objekty, ich štruktúra, rôzne spôsoby spájania, strihania a trhanie sú východiskom pre textilné vzory a naopak. Preto jeho tvorba pôsobí veľmi uceleným dojmom. Narába vždy s jednoduchými výtvarnými prostriedkami, najčastejšie s geometrickým vzorom. Jeho striedaním, rôznou skladbou symetrie a asymetrie, zmenami rytmu dosahuje osobitý výtvarný účinok.
- Na designerskej tvorbe J. Bajusa si zvlášť cením jeho snahu o vytvorenie vlastného štýlu inšpirovaného ľudovou tradíciou, ktorú pretlmočil súčasnými modernými prostriedkami. V dobe invázie zahraničného tovaru, designu, ktorý vytláča ten „náš“ zo všetkých oblastí, hrozí strata vlastnej kultúrnej identity. Treba sa rýchlo zamyslieť nad dôležitou úlohou tradície, a to nielen v zmysle kultúrom, ale i hospodárskom, školskom, v každej oblasti.

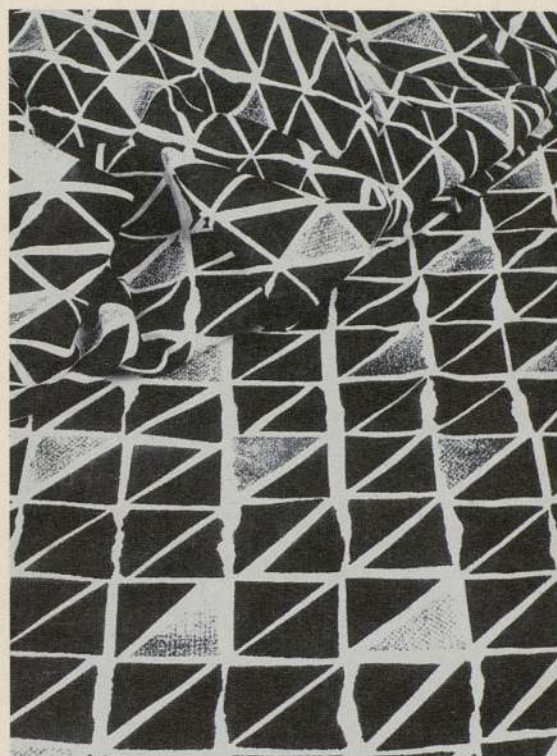


FOTO: PETER ŠIMČÍSKO

Diplomová práca, 1985:  
Čiernobiela šatovka.  
Dominantou vzoru je linka, ktorú vytvára štruktúra trhaného papiera. Podobný spôsob navrhovania používa Bajus aj v súčasnosti.



# U



Zo série pletených pulórov pre ÚĽUV, 1988-1991. Pri navrhovaní vzorov sa dal inšpirovať časťou ľudového odevu z oblasti Torysky-Repáše, a to tkanými zápästkami, ktoré tkali voľakedy len muži. Strih je celkom jednoduchý, aby upútal vzor.

- Pre spomínané kvality designerskej tvorby je J. Bajus ideálnym návrhárom pre ÚĽUV. Navrhol preň (1988-1991) filmtlač s charakterom modrotlaču. Série pletených pulórov, svetrov, rukavíc, čiapok, šálov i kolekciu dámskych odevov a pánske košeľe. Inšpiroval sa ľudovými vzormi z okolia Levoče. Práve storočiami overované kultúrne tradície, predovšetkým v predmetoch úžitkového charakteru, svojimi hodnotami môžu oslaviť skôr než zlé napodobeniny zahraničného designu. Takýto prístup je špecifický pre severský design. Dáni, Fini, Nóri či Švédci si cenia svoje tradície a stále ich oživujú. I napriek obrovským problémom, ktoré čakajú textilných designerov v priemyselnej praxi (a nielen ich), je veľmi dôležitá správna príprava. Jozef Bajus, vďaka svojim skutočne bohatým skúsenostiam so sériovou výrobou, vyhral v roku 1990 konkurz na miesto pedagóga oddelenia textilného designu na VŠVU v Bratislave. Aby školenie nezostalo len vo výtvarej polohe, v tomto roku sa podarilo otvoriť Katedru úžitkového umenia II. VŠVU priamo v priestoroch závodu TEXICOM v Ružomberku.
- Nám nezostáva nič iné, ako si želať, aby „náš“ textilný design nezanikol a aby bolo viac „Bajusov“, ktorí budú mať dosť odvahy a síl prekonávať problémy vyplývajúce zo spolupráce s priemyselnou výrobou.

Katarína Hubová



Pri návrhoch metráže a odevov pre ÚĽUV vychádzal z ľudového odevu. Narába so špecifickými detailami skladania. Dynamiku odevu dosahuje striedaním a vrstvením dielov v negatívne a pozitívne. Vzor metráže vzniká kombináciou bielej a čiernej linky, jej zahustením alebo zriedením. (Modely zapožičal ÚĽUV Bratislava)





F

S

■ **Jozef Bajus** is a rare example of a designer whose free artistic work is linked with industry, mutually inspiring. His paper objects, their structure, and the various ways of pasting, cutting and tearing them are the source of his textile patterns and vice versa. He always uses simple graphic means, usually with geometric patterns. A particularly valuable aspects of his design is his effort to create a style of his own inspired by folk tradition interpreted by contemporary means. In a period of an invasion of foreign goods and design excluding „ours“ from all areas, there is a threat to our own cultural identity. Therefore it is necessary to reconsider the important role of tradition in all areas, not only in its cultural meaning but also in economic and educational aspects.

Katarína Hubová

#### ■ Textile Designer Jozef Bajus

1958 - born August 4, Kežmarok  
 1974 - 1978 studied at the Secondary Textile Vocational School in Ružomberok  
 1979 - 1985 studied at the Academy of Fine Arts in Bratislava  
 1987 - 1990 worked as a textile designer in the TEXICOM plant in Ružomberok  
 1990 - he has chaired the Department of Textile Design at the Academy of Fine Arts Bratislava

#### A W A R D S

1985 - Gold medal. "Young Fashion Creator", Liberec - Czechoslovakia  
 1988 - Gold medal - First Prize. 1st International Triennial of Patterns. Budapest, Hungary  
 1992 - Honourary Mention. "Interplays", World Crafts Council Exhibition, Bratislava, Slovakia

Kompozícia III.  
 (detail).  
 Papier + kov,  
 200 x 200 cm,  
 1988.

Návrhy dežénov  
 metráže pre film tlač  
 Texicomu Ružomberok,  
 1985-1990.





**Túžba vyjadriť sa, sa u človeka rozvinula v obdivuhodný potenciál schopností a možností.**

Mr. Design - to nie je len názov firmy. Je to aj nápad, ako urobiť miesto pre ďalšie nápady. Chce nám niečo povedať. O snahe i potrebe. Nadviazať kontakt a získať si svoje miesto. Stáť na vlastných nohách. Ukázať na to, že design robia ľudia a robia ho pre ľudí. Mať trochu jasno v tom, čo si zaslúži obdiv a komu či čomu preukázať úctu.

A je v tom aj niečo ďalšie. Niečo robiť a robiť to dobre. Aj preto, že robiť niečo dobre je zážitok. A niečo dobre pokaziť je skúsenosť. Pre všetkých. V podstate nič nové pod slnkom.

Alebo predsa???...



## Mr. DESIGN

**The desire to express ourselves has led us to value the potential in abilities and possibilities.**

Mr. Design - what an audacious concept. A living idea from which other designs will spring forth. A thought which has something to say. For it needs to express its identity, to find its way in the world, to stand on its feet. To show that design is made by people for people. With this as its aim, it opens our eyes to that which deserves admiration or to who or what deserves respect.

But there is still more. Doing something and doing it well. In that lies the journey while in failure lies experience. For all of us. But what's new about that?



Koľkokrát sa nám stalo, že sme mohli, mali niečo povedať. Nepovedali sme. Ostalo prázdno, neurčitý pocit. Po čase ho zaradíme do zoznamu nevyužitých príležitostí. Je to smutné. Smutné ako veci, ktoré nemajú čím upútať. Žalujú svojou nemotou či žiaria svojim egoizmom.

Nemáme radi smútok. Je vždy určitou podlžnosťou. Náš svet je plný rozmanitých tvarov a farieb. Hráme sa s nimi aj keď sa tvárime, že tvrdo pracujeme. Neukladáme ich ani netriedime. Usporiadavame ich podľa významu. Aby sa stali čitateľnými. A aj príjemnými. Vytvárali veci, ktoré sú o niečom. Tak ako dedkova fajka či pudrenka po babičke. Význam vecí nespočíva len v ich používaní.

### **Vecami, ktorými sa obklopujeme, píšeme vlastnú budúcnosť**

Je množstvo spôsobov ako môže vzniknúť niečo nové. Napríklad výbuch sopky. Obrovské množstvo hmoty sa dáva do pohybu. Za ohromného rachotu, buchotu vznikajú žeravé útvary, ktoré sa menia, chladnú, až dostanú konečnú podobu. Alebo kvapkajúca voda. S bezhraničnou trpezlivosťou obrusuje materiál, mení ho, vytvára neopakovateľnú hru farieb. Tieto spôsoby majú niečo spoločného. Možno ich vidieť, obdivovať, kochať sa v ich priebehu. A nik nevie povedať vopred čo vznikne.

Je ešte ďalší spôsob. Spočiatku ho nemožno pozorovať. Vzniká v ľudskej hlave. Ako zámer, idea s určitým významom. Významom, ktorý obsahuje predstavu o výsledku. Konfrontáciou s poznaním, skúsenosťou, vytvárame kostru na ktorej začíname pracovať. Postupne ju premieňame na formu. A na výsledok, ktorý je schopný celkový zámer tlmočiť. A je v tom možno i výbuch sopky i pomalé, trpezlivé kvapkanie vody. Tento spôsob nás fascinuje. Používame ho. Nazývame ho design.

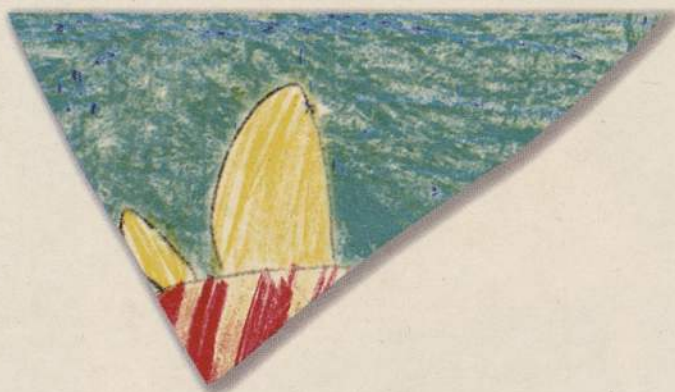
Zemská príťažlivosť. Dlhé hodiny premýšľania o prírodných zákonitostiach. Stále nič. Zrazu padlo jablko. Malé konkrétne jablko v reálnom svete. Rozmýšľanie dostalo konkrétnu podobu.

Zemská príťažlivosť je celkom dobrý objav. Upozorňuje nás na to ako to funguje tam kde žijeme - na zemi. I na to, že sa dá lietieť v oblakoch ale treba na to silu. Aj vtedy keď to nie je naozaj, ale len tak, v myšlienkach. Fantázia, intuícia, tvorivosť - to sú prednosti, ktoré ťažko ohraničiť. Umožňujú nám nachádzať riešenia, ktoré sú iné, neopakovateľné. Bez ohľadu na to o aké problémy ide. Či ich možno považovať za jednoduché alebo zložité. Pri ich riešení sa však nespoliehame len na intuíciu či fantáziu. Siahame po overených poznatkoch. Ak máme pochybnosť, snažíme sa ju preveriť. Aby sa dalo na výsledok spoľahnúť. Lebo vieme, že len rozmýšľanie, predstavivosť nemusí stačiť. Treba možno malé, ale konkrétne jablko.

### **Kreatívne myslenie spájame s overenými poznatkami.**



### **Dávame forme a funkcii podstatu a zmysel. Nazývame to design.**



### **We give the form and function essence and meaning. We call it design.**

There are many ways in which something new may originate. In the eruption of a volcano for instance, when a huge mass of matter starts to move. Out of that turbulence and fury, glowing formations emerge. They change, cool down till their shape is finally formed. With enduring patience trickling water sculps the material around it, changes it, creating a unique vista of colours. These examples have something in common. We may see them, admire or take delight in their existence. But nobody can say in advance what will be. There is also another way. That which we can not observe from the beginning. It originates in the head of a human being as an intention, an idea with a definite meaning and a means of getting the result. By challenging knowledge and questioning experience we create a frame on which we can start to work. Step by step we change it's form. The result is an interpretation of our intention. And perhaps somewhere in there is also a hint of that erupting volcano or that slow, unrelenting trickle of water. This method fascinates us. We use it. We call it design.



### **We connect creative thinking with recognized knowledge.**

Gravity. Long hours spent thinking about laws of nature. Still nothing. All of a sudden the apple dropped. A small, unassuming apple in a real world. Our thinking came of age.

Gravity is quite a good discovery. After all it draws our attention to what it does. It shows us where we live - on Earth. But it also suggests that it is possible to fly through the clouds. But you need power to do that. Not just in reality but in our imagination too. Fantasy, intuition, creativity - these are all qualities we can not quantify. They enable us to find solutions to things that are different, special, regardless of the problems concerned, and whether we consider them simple or complicated. As we overcome these hurdles we do not only rely on intuition and fantasy. We seek answers and knowledge. If we have any doubts we try to quell these so that we can rely on the result. We know that thought and imagination are not always sufficient. However small, the apple is necessary.

### **Our own future is determined by the things that surround us.**

How many times could we have or should we have said something but didn't? So emptiness and a sense of loss remained. These missed chances eventually formed a list of lost opportunities. That was sad. Sad as things that repel us and reproach us with their silence or smirk at us in self satisfaction. We do not like grief. It is like guilt. Our world is full of various shapes and colours. We play with them although we pretend we're working hard. We don't just put them down and leave them. We arrange them according to their meaning in order for them not only to become more understandable, but also more pleasing. Created things express something just as grand-dad's pipe or granny's powder box did. The significance of things is not only in their usage.



Komunikujeme. Ak sa s niekým rozprávame o probléme berieme v úvahu a rešpektujeme jeho názor. Snažíme sa vyjadrovať tak, aby sme sa rozumeli. Využívame znalosti o súčasných i minulých spôsoboch vyjadrovania. Aby sme sa neopakovali. Samozrejme nie pre odlišenie sa za každú cenu, ale aby to bolo užitočné a odstraňovalo problémy. A bola v tom jednoduchosť a úspornosť. A aj vyjadrenie k celému problému, nielen k jeho určitým častiam. To je postupnosť i návaznosť predstavujúca vo výsledku kvalitu. I kvalitu filozofie firmy Mr. Design.

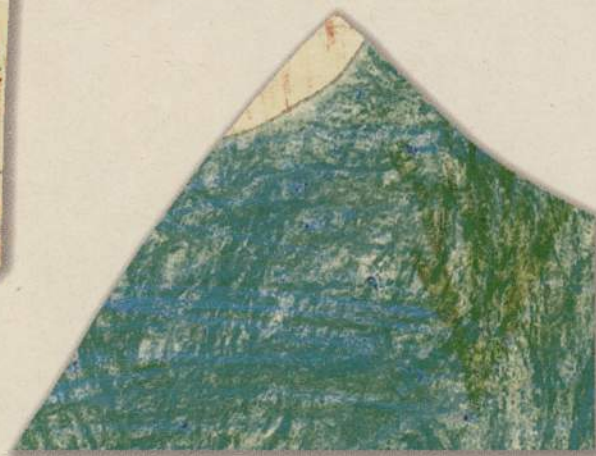
**Vrchol samotný nás neuspokojuje, snažíme sa porozumieť cestám naň a ľuďom, ktorí po nich kráčajú.**

Máme jeden závažný problém. Nie sme dokonalí. Ale neznamená to, že od nás nemôžete dostať dokonalé riešenie. Len ho vopred nevieme zaručiť. Problém vynikajúcich nápadov je i v tom, že musia mať svojho tvorca i toho, kto ich ocení. A koľkokrát sa už stalo, že geniálny tvorca nenašiel publikum, že sa proste minuli. Naším cieľom nie je presvedčovať, že sme geniálni. Ponúkame svoju profesionalitu. Nemáme v repertoári lacné riešenia. Neponúkame recepty na všetko, ale serióznu spoluprácu. Máme a budeme mať klientov, ktorí vedia oceniť kvalitu.

**Človek je nám sympatický svojím hľadaním, usilovnosťou a svojimi chybami.**

Človek sa vie nadchnúť. Niekedy možno len na chvíľu. Prekvapenie, údiv pominie a jeho pôvodcu zaradíme do repertoáru všedných vecí. Aj preto, že chýba ďalší dôvod, význam, hlbší zmysel. Niečo sme zachytili, ale sme tomu neporozumeli. Preto nechceme robiť veci len pekné. Je potrebné pridať aj niečo ďalšie. Podať kompletnejšiu výpoveď. O sebe, o tom čo chceme dosiahnuť. A spôsobom, ktorý by intuitívne či vedome ľudia vnímali. Nachádzali v ňom konkrétne i abstraktné, ale predovšetkým blízke. Až po vytvorenie špecifickej zvláštnej reči. Reči bez slov, ale s jasným významom.

**Za výsledok nepovažujeme len uspokojenie našich klientov ale to, že si budú navzájom lepšie rozumieť so svojimi zamestnancami a zákazníkmi.**



**Success is not everything to us, we constantly question how we and others reached the top.**

We talk to each other. When we discuss difficulties, we take into consideration and respect other opinions. We endeavour to express ourselves in such a way that people understand us. We use our knowledge of the present and the past in order not to repeat ourselves. But this is not just for the sake of being different. It's in order to be practical and find solutions, while at the same time being simple and sparing. Quality is the result of approaching things as a whole and not separately. It is this quality Mr. Design seeks.

**We empathize with people-they look for solutions, work hard and make mistakes**

We have one serious flaw. We are not perfect. But that does not mean you can not get perfect solutions from us. Yet we can not promise this in advance. The drawback of great ideas is the fact that they need to have the person who thinks them up as well as the person who appreciates them. And how many times has a genius artist not had a genius audience. Did they simply pass each other by? Our aim is not to convince you that we are geniuses, but to offer you our professionalism. We do not provide cheap solutions. We do not proffer recipes for everything, just fruitful cooperation. We have and will have clients who know how to value quality.

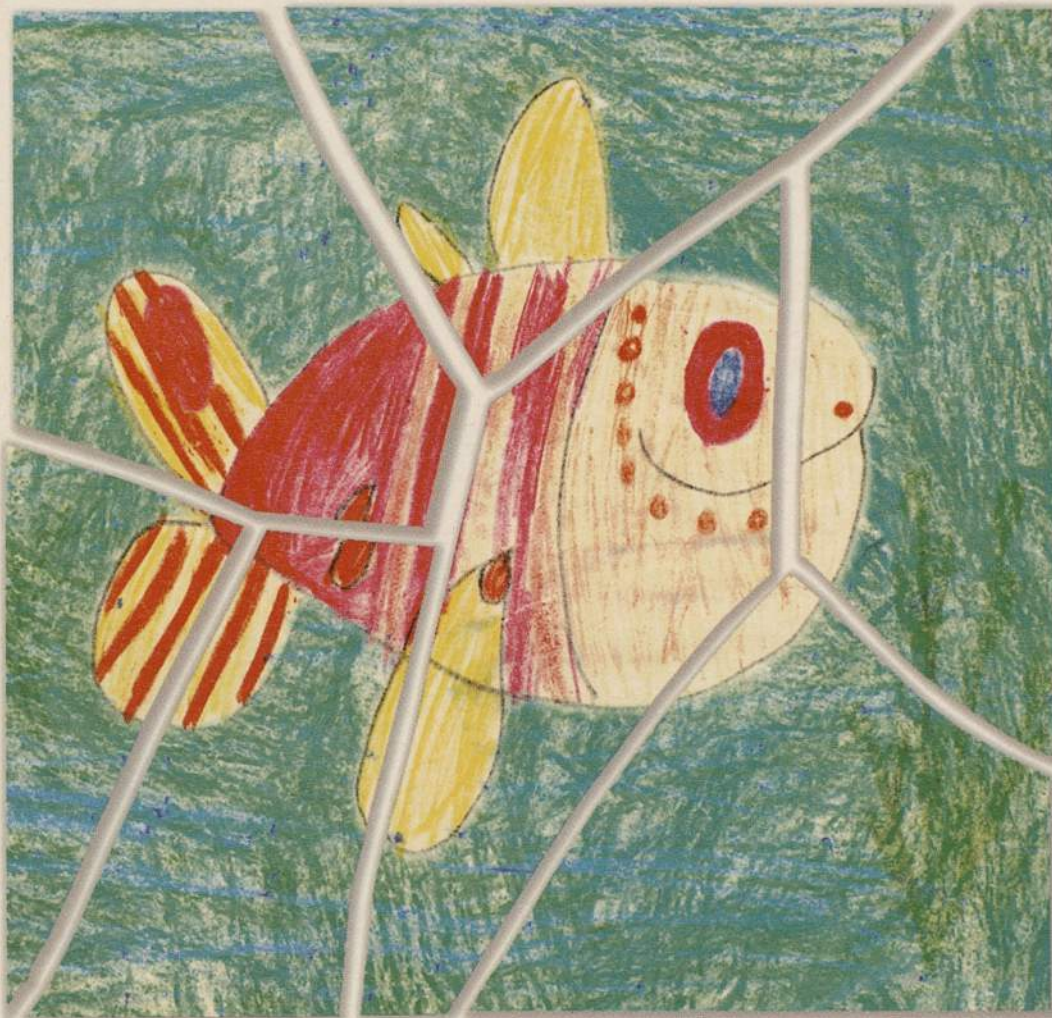
**We aim not only to satisfy clients, but hope that the whole venture is a growing process for all involved.**

People can be enthusiastic. Sometimes it may be only for a while. Surprise and astonishment disappear and we return to the drudgery of the everyday. By this we blind ourselves to the deeper significance of that around us. We caught something but did not understand it. That is the reason why we do not want to make things that are only nice. We need something extra to give a more complete statement. About ourselves and about the goals we strive for. And how people either intuitively or consciously are aware of these. Maybe they will find the tangible and the abstract, but above all it must be something which matters to them. It is the creation of a very specific and particular language; a language without words but with obvious significance.



Intuícia a racionalita, vtip a dôvtip.

Kde sme vo svojom živle?



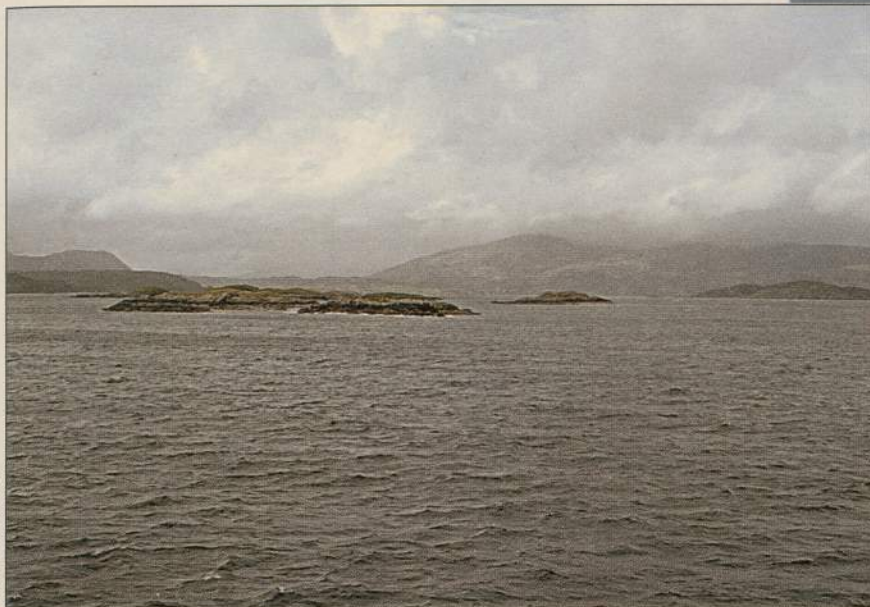
Mimi Burčíková 4 roky

... what's in your stream?

Intuition and rationality, humour and ingenuity.

Spoločníci/Partners: Bendis Anton (Priemyselný design), Čisárik Richard (Grafický design), Kierulf Bjorn (Design management), Mravčák Milan (Grafický design) ♦ Počet zamestnancov/Number of employees: 7 ♦ Klienti/Clients: Amos, Codea, Focus, GGK, Homo Homini, Mark/BBDO, Millex-Schärdinger, Poisťovňa Otčina, Samsung-Calex, Slovákofarma, Slovenská komora zubných lekárov, Slovenské Design Centrum, Všeobecná úverová banka, Xertec, Západoslovenská energetika ♦ Zameranie činnosti/Area of activity: Grafický design/Graphic design (Program Corporate Identity, Vizualný štýl firiem, Logo, tovarové značky, Obalový design, Typografia a písmo, Prospekty, bulletiny, výročné správy) Komunikatívny design/Communication design (Farebné riešenia, Tvorba komunikačných systémov, Informačné systémy) Priemyselný design/Industrial design (Návrhy na CAD systémoch, Technologické postupy, Príprava do výroby) ♦ Kontakt/Contact: Lermontovova 23, 811 05 Bratislava tel.:+07 / 333 737, fax:+07 / 333 683





# Tartany, tvídy a vzory z Paisley

## Trvalá kvalita

Prispôsobivosť je jednou zo silných stránok Škóťov. Berúc do úvahy svetovú recesiú v textilnom priemysle, začali členovia Scottish Woolen Industry (Škótsky vlnársky priemysel), poprednej asociácie tohto odvetvia, rázne etapu uplatňovania svojich kolekcíí na trhoch. Reklamu pre toto odvetvie zabezpečuje Scottish Woolen Publicity Council (SWPC – Škótska vlnárska rada pre publicitu), ktorej principiálnou úlohou je starať sa o *corporate identity* tohto priemyselného odvetvia a jeho produktov – priadze, látok na odevy, poťahovín a tkaných doplnkov na domácom i zahraničnom trhu.

Podľa SWPC tradičné ťažké tvídy minulosti dopĺňajú ľahké vlnené priadze a vlnené materiály v nových moderných farbách. Diverzifikácia tkanín v zmysle módného tovaru spôsobila otvorenie nového a menej sezónneho trhu. Trojročný propagačný program podporený novou značkou Fine Furnishings Woven in Scotland (Vynikajúci módný tovar tkaný v Škótsku) je zameraný na prestížnu špičku trhu. Niektoré spoločnosti zaznamenali v priebehu roku 1989 nárast exportu o 40 % v tejto oblasti. V rokoch 1985–1991 škótsky vývoz textilu do Japonska vzrástol v skutočnosti o 90 %. Tradičné fíbrové tkaniny sa postupne orientujú na „zelený trh“, rešpektujúc ekologické hľadiská. Niektoré spoločnosti, napríklad British Replin of Ayr, sa zamerali na technické materiály, technické textílie a textílie pre letectvo a filtráciu. Spoločnosť Scott and Fyfe, založená v roku 1868 ako výrobca tkaného plátna a plachtoviny pre lode, neskôr jutových tkanín, vyrába v súčasnosti polypropylénové tkaniny novými technológiami a na nové trhy.

Ktoré vlastnosti škótskych textílií spôsobili, že sa začali tak výrazne presadzovať na trhu? Aby sme pochopili ich príťažlivosť, treba podrobnejšie preskúmať niektoré textilné tradície. Tartan (károvaná látka), vzor Paisley (kašmírový vzor) a tvíd Harris (škótsky tvíd) predstavujú jedinečnú kombináciu domácich klimatických, krajinných, historických a obchodníckych skúseností.

## Tartany

Myšlienka károvanej látky tartanu je nerozlučne spojená so Škótskom, hoci jej obmeny možno nájsť aj v krajinách ako India, Malajzia, či Severná a Južná Amerika. Tartan je žijúcou pamiatkou na prastarý rodový systém a jeho história je presiaknutá mýtickými romantickými súvislosťami. Dokonca je poznačená aj krvou – je jedinou textíliou, ktorú bolo zakázané používať pod hrozbou trestu smrti.

Tradiuje sa, že všetky kárované látky sú veľmi staré, no väčšina z nich sa objavila v 18. a 19. storočí. Pred rokom 1745 kárované látky pôvodne prináležali k rozličným oblastiam Škótskej vysočiny.

Špeciálne kárované látky boli v 16. storočí oblečením niektorých rodových náčelníkov a ich najbližších príbuzných. Väčšia farebnosť látky znamenala vyššiu spoločenskú vrstvu, alebo označovala postavenie nositeľa v jedinečnom gaelskom rodovom systéme. Károvaná látka zároveň jasne odlišovala gaelsky hovoriacich obyvateľov Škótskej vysočiny od škótsky a anglicky hovoriacich obyvateľov Škótskej nížiny.



Rôzne druhy tartanov





FOTO: SCOTTISH WOOLEN PUBLICITY COUNCIL

Šatka z Paisley, 1840

Vzor na tkanie šatky, 1830

Po rozvrátení rodového systému bolo načas zakázané používanie károvannej látky. Zmena nastala začiatkom 19. storočia. Po „Zhromaždení rodov“ pri návšteve kráľa Juraja IV. v roku 1822, keď každý rod viedol jeho vodcu vo svojom „odvekom rodovom tartane“, došlo k obrovskému dopytu po károvannej látke. Jasnejšie preporenie medzi tartanmi a jednotlivými rodmi viedlo k objaveniu nových dezénov károvaných látok a rozšíreniu výroby. Dalším faktorom, ktorý ovplyvnil popularitu tartanu, bolo zavedenie filabegu, malej škótskej sukne, s ktorou dnes zvyčajne spájame škótsky kroj.

Kontrolu nad károvanými látkami majú dnes tri inštitúcie: Clan Chiefs, Lord Lyon King of Arms a Scottish Tartans Society. Dve posledné poskytujú rady súvisiace s nosením tartanov a autenticitou vzorov. Taktiež sa prizývajú na posúdenie novonavrhaných vzorov, pretože dopyt po károvaných látkach je v súčasnosti rovnako veľký ako pred 150 rokmi.



Certifikát Scottish Tartans Society, založenej v roku 1963. Spoločnosť je najväčšou autoritou v oblasti tartanov. Eviduje záznamy o vyše 2000 druhoch tartanov a vydáva osvedčenia o tartanoch.

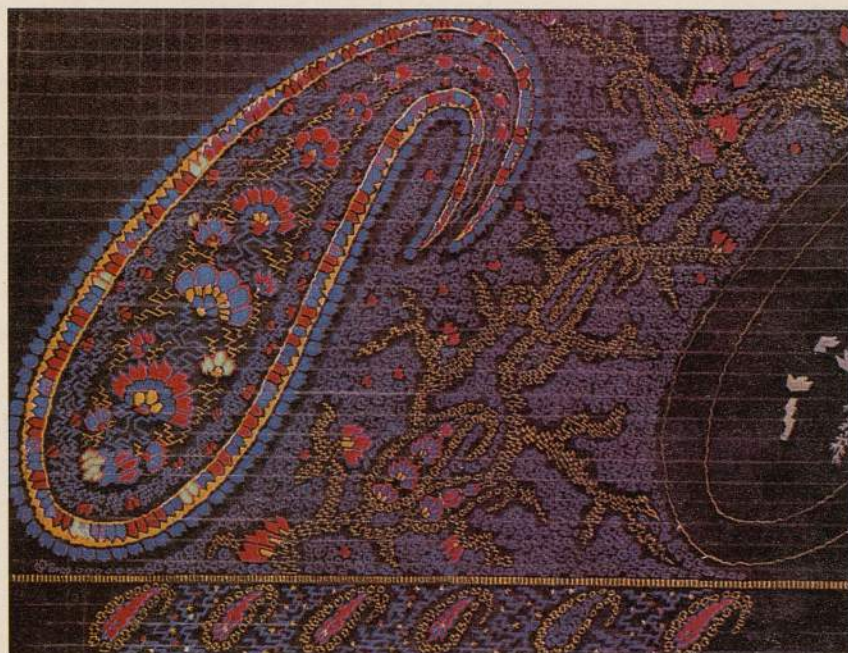


FOTO: SCOTTISH WOOLEN PUBLICITY COUNCIL

## Kašmírové vzory z Paisley

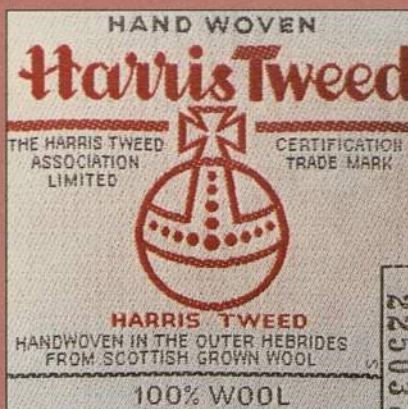
Vytvorením Zväzu Škótska a Anglicka v roku 1707 sa uvoľnili obchodné bariéry s americkými kolóniami a dôležitou surovinou importovanou do Glasgowu sa stala bavlna. Richard Arkwright, vynálezca a priekopník priemyselného pradenia bavlny, prišiel s myšlienkou, že breh rieky Clyde je najlepším miestom v Škótsku na postavenie pradiarne. Spolu so svojim partnerom Davidom Daleom, glasgowským bankárom a podnikateľom, otvorili v roku 1785 v New Lanarku pradiareň, ktorá sa čoskoro stala najväčším bavlnárskym závodom v Británii. Dostupnosť vodnej sily spolu s vlhkosťou atmosférou vhodnou pre bavlnu a rast pletiarenskeho a strojárského odborného zázemia viedli k tomu, že oblasti Glasgowu a Paisley sa stali veľmi dôležitými bavlnárskymi strediskami.

Keď sa v rokoch 1775–1790 začali vďaka Východoindickej spoločnosti dovážať vysoko cenené šatky z Kašmíru, záľuba Britov v indických výrobkoch sa začala odrážať aj v textilných vzoroch. Indické šatky s charakteristickým pestrofarebným vzorom boli pre všetkých, okrem tých najbohatších, nedostupne drahé, avšak vzbudili dopyt po menej nákladných imitáciách.

Prvé šatky, ktoré boli vyrobené okolo roku 1800 na miestnych tradičných damaškových krosnách v Paisley, mali jednoduchý farebný vzor. Zavedenie Jacquardových krosien umožnilo tkať oveľa zložitejšie vzory, ktoré mohli konkurovať originálnym indickým šatkám. Paisley bolo pravdepodobne prvým tkáčskym strediskom v Británii, kde sa výrazne uplatnil Jacquardov spôsob a masová produkcia do takej miery, že celkom zatienilo ostatné britské strediská ako Norwiche a Edinburg alebo Lyon vo Francúzsku. Pokles záujmu o šatky a spolu s ním úpadok bohatstva mesta zapríčinili viaceré faktory. Boli to predovšetkým francúzsko-pruská vojna, ktorá uzavrela francúzsky trh pre Britániu, ako aj zmeny v dámskej móde.

Dnes ukrýva múzeum v Paisley zbierku s viac ako 800 šatkami, doplnenú množstvom kníh so vzormi a návrhmi, korešpondenciou výrobcov a uceleným výberom tkáčskeho zariadenia. Využíva sa ako študijná zbierka i ako informačný zdroj vďaka obnovujúcej sa popularite tradičných postupov v súvislosti s módnym priemyslom.





Ochranná značka tvídu Harris

Pohľad na mesto Harris

Tvídové sako návrhára Paula Smitha



FOTO: BJÖRN KIERULF

## Škótsky tvíd Harris

Na to, aby tvíd získal obchodnú značku Harris, musí byť vyrobený z čistej vlny vyprodukovej v Škótsku, zafarbenej, upradenej a upravenej na Hebridách, ručne utkanej ostrovanmi v ich domácnostiach na ostrovoch Lewis, Harris, Uist, Barra. Ak sa všetky tieto podmienky dodržia a látka má požadované vlastnosti, získa visačku Orb Mark, značku pôvodnosti a kvality.

Túto jedinečnú škótsku látku údajne v štyridsiatych rokoch 19. storočia predstavila britskej aristokracii lady Dunmore, manželka statkára z ostrovov, v čase, keď sa na Škótskej vrchovine znovu oživila viktoriánska záľuba v love, rybárčení a poľovaní. Táto záľuba vyvolala dopyt po látke s určitými charakteristickými vlastnosťami, ktoré našla lady Dunmore v bežne vyrábanej miestnej látke. V súlade s viktoriánskym filantropickým štýlom vytušila aj príležitosť pre ostrovanov, ako si zabezpečiť peňažný príjem a zvýšiť si životnú úroveň. Toto boli začiatky dobrého mena a povesti škótskeho tvídu.

Vlna na tvíd sa získava hlavne na škótskej pevnine a pridáva sa do vlny vyprodukovej na ostrovoch. Hoci sa priadza spracúva v ostrovných továrňach, hlavných



FOTO: HARRIS TWEED ASSOCIATION

Tradičné tkanie tvídu v škótskej domácnosti na Hebridách



Z portfólia Laury Biagiotti. Módna návrháčka aktuálne využíva tradičnú kvalitu škótskeho tvídu vo svojich kolekciách.

výrobcoch tvídu, dodáva sa potom s polu s priadzou na osnovu a pokynmi na tkanie vzorov do domovov tkáčov. Všetky škótske tvídy sú ručne tkané na pedálových stavoch priamo v domácnostiach tkáčov. Je ich tu vyše 500 a každé krosná sú vlastníctvom tkáča. Tradičné krosná Hattersley, umožňujúce tkať štandardnú šírku 28 palcov (0,7 m), sa postupne nahrádzajú krosnami, na ktorých sa dá tkať dvojnásobná šírka dezénu. Dĺžka tvídu je pri šírke 0,7 m približne 78 metrov. Z domov tkáčov sa látka vracia do výroby, kde sa práním odstraňuje nečistota, olej a ďalšie nevhodné prímеси. Kontrola kvality zabezpečí, aby pri výstupe nemala látka žiadne nedostatky.

V roku 1909 bola založená Harris Tweed Association, nezisková neobchodná inštitúcia, ktorá udeľuje certifikáty obchodnej značky a podporuje záujmy škótskeho tvídu.

Mnohí súčasní módní návrhári radi pracujú s materiálom takejto trvalej kvality, ako napr. Joseph Abboud, Paul Smith, Laura Biagiotti, Ally Capellino, Vivienne Westwood a Betty Davies. Škótsky tvíd sa dnes stal synonymom kvality. Napriek recesii sú isté náznaky inovácie a spestrenia sortimentu. Bruce Burns pred dvoma rokmi vzkriesil pradiareň Clansman Holdings v Stornaway. Na základe zmapovania záujmu zákazníkov vyrobil nový škótsky tvíd, ktorý sa svojou hraničnou hmotnosťou 185 gramov dá porovnať s kašmírom. Je to prevratná koncepcia škótskeho tvídu a prvý nový prínos po štyridsiatich rokoch.

Podľa Hayleya Ricea, vedúceho marketingového pracovníka Škótskej vlnárskej rady pre publicitu, má Škótsky podnik (Scottish Enterprise) v úmysle financovať národnú asociáciu koordinujúcu všetky rôznorodé škótske organizácie, zlúčené v novej Škótskej textilnej asociácii (Scottish Textile Association). Predpokladá sa, že sa tak vytvorí silnejší a účinnejší motor rozvoja škótskeho textilného priemyslu ako celku a výrobné sektory budú môcť čerpať z výhod spoločného využívania zdrojov a odborných skúseností.



# Nové slovenské bankovky

SKA

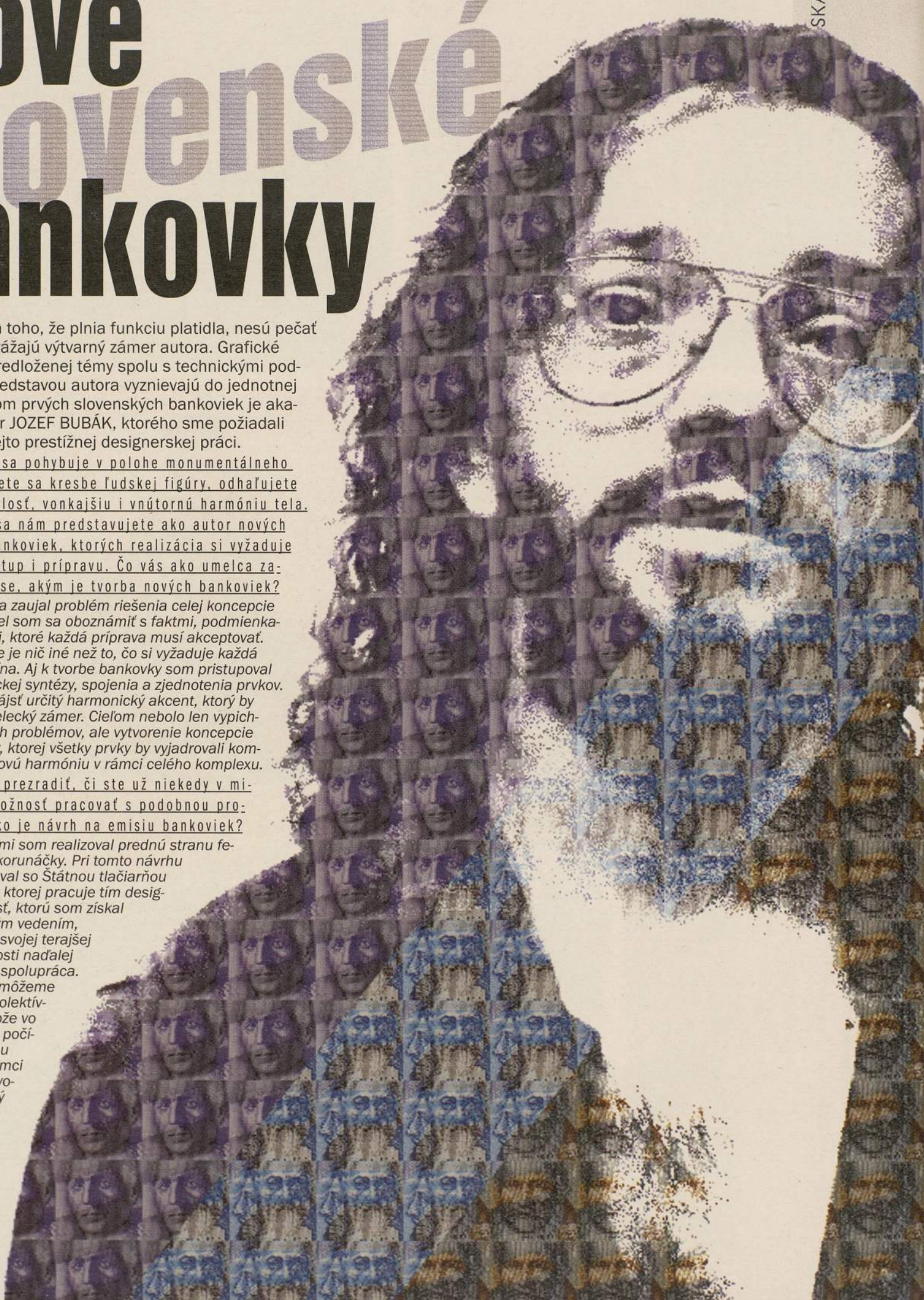
Peniaze okrem toho, že plnia funkciu platidla, nesú pečať umeleckú. Odrážajú výtvarný zámer autora. Grafické spracovanie predloženej témy spolu s technickými podmienkami a predstavou autora vyznievajú do jednotnej podoby. Autorom prvých slovenských bankoviek je akademický maliar JOZEF BUBÁK, ktorého sme požiadali o rozhovor o tejto prestížnej designerskej práci.

■ Vaša tvorba sa pohybuje v polohe monumentálneho prejavu, venujete sa kresbe ľudskej figúry, odhaľujete fyzickú dokonalosť, vonkajšiu i vnútornú harmóniu tela. V tejto chvíli sa nám predstavujete ako autor nových slovenských bankoviek, ktorých realizácia si vyžaduje špecifický prístup i prípravu. Čo vás ako umelca zaujalo na procese, akým je tvorba nových bankoviek?

V prvom rade ma zaujal problém riešenia celej koncepcie bankoviek. Musel som sa oboznámiť s faktmi, podmienkami a špecifikami, ktoré každá príprava musí akceptovať. V podstate to nie je nič iné než to, čo si vyžaduje každá výtvarná disciplína. Aj k tvorbe bankovky som pristupoval v zmysle umeleckej syntézy, spojenia a zjednotenia prvkov. Snažil som sa nájsť určitý harmonický akcent, ktorý by vyjadril môj umelecký zámer. Cieľom nebolo len vypichnutie čiastkových problémov, ale vytvorenie koncepcie jednej bankovky, ktorej všetky prvky by vyjadrovali kompozičnú i obsahovú harmóniu v rámci celého komplexu.

■ Môžete nám prezradiť, či ste už niekedy v minulosti mali možnosť pracovať s podobnou problematikou, ako je návrh na emisiu bankoviek?

Pred dvoma rokmi som realizoval prednú stranu federálnej dvestokorunáčky. Pri tomto návrhu som spolupracoval so Štátnou tlačiarňou cenín v Prahe, v ktorej pracuje tím designerov. Skúsenosť, ktorú som získal pod ich odborným vedením, uplatňujem i vo svojej terajšej práci. V súčasnosti naďalej pokračuje naša spolupráca. V tomto zmysle môžeme azda hovoriť o kolektívnom diele, pretože vo svojej koncepcii počítam s možnosťou dotvorenia. V rámci návrhu som vytvoril koncept, ktorý ďalej dotvára skupina designerov prostredníctvom počítačového spracovania až do podoby konečného designerského návrhu.







DETAIL NÁVRHU  
NA LÍCNU STRANU  
PÄĎESIATKORUNOVEJ  
BANKOVKY



FOTO: KATARÍNA KRAJČOVIČOVÁ

LUBOMÍR HOGENAUER,  
DESIGNER ŠTÁTNEJ TLAČIARNE CENÍN V PRAHE

## ■ Môžete objasniť váš autorský zámer grafického riešenia?

Keďže téma bankoviek – portréty osobností našich dejín a mestá viažu sa na ich pôsobenie – bola vopred určená, snažil som sa do nej vniesť osobitý princíp. Ako portrétista som sa rozhodol klásť dôraz na samotný portrét, ktorý by bol zbavený akýchkoľvek vedľajších rušivých prvkov. Dal som prednosť väčšej ploche, ktorá väčšmi vyhovuje prepojeniu abstraktných grafických prvkov s portrétom. Každá bankovka musí spĺňať technické i zabezpečovacie podmienky. Ako jednotiaci element spojenia technických a abstraktných prvkov s reálnym je geometrický princíp, ktorý je schopný niesť literárny náboj a dáva portrétu emotívny výraz. Je poňatý ako farebný lúč, svetlo, ktoré okrem toho, že plní úlohu jednotiaceho aspektu, súčasne pôsobí ako rozlišovací element jednotlivých bankoviek na základe zvolenej farebnej škály. Za základnú farbu som si zvolil šedú, ktorú prispôbujem, tónujem podľa farby geometrického prvku. Farba veľakrát súvisí s obsahom bankovky, podčiarkuje emotívny charakter témy. Preto som sa snažil, aby farba – hlavne pri bankovkách vyššej hodnoty – umocňovala ich serióznosť a dôležitosť.

## ■ Vieme, že bankovky sa tlačia v zahraničí.

Mohli by ste z pozície autora návrhu posúdiť, či konečný výsledok bude spĺňať vašu predstavu?

Ocitli sme sa v situácii, keď na Slovensku túto problematiku ovláda málokto. Museli sme pristúpiť na podmienky realizácie v zahraničí. Bankovky v hodnote 20 Sk a 50 Sk sa tlačia v Kanade, 100 Sk, 500 Sk a 1000 Sk v Anglicku. Moja úloha sa nekončí v okamihu odovzdania návrhu, ale ďalej sledujem každú fázu ich realizácie. Je veľmi dôležité, aby som zamedzil akýmkoľvek chybným detailom, ktoré v procese technickej prípravy i výroby môžu vzniknúť. Preto sa snažím, aby finálny výsledok spĺňal, podľa možností, moje nároky i pôvodné predstavy.

## ■ Každá mena v určitom slova zmysle zohráva úlohu výtvarného diela. Podľa nej sa hodnotí i celková úroveň štátu.

Myslíte si, že váš návrh na slovenské bankovky je pripravený na splnenie týchto kritérií?

Sme nový štát a o to viac nám musí záležať na tom, aby sme dokázali, že sme schopní vytvoriť peniaze na špičkovej úrovni.

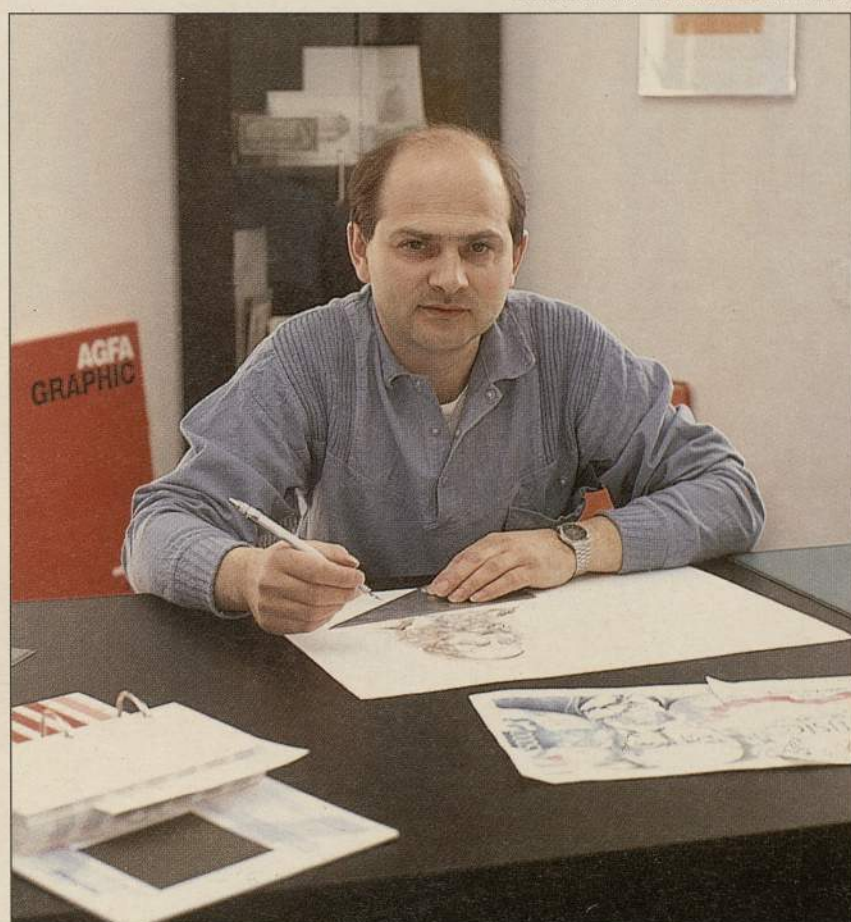


FOTO: JAN HOJDAŘ

Priniesť niečo nové, špecifické. A o to mi práve šlo. Ak to všetko dobre vyjde, môžem povedať, že budú v niečom iné. V tom, na čo som kládol dôraz – na harmóniu. Budú rešpektovať vývoj bankovníctva, ale nebudú v pravom zmysle slova revolučné. Pokúsil som sa o výraz nekonfliktnosti a mierumilovnosti. Aby na každého človeka, cudzinca či domáceho, ktorý prichádza do kontaktu s našimi peniazmi, pôsobil dojemom skutočného diela plniaceho i všetky ostatné praktické náležitosti.

Naslovovzatým odborníkom, ktorý sa profesionálne venuje grafickému designu bankoviek a cenín, je LUBOMÍR HOGENAUER, pracovník Štátnej tlačiarne cenín v Prahe. Názor skúseného designera na nové bankovky prináša nasledujúci rozhovor.

## ■ Môžete charakterizovať slovenské bankovky z hľadiska koncepcie výtvarného návrhu? Ako ich vnímate z pohľadu designera zaoberajúceho sa touto problematikou?

Výtvarné návrhy bankoviek Jozefa Bubáka mně zaujali už v súťaži na federačné bankovky. Zrejme tým, že není grafik, pristoupil k návrhu úplně jinak. Portréty jsou jen měkce nakresleny, stejně tak, jako zadní strany a vertikální řádkování, které sceluje celou kompozici. Nejzajímavější jsou ale barevné vertikální pruhy světla. Jsou ve světové bankovkové produkci zcela ojedinělé a hlavně jsou současné, moderní. Ovšem design bankovky nebude bez problému. Na návrhu není velké množství míst, kde by se dali uplatnit ve větší míře ochranné prvky. Samozřejmě ale záleží na designérovi, na jeho profesionalitě.





BANKOVKA V HODNOTE 20 SK  
MÁ NA LÍČNEJ STRANE PORTRÉT KNEŽA  
PRIBINU. NA RUBE BANKOVKY JE SILUETA NITRIANSKEHO  
HRADU A MOTÍVY Z ARCHEOLOGICKÉHO NÁLEZU V NITRE-LUPKE.



#### ■ Emisii

nových peňazí sa  
nevyhla Slovenská republi-  
ka rovnako ako Česká. Mohli by  
ste porovnať oba tieto návrhy?

Ako pristupoval k návrhu autor českých bankovi-  
ek, ak sa mal držať danej, vopred určenej témy?

Akademický malič Oldřich Kulhánek je především grafik. Soutěže na ná-  
vrh bankovky se zúčastnil už potřetí, takže pro něj to bylo mnoho  
snaží. Jeho portréty jsou pro přepis do rytiny úplně ideální. Velmi  
rychle se zorientoval v tiskových technikách a návrhy jim přizpůsobil.  
Některé detaily pro bankovky vyráběné v Anglii zpracoval tak, že  
je tam rovnou použili pro tisk. Co se týče témat, nemyslím si, že by  
se jimi nechal nějak svazovat.

Jozef měl tuto úlohu ztíženou. Odnedl si sice některé postřehy ze  
soutěže na federální bankovky, ale odbornou konzultaci v průbě-  
hu přípravy měl minimální. Navíc do tvorby neustále vstupuje Národní  
banka Slovenska, která se snaží již při realizování vtisknout do bankovky  
další ochranné prvky. Výtvarník s designérem musí návrh přizpůsobit  
a upřímně řečeno, nejsou to vždy šťastné zásahy. I když chápu snahu Ná-  
rodní banky co nejvíce bankovky ochránit, výtvarník by měl znát  
technické požadavky předem.

■ Myslíte si, že nové české a slovenské bankovky splňají  
předpoklad úspěšnosti i v rámci světového vývoje a trendu?

Světový trend je umístit co nejvíce technických ochranných prvků na  
bankovku, bez ohledu na výtvarné hledisko. V tomto případě se český  
i slovenský návrh od této zásady silně odklání. Co se týče techniky, nemu-  
síte mít ale obavu. Bankovky obou států budou silně zabezpečeny proti  
padělání a budou srovnatelné s kteroukoliv světovou měnou. Jediné,  
čeho se obávám je, že tiskárny v zahraničí nebudou přípravě věnovat  
náležitou pozornost a budou postupovat stejným způsobem, jako při  
výrobě bankovek pro Afriku nebo Asii. A to by byla pro Bubákův ná-  
vrh přímo tragédie.

■ Při tvorbě bankoviek by sa mali dodržať určité technické  
a v neposlednom rade i výtvarné podmienky. Aké kritériá  
treba brať do úvahy pri koncepcii bankoviek, aby vyjadrova-  
li nielen samotný výtvarný prejav autora, ale i technické  
a praktické predpoklady, ktoré sú nevyhnutné pri každodennom  
styku ľudí s peniazmi?

Bankovka je malé umělecké dílo, měla by svou výtvarnou i technickou  
úroveň charakterizovat příslušný stát. Výtvarnou úroveň jim Jozef Bubák  
vtiskl. Teď je na řadě technické zpracování, to bude hlavním kritériem



NA LÍČI BANKOVKY V HODNOTE 50 SK JE DVOJPORTRÉT  
SV. CYRILA A SV. METODA. NA RUBE BANKOVKY JE STVÁRNENÁ  
TÉMA SLOVANSKÉHO PÍSMENÍKA S POUŽITÍM PÍSMEN  
HLAHLIKY A SILUETOU STŘEDOVĚKÉHO KOSTOLÍKA  
V DRAŽOVCIACH.

BANKOVKA V HODNOTE 100 SK  
MÁ NA LÍČNEJ STRANE PORTRÉT MADONY  
Z DIELA MAJSTRA PAVLA Z LEVOČE.  
NA RUBE BANKOVKY JE RADNICA  
S KOSTOLOM SV. JAKUBA V LEVOČI  
A DETAIL SVORNÍKA ZO STARÉHO  
MINORITSKÉHO KOSTOLA V LEVOČI.







NA LÍČNEJ STRANE  
BANKOVKY V HODNOTE  
1 000 SK JE PORTRÉT  
ANDREJA HLINKU. NA RUBE  
BANKOVKY JE ZOBRAZENÁ MADONA  
OCHRANKYŇA Z NÁSTENNEJ MAĽBY  
KOSTOLA SV. APOŠTOLOV ŠIMONA A JUDU  
V LIPTOVSKÝCH SLIAČOCH PRI RUŽOMBERKU  
S MOTÍVOM MAUZOLEA ANDREJA HLINKU  
V RUŽOMBERKU.

hodnocení bankovek. Ať je to dokonalé zpracování rytiny, pozitivní a negativní mikropísma, gilošové vzory, podtiskové a protikopírkové rastry, sklopný efekt a pod. Držte palce!

PŘIPRAVILA JANA ORAVCOVÁ

# THE NEW SLOVAK BANKNOTES

Besides being a means of payments money carries an artistic imprint, reflecting the author's graphic message. The author of the first Slovak banknotes is Jozef Bubák who says of his design concept: „Due to the fact that the banknotes' subjects portraits of personalities in our history and towns related to their activities – were predetermined, I strived to introduce a special participle. Being a portrait painter I decided to stress the portrait as such, eliminating any secondary distracting factors. Each banknote must meet technical and security specifications. The integrating element linking technical and abstract factors with reality is a geometric principle, able to carry a literary sparkle and contribute to the emotive expression of the portrait. The colour beam, light, has an integrating role as well as a distinguishing one based on the selected colour scale. The role of an author does not end at the moment the design is handed in. He follows each phase in the printing houses in England and Canada which produce ours paper money." In the second part of the interview designer Lubomír Hogenauer, a Prague specialist in security printing, speaks about the technical preparation printing the transfer of the graphic design into print forms and security precautions against falsification.

INTERVIEWS PREPARED BY JANA ORAVCOVÁ

BANKOVKA V HODNOTE 500 SK  
MÁ NA LÍČNEJ STRANE PORTRÉT ĽUDOVÍTA ŠTÚRA.  
NA RUBE BANKOVKY SÚ MOTÍVY BRATISLAVY.



# Design v službách hospodárstva a spoločnosti

Designeri (aj designerky!) hovoria sami o sebe, že sú tu na to, aby vytvárali produkty, ktoré slúžia nášmu **životu**, sú pre nás užitočné, uľahčujú nám život, tešia nás a robia nám radosť, nadchýňajú nás a máme ich radi. Vlastným cieľom ich profesionálnej činnosti, ich **praxe**, je teda prispievať k šťastnejšiemu životu. Ich produkty sú pritom len pomocné prostriedky slúžiace účelu, ktorým je naša pohoda. „Design je umenie, ktoré prináša úžitok“ (Hans Wichmann).

Predpokladom pre takéto vydarené, prospešné riešenia je však presné poznanie úloh, založené na zážitkoch, skúsenostiach a vedomostiach, teda na **teórii**. Design je ľudské dielo, preto musí jeho tvorca poznať odpovede na otázky: Čo je ľudský život? Čo je šťastie? Čo sa deje? Čo možno a čo treba zlepšiť? Ako môže designer, ktorý sám pláva v rieke života, spoluvytvárať jej brehy? Obsah, formu a účel produktov je nevyhnutné poznať vopred, až potom možno vytvoriť a realizovať ucelený návrh.

**Design** znamená navrhnuť i vytvoriť, vrátane plánovania, organizácie, uskuutočnenia a kontroly týchto procesov. Po le uplatnenia designu je preto **univerzálny**. Človek ustavične niečo vytvára, resp. pretvára: mestá, krajinu, domy, továrne, stroje, potravinové výrobky, nábytok, hračky, textilie, správy, reklamu, knihy, symboly, časopisy, slávnosti, semináre, umenie. Všetko niekto niekde naplánuje, navrhne, usporiada, zorganizuje a realizuje. A všetko slúži na nejaký účel, na dobrý účel, a niekomu prináša šťastie. Lenže čo je pre jedného šťastím, môže byť pre iného nešťastím. Keďže my ľudia máme rozdielne **záujmy** – a v pluralistickej spoločnosti ich aj môžeme mať! – ani designeri nemôžu vyhovieť každému: designer preto znamená vždy aj angažovanosť, aj **presvedčanie**.

Design ako samostatné **povolanie** vznikol v 19. storočí, v súvislosti so začínanjúcou sa industrializáciou a s rozvojom **priemyslu** sa menilo aj sebaopoznanie designu (obr. 1). Keď sa z veľkého časového odstupu pozrieme na historický vývin za týchto sto rokov a porovnáme vtedajšie teoretické poznanie s výrobnou praxou, črtajú sa nám nasledujúce vývinové etapy:

Najprv existovalo **umelecké remeslo**, čiže tvorca bol zároveň aj umelcom a vyrábala svoje diela ručne: stavby, nábytok,

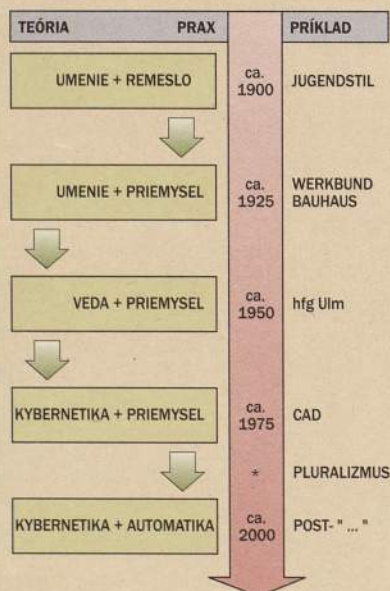
knihy, šperky atď. Ako najznámejší prípad spomenieme Jugendstil (napr. Tiffany). V umeleckom remesle – ešte aj dnes! – koncepciu, plánovanie, návrh i realizáciu nejakého diela, teda všetko od začiatku až do konca, vytvára majster, umelec sám. Nejestvuje tu (alebo takmer nejestvuje) deľba práce, umelec je **autonómny**.

S počiatkami industrializácie, teda manufaktúrne a neskôr priemyselnej výroby, narastala deľba práce a úlohou tvorcov bolo pritom zjednocovať **umenie a priemysel**, spájať pekné s užitočným – taká bola základná myšlienka **moderny**. Vo vývine Nemecka zohral mimoriadne významnú úlohu jednak Deutsche Werkbund (Nemecký umelecko-priemyslový zväz, založený roku 1907 Hermannom Muthesiusom) a neskôr, po prvej svetovej vojne predovšetkým Bauhaus, ktorý založil roku 1919 Walter Gropius (Weimar, Dessau, Berlín, 1919-1933). Spoluprácou najlepších umelcov a najlepších priemyselných výrobcov sa mali zušľachtiť nemecké produkty vrátane ich výrobných procesov a vytvoriť značku kvality Made in Germany, najmä pre export. Pripomeňme si napr. Petra Behrensa a AEG.

Po druhej svetovej vojne založil najprv odchovanec Bauhausu Max Bill v Ulme Vysokú výtvarnú školu (Hochschule für Gestaltung, 1955-1968), aby sa pri obnove Nemecka uplatnili idey Bauhausu, čiže spojenie umenia s priemyslom, pekného s užitočným. Čoskoro však umenie nahradila v Ulme veda. **Veda a priemysel**, tak znela devíza (Max Bill odchádza v roku 1957, prichádzajú Hans Gugelot, Tomas Maldonado a Horst Rittel). Pretože umelci vraj nie sú schopní vyriešiť problémy spoločnosti, o pokrok vo vývine a stvárňovaní produktov sa mal postarať tím designerov a inžinierov spoločne s marketingom, a to na vedeckej, racionálnej a vyčísliteľnej báze. Modelom bolo MADEKO, čo znamená design ako most medzi marketingom a konštrukciou. Podstatnými, racionálnymi základňami boli ergonómia a plánovanie.

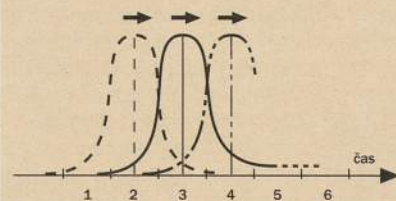
Ďalší vývinový stupeň prinieslo explicitné uplatňovanie kybernetických znalostí a nápadov, najmä používanie počítačov. Formula znela: **Kybernetika a priemysel**. Computer Aided Design (CAD) sa stal všeliekom, ktorý dopĺňala umelá inteligencia (KIP). V tejto fáze sa nachádzame ešte aj dnes a ďalšia ces-

Obrázok 1: K sebaopoznaniu v designe



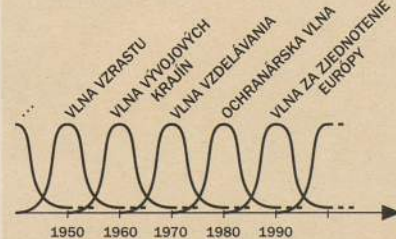
Obrázok 2: Vývinové procesy

(a) VÝVINOVÁ VLNA

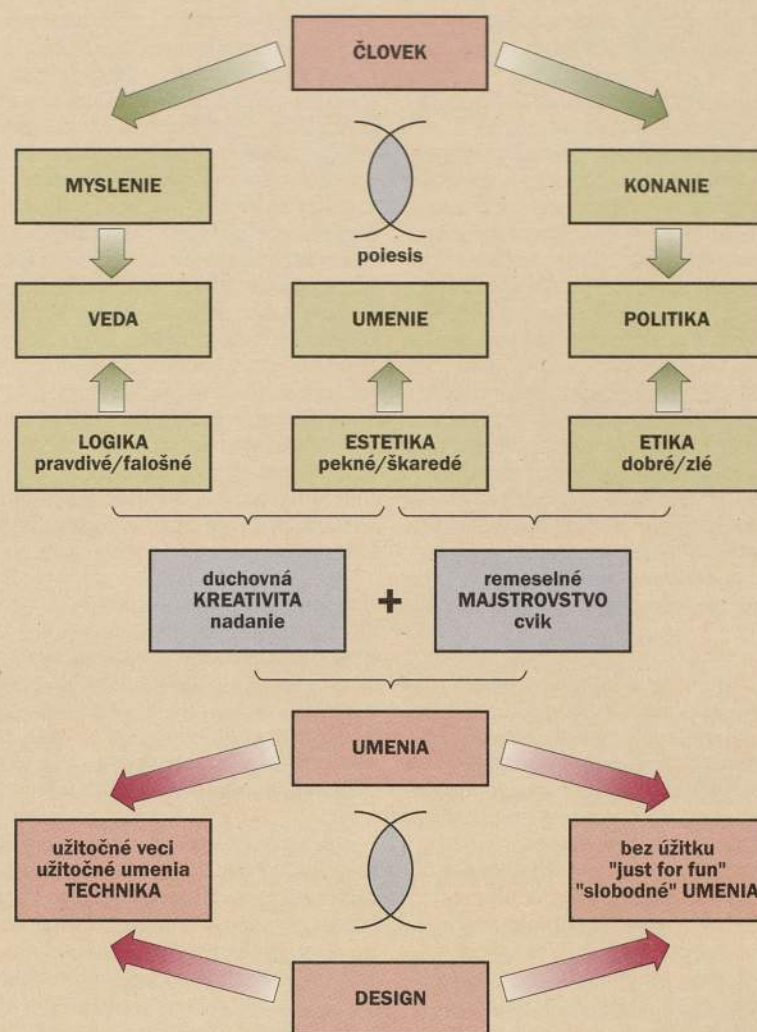


1. Problematizácia
2. Zvedčenie
3. Politizácia
4. Technizácia
5. Komericializácia

(b) ZMENY PARADIGMY







Obrázok 3: Design ako vec - čin (podľa Aristotela)

ta má smerovať ku **kybernetike a automatike**, k továrni 2000, k CIM, k postpriemyselnej spoločnosti (Daniel Bell).

Vývinové vlny prichádzajú, vrcholia a napokon ich strieda nový vývin (obr. 2). Toto striedanie procesov sa vždy vyznačuje hľadaním čohosi nového, t. j. **pluralizmom**. Mnohí teda označujú dnešný pluralizmus („**duch doby**“) za takúto prelomovú situáciu. Častý je však aj názor, že tento aktuálny pluralizmus nie je nijaký prechodný fenomén, ale ideológia adekvátne pre demokratické spoločenské zriadenie, v ktorom vystupuje do popredia osobný rozvoj jednotlivého individua. Darmo, svet sa bude vyvíjať podľa toho, kam ho **my** nasmerujeme. Toto znie veľmi optimisticky, a skutočne to aj optimistické je, takže si to vyžaduje bližšie vysvetlenie.

V snahe lepšie pochopiť pojem **tvorba**, a teda aj to, čo robia designeri, dostávame sa veľmi rýchlo do sféry filozofie a antropológie (obr. 3): človek je na jednej strane **mysliaca** bytosť (René Descartes: Cogito ergo sum) a na druhej strane bytosť **konajúca** (Karol Marx: pracujúca bytosť). Pre Grékov (napr. pre Aristotela) je tým najvyšším, čo môže myslieť človek vytvoriť, **veda**. Meradlom jej hodnoty je **logika**, teda posúdenie, či je pravdivá alebo falošná. To najvyššie, čo môže vytvoriť konajúci človek, je **politika**. Jej meradlom je **etika**, teda hodnota dobra a zla (podľa Aristotela). Je tu však aj tretia oblasť, v ktorej sa prelína myslenie a konanie: Aristoteles nazýva takéto aktivity „plodné činnosti“ alebo **poiesis**. Najvyššie, čo môže poie-

sis vytvoriť, je **umenie**. Jeho hodnota sa meria **estetikou**, teda krásou alebo škaredosťou. Pre Aristotela je krásou dokonalosť: umelec, tvorivý, kreatívny človek sa pokúša svet stále zdokonaľovať! Poiesis, oblasť, v ktorej sa prelína myslenie a konanie, čerpá z myslenia duchovnú **kreativnosť** (kreativnosť je nadanie!) a z konania remeselné **majstrovstvo** (remeselné majstrovstvo sa získava cvikom!).

Poiesis teda prináša pre život užitočné veci, čo vedie k „užitočným umeniam“ (napr. liečiteľské, stavebné, kuchárske ...), všeobecne hovoríme o **technike**. Ďalej môže poiesis vytvárať veci, ktoré neprinášajú praktický úžitok, a to vedie k tzv. „slobodným“ umeniam, dnes hovoríme jednoducho o **umení**. „Práca slúži na živobytie, umenie na zábavu“ (Bertold Brecht). Ak sa dnes znova pokúšame konečne spojiť techniku a umenie v nespore sa prekrývajúcich oblastiach, hovoríme o **designe**: technika ako kultúra alebo **priemyselná kultúra** priemyselnej spoločnosti. Z takéhoto (veľmi zjednodušeného!) poňatia ľudského myslenia, konania a stvárňovania vyplývajú takéto možné závery:

- ❖ Design potrebuje **opodstatnenie**: opodstatnené otázky „prečo?“ sú zamerané na logiku a vedy.
- ❖ Design sleduje **zábery**: nevyhnutné otázky „načo?“ sú zamerané na etiku a politiku (ide o stratégiu presadzovania, nie o stranícku politiku!).
- ❖ Design je poiesis, design je činnosť,



ktorá niečo vytvára, design sa robí. Otázky „ako?“ volajú po **metodike**, po tvorivých alebo pracovných postupoch, po účelnom a racionálnom vynaložení prostriedkov, po organizácii práce.

❖ Design je obsah pretvorený prácou do formy, do formácie. Otázky „čo?“ smerujú k **úlohám**, k pretváraní prírody na kultúru a civilizáciu bez toho, aby sme narúšali prírodu, ktorej sme súčasťou.

❖ Súhrn: design je **vec-čin**, čiže vec, ktorá nasleduje po čine, a vec, po ktorej nasledujú činy.

**Tvorba** teda znamená vždy proces aj výsledok: priebeh tvorby **aj** vytvorený produkt, tvorivú prácu a výkon, ale aj dielo. Tvorivý proces je však vždy závislý od výrobných prostriedkov a výrobných podmienok určitého obdobia – je to **historický fenomén**, rovnako ako jeho výsledok, dielo. Aj design teda prekonáva **vývin**, prekonáva zmeny. Designeri sa snažia ovplyvňovať tieto zmeny tak, aby viedli k ustavičnému zlepšovaniu. Je to ako kybernetika, ktorá cieľavedome riadi a reguluje procesy, pomocou postupných krokov mení jestvujúce situácie na žiaduce plánované situácie. Plánované situácie sú hospodársky a spoločensky podmienené, sú ekonomické a ekologické, logické a etické, praktické a estetické. Takže **design je služba pre hospodárstvo a spoločnosť**. Služba pre hospodárstvo znamená spoluprácu na **hospodárskom úspechu**. Služba pre spoločnosť znamená spoločensky pro-

spešnú produkciu, vytváranie spotrebných hodnôt, **kvality života**.

Tým, že si designeri vo svojej tvorivej práci vytyčujú také vysoké ciele ako hospodársky úspech a spoločenský prospech (čo dokazuje ich zapojenie do interdisciplinárnej projektovej práce), musia si **uvedomovať** problémy doby (napr. v súčasnosti ekologické), musia byť dobre **informovaní** o „duchu času“, o poznatkoch, vzdelanostnej úrovni a technológiách, musia byť **kritickí** voči jestvujúcim riešeniam a návykom, **kreatívni** pri hľadaní nových lepších riešení a **angažovaní** pri presadzovaní a realizácii najlepších možných riešení. Designeri nie sú nikdy sami na tieto úlohy, ale vždy sú ich hnacou silou. **Budúcnosť** je pritom dôležitejšia ako dejiny, veď v nej strávime zvyšok svojho života. Samozrejme, aj **dejiny** sú dôležité, lebo mylíť sa je ľudské, ale opakovať chyby by bola hlúposť.

Keď sa chcem bližšie zoznámiť so **štruktúrou** designerskeho procesu, použijeme systémovo-analytickú metódu. To znamená, že si predstavíme **designerský proces** ako systém a opýtame sa: Z akých prvkov sa systém skladá? Aké majú vlastnosti? Aké sú ich vzájomné vzťahy? Podľa akých zásad vytvárajú časti celok, systém, designerský proces? Obr. 4 znázorňuje jednoduchý všeobecný model, pravdaže, možno ho ľubovoľne ďalej diferencovať a spresňovať, ďalej špecifikovať a aplikovať na konkrétne úlohy.

Ako prvky prichádzajú do úvahy napr.

designeri, produkty, používatelia, metóda, materiál, ciele, hodnoty, miesto, čas, zadávateľ a okolnosti. Všetky tieto prvky možno pre ich charakteristické vlastnosti určiť, čiže definovať. Ako podstatné súvislosti, ako podstatné čiastkové procesy sa explicitne posudzujú: tvorivý proces medzi designerom a produktom, ktorý sa riadi výmennou hodnotou (trh), a používateľský proces medzi produktom a používateľom, ktorý sa riadi používateľskou hodnotou (požiadavky). Zadávatel' rozbehne proces, úloha podnikateľa je niečo podnikateľ, vyvíjať iniciatívu, odborníci marketingu a konštruktéri prácu podporia. Ťažiskom vlastného tvorivého procesu je napokon realizácia, presadenie riešiteľských ideí do reálnych tvarov, materiálov, farieb, povrchových plôch atď. podľa určitej metódy (návrhársky proces).

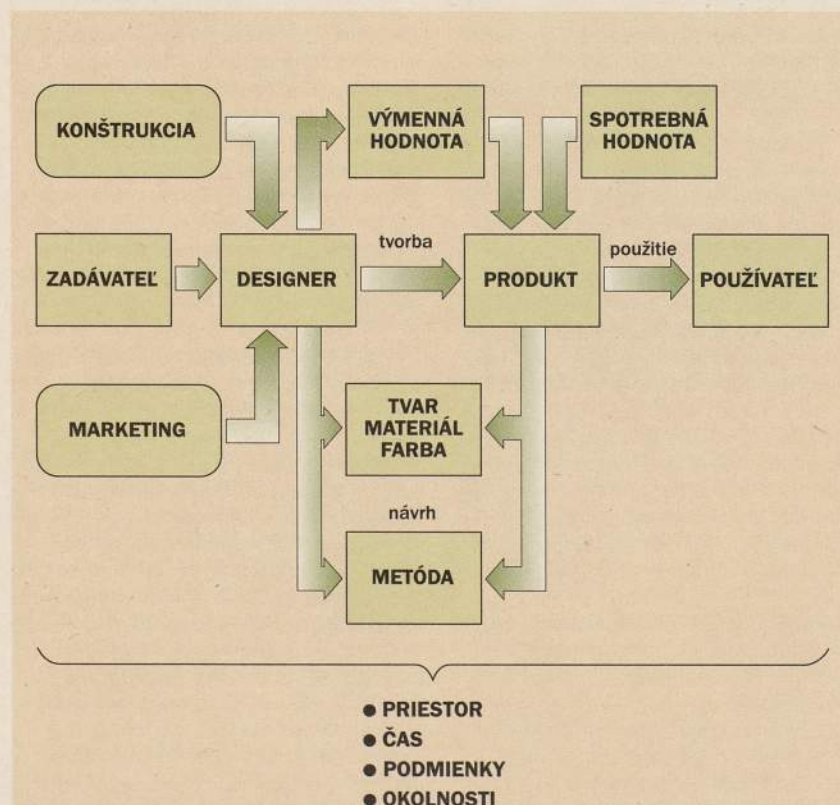
Súhrnne úloha znie takto: KTO vytvorí ČO pre KOHO a na ČIU objednávku, KDE, KEDY a za AKÝCH podmienok? Všeobecnú odpoveď nájdeme na schéme obr. č. 4. Schéma je ešte taká všeobecná, že ju obsahovo možno aplikovať tak na úlohy **priemyselného designu**, ako aj na **komunikačný design**.

A tu sa dostávame k otázke, do akej miery má vôbec zmysel **diferencovať** designerské povolania. Kým bol design svojim zameraním ešte umeleckým remeslom, delil sa podľa dielne, v ktorej dielo vzniklo: drevo, kov, drahý kov, kameň, keramika, porcelán, textil, grafika, tlač, fotografia atď. A tak existovali (a existujú čiastočne ešte aj dnes) nábytkoví designeri, potravinárski designeri,

designeri spotrebných výrobkov, designeri šperku, designeri keramiky, textilní designeri, foto designeri atď. Takáto koncepcia výučby platila v Bauhause a na umeleckopriemyselných školách, ktoré vznikli v Nemecku po druhej svetovej vojne (srdcom každej školy bola dielňa). Hlavným cieľom bola tvorba výrobkov z príslušných materiálov. No neskôr, najmä po objave plastov a po zavedení multimediálnych konceptov, stratila táto logika zmysel. Prehnaná špecializácia na školách prinášala aj politické problémy na trhu práce. Viedlo to k tomu, že dnes (a to na celom svete) existujú už len dve veľké oblasti: priemyselný design (od spotrebného tovaru až po investičné celky) a komunikačný design (od ilustrácií až po corporate identity). Keď sa chce designer špecializovať, môže sa takémuto štúdiu venovať neskôr a hlavne pri výkone profesie, so zameraním na príslušnú výrobnú oblasť (napr. autá, nábytok, prístroje pre domácnosť, strojárstvo, knihy a časopisy, reklama, audiovizuálne médiá, priemysel zábavy a pod.). V Nemecku sa designerské vzdelanie získava na univerzitách, odborných a umeleckých stredných školách. V praxi sa čoraz častejšie vyžaduje, najmä od stredných designerských kádrov, aby zvládli **obe** úlohy: design výrobkov aj komunikačný design. Hardware i software sa čoraz väčšmi približujú. V teórii designu sa to prejavuje už dávno a teória dneška je praxou zajtrajška.

Všimnime si ešte trochu pozornejšie **vzťah** medzi **teóriou** a **praxou** designu,

Obrázok 4: Design a proces





pretože je symptomatický pre vzťah medzi myslením a konaním.

Pod **teóriou** rozumieme také argumentačné súvislosti, v ktorých sú podľa možnosti definované všetky používané pojmy a dokázané všetky tvrdenia. To je, pravdaže, ideálna predstava, realita sa vždy snaží čo najtesnejšie priblížiť tomuto ideálu. Definovať pojmy znamená však odvodzovať ich význam od iných pojmov (napr. „Design je umenie, ktoré prináša úžitok“). Tieto pojmy treba ďalej definovať, odvodzovať atď. Raz sa tento proces definovania preruší a konštituuje sa množstvo **základných pojmov**, o ktorých sa predpokladá, že ich každý pozná – ale kto nič nevie, tomu sa nedá ani nič vysvetliť! Keď chceme nejaké tvrdenia dokázať, musíme hodnotu ich pravdivosti odvodiť späť od iných tvrdení (premisy, závery). Potom zas treba dokázať aj tie, späťne ich odvodiť, atď. Raz sa preruší aj tento dokazovací proces a konštituuje sa množstvo základných poučiek, tzv. axiomy, ktoré sa považujú za pravdivé, alebo sa akceptujú ako hypotézy. Táto metóda sa nazýva aj **axiomatickou** metódou. Od takýchto teórií (poučkových systémov) sa napokon vyžaduje, aby boli bez protirečenia a ucelené, ako aj to, aby ich základné pojmy a poučky boli navzájom nezávislé a evidentné, teda rozumné samy osebe. Takéto systémy sú vždy otvorené dvoma smermi: jednak predpoklady vedú k **základnému výskumu**, a na druhej strane k **aplikovanému výskumu** (napr. použitie geometrie v mechanike, použitie mechaniky v technike atď.).

Podobne to platí aj pre prax: aj praktické konanie si môžeme predstaviť ako systém, pričom sa elementárne úkony spájajú do komplexnej činnosti. Aj takéto systémy sú otvorené dvoma smermi. Na jednej strane každému konaniu **predchádzajú** úvahy: Čo robiť? Prečo? (zdôvodnenie) Načo? (ciele, účel) Ako? (metóda). Na druhej strane zas **po** každom konaní nasledujú úvahy: Čo sa urobilo? Bolo zdôvodnenie správne? (kritika) Dosiahli sa ciele? (presadenie) Bola metóda správna? (stváranie, interpretácia).

Ak oba tieto otvorené systémy teórie a praxe dáme do súvislosti, t. j. ak ich spojíme, vznikne uzavretý systém: teória bez praxe je prázdna, prax bez teórie je slepá (obr. č. 5). Priepasť medzi teóriou a praxou, ktorá sa vyskytuje veľmi často, sa takto preklenie dvojnásobne: oblasť aplikovaného výskumu sa logicky spojí s predbežnými úvahami praxe, čo vedie k **plánovaniu**. Na druhej strane dodatočné úvahy praxe sa spoja so základným výskumom, čo vedie k **filozofii**, k sebaepochopeniu, k identite.

Takto vzniká súhrnný **kruhový model**: pýtame sa, odpovedáme, plánujeme, tvoríme, znova sa pýtame, znova odpovedáme atď. Naša tvorba je ustavičným pretváraním. Naše plánovanie ustavičným menením plánu. Naše otázky prinášajú vždy ďalšie otázky. Naše vedec-ké odpovede sa rozvíjajú priebežne ďalej. Stále je nejaká práca, všade, kedykoľvek, pre každého. Zastaviť sa v tomto meniacom sa svete znamená urobiť krok späť. „Dnes“ bude zajtra už „včera“.

Popri vlastnej tvorivej praxi designerov sa v kruhovom modeli vytvárajú ďalšie dve dôležité oblasti činnosti: prvou je prechod od plánovania k tvorbe, to je práca na **koncepcii**, druhou oblasťou je prechod od tvorby k filozofii, to je **prezentácia**. V oboch oblastiach ide o **kommunikáciu**, teda o medziľudské dorozumenie, a oba spôsoby komunikácie obsahovo, normatívne a metodicky vzájomne súvisia (obr. 6). Slúžia však odlišným účelom, a preto aj vyžadujú odlišnú stratégiu.

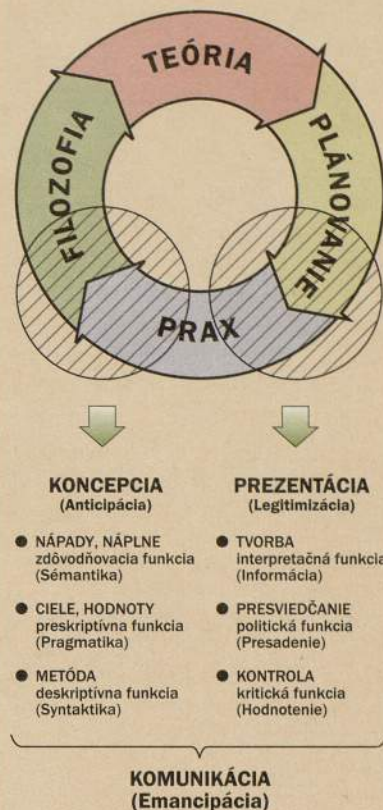
Hlavné úlohy **koncepcie** sú: 1. Nájsť a **zdôvodniť** idey riešenia (kreativita) na základe integrácie (interdisciplinárne) čo najrozsiahlejších odborných vedomostí (experti, tím). 2. Stanoviť ciele, hodnoty, meradlá hodnôt, nároky na kvalitu, a toto všetko sformulovať ako dispozíciu (preskripciu) v „zošite povinností“ (potrebné, žiadúce ciele, minimálne a maximálne požiadavky). 3. Treba definovať – **opísať** metodický postup, optimálne rozplánovať prostriedky, ktoré sú k dispozícii, opísať organizáciu a management. Argumentácia v koncepcnej sfére, že designeri aj tu majú svoj podiel, je vcelku **anticipačná**, čiže už uvažuje v budúcich reláciách, stimuluje a prognostikuje vydarený výsledok plánovaných projektov.

Hlavné úlohy **prezentácie** sú: 1. Informatívne **predstaviť** dosiahnuté výsledky, interpretačne zdôrazniť ich význam (technika prezentácie). 2. **Presvedčiť** rozhodujúcich pracovníkov, že riešenia treba presadiť. 3. Vykonať kritickú **kontrolu**, prípadne riešenie aj modifikovať a definitívne ho zhodnotiť. Argumentácia designerov v oblasti prezentácie je vo všeobecnosti **legitímna**, to znamená, že dodatočne ešte raz potvrdzuje správnosť koncepcie a riešenie problému. Prezentácia úspechu svedčí o kompetentnosti, vytvára **dôveru**, prináša nové ponuky.

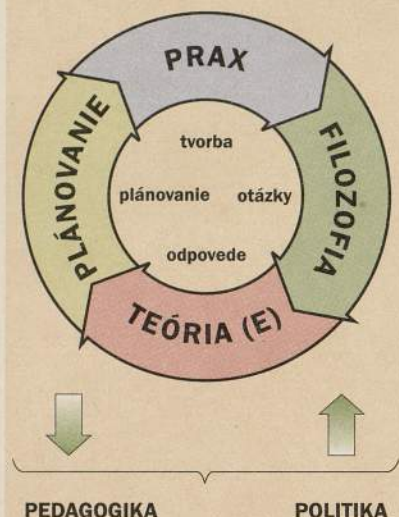
O obe tieto služby, o tvorbu koncepcií i prezentácií, je dnes veľký **záujem** v hospodárstve, vo vede, v oblasti správy i spoločnosti.

Design v službách hospodárstva a spoločnosti: spolupráca na koncepcii priekopníckeho riešenia problémov, kreatívne stváranie výrobkov, ich tvar, materiál, povrch, farba, ich vzhľad a informatívna prezentácia vrátane celého podniku – to všetko sú služby, ktoré ponúka designer hospodárstvu a spoločnosti. Preto je design v trhovom hospodárstve – a na vnútornom trhu od roku 1993 – podstatným, a nie iba nejakým vedľajším hospodárskym faktorom. **Design zviditeľňuje kvalitu, povyšuje ju na zážitok**. Preto znamená design **perspektívu** aj pre podniky, a to nie až od deväťdesiatych rokov. Budúcnosť sa už začala, šance sú tu, len ich treba využiť.

Siegfried Maser



Obrázok 6: Koncepcia a prezentácia  
Ako komunikačné služby



Obrázok 5: Teória bez praxe je prázdna  
Prax bez teórie je slepá

## Literatúra:

Bell, Daniel: Postpriemyselná spoločnosť. Reinbek 1979, New York 1973

Die Neue Sammlung, München (Hrg.): Zwischen Kunst und Industrie. Der Deutsche Werkbund. München 1975

Lindinger, Herbert (Hrg.): Hochschule für Gestaltung Ulm: Die Moral der Gegenstände. Berlin 1987

Selle, Gert: Die Geschichte des Design in Deutschland von 1870 bis heute. Entwicklung der industriellen Produktkultur. Köln 1978

Wichmann, Hans: Industrial Design, Unikate, Serienerzeugnisse: Kunst, die sich nützlich macht. München 1985

Wingler, Hans, M.: Das Bauhaus: Weimar, Dessau, Berlin 1919- 1933. Bramsche 1962



# OHĽADUPLNÁ PREFABRIKÁCIA

*Drahan Petrovič, študent 6. ročníka Fakulty architektúry STU v Bratislave, z ateliéru doc. Ing. Tužinského, CSc., predstavuje svoj projekt.*

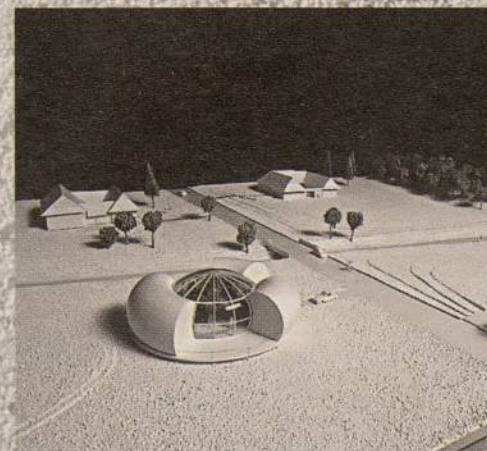
Sú tri hlavné dôvody, prečo som sa zaoberal týmto projektom taký dlhý čas. Prvým je skutočnosť, že asi nie všetci ľudia chcú žiť, či už v súčasnosti alebo budúcnosti, v spartánskych hlinených domoch. Druhým je uvedomenie si zásadných chýb a obmedzení súčasných tzv. ekologických domov, a tretím je pochopenie geniality pôvodných, ekonomicky a politicky nezdeformovaných, myšlienok prefabrikácie, najmä, čo je paradoxné v oblasti riešenia problémov s odpadmi.

Systém je umiestnený do blízkej budúcnosti, v ktorej rámci sa snažím aj štúdiom iných, oveľa pragmatickejších odvetví priemyslu, napr. automobilového, odhadnúť predovšetkým technické zmeny. Domnievam sa teda, že energetická koncepcia založená na premene slnečnej energie na nezávadnú vodíkovú, ktorá sa skôr či neskôr musí stať dominantnou, potlačí hrozbu energetického kolapsu, avšak odkryje nové, snád ešte závažnejšie problémy: problém nedostatku úrodnej pôdy a problém obrovského množstva odpadu, aj stavebného.

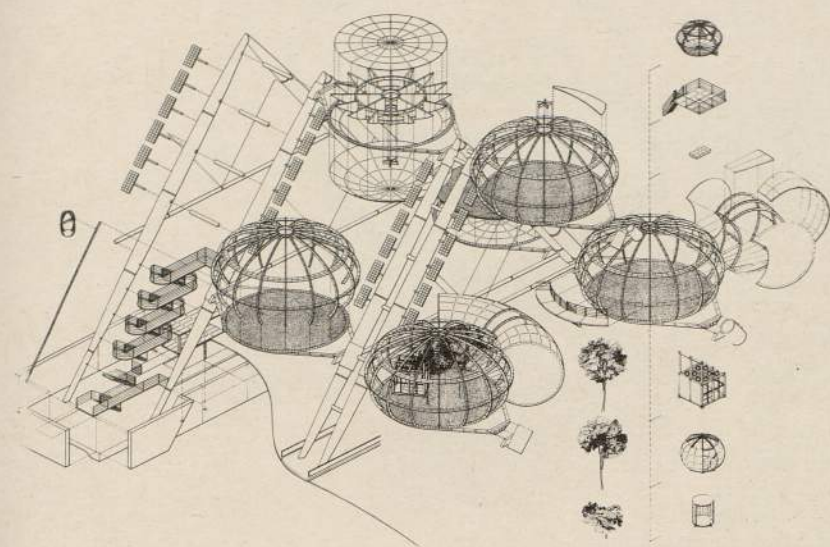
Inšpiráciou a vari aj najdôležitejším východiskom bolo pochopenie funkčných princípov a dokonalosti jednotraktového pôdorysného usporiadania Ždiarskeho dvora, o ktorom môžem v skratke povedať, že bol jednoduchým obydľím maximálne využívajúcim materiálové a technologické možnosti okolia v čase svojho vzniku. Podobne môžeme definovať aj tento návrh, no koniec musí znieť v súčasnosti, resp. blízkej budúcnosti.

Využívam priestory, ktoré nie sú zastavateľné klasickým spôsobom – rieky, jazera, viacprúdové komunikácie, a keď vstupujem do normálnej prírody, tak objekt – dom

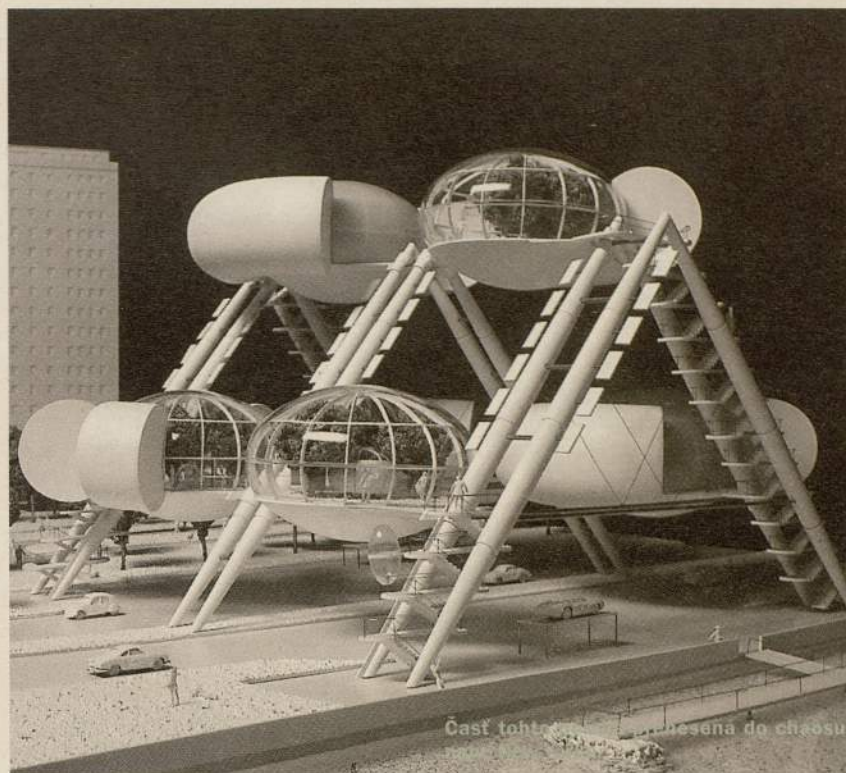
Integrácia high-tech a myšlienok trvale udržateľného vývoja, napomáhajúca ďalej rozvíjať pokoj a stabilitu, napr. Ždiarskeho regiónu (Technické podmienky neumožnili vypočítanie okenných otvorov v modeli)



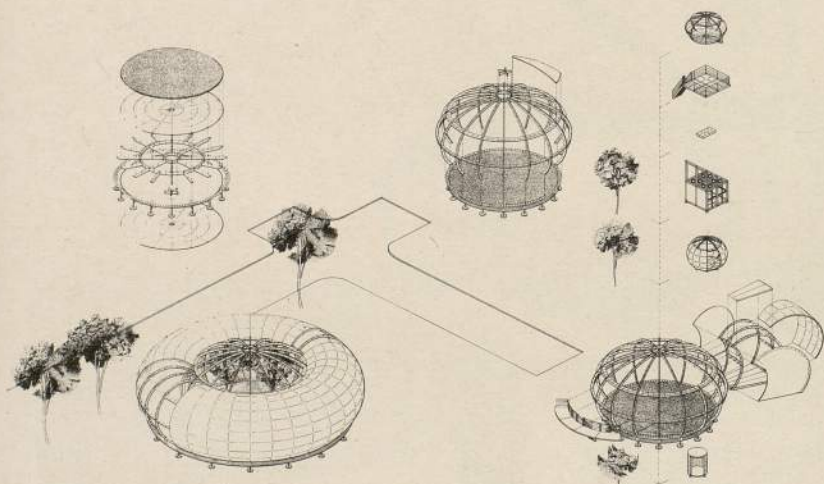




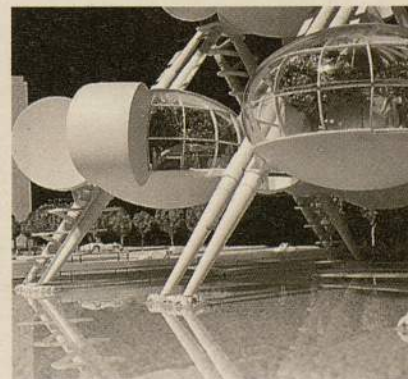
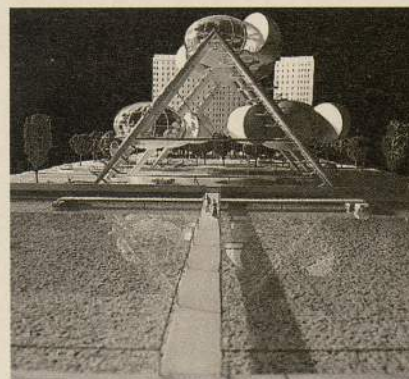
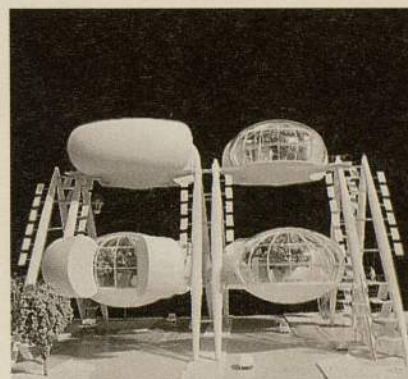
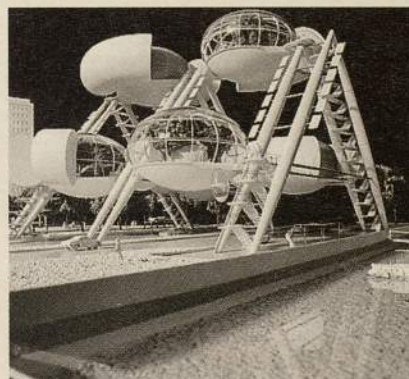
Axonometria varianty umiestnenia v štruktúre.



Časť tohto modelu je nesena do chaosu.



Axonometria varianty samostatne stojaceho vilového domu.



dviham nad povrch. Považujem to za dôležitý moment – dom chce byť ohľaduplný voči ľuďom i prírode.

Málokto si zatiaľ uvedomuje revolučnosť faktu, známeho len zopár posledných rokov, ako je možnosť práce so sklom s dvojitou krivosťou a meniteľnou priehľadnosťou, umožňujúcou priblížiť sa k najdokonalejšiemu a zároveň najúspornejšiemu tvarom (patrí k nim aj elipsoid) bez hustého nosného konštrukčného rastra. Či chceme alebo nie, na obľúbenejšie tvary si budeme musieť zvykať.

Dom reaguje na vývoj rodiny. V každom okamihu sa dá prispôbiť jej požiadavkám. Časti – prvky, ktoré nepotrebujem odoberiem a môžem ich presunúť inde. Aj interiér, najmä centrálna umiestnená „zimnej záhrady“, sa dá formovať inými prostriedkami, ako ich dnes poznáme – organickými prvkami, rastlinami, stromami. Je tu množstvo variantov, aby si človek našiel tú, s ktorou sa môže stotožniť.

Vytvoril sa teda uzavretý systém humánnej prefabrikácie, minimálne zasahujúci do okolitej prírody, poskytujúci státisíce kombinácií pomocou niekoľkých konštrukč-

ných a priestorových prvkov, ktoré výrobca nielen vyrobí, ale neskôr spätne odoberá, upravuje a následne ďalej distribuuje, resp. nevyhovujúce časti spracúva (keďže sám najlepšie vie ako), čím je prirodzeným spôsobom zaručená jeho takmer absolútna bezodpadovosť.

Nemyslím si, že cesta do 21. storočia vedie cez návrat k praveku, aj keď rešpektujem všetkých, ktorí idú týmto smerom, a akvarely princa Charlesa mám rád. Tak isto si nemyslím, že moja cesta je jediná, a už vôbec nie je bez chýb. Ale určite nie je utopická. Za utópiu skôr považujem predstavu, že dnešné deti, odchované na

televíznych hrách a videách, si raz budú vymieňať svoju domácu doposť znečistenú zeleninu za prútené košíky vyrobené u susedov. Inými slovami, nepodceňujme správne nasmerované technické prostriedky, nepodceňujme trh a ostajme optimisti.

Finančná podpora firiem ZIPP a Priemstav mi umožnila zúčastniť sa týmto projektom medzinárodnej súťaže Basic Shelter, organizovanej časopisom Japan Architect, ktorej porotcom je Renzo Piano.

Drahan Petrovič



# EKOLOGICKY MRAVNÝ MATERIÁL

Hračka je neodmysliteľnou súčasťou sveta detí. Dieťa ju potrebuje ako objekt vnímania okolitej reality. Dá sa povedať, že cez prvé vizuálne a hmatové kontakty si vytvára vlastné predstavy o svete, ľuďoch a ich vzájomných vzťahoch. Stretli sme sa so štyrmi výtvarníkmi, ktorí sa zaoberajú drevenou hračkou:

alebo väčšími prestávkami desať rokov. Pôvodne som ich začal robiť pre svoje deti. Momentálne ma však hračka tak pohltila, že sa jej venujem systematickejšie. Ide mi o hračku jednoduchú, zloženú z jednoduchých komponentov, ktoré by sa dali priemyselne vyrobiť. Snažím sa do hračiek vkladať nejaké tajomstvá. Vo väčšine prípadov ide o prenášanie pohybu. Mechanická časť hračky je odkrytá, a tak dieťa môže sledovať, ako pohyb vzniká. Možno v ňom zostane čosi, čo sa mu neskôr zide, či už pri iných hrách, alebo aj pri práci.

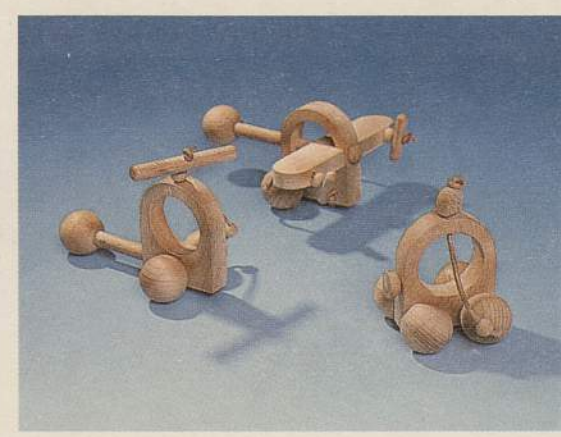
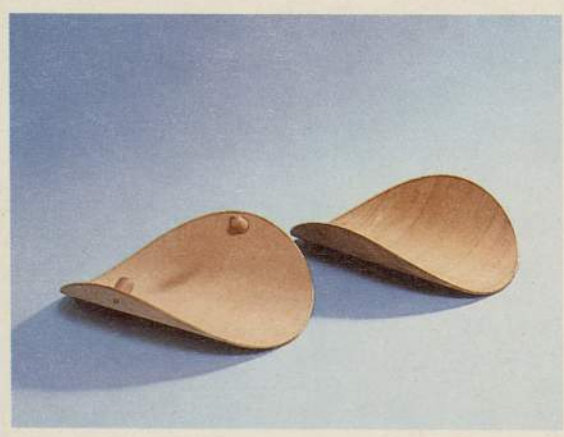
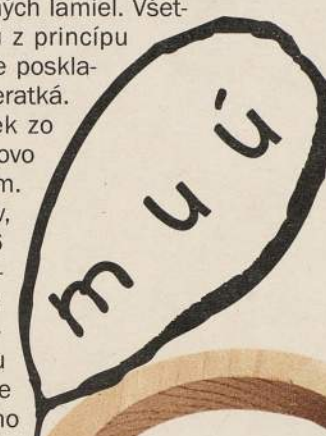
**Václav Kautman:** Hračkou sa zaoberám od skončenia Vysokej školy výtvarných umení v roku 1986. S témou hračky som diplomoval. Boli to hojdačky z lepených ohýbaných lamíel. Všetky moje hračky vychádzajú z princípu skladania, dieťa si ich môže poskladať samo. Robím hlavne zvieratká. Mám niekoľko sérií hračiek zo smrekového dreva, povrchovo upravené iba prebrúsením. Iné série sú z tvrdých drev, sú zložené asi zo 16 druhov príbuzných zvieratiek. Vychádzal som z jedného tvaru zvieračieho tela, ku ktorému sa môžu pripájať rôzne nohy či hlavičky. Deti z toho povymýšľali pegasov, trojkryvy a pod. Vzniká pritom úplne nová hra s mnohými príjemnými prekvapeniami. Inak sa zaoberám designom, ktorý som vyštudoval. Časť svojej energie venujem aj šperku a malej plastike.

**Marián Huba:** Hračky som začal robiť pre vlastné deti a deti priateľov. Takto príležitostne sa im venujem asi pätnásť rokov. Nikdy som ich nerobil na predaj, ani pre výrobu. Teraz som učiteľom na Škole úžitkového výtvarníctva v Bratislave, na oddelení rezbárstva a tvarovania dreva. K hračkám sa častejšie dostávam vďaka svojim žiakom. Zásluhou učiteľovania som urobil zopár veľkých dlabaných hračiek z topoľa. Moje hračky sú zväčša

Janou Menkynovou, Mariánom Hubom, Václavom Kautmanom a Karolom Krčmárom, aby sme si okrem iného povedali o pozíciách a perspektívach drevenej hračky.

*Bolo by ideálne, keby človeka od raného veku sprevádzali predmety, ktorých úžitkovosť a estetická stránka by boli v harmonickom súlade. Vy sa o to usilujete vo svojich drevených hračkách. Aké miesto im prináleží vo vašich výtvarných aktivitách?*

**Karol Krčmár:** Hračkami sa zaoberám s menšími



Václav Kautman: Lupienky, hojdačky do interiéru. Ohýbaná dyha z brestu, javora, ø 65 cm

Marián Huba: Psík - rapkáč. Javor, v. 13 cm

Karol Krčmár: Súprava letisko: vrtuľník, lietadlo, letiskové vozidlo. Buk, koža



zvieratká. Snažím sa, aby mali nejaký vtip, aby sa hojdali, rapkali, hrkali, dali sa rozoberať. Druhým cieľom môjho snaženia je, aby hračka deti citovo oslovila.

enén



**Jana Menkynová:** Aj ja som sa dostala k hračkám prostredníctvom svojich štyroch detí. Vyhľadávala som v obchodoch hračky, s ktorými by sa deti mohli tvorivo hrať. Išlo mi hlavne o hračky z prírodných materiálov a zistila som, že ich je veľmi málo. V Ústredí ľudovej umeleckej výroby som začala s veľmi jednoduchou hračkou. Inšpiroval ma malý drevený koník, ktorý mal valcovité telo s vloženou plošne riešenou hlavou. Určitým pokračovaním tohto princípu stvárnenia v sústružnom a plošnom tvare som vytvorila kolekciu domácich zvierat, ploty a kolibku. Dieťa si z nich môže poskladať výjavy z dedinského prostredia. Ďalšími návrhmi boli skladacie domčeky s nábytkom, bábikami a doplnkami.

Nie sú na nich žiadne vstupy lakovania ani podobných povrchových úprav. Sú vyrobené z javora alebo ihličnatých drevín. Domčeky a doplnky sa dajú skladať pomocou jednoduchých spojov, navliekania a kolíčkov. Sú vo viacerých veľkostiach. Jeden z nich som doplnila jarmokom. Moja tvorba je vlastne založená na tom, že navrhujem pre ÚLUV hračky tak, aby sa dali realizovať našimi výrobcami. Drevo je s tradičnou ľudovou hračkou veľmi úzko späté. Čerpáte z ľudovej hračky? Čím vás inšpiruje?

**Karol Krčmár:** Ako mestské dieťa som mal k fol-

mo každého z nás trochu ovplyvňuje. V ľudovom hračkárstve, rezbárstve i v inej práci s drevom sa využívali rôzne druhy drev, na rôzne účely. Máme veľa nádherných druhov, farebne, textúrou, hmatovo príjemných, ktoré sa dajú využiť vo fantastických kombináciách.

**Marián Huba:** Ja sa k ľudovému hlásim. Lákajú ma klasické postupy, ktoré sa asi nedajú žiadať od veľkovýroby, ale menšie dielne by ich mohli udržiavať, aby nezanišli. Nie je to však len technologická stránka, ktorou ma ľudová tvorba priťahuje. Je to i cit k materiálu, k proporcii, k dekoru a farbe, pokora a vrúcnosť, ktoré sa snúbia s dlhodobou užívateľnosťou. To sú výsledky stáročia cibreného vkusu a ovládania prírodného materiálu. Znovuobjavovanie takýchto hodnôt

pi pi pi

klórnej ľudovosti ďaleko. A keď som sa už snažil nejaké hračky vytvoriť, tak také, ktoré sa mi v detstve zdali tajomné, ako napríklad africké zvieratká. Ľudová hračka vznikla, podľa môjho názoru, úplne inak. Má v sebe čosi mäkšie, príjemnejšie. Bolo to asi v tom, že otec sám vystrúhal synovi koníka alebo vozík. Pritom vložil do hračky celý svoj postoj k svetu, svoju lásku a túžbu po kráse. Napriek tomu si myslím, že aj priemyselne vyrábaná hračka môže byť podobným prejavom postoja alebo vzťahu, ak sa s ňou rodič alebo darca stotožní.

**Václav Kautman:** Ja sám na ľudovú hračku vedomo nenadväzujem. Ale mám pocit, že podvedo-

je stále nevyužitá šanca ako v hračkách, tak v nábytku, architektúre i v celom životnom štýle dneška. Nepochopenie podstaty ľudového prejavu minulosti, jeho povrchné napodobovanie veľmi ľahko zvädza ku gýču a k devalvácii týchto ozajstných hodnôt.

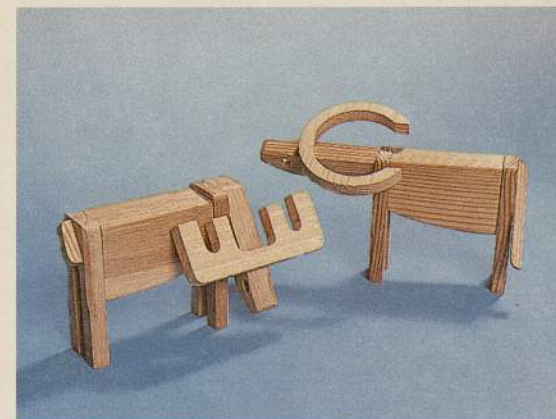
**Jana Menkynová:** U mňa je to jednoznačné, pretože pracujem v ÚLUVe. Som „nasiaknutá“ prírodným materiálom, pôvodnými technológiami



Marián Huba: Vtáčik – vajíčko – hrkálka. Javor, slivka, v. 4 cm



Marián Huba: Kačičky – skladačka. Javor, v. 7 cm



Václav Kautman: Zvieratá, skladačky zo série 12 druhov zvieratiek. Brúsené jínak neupravované rôzne druhy drev - dub, smrek, čierny smrek, javor atď., asi 20 x 20 x 10 cm



a starým slovenským ľudovým umením. Pri tvorbe svojich návrhov som sa musela naučiť hľadať tú najjednoduchšiu cestu, aby som dospela k technologicky čistým prejavom a v najväčšej úcte k materiálu aj k výrazovým prostriedkom.

*Čím podľa vás môže drevená hračka upútať dieťa? V čom sú jej prednosti, prípadne výnimčnosť?*

**Karol Krčmár:**

Drevená hračka je nesporne príťažlivá. Základom však je, aby bola



Jana Menkynová: Pohyblivá bábika

dostupná. Keď má zanechať stopu na širšej platforme, tak sa musí priemyselne vyrábať. Jedine takto môže oponovať hračkám z plastov. Plastové hračky sú často realistické, dokonalé. Nedávajú priestor fantázii. Vo svojich drevených hračkách sa usilujem o schému, ktorá pri porovnaní s realitou vyvoláva u dieťaťa potrebu dotvárania. Snažím sa vytvoriť trvalé, nadčasové hračky, určité symboly, ktoré pre človeka niečo znamenali, znamenajú a budú znamenať.

**Václav Kautman:** Hračky, ktoré sa dnes vyrábajú, sú kópiou života, kópiou toho, čo máme okolo seba. Barbie musí byť ako hviezda, auto má značku, číslo. Pri drevenej hračke by toto materiál nezniesol. Drevená hračka musí byť jednoduchá, abstrahovaná. Drevo je teplý materiál, príjemný na dotyk. Ten strom kedysi žil. Snáď to v dreve cítime.

**Marián Huba:** Mne nie sú plasty milé ani blízke z mnohých dôvodov. Drevo na rozdiel od nich v prírode rastie a do prírody sa bezodpadovo vracia. Je to ekologicky mravný materiál. Má svoj charakter, svoj spôsob rastu. Z dreva nemôžeme urobiť hocičo. Vyžaduje si, aby sme jeho národu rešpektovali. Z plastu môžeme vylišovať všetko. Nehovoriac už o jeho nečistom získavaní a likvidovaní.

**Jana Menkynová:** Príťažlivosť dreveného mate-

riálu je v prvom rade hmatová. Drevo vyvoláva pri dotyku veľmi príjemný pocit. Dieťa s ním svojím spôsobom komunikuje. Drevo skrýva tajomstvá, ktoré by sme sa mali naučiť prijímať. A okrem iného má aj tú prednosť, že nespôsobuje u detí žiadne alergie.

*Akou formou sa môže, resp. mala by sa dostávať drevená hračka do povedomia širokej verejnosti?*

**Karol Krčmár:** Predovšetkým je to práca ťažká a namáhavá. Citlivou reklamou sa však dá urobiť veľa. Priblížiť dieťaťu hračku napríklad prostredníctvom animovaného filmu. Ako som už spomenul, mali by sme sa snažiť o to, aby sa hračka skutočne dostala k ľuďom, ktorí majú o ňu záujem. Preto dúfam, že ďalší dialóg slovenských hračkárov sa bude odohrávať na pultoch predajní s hračkami.

**Václav Kautman:** Áno, reklama by mala byť veľmi citlivá a rozumná. Postupná reklama a samotná práca musia ukázať, že drevené hračky sa dokážu presadiť na trhu. Ale aj táto činnosť potrebuje svojho organizátora. Myslím si, že k tomu by mohlo dopomôcť aj tento rok založené združenie pre hračku a hru Gaudium.

**Jana Menkynová:**

Myslím si, že deti prejavujú vzťah k drevenej hračke svojím spontánnym spôsobom. Treba hľadať tú najprirodzenejšiu formu, ako dostať hračku k spotrebiteľovi, do jeho podvedomia. Priblížiť sa priamo k nemu napríklad prostredníctvom výstav, využívať všetky možnosti ponuky a predaja. Dôležité je, aby sa našli realizátori v malosériovej výrobe, pretože návrhy slovenských designerov sú na svete, a sú dobré. Nakoniec to ukázala aj posledná výstava slovenských hračkárov, ktorú zorganizovala galéria M. A. Bazovského v Trenčíne. Dúfajme, že sa nájde niekto, kto vytvorí potrebný kontakt. Každý výtvarník nevie byť súčasne aj podnikateľom.

**Marián Huba:** Sme krajina s bohatou tradíciou spracovania dreva. Dnes sa ním u nás plytvá, vyvážame ho ako lacnú surovinu. Očakával som, že zásluhou slobodného podnikania i nezamestnanosti bude taký záujem o kvalitné návrhy drevených výrobkov, že sa tí nemnohí výtvarníci, ktorí sa drevenej hračke venujú, budú musieť skrývať pred dobiedzajúcimi výrobcami a ich manažermi. Skutočnosť je však iná. Záujem o drevenú hračku by mohol pomôcť tak nezamestnanosti, ako aj šíreniu radosti a kultúry u nás i v cudzine.

Katarína Podobová

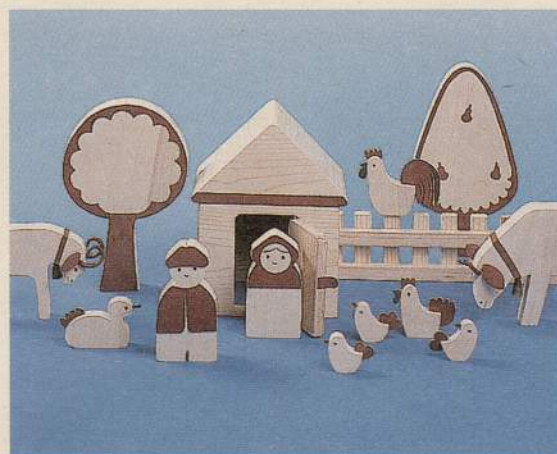
Foto: Slavomír Tomašovič



Jana Menkynová: Chalúpka so záhradou, skladacia zostava (chalúpka, plot, strom sa dajú rozložiť na diely). Prírodný a morený javor, v. do 18 cm

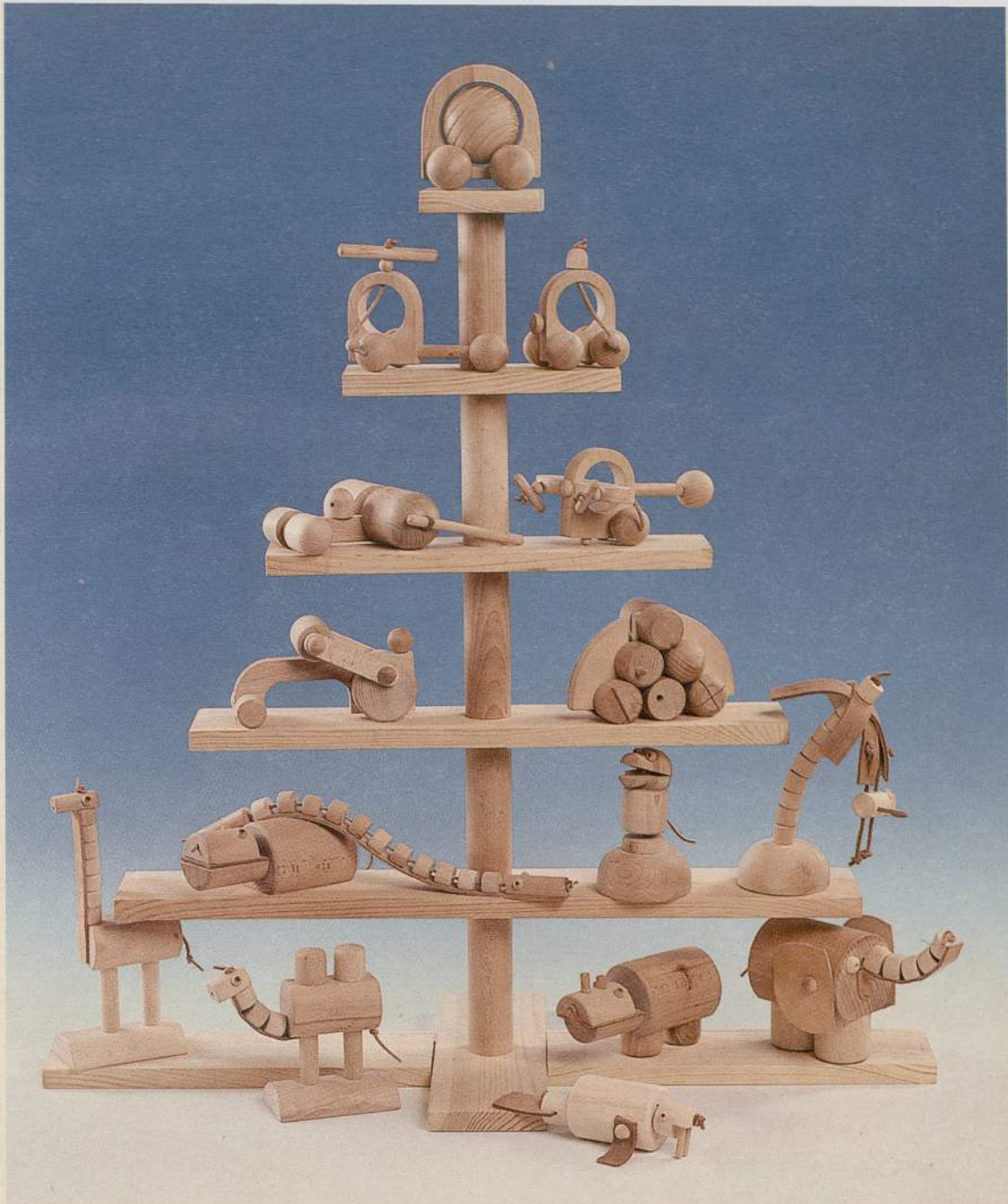


Václav Kautman: Zvieratká, variabilná skladačka zo 16 druhov zvieratiek. Brúsený, inak neupravený smrek, asi 20 x 20 x 8 cm



Jana Menkynová: Dedinský dvor, plošne riešená skladacia zostava. Prírodná borovica, hovädzia koža, v. do 20 cm





Karol Krčmár: Stojan so sadou hračiek Carlo. Bukové drevo nefarbené s mechanickou povrchovou úpravou

The work of four creative artists – Jana Menkynová, Marián Huba, Václav Kautman and Karol Krčmár – has a common interest – toys and wood. Wood finds its justification even in the modern world of realistic and often excessively technical toys in moulded plastic. The natural colour, texture and feel of wood are utilized by these artists in the design of their simple toys. They try too to put in some „secrets“, sometimes in the movement (Karol Krčmár), in sound effects from movement (Marián Huba), or in putting the toy sets together in various ways (Jana Menkynová, Václav Kautman).

These artists have their individual attitudes to traditional wooden folktoys as sources of inspiration. Václav Kautman and Karol Krčmár perceive them rather subconsciously, calling to mind their childhoods. In the work of Marián Huba, the relation is obvious. He applies the traditional techniques of wood shaping, for instance, chiselled toys and traditional joints. Similarly, Jana Menkynová, an artist at the Centre of Folk Art Production, works on the basis of the traditional Slovak toy, not only in materials and technology, but even in her subjects and themes (for example in rustic motifs).

Karol Krčmár says that he tries "to achieve a design in toys which will evoke the child's creative responses in the child's later life experiences", which could fairly well characterize the other artists' toys as well. Their designs have been presented in „The Current Slovak Toy“ exhibition which has been located at several Slovak galleries since August 1993. These artists are members of the Association for Toy and Play Gaudium, established in May 1993 for the purpose of coordination of the efforts in the field of toy design.

Katarína Podobová

# Ecologically ethical material



# NOVÍ ORNAMENTALISTI



V máji 1993 sa v priestoroch Francúzskeho inštitútu v Bratislave premiérovo predstavila výstava Noví ornamentalisti, očakávaná neskôr v ďalších stredoeurópskych centrách, vo Viedni, Budapešti a Prahe. Hoci želaním tvorcu výstavy - popredného francúzskeho teoretika umenia Piera d'Antrasa - bolo uviesť predovšetkým francúzske firmy produkujúce malé série exkluzívnych úžitkových predmetov, objavili sme tu práce navrhnuté vynikajúcimi svetovými designermi ako Starck, Šípek, Casteljau, Gagnère, Szekely, Garouste a Bonetti a ďalších.

Svietidlá, sklo, porcelán, keramiku, predmety z bieleho lešteného kovu, ale i zo sadry charakterizoval známy francúzsky designer Pascal Morgue ako „predmety, ktoré niečo vyžarujú“. O tom, čo to bolo a prečo sa práve tieto predmety stretli v jednej kolekcii, hovorí jej zostavovateľ Brice d'Antras.

**Môžete vysvetliť bližšie pojem „ornamentalisti“? Odkazuje skôr k histórii než súčasnosti, znie veľmi zvláštne v spojení s designom.**

Tento termín som použil po prvý raz v spojení s výstavou a vybral som si ho zámerne. Vzbudzuje zvedavosť, ale predovšetkým vyjadruje zámer, ktorý som výstavou sledoval. Povoláním

ornamentalistu v 18. storočí bolo kresliť dekoratívne prvky, ktoré sa využívali v umeleckých remeslách. Názvom som chcel naznačiť, že existuje istý vzťah medzi remeselníkmi z 18. storočia – ornamentalistami a súčasnými tvorcami, ktorých veľmi nerád nazývam designermi. Je to návrat k umeleckým remeslám, ktoré si znovu získavajú vážnosť ako kedysi. Dnešní tvorcovia navrhujú predmety, ale málokedy sú aj ich výrobcami, podobne ako niekdajší ornamentalisti, ktorí navrhovali prvky, ale vyrábal ich už niekto iný. Kladiem dôraz na výtvarné postupy a ak ich analyzujem, neznamená to, že ich kritizujem alebo znižujem ich hodnotu.

**Čo majú spoločné predmety, ktoré ste vybrali do svojej kolekcie, v čom je ich identita?**

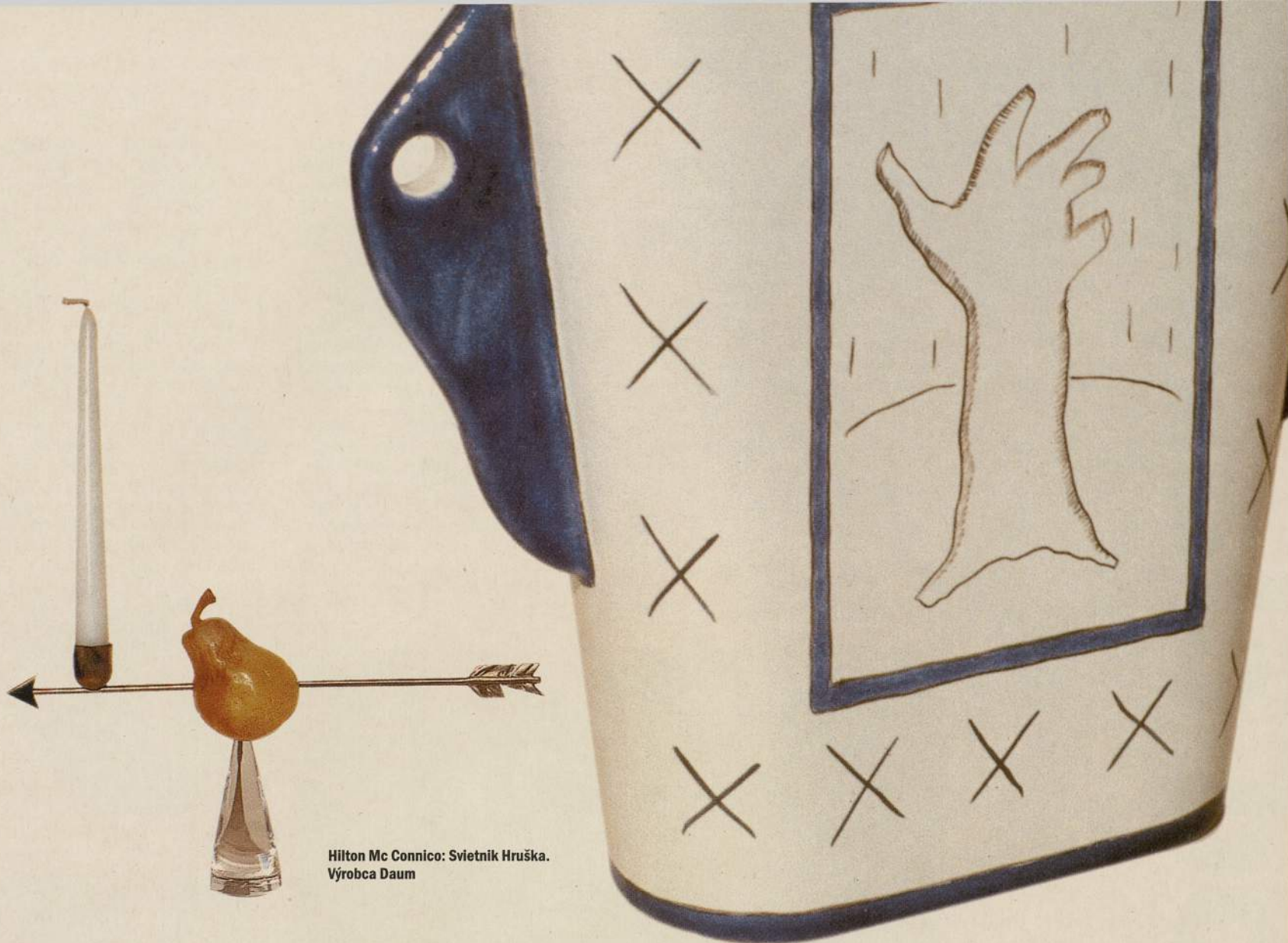
Cieľom výstavy bolo ukázať rôzne aspekty tvorby v oblasti umeleckých remesiel. A to, čo tu vytvára identitu, je obrovský zmysel pre dekoratívnosť, ornamentiku vo všeobecnosti.

**Ako vidíte francúzsky zmysel pre estetiku v rámci Európy?**

Myslím si, že francúzske umelecké remeslá charakterizuje zmysel pre eleganciu, dokonca je to ešte niečo viac – zmysel pre neúžitocnosť, zmysel pre krásu, ktorá je neúžitocná. Ak by som to porovnal napríklad s Nemeckom, tam sa radosť, potešenie, chápe ako hriech, ako niečo hriešne. To, čo je dôležité v Nemecku, je vždy pojem a postup. Keď to zhrniem, tak pre Francúza je tvar prvoradým cieľom, zatiaľ čo pre Nemca je tvar výsledkom určitého tvorivého postupu. Preto tvrdím, že Francúzsko dalo Európe umelecké remeslá a Nemecko a Anglicko dali Európe design.

Frederique Morel: Lampa Zázračná  
palička. Výrobca Objets Pompadour





Hilton Mc Connico: Svietník Hruška.  
Výrobca Daum

Philippe Starck: Vreckový nožík s dvoma kohútikovými  
ozdobami. Spoločnosť Laguiole

Olivier Gagnère: Žardiniéra.  
Výrobca Faienceries de Quimper

**Na výstave sa stretávame s viacerými známymi menami designerov pod firemnou značkou. Má každá firma svojich vlastných designerov?**

Niektoré podniky majú svojich vlastných umelcov, ale to je vzácné. 80. roky priniesli určitý nový jav nazývaný medializácia – a designeri sa stali známi vďaka masmédiu. Možno postrehnúť, že sa snažia istým spôsobom individualizovať objekt, čo najviac ho priblížiť individu. Všimol som si, že v posledných rokoch zavádzajú Japonci do designu znovu krivku, oblúky tvary. Myslím si, že práve tieto oblúky a krivky sú prejavom zmyslu pre zmyselnosť. Je v tom čosi ako vzťah k matke, k menšej štruktúre, ako napríklad návrat k rodine, ktorá dáva pocit istoty. Je to v rozpore so snahou o realizáciu veľkých projektov, ktorá sa prejavovala v 70. rokoch, podobne ako v dobe ruských avantgárd. Myslím si však, že prístup Japoncov nás vďaka do slepej uličky. Progres nemôže ísť týmto smerom, až tak veľmi k človeku. Nehovorím o jednotlivcovi, ale o individualizme, egoizme. Pochopiteľne, cieľom tvorby musí byť človek ako individuum, ale nemôže byť cieľom prílišná individualizácia.

**Spomínanými menami sme sa dotkli oblasti „veľkého“ designu. V súčasnosti v ňom môžeme rozpoznať výrazný vplyv japonského designu. Ako ho hodnotíte?** Nepoznám japonský design veľmi dobre, preto budem opatrný a vyjadrím len svoje dojmy. Možno postrehnúť, že sa snažia istým spôsobom individualizovať objekt, čo najviac ho priblížiť individu. Všimol som si, že v posledných rokoch zavádzajú Japonci do designu znovu krivku, oblúky tvary. Myslím si, že práve tieto oblúky a krivky sú prejavom zmyslu pre zmyselnosť. Je v tom čosi ako vzťah k matke, k menšej štruktúre, ako napríklad návrat k rodine, ktorá dáva pocit istoty. Je to v rozpore so snahou o realizáciu veľkých projektov, ktorá sa prejavovala v 70. rokoch, podobne ako v dobe ruských avantgárd. Myslím si však, že prístup Japoncov nás vďaka do slepej uličky. Progres nemôže ísť týmto smerom, až tak veľmi k človeku. Nehovorím o jednotlivcovi, ale o individualizme, egoizme. Pochopiteľne, cieľom tvorby musí byť človek ako individuum, ale nemôže byť cieľom prílišná individualizácia.

**Ak opustíme design ako problém tvorby, musíme si všimnúť problém priemyselnej výroby – chrenie nových a nových vzorov, tvarov, ponúkajúce stále nového designu. Ako sa pozeráte na budúcnosť v súvislosti s nadprodukciami designu a ekologickým ohrozením?**

S priemyselnou výrobou je skutočne problém, keď sa vyrába vo veľkom množstve, človek nevie, kam to až dovedie. Nikdy však nemôžem povedať, že priemyselná výroba je niečo negatívne. Nikdy sa nebudem sťažovať, že sa môžem rýchlo pre-

miestniť autom, lietadlom, že môžem telefonovať, to sú skutočne veľké výtoby. Problém je v tom, že konzumná spoločnosť sa nesmie stať cieľom. Nezodpovedá to šťastiu jednotlivca. Konzumná spoločnosť prekročila hranice šťastia človeka. Hovorili ste o životnom prostredí a výrobe, sú to skutočne spojené veci. Myslím si však, že ekológia, to nie je len ochrana kvetov a rastlín, aby bol všade poriadok a nie špina, to by som nazval „svetáckou“ ekológiou. Ekologický problém je globálny problém a týka sa celej planéty. Spája sa s otázkou produkcie, globálnymi problémami výroby – ako sa pracuje, aká je úloha práce v živote, a problémom spotreby – čo spotrebúvať, akým tempom – a to nielen v Európe, ale na celom svete. Ako inteligentne používame hmoty a materiály, ako inteligentne pracujeme – to sa týka celku. Ekologický problém ako globálny problém je skutočne aj otázka designu, otázka postupov vo výrobe. Myslím si, že práve úlohou umelca je – možno sa mýlim – nájsť nové rozmery. Úloha umelca nespočíva vo vytváraní dekoratívnych prvkov, ale v jeho schopnosti povedať nie, niečo nepriať a znovu pretvárať predmet, svet. Myslím si, že túto úlohu nemôžu splniť ani inžinieri či vedci, dokonca ani náboženstvo, podľa mňa jedine umelec má túto silu vďaka svojej tvorivej schopnosti.

Zhovárala sa Adriana Pekárová  
Foto: Ján Zeman

Jule des Prés:  
Pyramída z vavrínu



**Z. Kolesár:** Hoci pracujete väčšinou pre menších výrobcov, vytvorili ste návrhy aj pre bývalého štátneho „mamuta“ Meoptu. V čom spočívala táto spolupráca?

**M. Kuzica:** Meopta sa po konzultácii s nie príliš dôveryhodnou nemeckou firmou rozhodla vyrábať kopírovacie stroje. Našou úlohou bolo vytvoriť redesign prístroja. Napokon sa ukázalo, že vyrábať u nás kopírky zoči-voči zahraničnej konkurencii je nezmyslom. V Meopte boli ale asi s našou prácou spokojní, pretože nás oslovili aj s ďalšou úlohou.

**I. Čobej:** Bolo treba vytvoriť kompaktný skladací spätný projektor, ktorý by sa dal napojiť na počítač. Ide zrejme o najmenší prístroj svojho druhu na svete. Museli sme to zvládnuť doslova v krkolomnom termíne. Pre Meoptu sme pripravili funkčný model, ktorý potom predstavila na veľtrhu. Obchodní partneri zo zahraničia oň prejavili značný záujem.

**Z. Kolesár:** Vo svete nebýva zvykom, aby funkčné prototypy zložitých výrobkov zostrojovali sami designeri.

**I. Čobej:** Pri navrhovaní sme spolupracovali s externistom, ale inak sme naozaj prístroj na prezentáciu na veľtrhu vyrobili sami. Momentálne sme skutočne nútení sami robiť detailné kópie výrobkov. Nie prototypy, ale kópie výliskov zvonku aj zvnútra. Hlavne malé firmy, pre ktoré pracujeme, si nemôžu dovoliť investovať milióny do výroby formy, pokiaľ si neoveria záujem zákazníkov.

**M. Kuzica:** Vo vyspelom svete samotnej výroby predchádzajú dlhé mesiace vývoja, nadväzuje sa na staršie výrobky. Ale naše firmy zabrdnu často do úplne neznámej oblasti. Poriadny vývoj si ani nemôžu dovoliť. Úvery nefungujú tak, ako by mali. Niet peňazí na zaplatenie odborníkov, konštruktérov, niet času. Malé firmy zamestnávajú čo najmenej ľudí s čo najväčším akčným rádiusom. Keď odovzdáme návrh, naša práca nekončí. Kontrolujeme aj výrobu formy, robíme priebežné korektúry.

**Z. Kolesár:** V minulosti bol designer v našej výrobe skôr trpený než skutočne potrebný. Jeho návrh musel kľučkovať medzi veľmi obmedzenými technologickými i materiálovými možnosťami, s malými vyhlídkami na akú-takú realizáciu pôvodného zámeru. Navyše designera často prizývali len na záverečnú „kozmetickú“ úpravu definitívnej verzie. Aká je v tomto smere situácia dnes?

**M. Kuzica:** Problémy s technológiou a materiálom zostali. Hlavne menším firmám úplne chýba zázemie pre výrobu. Musia robiť v kooperácii s veľkými fabrikami, ktoré majú obrovskú réžiu. Tie síce majú určité technologické zázemie, ale nechcú sa veľmi púšťať do vývoja alebo výroby finálnych výrobkov. Radšej robia súčiastky pre solventnejšieho zahraničného zákazníka.

**I. Čobej:** Menšie firmy sú schopné pružnejšie pripraviť výrobu. No do jej rozbehu často investujú celý svoj majetok. Presne vyčíslia, koľko majú napríklad na výrobu, a návrh treba robiť tak, aby sa vošiel do rozpočtu. Dalším limitom je predajná cena. Trh je už aj u nás obsadený konkurenčnou produkciou. Ak cena výrobku presiahne určitú hranicu, je zbytočné ho vyrábať, pretože bude nepredajný. Niekedy tu ide doslova o každú korunu – tak to bolo pri navrhovaní jednotlivých prvkov nášho variabilného nábytkového systému. Je to dosť vzdialené od tvarovej hry, ktorej sme sa venovali na škole.

**M. Kuzica:** V minulosti bolo bežné, že 2-3 mesiace po zadaní témy sa doniesol nejaký model a začal sa zápas s technológmi, konštruktérmi, súčiastkármi a pod. Dnes, keď navrhujeme pre výrobcov, ktorým ide skutočne o prežitie, pracujú všetci zainteresovaní spoločne prakticky denne. Návrh už od počiatku vyrastá v kompromise určovanom obmedzujúcimi faktormi. V nepretržitom dialógu sa oveľa rýchlejšie rodí optimálne riešenie.



**Ivan Čobej a Milan Kuzica patria k najmladšej generácii slovenských designerov. Ateliéry bratislavskej Vysokej školy výtvarných umení opustili len nedávno, v roku 1991. Za krátky čas však ich spolupráca priniesla nejednen pozoruhodný výsledok. Mladých designerov sme požiadali o rozhovor, ktorý by osvetlil špecifiká našej výroby a možnosti uplatnenia designera.**

▲ I. Kuzica a M. Čobej (zľava) s návrhom designu kopírovacieho stroja pre Meoptu Bratislava.



◀ Microtherm mt 2000, prenosné vykurovacie zariadenie. Jeho srdcom je šesť keramických článkov, ktoré vytvárajú veľkú styčnú plochu so vzduchom. Na rozdiel od konvenčných ohrievačov, v ktorých je zdrojom tepla žeravé vlákno, teplota keramického článku nepresahuje zápalný bod papiera. Design I. Kuzica a M. Čobej.



**Z. Kolesár:** Takže sa dá povedať, že menší výrobcovia majú reálnejší vzťah k dizajnu, k jeho potenciálu?

**I. Čobej:** Máme pri nich pocit zmyslupnejšej práce než po skončení školy, keď sme robili pre štátne podniky a prakticky už pri zadávaní úlohy bolo zrejmé, že sa výrobok, ktorý máme vyriešiť, nikdy nebude vyrábať.

**Z. Kolesár:** V poslednom čase spolupracujete s firmou Ipon. Aké sú perspektívy vašej ďalšej práce?

**I. Čobej:** Pre Ipon sme naposledy navrhovali ohrievač novej koncepcie, využívajúci keramické tepelné články, ktoré vznikli ako vedľajší produkt americkej kozmickej technológie. Bude spolu s nábytkovým systémom 3d tvoriť základ výrobného programu Iponu. Chceme z neho vybudovať vývojové stredisko s vlastnou výrobou, ktorého ťažisko však bude spočívať v spolupráci s inými výrobnými podnikmi.

**M. Kuzica:** Toto stredisko bude zamestnávať okrem designerov aj konštruktérov, technologov a ďalších odborníkov. Bude pripravovať kompletný výrobný program pre podniky. Záujemcom ponúkne konkurencieschopný výrobok, problém jeho produkcie bude vyriešený „od A po Z“.

**Z. Kolesár:** Vaša práca neprináša veľképepe designerské gestá. Skôr racionálne zvažovanie každého postupného kroku, často i riešenie úloh, v ktorých sa design ocitá kdesi „pod čiarou“. Nechýba vám vytváma sebarealizácia?

**M. Kuzica:** Ja som absolvoval školu ako sochár, aj keď som predtým strávil na oddelení designu päť rokov. Rád by som robil aj voľné veci, ale musím si najskôr vytvoriť nejaké zázemie, niečo ma musí živiť.

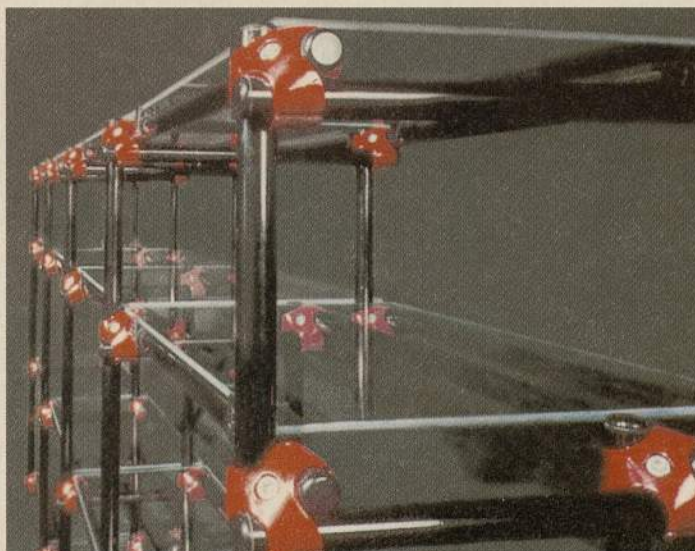
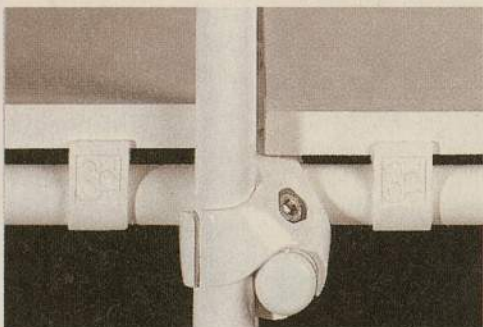
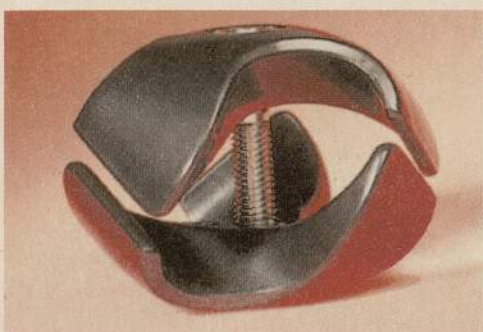
**I. Čobej:** Naša práca obsahuje skutočne asi deväťdesiat percent technickej a administratívnej činnosti. Nie je to určite ideálny stav, keď si designer musí zháňať skrutky a nemôže sa naplno zaoberať svojou profesiou. Ale je to zaujímavá robota a za krátky čas sme sa veľa naučili. Každý deň zápasíme, aby sme si mohli dovoliť luxus venovať sa svojej práci.

Za rozhovor ďakuje Zdeno Kolesár

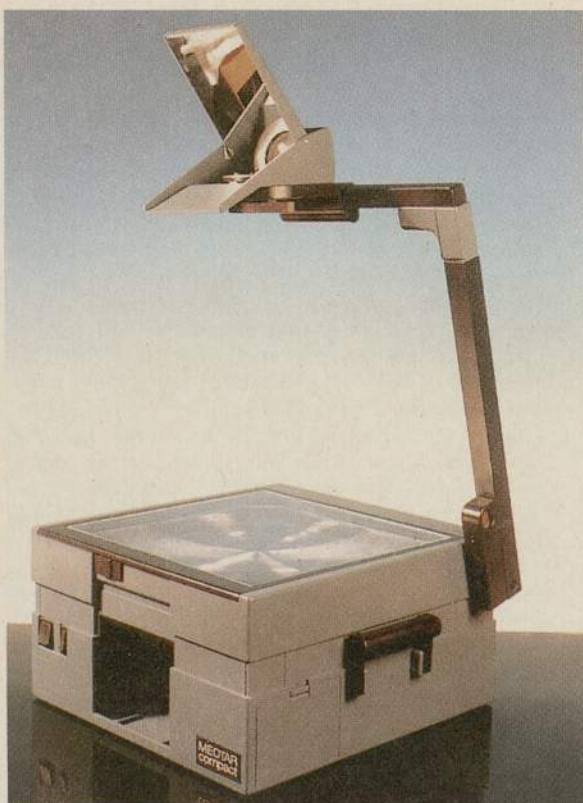
#### Young designers

**Ivan Čobej** and **Milan Kuzica** belong to the youngest generation of Slovak designers who left the studios of the Bratislava Academy of Fine Arts in 1991. Within a short time their cooperation brought about exciting results. In the interview they clarify specific features of our production and outline the possibilities for designers. „We have designed a heater for Ipon with a new conception, using ceramic heat units that emerged as a secondary product of American space technology. Together with the 3D furniture system it will represent the basis of the firm's production program. We want to create a development centre with its own production facility, focusing on cooperation with other manufacturing companies. Besides employing designers this centre will have among its staff design engineers, technologists and other experts. It will prepare complex production programs for various enterprises. For those who are interested it will offer a competitive product, resolving the problem "from A to Z," (I. Čobej and M. Kuzica).

Interview prepared by Zdeno Kolesár



◀ 3d systém, univerzálny konštrukčný systém vhodný na rýchle a účelné zariadenie interiérov najrôznejšieho druhu. Špeciálna spojka, odolná povrchová úprava a široká škála modulových rúrok a doplnkových prvkov umožňujú viacnásobnú montáž a demontáž. Design I. Kuzica a M. Čobej.



◀ Meotar compact, spätný projektor s pracovnou plochou 220 x 280 mm. Má zrkadlový Fresnelov kondenzor s oteruvzdorným povrchom, možnosť rýchleho prepnutia na rezervnú žiarovku. Je určený na premietanie údajov monitora počítača prostredníctvom LC-displays. Design I. Kuzica a M. Čobej.



Jens Bernsen  
DESIGN: the problem comes first  
DESIGN: problemet kommer først

# dánske DE?IGN: centrum the problem comes first

Dansk Design Center  
Danish Design Centre

## v Kodani

**d**ánske design centrum (*Dansk Design Center*, ďalej len DDC) je samostatná nezávislá inštitúcia. Má len 12 stálych pracovníkov, čím sa odlišuje od mnohých podobných inštitúcií v iných európskych štátoch. Riaditeľom je inžinier Jens Bernsen, pôvodným vzdelaním atómový fyzik. DDC má okrem toho osemčlenný výkonný výbor. Sú v ňom designeri aj zástupcovia priemyslu, ktorých navrhuje Dánska rada designu (*Dansk Designrad*, ďalej len DDR), založená v roku 1977. Rada má približne štyridsať členov z radov designerov, výrobcov, teoretikov a pod. a je akýmsi poradným zborom, ktorý sa schádza dvakrát do roka a koncepcie určuje, akým smerom sa bude orientovať podpora vývoja designu. Výkonným orgánom je práve DDC, ktoré každý rok dostáva finančný príspevok od Priemyselnej a obchodnej rady. V roku 1988 bolo toto centrum uznané Ministerstvom priemyslu za Inštitút technologických služieb.

Poslaním DDC je podporovať kvalitný design v dánskom priemysle a zároveň byť spojivom medzi priemyslom a profesionálnym designerom. Na realizáciu týchto cieľov slúži:

1. informačná činnosť,
2. konzultačná a poradenská činnosť,
3. prednášky, tematické večery, kurzy,
4. publikačná činnosť,
5. vystupovanie v médiách, kampane, osвета,
6. výstavy,
7. designerské súťaže,
8. udeľovanie ID a IG ceny (za priemyselný a grafický design) a Jubilejnej ceny Dánskej rady designu,
9. medzinárodná spolupráca.

Každoročne pripravuje DDC tri až šesť výstav v zahraničí a desať až dvanásť výstav na domácej pôde. Mimoriadne úspešná a na viacerých miestach v zahraničí reprízovaná (v roku 1990-1991 bola napríklad výstava „Inovácia cez design a 25 rokov ID ceny“). DDC na žiadosť súkromných i štátnych firiem a organizácií vyhlasuje designerské súťaže. Od roku 1980 ich bolo osemnásť a na ilustráciu možno uviesť napríklad súťaž na designerský program pre Ministerstvo zahraničných vecí, na nový typ telefónnej budky pre kodanské riaditeľstvo telekomunikácií, na nové uniformy pre poštárov, na porcelán pre Kráľovskú porcelánku, súťaž na design veterných mlynov, autobusových zastávok, športového náčinia pre handicapovaných alebo konfe-

renčného nábytku. V roku 1992 sa konala prvá medzinárodná súťaž pod názvom **Vek: žiadny problém**, ktorá vzbudila veľký ohlas. Jednou z trvalých úloh DDC je zostavovanie Indexu dánskeho designu (*Dansk Design Index*). Ide o výber priemyselne vyrábaných produktov, ktoré spĺňajú náročné kritériá dobrého designu z hľadiska výrobného, konštruktívneho, funkčného, estetického, ako aj požiadavku interakcie s prostredím, pre ktoré sú určené. Pôvodne prichádzali podnety na ocenenie od samotných výrobcov, ktorí navrhovali jednak novinky, jednak osvedčené výrobky, takže viacerí nositelia značky patria medzi klasikov dánskeho či európskeho designu vôbec.

V súčasnosti prebieha zaradenie do Indexu dánskeho designu iným spôsobom, a to prostredníctvom odbornej komisie, ktorá udeľuje ID cenu a vyberá z tých nominácií, ktoré neboli ocenené, preto zaradenie do Indexu dánskeho designu možno považovať za akúsi striebornú medailu. Výrobky majú právo používať značku „DD – vybrané pre Index dánskeho designu“, ktorá sa pokladá za značku kvality a výrobcovia ju môžu uvádzať v katalógoch, reklamných a informačných materiáloch. Ročne sa takto vyberá okolo desať až dvadsať výrobkov, avšak dohromady je ich dnes už okolo dvetisícpäťsto. Sú dokumentované v kartotéke fotografií spolu s technickým popisom, menom designera a výrobcu. Index dánskeho designu je cennou databankou, ktorá slúži informačným a propagačným účelom, ako aj pri zostavovaní katalógov, výstav a pod.

Stredisko vydáva štvrťročník **Design DK**, ktorý približuje dianie v oblasti priemyselného a grafického designu, ako aj designu výrobkov v Dánsku. Prináša reportáže, rozhovory, predstavuje nové produkty i nové teórie a komentuje udalosti. Podobne ako ďalšie publikácie strediska časopis vychádza aj v anglickej mutácii.

Z publikácií, ktoré DDC vydalo (v niektorých prípadoch v spolupráci so zahraničnými kolegami), možno spomenúť titul: *Inovácia cez design* od Jensa Bernsena, ktorý predstavuje všetkých 141 výrobkov vyznamenaných v období 1965-1990 ID cenou. Na pätnástich prí-

kladoch ilustruje autor význam designu pre inováciu produkcie. Názorný charakter má publikácia: *Designerský program podniku* (autor Per Mollerup). Je určená riaditeľom podnikov, ktorí plánujú spolupra-

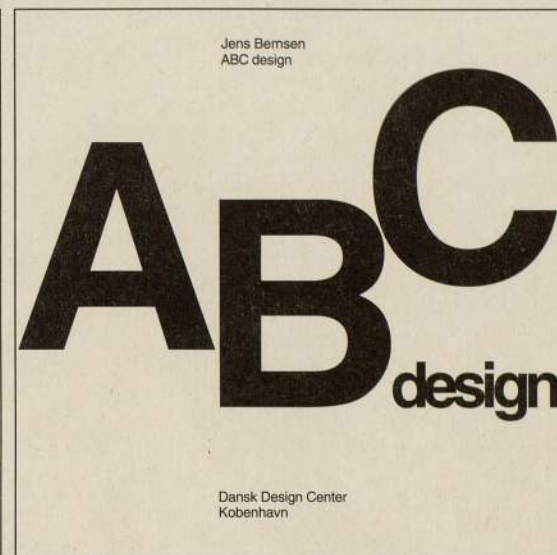
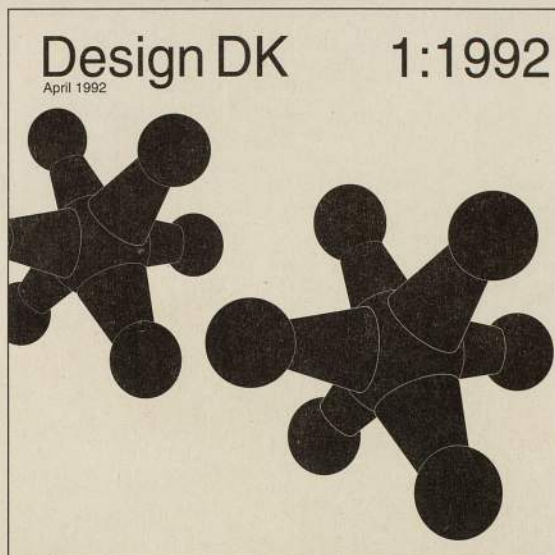
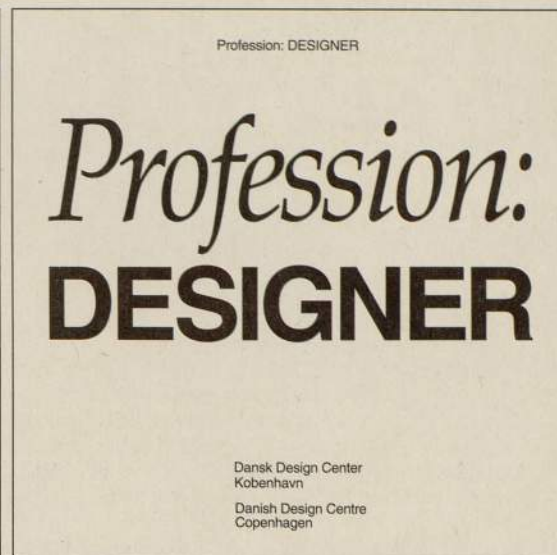
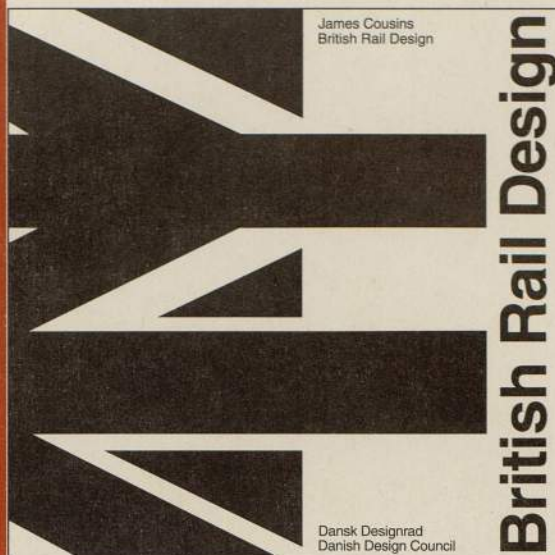
vať s designerskou firmou a chcú vopred poznať obsah pojmu *corporate design*. Na príklade podniku Carlsberg (najväčší výrobca piva a osviežujúcich nápojov v Dánsku) sa dokumentuje plánovitý spôsob budovania vizuálnej identity a premysleného *image* podniku. Publikácia *Úspech cez design* zhŕňa výsledky projektu Triad, ktorý sa uskutočnil na Design Management Institut v Bostone. Je taktiež určená riadiacim pracovníkom a poukazuje na význam designu pre dosiahnutie úspechu v konkurencii na medzinárodnom trhu. Z ostatných publikácií možno aspoň hesloviť spomenúť: *Design Management in Practice*, *Profession: Designer*, *British Rail Design* a iné. DDC má, pochopiteľne, vlastnú knižnicu a databanku adries, ktorá dnes obsahuje okolo 6000 údajov.

**Poradenské a konzultačné služby v oblasti design managementu** sú určené podnikom, ktoré majú záujem rozvíjať design výrobkov alebo grafickú komunikáciu firmy. Táto činnosť je veľmi záslužná, keďže mnoho klientov ešte stále nemá praktické skúsenosti zo spolupráce s designerom. Poradenstvo zahŕňa nasledujúce okruhy:

- **analýzu designu** výrobkov a grafického designu podniku: analýza sortimentu výrobkov, spôsob ich ponuky a predaja, prieskum podmienok a možností, ktoré bude mať designer u výrobcu k dispozícii a iné. Výsledkom je dôverná správa obsahujúca aj návrh riešenia.
- **Inštruktáž** týkajúcu sa konkrétnej vývojovej úlohy. Zahŕňa odporúčania o riadení a časovom harmonograme úlohy. DDC sa môže podieľať na zostavení tímu, ktorý bude realizovať daný projekt, prípadne koordinovať jeho činnosť.

- **diskusie okolo okrúhleho stola**. Zúčastňujú sa ich zástupcovia DDC a designeri, zvolení podľa dohody s podnikom. Témou diskusií môže byť napr.: stratégia v oblasti designu, analýza designu, voľba smerovania alebo vývoj určitého konceptu pri konkrétnej úlohe. Tieto poradenské služby sa poskytujú za vopred dohodnutý honorár, len prvá konzultácia je bezplatná. Na ilustráciu možno uviesť, že v roku 1991 sa na DDC obrátilo 100 dánskych firiem vo veci konzultácie a po-





radenstva. Naproti tomu bezplatne sa poskytuje sprostredkovanie designera. Znamená to odporúčanie najmenej troch designerov, ktorí majú podľa DDC najlepšiu kvalifikáciu zvládnuť konkrétnu úlohu.

#### Podnikové kurzy a iné aktivity

Špecializované kurzy sú určené rovnako pre riadiacich pracovníkov, ako aj pre profesionálnych designerov. V súčasnosti je vypracovaných 39 modulov kurzov (s 1100 diapozitívami! a iným audiovizuálnym materiálom). Všeobecná klasifikácia tém je takáto:

- riadenie podniku stavajúce na designe,
- vývoj výrobkov a design,
- grafický design a komunikácia.

Kurzy prebiehajú priamo v podnikoch a v nadväznosti na aktuálnu vývojovú činnosť. Rozsah a téma sa dohodnú s podnikom a prípadne sa rozšíria o poradenské služby.

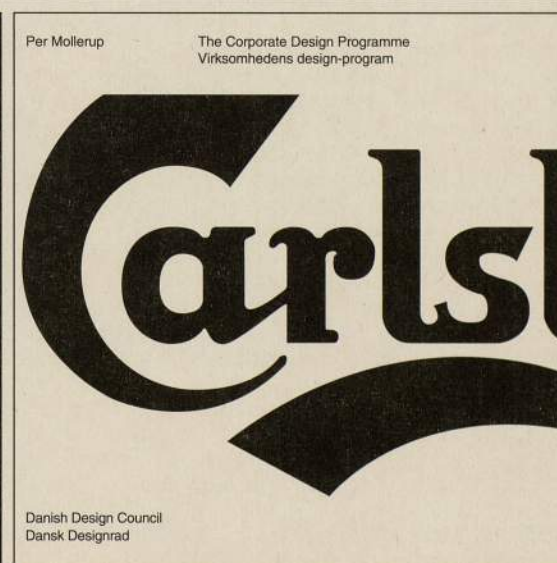
DDC uskutočňuje aj jednoduché kurzy, z ktorých si pozvaní môžu vybrať podľa vlastného záujmu. Témy možno opäť rozčleniť do hlavných okruhov:

- design management,
- design výrobkov,
- grafický design a komunikácia.

DDC v spolupráci s DR pripravuje aj semináre a konferencie určené pre široký okruh záujemcov, alebo venované úzkym skupinám špecializovaných odborníkov. Niektoré z týchto podujatí sa usporadúvajú ako dni designu, kde popredné dánske podniky sú hositeľmi a spoluorganizátormi.

Prednášková, poradenská a iná vzdelávacia činnosť je v posledných rokoch vo veľkej miere zameraná na CAD a jeho využitie pri navrhovaní výrobkov a grafickom designe.

Pre zaujímavosť možno ešte uviesť, že pri stredisku existuje **Klub DDC** (s individuálnym alebo podnikovým členstvom a následne diferencovaným poplatkom). Členovia sú pozvaní najmenej na šesť tematických večerov v priebehu roka a na ďalšie podujatia, sú vopred informovaní o súťažiach, ktoré vypisuje DDC, platia nižšie poplatky za účasť na konferenciách a kurzoch a automaticky dostávajú štvrťročník Design DK.



Lubica Pedersen



# GALÉRIA neotu

**budúcnosť designu,  
či azyl  
excentrických  
snobov?**

■ Druhá polovica sedemdesiatych, a najmä osemdesiate roky priniesli boom nábytkovej tvorby pohybujúcej sa na hranici užitočného a voľného umenia. V intenciách postindustriálnych úvah o postupnej prevahe kultúrnych hodnôt nad priemyslovou veľkoprodukciou bola dôležitým impulzom tvorba talianskych designerov „novej vlny“, najmä skupiny Alchimia Memphis. Tvorcov zameraných na malosériovú, príp. soliténu výrobu nábytku postupne pribúdalo a na túto oblasť sa začali špecializovať i niektoré galérie. V Paríži, tradičnom centre francúzskych „arts décoratifs“, si rýchlo vybudovala výrazné renomé galéria Neotu. Ťaží z výhodnej polohy na ulici Renard, hneď za rohom Centra Pompidou, ale najmä z premyslenej koncepcie činnosti. A keďže vo Francúzsku sú galérie na rozdiel od múzeí ustanovizňami živiacimi sa predajom diel, treba spomenúť aj jej komerčnú úspešnosť.

■ Galéria Neotu vznikla v roku 1985. Dnes má už pobočku i v New Yorku a v oboch svojich sídlach už pripravuje viac než 50 výstav. Predstavila designerské osobnosti, skupiny, pripravila i tematické expozície. Výstava je zvyčajne impulzom pre malosériovú produkciu niektorého z exponátov (okolo 10, maximálne však 100 kusov). Takto sa vytvára škála výrobkov produkovaných prevažne remeselnou metódou a určených predovšetkým pre solventných zákazníkov.

■ V galérii Neotu vystavujú najmä autori, ktorí reagujú na výrazovú a významovú sterilitu súčasnej industriálnej produkcie. V centre ich záujmu leží potreba akcentovať dekoratívnu pôsobnosť navrhovaných objektov, ich emotívne kvality, no predovšetkým sémantické hodnoty. Často vzdávajú hold minulosti priamymi citáciami či ľahkými alúziami, používajú nezvyčajné materiály a formy, krížia rôznorodé kultúrne odkazy, tradície a symboly tak, ako je to príznačné pre široký prúd postmoderny.

■ Spomedzi kmeňových autorov Neotu spomeňme aspoň francúzske duo Garouste a Bonetti, ktoré vychádza z rafinovaného materiálového „primitivismu“, Martina Szekelyho nadväzujúceho na tradície Art Déco, Starckovho spolupracovníka Kristiana Gavoilla a dvojicu designerov zo St. Etienne – Françoise Bauchet a Eric Jourdan, ktorí svoju tvorbu predstavili nedávno aj v bratislavskej galérii Medium. S galériou Neotu spolupracuje aj viacero zahraničných tvorcov známych mien: Talian Pucci de Rossi, Angličan Jasper Morrison, Američan Dan Friedman. Vystavovala v nej aj pražská skupina Atika, Bořek Šípek dokonca dva razy.

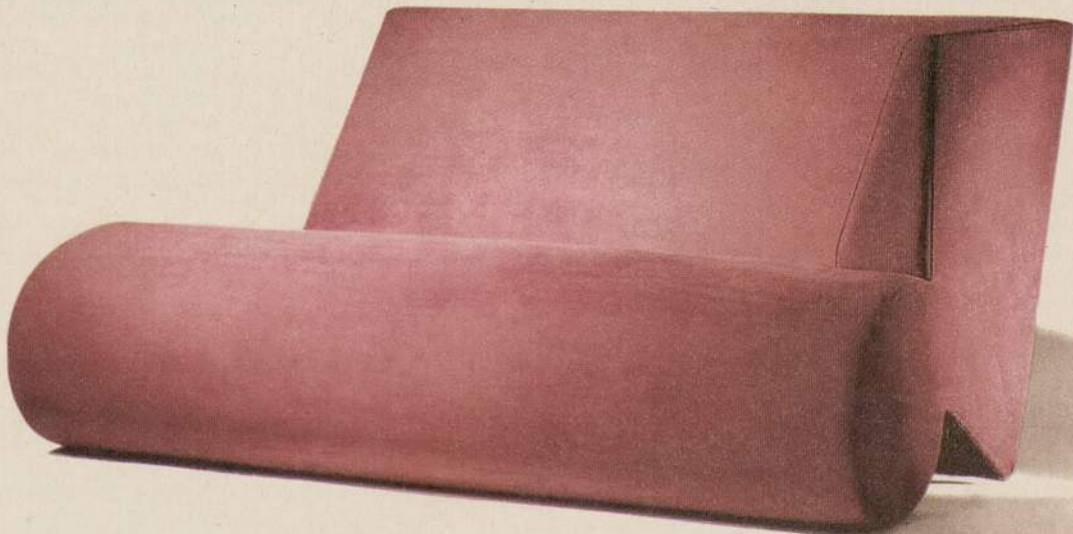
■ Prirodzene, možno diskutovať o tom, či to, čo ponúka galéria Neotu, je vôbec design, alebo len umelecké remeslo okrajového významu. Ortodoxní kritici postmoderny môžu tejto produkcii vyčítať jej exkluzívnosť i to, že zasahuje len malú časť spektra súčasnej výroby (okrem nábytku ešte drobné bytové doplnky, B. Šípek tu vystavoval i svoje sklo). Domnievam sa však, že i veľkosériová výroba bude musieť rešpektovať silnejšie volanie po poľudštení a individualizácii strojovej produkcie. Prognózy technologov ukazujú, že takáto možnosť čoskoro nastane a skúsenosti dnešných designerských „donkichotov“ môžu prísť vhod. A napokon bohatý milovník umenia, ktorý si chce svoj domov zariadiť čímisi výnimočným, zrejme tiež tak rýchlo nevyrmie. Skúsenosti nedávno zriadenej pražskej Galérie Genia Loci (akejsi sestry parížskej Neotu) môžu napovedať, či už chodí aj po našich uliciach.

Zdeno Kolesár



Jiří Pelcl: Soukromý vesmír. Z výstavy Atiky v Neotu v októbri 1989 ▲

▼ Martin Szekely: Pohovka Stolér. Galéria Neotu

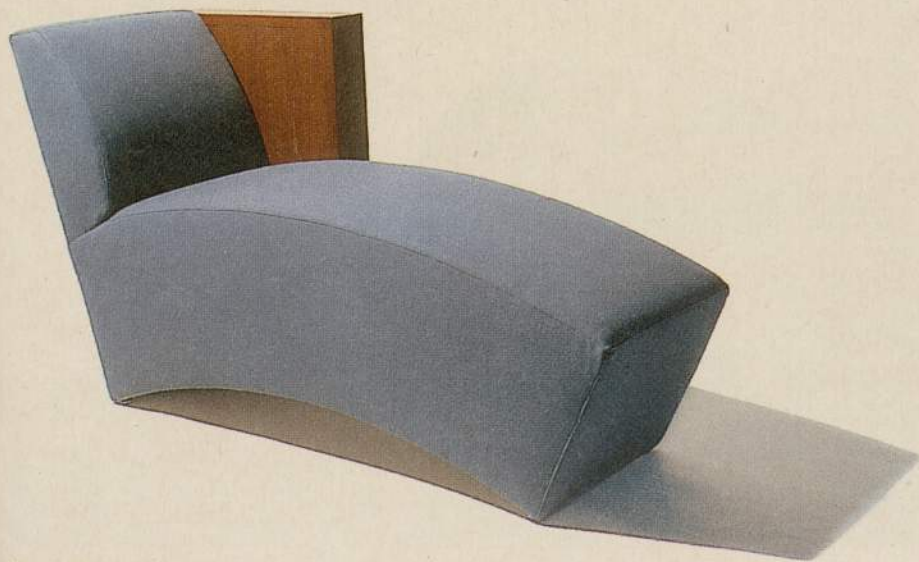




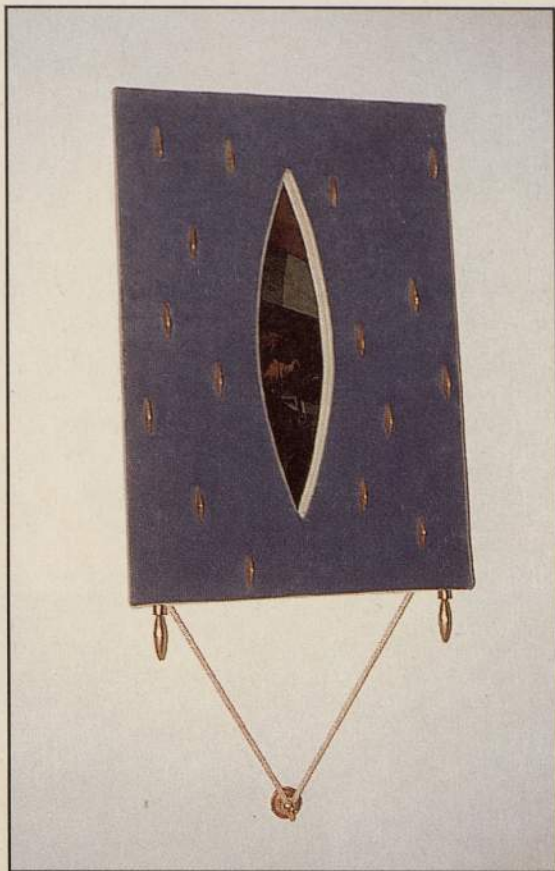
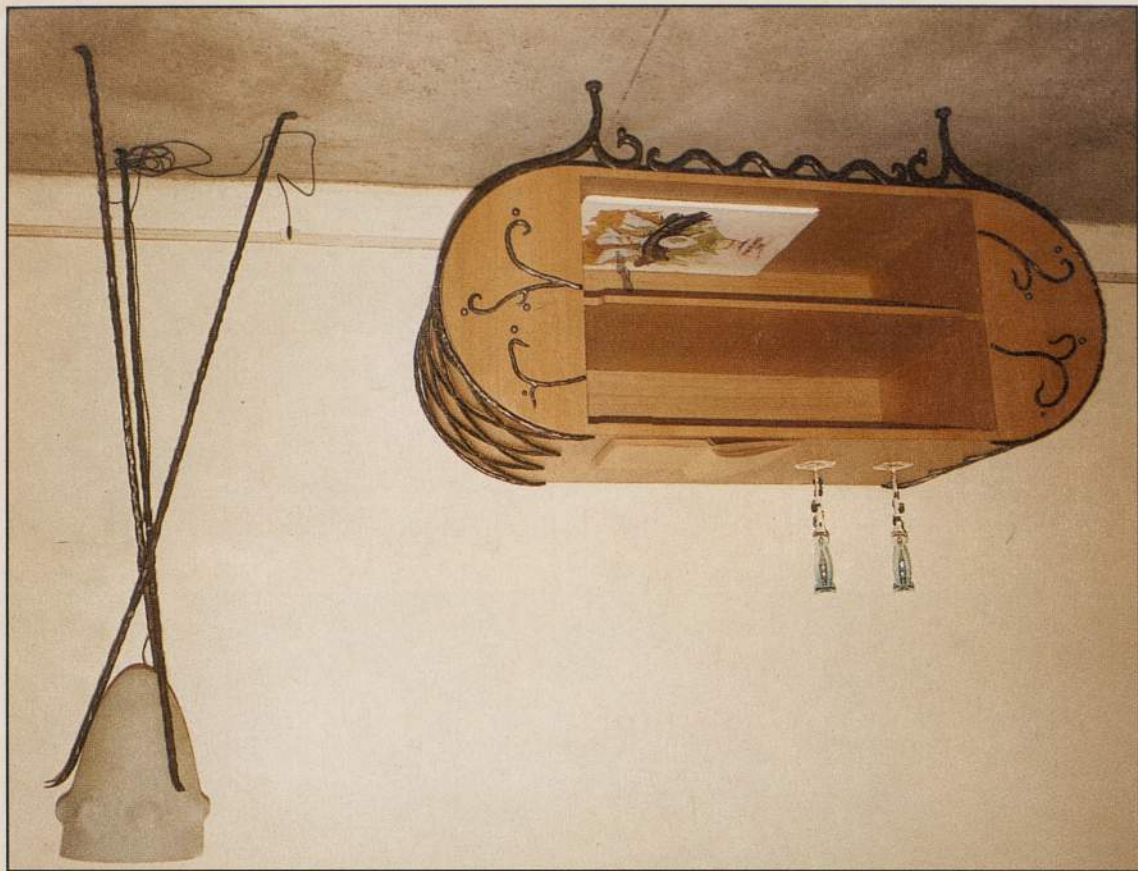


Eric Jourdain: chaise longue. Galéria Neotu ▼

▲ Kristian Gavaille: Kreslo massai. Galéria Neotu

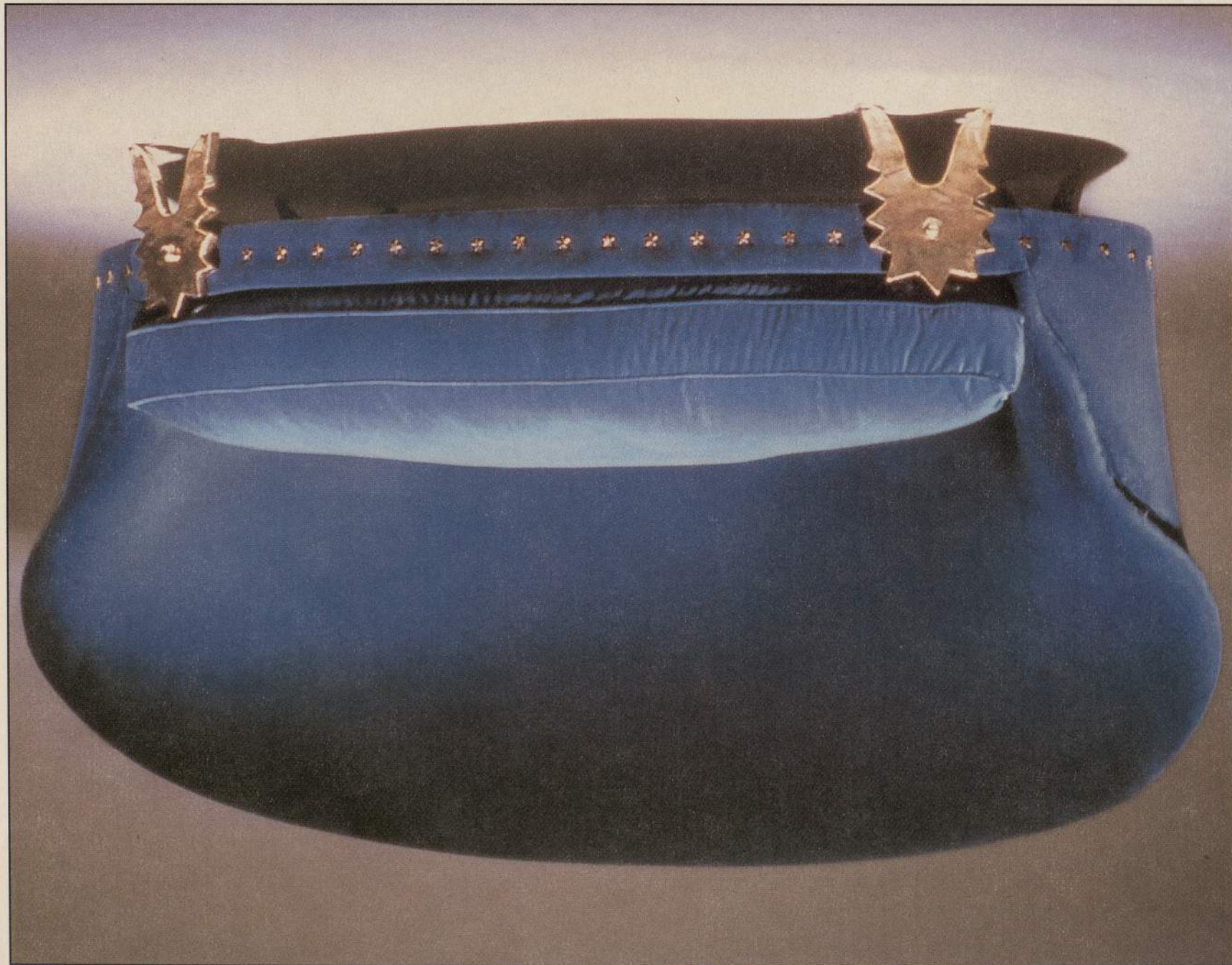




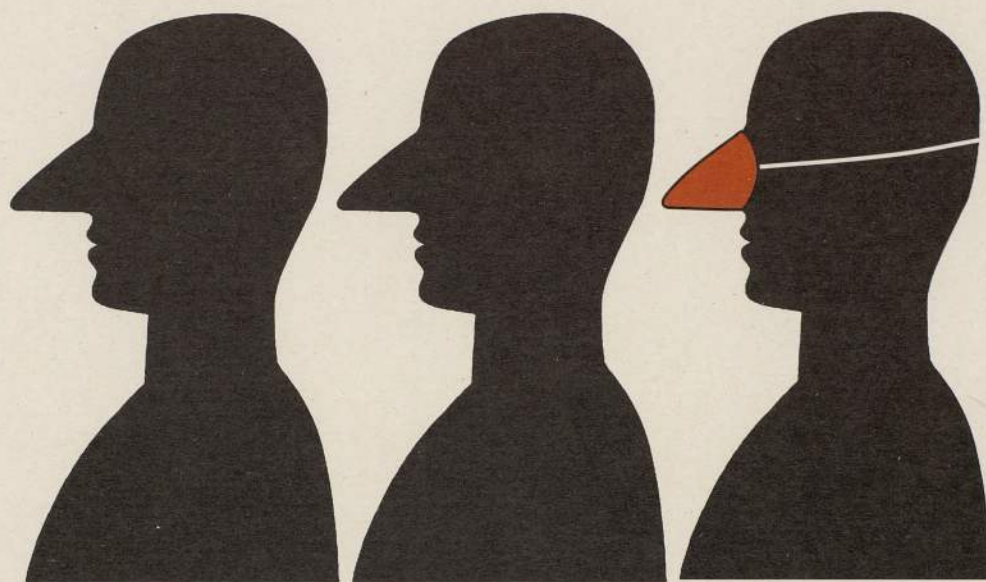


Garouste a Bonetti: Stolík a lampa Tripode. Galeria Neotu ▲  
Garouste a Bonetti: Pohovka Corbellie. Galeria Neotu ▼

Olivier Gagnère: Bendtske zirkadlo. Galeria Neotu ▲







# Vive la différence

Nech žije rozdielnosť,  
ale v jednotnom vizuálnom štýle je sila. Dôležitou súčasťou pôsobenia každej firmy navonok je okrem jej kvalitných produktov alebo služieb aj jej vizuálna „podoba“ – corporate identity. V jej utváraní hrá nezastúpiteľnú úlohu design – od grafických návrhov značky a logotypu, cez výber firemných farieb, návrhov podnikových tlačív, korešpodencie, propagačných a reklamných materiálov, designu mobilných prostriedkov, architektúru a archigrafiku, zariadenia interiérov a informačné systémy až po zdanlivé detaily akými sú oblečenie zamestnancov a vystupovanie predstaviteľov firmy. Všetky komponenty jednotného vizuálneho štýlu navzájom súvisia a zároveň sú vo vzťahu k samotnému produktu a spoločne vytvárajú image firmy. Tento sa tvorí v určitom prostredí a v kratšom alebo dlhšom časovom období. Grafické prvky sú identifikačnými znakmi firmy a významne pomáhajú informovať o tom, čo firma robí.

**IQDESIGN**  
*studio*

IQ DESIGN studio, Hontianska 4, 821 09 Bratislava, tel./fax: 07/691 44





DESIGN: MARTIN ŠUTOVEC



V čísle **DE SIGN<sup>®</sup>UM** 1/94 si prečítate:  
 o slovenskom sklárskom designe,  
 o vývoji výrobkov pomocou počítača,  
 o recyklovanom papieri pre design,  
 o Ekoplagáte v Žiline,  
 o značke Made in Slovakia,  
 o švajčiarskych a rakúskych cenách za design,  
 o design centre v Essene  
 a o ďalších zaujímavých témach  
 zo sveta designu.

In **DE SIGN<sup>®</sup>UM** 1/94 issue  
 you can read about:  
 Slovak glass design  
 product development assisted by computers  
 recycled paper for design  
 ECO-posters in Žilina  
 Made in Slovakia  
 Swiss and Austrian design awards  
 design centre in Essen  
 and many other topics from the world of design

**SLOVENSKÉ DESIGN CENTRUM**  
 Vám želá všetko najlepšie v novom roku