

Všetko, čo robíme, je politika.

Rozdiel je v tom, či si to uvedomujeme, alebo nie...

Nemôžete urobiť objekt bez kapitálu. Vždy existuje neistá, niekedy nebezpečná výmena medzi intelektuálnou prácou a kapitálom, ale to je jediná možná výmena.

Niekoť urobí film a tento film zarobí peniaze pre veľké filmové spoločnosti, ale tiež odovzdá ľuďom posolstvo.

Je to vyjednávanie medzi peniazmi a inteligenciou.

Ak je inteligencia silná, prichádza zisk, ale ak nestojí za veľa, výsledkom je totálne zotročenie.

Enzo Mari
(s. 48-52)

Enzo Mari
"ECOLO"

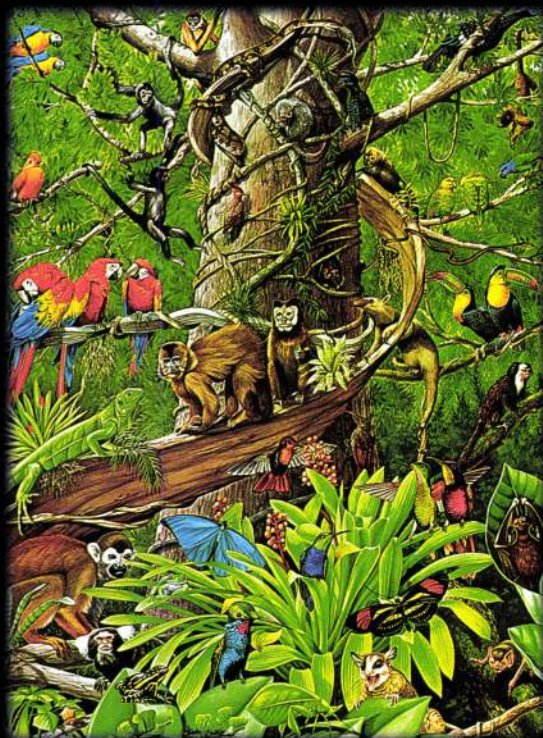
ALESSI

3/1997

80,- Sk (pre predplatiteľov 60,- Sk)

Račianska 71
832 59 Bratislava
tel.:(07) 5257 161
(07) 5046 741
fax:(07) 250 042

E-mail: typocon@isnet.sk
<http://www.isnet.sk/typocon>



- Komplexná príprava tlačových podkladov vrátane grafických návrhov
- Skenovanie transparentných a odrazových predlôh na bubnovom skeneri Chromagraph S 3800 od firmy Linotype - Hell
(maximálna veľkosť snímanej predlohy 650 x 510 mm)
- Stránková a hárková montáž na počítačoch Apple Macintosh a PC
- Osvit zo systémov Apple Macintosh a PC, na osvitových jednotkách Linotype - Hell:
 - Herkules PRO - maximálny formát osvitu B2 (730 x 550 mm), raster do 160 l/cm
 - Linotronic 630 - maximálny formát osvitu B3 (470 x 430 mm), raster do 80 l/cmOsvity môžu byť dodané na pamäťových médiách pre počítače Apple Macintosh a PC: externý HD SCSI, SyQuest 88 a 200 MB, Iomega diskety Bernoulli, Jaz a Zip, magnetooptické diskety 650 MB a 1,3 GB, CD-ROM diskety
- Nátlacky Matchprint 3M na maximálny formát B2 (686 x 508 mm)
- Digitálne nátlacky 3M Rainbow na maximálny formát A3+
- Nahrávanie dát na CD-ROM diskety

TYPOCON[®]
S.R.O.
COMPUTER GRAPHICS STUDIO

Obsah Contents

Lubomír Longauer: Plagát nie je mŕtv <i>The Poster Is Not Dead</i>	3
Mária Riháková: Posolstvo vizuálnej komunikácie. Rozhovor s Guy-A. Schockaertom <i>Message of Visual Communication. An Interview with Guy-A. Schockaert</i>	8
Talenty v DE SIGN UM 1997 <i>Talents in DE SIGN UM 1997</i>	10
VÝSTAVY EXHIBITIONS	
Jana Pauly: Mutantné materiály v súčasnom dizajne <i>Mutant Materials in Contemporary Design</i>	15
DIZAJN V MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOKH DESIGN IN SMALL AND MIDDLE SIZED ENTERPRISES	
Adriana Pekárová: Zložité podmienky podnikania. Rozhovor s Ing. Jurajom Majtánom <i>Difficult Conditions for Business Enterprises. An Interview with Juraj Majtán</i>	18
Šťastie, či intuícia? Rozhovor s Dušanom Haklom <i>Chance, or Intuition? An Interview with Enterprise Director Dušan Hakl</i>	20
LIST Z PARÍŽA LETTER FROM PARIS	
Soňa Ďurecová: Francúzsky dizajn? <i>French Design?</i>	22
DIZAJN PRE ĽUDÍ S HENDIKEPOM DESIGN FOR DISABLED PEOPLE	
Mária Samová: Bariéry v myslení - bariéry v dizajne <i>Barriers in Thinking - Barriers in Design</i>	24
Abir Mullick, Edward Steinfeldt: Universal Design - čo to je a čo nie je <i>Universal Design - What It Is and Isn't</i>	26
Elaine Ostroff: Projekt výučby univerzálneho dizajnu <i>Universal Design Education Project</i>	27
Adriana Pekárová: Téma: vozík pre (postihnutého) človeka <i>Theme: A Car for (Disabled) Man</i>	28
Alastair S. Macdonald: Nový vek dizajnu <i>New Design Age</i>	30
AKCIE, PROJEKTY, NÁZORY EVENTS, PROJECTS, OPINIONS	
Eugen Labanič: Polstoročie Slovenského technického múzea <i>Half Century of Slovak Technical Museum</i>	33
KAPITOLY Z DEJÍN DIZAJNU CHAPTERS FROM DESIGN HISTORY	
Zdeno Kolesár: Zrod profesie dizajnéra <i>Birth of the Designer Profession</i>	35
ENGLISH PAGES	
Poster is Not Dead Difficult Conditions for Business Chance, or Intuition? Birth of Designer Profession Author's Design is Still Important Lives of Clothes	37
NÁBYTKOVÝ DIZAJN FURNITURE DESIGN	
Jana Oravcová: Autorská tvorba má stále význam. Rozhovor s Jiřím Pelclom <i>Individual Design is Still Important. An Interview with Jiří Pelcl</i>	41
DIZAJNÉRSKE ŠTÚDIÁ DESIGN STUDIOS	
Miroslav Horňák: Plan Créatif - komunikácia prostredníctvom dizajnu <i>Plan Créatif - Communication by Means of Design</i>	46
DIZAJNÉRI DESIGNERS	
Agáta Kmošková: Humanista Enzo Mari <i>Enzo Mari Humanist</i>	48
Juli Capella: 10 000 stoličiek alebo Medzi peniazmi a inteligenciou. Rozhovor s Enzom Marim <i>10 000 Chairs or Between Money and Intelligence An Interview with Enzo Mari</i>	50
ODEVNÝ DIZAJN FASHION DESIGN	
Sabína Bačíková: Život šiat <i>Lives of Clothes</i>	53
Maria Korbelová: Téma stvárňovania <i>Theme of Designing</i>	56
TYPOGRAFIA TYPOGRAPHY	
Peter Biľak: Fontografia III. <i>Fontography III.</i>	58
REPORTÁŽ REPORT	
Mária Riháková: Projekt 2000+1: hľadanie stratenej elegancie <i>Project 2000+1: Searching for the Lost Elegance</i>	62
MOZAICA INFORMÁCIÍ INFORMATION MOSAIC	65
Práce z Mníchova / Novinka z knižnice SCD / Bisazza 1997 / Smirnoff v znamení dekadencie / Galéria módy v pražskej Lucerne / Sedenie podľa Segis / HEWI metal: klasik hľadá spojencov / D. O. M. v Galérii Pod schody / Umenie inžiniera... / Počítač - priateľ človeka? Works from Munnich / Novelty in SDC Library / Bisazza 1997 / Smirnoff in the Sign of Decadence / Fashion Gallery in Prague Lucerna Palais / Seating According Segis / Hewi Metal: Classic Looks for Allies / D.O.M. in the Under Staircase Gallery / Art of Ingénieur... / Computer - Man's Friend? /	



Vydáva ■ Edited by

Slovenské centrum dizajnu, Bratislava
s finančnou podporou
Ministerstva kultúry SR.
Slovak Design Centre, with financial
support of Ministry of Culture of the
Slovak Republic.

Redakcia ■ Editorial team

Adriena Pekárová (šéfredaktorka,
editor-in-chief), Mária Riháková
(redaktorka, editor), Soňa Králiková
(tajomníčka, secretary).

Grafická úprava ■ Graphics

Zuzana Chmelová
a hosťujúci grafici ■ and guest
graphic designers
Lubomír Longauer (s., pg. 3-9).
Peter Bilák (s., pg. 58-61).

Spolupracovníci redakcie

■ Editorial consultants

Peter Bilák, Irena Dorotjaková,
Katarína Hubová, Jaroslav Jarema,
Štefan Klein, Zdeno Kolesár,
Júlia Kunovská, Karol Pichler,
Štefan Schneider, Štefan Šlachta.

Zahraniční spolupracovníci

■ Foreign correspondents

David Grossman (Tel Aviv),
Maria Korbel (Frankfurt),
Alastair S. Macdonald (Glasgow),
Jan Michl (Oslo), Lubica Pedersen
(Kodaň), Walter R. Stahel, (Ženeva),
Zbyněk Vokrouhlický (Praha),
Peter Zec (Essen).

Poštová adresa ■ Postal address

Slovenské centrum dizajnu,
redakcia DE SIGN UM,
P. O. Box 131, 814 99 Bratislava
Slovak Design Centre,
DE SIGN UM editorial office,
P. O. Box 131, 814 99 Bratislava,
Slovak Republic

Sídlo redakcie ■ Address

Jakubovo nám. 12, Bratislava
telefón ■ phone:
+421 (0)7 536 15 64
fax: +421 (0)7 536 18 38
e-mail: sdcsdc.sk
<http://www.sdc.sk>

Nevyžiadané rukopisy, fotografie
a diapozitívy sa nevracajú.

PrePress:

Typocon Bratislava

Tlač ■ Printing

BTB Bratislava
© SCD
ISSN 1335 - 034X
Registrované MK SR č. 889/93

Rozširuje

PNS, a. s., Záhradnícka 151,
820 05 Bratislava 25 a sieť predajcov.

Distribuuje ■ Distribution

L. K. Permanent spol. s r. o.,
Hattalova 12, 831 03 Bratislava.
Podávanie novinových zásielok
povolené Riaditeľstvom poštovej
prepravy, Bratislava, pošta 12,
pod číslom 197/93.

Objednávky prijíma

■ Subscription orders

SCD, P. O. Box 131, 814 99 Bratislava.
Slovak Design Centre, P. O. Box 131,
814 99 Bratislava, Slovak Republic

Cena jedného čísla je 60,- Sk

pre predplatiteľov, odporúčaná cena

na voľný predaj je 80,- Sk.

Celoročné predplatné 240,- Sk/Kč,

cena pre zahraničie 40 DM

celoročné predplatné + poštovné.

Price per one copy abroad: 10 DM.

Annual subscription abroad:

40 DM + postage.

Na obálke: Enzo Mari - Váza Ecolo, 1995. Recyklovaná plastová fľaša.

EDITORIAL

r

rešpekt pred ľudskými potrebami je v jadre každého užitočného predmetu. Dobrý dizajn môže zjednodušiť a uľahčiť každodennú existenciu, alebo naopak, zlý môže všetko zneprijemniť a skomplikovať - od ranného vstávania z postele s nevhodným matracom až po posledné zatvorenie dverí ergonomicky zle tvarovanou kľučkou. Dizajn však má oveľa závažnejší dosah na tých ľudí, ktorých potreby majú špecifický rozmer. Ľudia s určitým druhom postihnutia, či už telesného, zmyslového alebo mentálneho, sú priam odkázaní na to, do akej miery im špeciálna pomôcka, zariadenie alebo bezbariérové prostredie kompenzuje ich hendikep. Tu už nejde len o pozdvihnutie kvality života, ale skôr o udržanie akého-takého štandardu, možno až o prežitie. Ak by sa niekomu zdalo, že ľudia na vozíku sú predsa len okrajovou minoritou, je nevyhnutné odpútať sa od takéhoto úzkeho chápania postihnutia. Medzi nami žije veľa ľudí s odlišnou mierou schopností, ktorí sa nejakým spôsobom musia vyrovnávať so svojim predmetným prostredím projektovaným pre priemerne fyzicky i psychicky zdatného jednotlivca. Navyše naša populácia starne a mnohí si už uvedomujú problémy, ktoré s tým prichádzajú. Starší ľudia zostávajú v aktívnom živote, no predmety a prostredie, ktoré im donedávna vyhovovali, už nezodpovedajú ich fyzickým a zmyslovým schopnostiam, ktoré limituje vek. Dizajnéri i výrobcovia (v západných krajinách) si začínajú uvedomovať svoju príležitosť - aj títo ľudia sú konzumenti a bude ich čoraz viac. A tak sa zintenzívňuje uvažovanie o tom, aké sú vlastne ľudské potreby, čo robí predmet ľahko použiteľným, aký by mal byť ideál bezbariérového dizajnu, či môže existovať dizajn pre všetkých a ako ho ponúknuť spotrebiteľom.

Naša situácia v prístupe k „iným“ potrebám ľudí a ich riešeniu prostredníctvom dizajnu je celkom odlišná, a práve preto sme sa rozhodli venovať tejto téme osobitnú rubriku. Jej úvodný článok možno nie je ani tak o dizajne ako práve o tom, čím som začínala - o miere rešpektu pred potrebami ľudí s odlišnou mierou ich schopností. Dizajn, a teda aj bezbariérový prístup do budovy, dopravný prostriedok pre imobilného človeka či špeciálne upravený počítač, je však až na konci oblúka, ktorý začína v povedomí ľudí, v pochopení, že odlišnosť - hendikep - toho druhého nie je dôvodom, aby sa človek musel vzdať účasti na živote spoločnosti. Konceptia vzdelávacích projektov pre budúcich dizajnérov - profesionálov na vysokých školách v USA a Veľkej Británii, o ktorých informujeme, sú príkladom, ako možno ovplyvniť myslenie i odborné prístupy.

V rubrike Dizajn pre ľudí s hendikepom nepredstavujeme atraktívne úspechy a exkluzívne riešenia, ale chceme otvoriť závažnú tému s celospoločenským dosahom. A nemyslím len na dizajnérov a architektov, ktorí môžu byť bezprostrednými sprostredkovateľmi pre postihnutých ľudí, ale nás všetkých. Preto dúfam, že budeme môcť predstaviť čoraz viac domácich príkladov „bezbariérového“ myslenia a riešení prostredia rešpektujúceho skutočné potreby všetkých ľudí.

ADRIENA PEKÁROVÁ

Ľubomír Longauer Plagát nie je mŕtvy



Obrana plagátu alebo pokus o recenziu



TRIENÁLE PLAGÁTU TRNAVA '97

The 200th anniversary of SHARAKU 1794–1994 The Mainichi Newspapers

Micuo Kacui (Japonsko): 200. výročie Šarakua, 1994. Cena primátora mesta Trnava.



Wolfgang Welsch, ktorého dnes cituje už takmer každá úvaha o dizajne, prorokuje: „21. storočie by sa mohlo stať storočím dizajnu, tak ako bolo 20. storočie storočím umenia.“

(Estetické myslenie, s. 159, Archa Bratislava 1993).

Neviem, čoho storočie bude budúce (nie som predsa Wolfgang Welsch), dovoľm si však estetického bôžika súčasnosti kacírsky poopraviť a uzemniť.

20. storočie bolo predovšetkým storočím dvoch veľkých svetových vojen, ktoré spustošili svet, bolo storočím studenej vojny, storočím nikdy nekončiacich lokálnych konfliktov, ako sa zvyknú nazývať menšie vojny, storočím veľkých totalít, z ktorých jedna trvala 12 rokov v Nemecku, 72 rokov v Rusku, 42 rokov v bratskom socialistickom tábore, pokračuje v Kambodži a vynára sa v podobe inovovaných náboženských a nacionalistických fanatizmov.

Citovaný estetický klasik rád hovorí o zodpovednosti dizajnéra - a ten ju skutočne

má. Plagát je (alebo skôr bol) súčasťou dizajnérskeho priemyslu, ktorý je pododelením reklamného priemyslu. Ten sa pomaly, ale isto stáva najdôležitejším zo všetkých priemyslov. Lebo nie je umením vyrobiť, ale predáť, a platí to aj o voľnom umení. Ide o známu súčasť dômyselne prepracovanej technológie úspechu.

Plagát ako súčasť reklamy má v dnešnom ponímaní korene v minulom storočí. Najväčšími reklamnými mágmi storočia však neboli Barnum či Baťa, ale Hitler, Goebels, Lenin, Stalin, Ždanov, Mao Ce Tung a im podobní. A plagát ich „pretváranie sveta“ ochotne a psovsky miništroval. Ale netrápme sa komplexami, že to robil len plagát, podobne sa podlizovalo aj „veľké“ umenie. Len si spomeňme na svalnatých úbermenschov a ich rodných bratov stachanovcov, ktorí radostne budovali, zatiaľ čo v koncentrákoch a gulagu otročili a boli priemyselne vraždení nepohodlní ľudia. Previnili sa tým, že sa narodili zo zlej rasy alebo triedy. Veru tak, všetkým týmto obľudnostiam plagát napomáhal.

Roman Cieslewicz, klasik svetového plagátu, povedal pred smrťou asi toto: Plagát prestal byť rečou doby a stratil vedúce postavenie v grafickom dizajne. Dobové idey nie sú jasné, všetko sa atomizuje a pluralizuje. Jednoznačná reč plagátu ich nemôže vyjadriť... Iný poľský klasik Henryk Tomaszewski prirovnal život plagátu (lebo on život, niekedy aj dva, či nebudaj v múzeu aj tri, skutočne má) ku krehkosti života motýľa. Napriek chmúrnym proroctvám si však plagát veselo žije ďalej. Myslí, že na vyjadrenie dobových ideí - aj keď protichodných - je plagát naďalej vhodný. Pribudla mu však aj iná funkcia: oslobodiť sa od dobových príkazní, môže byť nadčasovejší.

Nie, plagát skutočne nie je mŕtv. Hypertrofovaný nemanželský syn plagátu billboard to na nás jasne kričí zo všetkých strán. Veď aj on musí oznámiť svoj obsah čo najrýchlejšie (Baťovi výskumníci určili údajne na plagát 4 sekundy - citujem môjho profesora Fikariho). Ešte rýchlejšie musí byť vnímateľný z auta, preto je aj jeho formát taký veľký a podlhovastý. Ale jeho reč je rovnaká ako reč plagátu. Je však ešte strohejšia, lapidárnejšia, niekedy zámerne hlúpa, lebo výskumy potvrdili, že zámerne hlúposť predáva niektoré produkty najlepšie.

S plagátom sa stalo to, čo s divadlom po príchode filmu či s litografiou po nástupe iných reprodukčných techník. Plagát prestal byť výnosným artiklom, kultúrny plagát ním už vôbec nie je. Plagát je médium, ktoré chápem ako reč. Dá sa ňou hulákať agresívna reklamná kampaň, varovať pred katastrofou, tárať nezmysly, naznačovať riešenie, alebo len tak, z čirej radosti oznámiť, že život ešte za niečo stojí. Na mantinelní ohradenej ploche sa dá po tisíciraz vytvoriť plagát na Hamleta, ktorý - ak je dobrý - nás nebude nudiť. Môže byť na ňom vyobrazený idol pop-music tváriaci sa ako prevtelenie Budhu. A - povedzme to skromne - môže byť aj, Pán Boh mi odpusť to kacírské slovo, umením. Výtvarní kritici len zriedkakedy zletia z výšin orlieho letu svojho myslenia do takej podradnej oblasti, ako je plagát. Pokiaľ im to, pravda, v nedávnej minulosti komunisti neprikázali. Na záver úvodnej úvahy teda toľko: fascinujúce spojenie obrazu a písma dáva stále veľa možností na nečakané premeny funkcie.

O veľkých kšeftoch trnavské trienále nie je, a ak áno, tak len veľmi okrajovo. Azda preto tu vystavuje tak málo slovenských dizajnérov. Lebo slovenskí grafici podľahli

mámeniu zlatého teliatka viac, než je zdravé. Neprišli ani len na vernisáž podobne ako veľkí „reklamní mágovia“ slovenských agentúr, a pochybujem, či vôbec prišli na výstavu. Pretože na vernisáž jednej z najväčších výtvarných akcií roka na Slovensku sa nenamáhali prísť ani mnohí členovia jej prípravného výboru. Nemali záujem stretnúť sa ani s členmi medzinárodnej poroty, takými významnými osobnosťami ako sú Boris Bučan z Chorvátska, Zdeněk Ziegler, profesor VŠUP v Prahe,



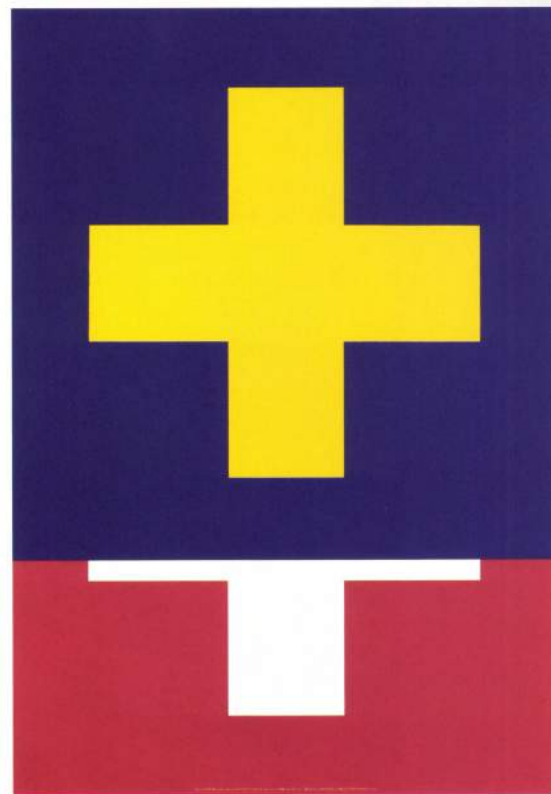
Radovan Jenko, profesor fubfánskej akadémie, a Seymour Chwast z USA, klasik svetového grafického dizajnu. Je mi z toho smutno. Nie je to náhoda, ale len symptóm napovedajúci o situácii včlenenej aj do všeobecnejšieho rámca. Nedostatkom bola minimálna publicita. Výstave nepredchádzala žiadna mediálna kampaň a kritická odozva je zatiaľ (polovica augusta - pozn. red.) malá. Je možné, že u nás vzniklo málo vecí, ktoré sa dali vystavovať, i keď si myslím, že to nie je až také zlé. Grafických dizajnérov, ale najmä tých, ktorí sa tak nazývajú, je na Slovensku niekoľko tisíc, ale pochybujem, že výstavu uvidia. Nerád o tom píšem, ale ak mám písať o slabej domácej účasti, táto situácia sa obísť nedá.

Ale teraz o tom radostnejšom - o výstave samotnej. Nebola tak bohato oboslaná ako minulý ročník, no aj tak bola impozantná. Zásahu má na tom to, že sa konala pod záštitou ICOGRADA. Mnohí z vystavujúcich patria k absolútnej svetovej špičke nášho fachu. Výstava bola inštalovaná na piatich miestach pre nedostatok vhodného veľkého priestoru. Žiadna prepychovosť, žiadne sklá ani rámy. Len lepiaca páska a klinčeky, panely z minulého ročníka, jednoduchá nenatieraná drevotrieska - lebo také boli finančné možnosti. Neprekážalo mi to, až na niektoré miesta a na to, že sa tým ničia plagáty, základ impozantnej trnavskej zbierky. Oproti inštalácii za sklom sú lepšie viditeľné. Prídeľovatelia peňazí si neuvedomujú, akú veľkú, dnes už možno niekoľkotisícovú zbierku plagátu, za malú investíciu mesto Trnava, a tým aj Slovensko, získa. Možno by boli mierne štedrejší, aspoň na slovenské pomery. V Trnave vystavovalo spolu s porotcami vyše 160 autorov z 26 krajín sveta takmer 750 prác. Inštaláciu robili Karol Weisslechner, Dušan Voštenák a komisárka Dana Doricová. V daných podmienkach sa zhostili práce dobre.

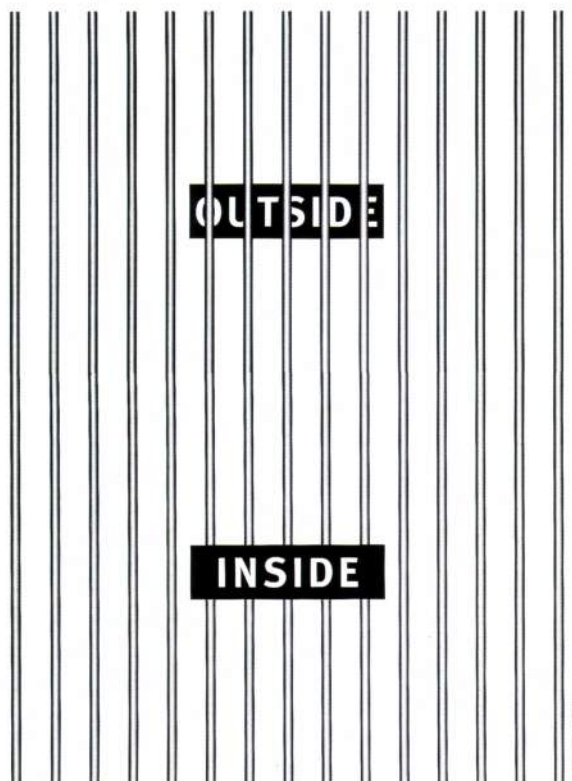
1.



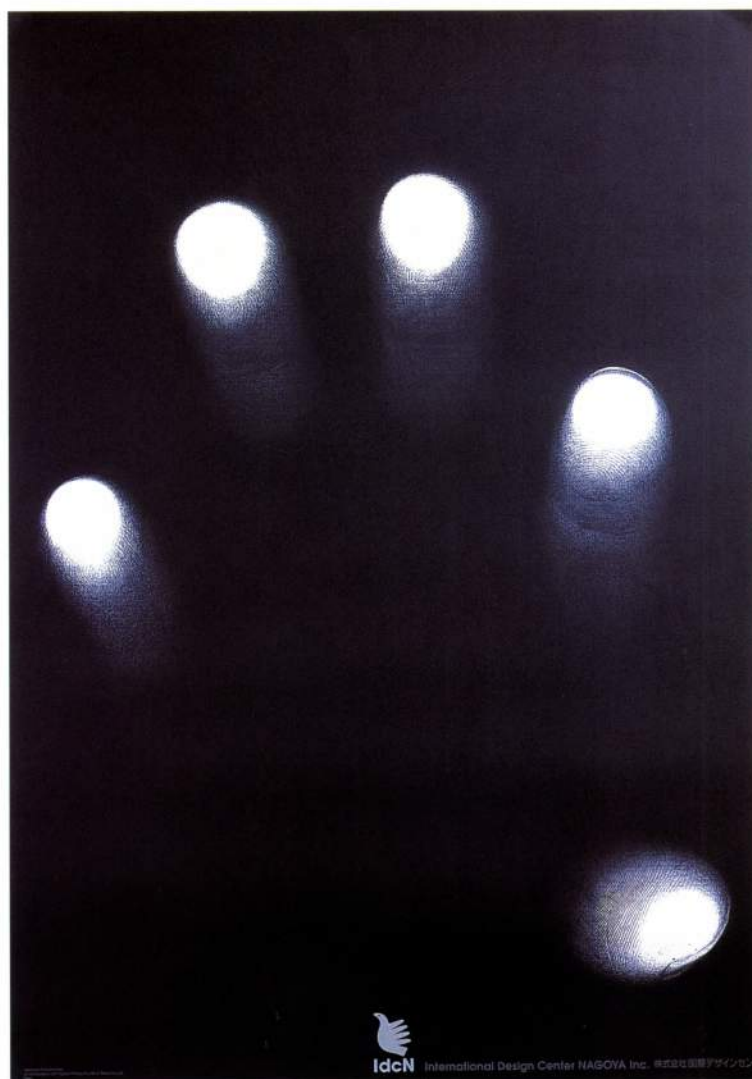
2.



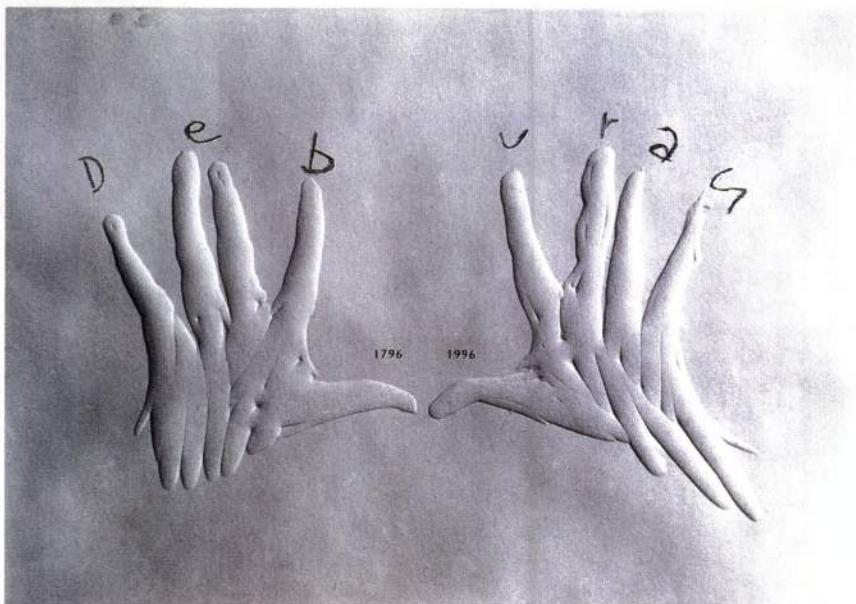
3.



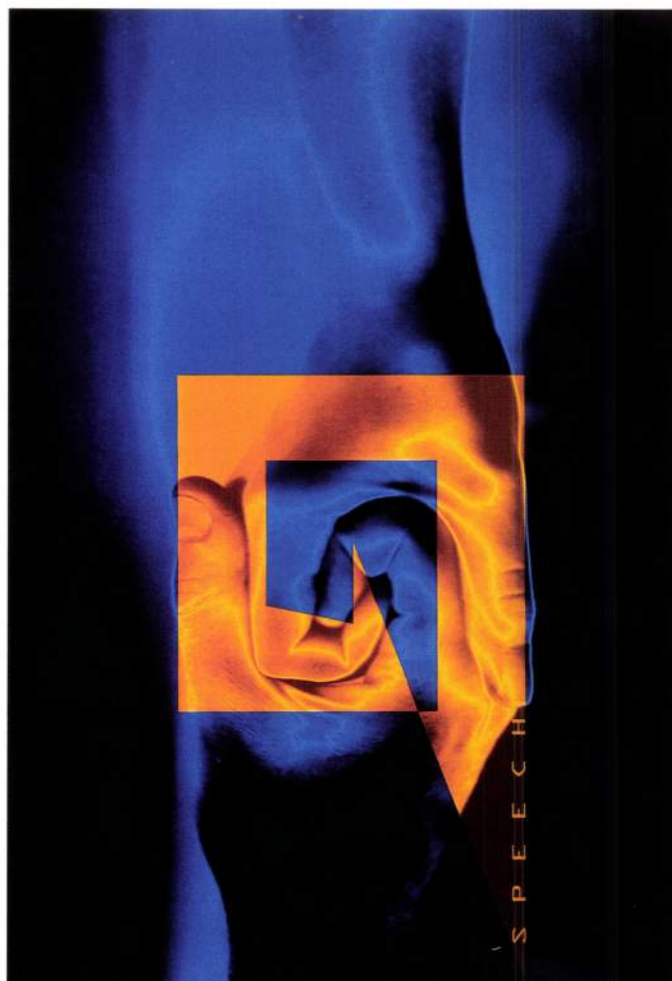
4.



1. **Paul Brühwiler** (Švajčiarsko): Plagát k prehliadke filmov Tonina Guerru, 1994. *Grand Prix*.
 2. **Niklaus Troxler** (Švajčiarsko): Modro-žltá, červeno-biela zástava, 1996. *1. cena*.
 3. **Bülent Erkmen** (Turecko): Zvonka / zvnútra, 1995. *2. cena*.
 4. **Koiči Sato** (Japonsko): IdcN, 1995.
Cena Slovenského centra dizajnu

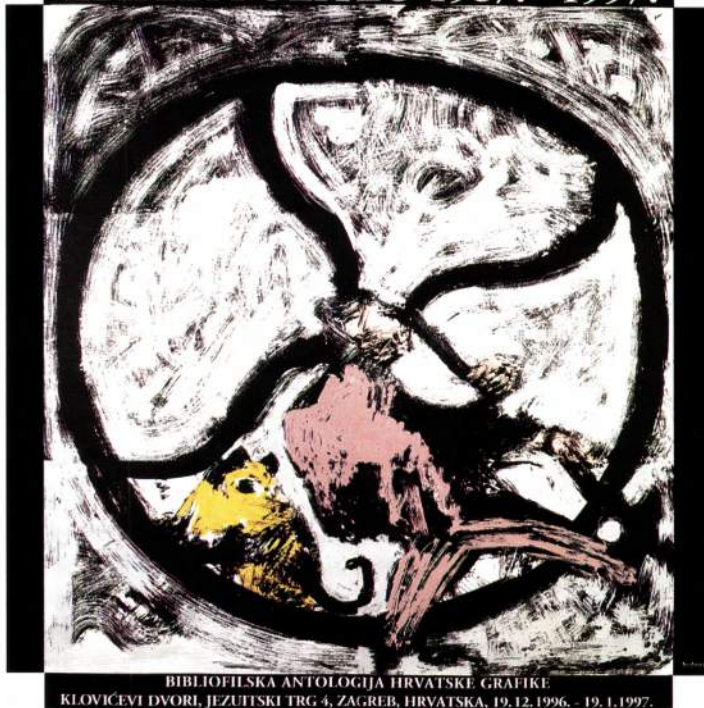


Najpůsobivejšia inštalácia je v synagóge. Chrámový priestor je sám osebe nádherný. Sčasti opravená synagóga (neviem, či zámerne, či z nedostatku peňazí) nesie stopy pustošenia dvoch totalít, čo umocňuje nostalgiu. A teraz do nej vtrhol reálny život. Farebný, pestrý, nespútaný. Kontrast je veľmi sugestívny. Synagógu som navštívil s kolegom z Izraela Jossim Lemelom. Preložil mi všetky nápisy. Keď som sa ho opýtal, či dušiam zomretých neprekáža, že sa v chráme vystavujú plagáty, odpovedal: „Sú veľmi radi.“ Sama pamäť miesta jeho ústami potvrdila, že aj my grafici máme nárok v tomto priestore vystavovať častejšie ako raz za tri roky.



2. *cena, kategória B.*

9.

ZBIRKA POLITEO 1987. - 1997.

Priestor na hodnotenie jednotlivých umelcov mám malý, zdalo sa mi dôležitejšie obhájiť zmysel tejto výstavy. V súčasnosti ustupujú do úzadia „národné školy“ - Tadeusz Piechura a Władysław Pluta, obaja príslušníci slávnej poľskej školy, sú toho najmarkantnejšími príkladmi. Švajčiarska kolekcia pôsobí vyrovnané (najlepšie „minimalisti“ Niklaus Troxler a Melchior Imboden), nositeľ Grand Prix Paul Brühwiller je však vo výraznej expresionista. Tradičná jemná kultúra japonského plagátu sa prejavila hlavne v plagátoch k 200. výročiu klasika japonského umenia Šarakua, z ktorých je najmä ocenený Kacui Micuo skvostnou ukážkou moderného a tradičného národného čítania v symbióze. Pozoruhodnú kolekciu má Maďar Péter Pócs, ktorý sám o sebe tvrdí, že je tichým žiakom poľskej školy. Z tých, ktorí ma ďalej zaujali, spomeniem Japoncov Koičiho Satu, Akihiko Cukamota, Tojotusugu Ito, Šigea Kacuoku, a napokon aj klasika Šigea Fukudu. Ďalej Dána Finna Nyggårda, Čecha Jaroslava Sůru, Fína Pekku Loiriho, Francúzov François Gaspára, Alaina Le Querneca, maloformátového, ale zaujímavého Pascala Colrata, a mohol by som ešte chvíľu pokračovať.

Nemôžem obísť slovenskú účasť. Vystavovalo iba šesť autorov, po jednom plagáte V. Chodelková a Peter Pisár, dvoch L. Škrinárová, troch malých Róbert Dóka, šiestich ja, siedmich osvedčený koryfeje V. Rostoka spolu s mladším Jurajom Králikom (Rabbit & Solution). Tí boli jediní relevantní kandidáti na cenu: veru pramálo na usporiadajúcu krajinu. Príčiny tohto stavu by stáli za osobitnú úvahu a niečo som už naznačil vyššie. Dúfam, že špecializované vydavateľstvo plagátu, ktoré sme založili s Paľom Chomom, prinesie do tejto oblasti tak prepotrebné oživenie.

Ako pedagóg VŠVU sa musím osobitne zmieniť o kategórii B, prácach študentov z 8 krajín. Mnohí členovia poroty dávajú tejto časti prehliadky veľkú perspektívu pre jej jedinečnosť. Dominovali tri školy: pražská „Umprum“ prácami z ateliéru prof. Zdeňka Zieglera, krakovská akadémia prácami z ateliérov prof. Plutu a Otrębu a bratislavská VŠVU prácami študentov môjho ateliéru. Zaujímavé boli i práce žiakov prof. Aartomuu z Helsínk. V konkurencii renomovaných európskych škôl naši študenti obstáli veľmi dobre, čo je pre mňa na tejto akcii v rámci slovenského účinkovania najväčšou satisfakciou. Zmien spomeniem víťaznú Terezu Ryvolovú z Prahy, v Prahe študujúcu Slovenku Hanu Valihorovú, a najmä čerstvého absolventa VŠVU Emila Drličičiaka, ktorý už po druhý raz dostal „cenu útechy“ VŠVU.

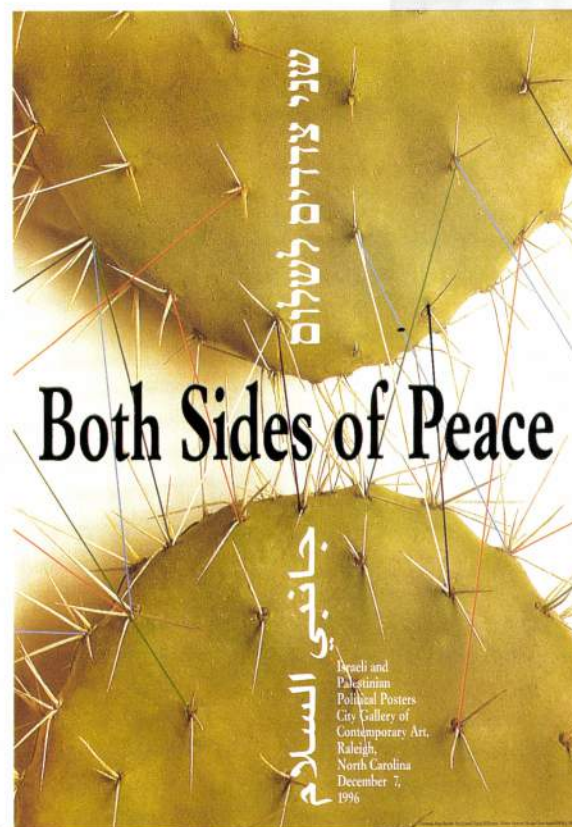
V čom teda vidím pozitíva trnavskej akcie? Predovšetkým v možnosti konfrontovať sa so svetom a rásť. V možnosti porovnania prác študentov s prácami špičkových profesionálov. V tom, že vzniká monumentálna zbierka plagátov, s ktorou sa dá ďalej výstavnicky a publikačne pracovať. Pri lopote, ktorú som okolo trienále mal, som si často kládol otázku: má toto všetko zmysel? Po krásnom rozhovore s Jossi Lemelom v synagóge musím konštatovať: **jednoznačne má.**



9. Boris Bučan (Chorvátsko): Zbierka Politeo, 1996.

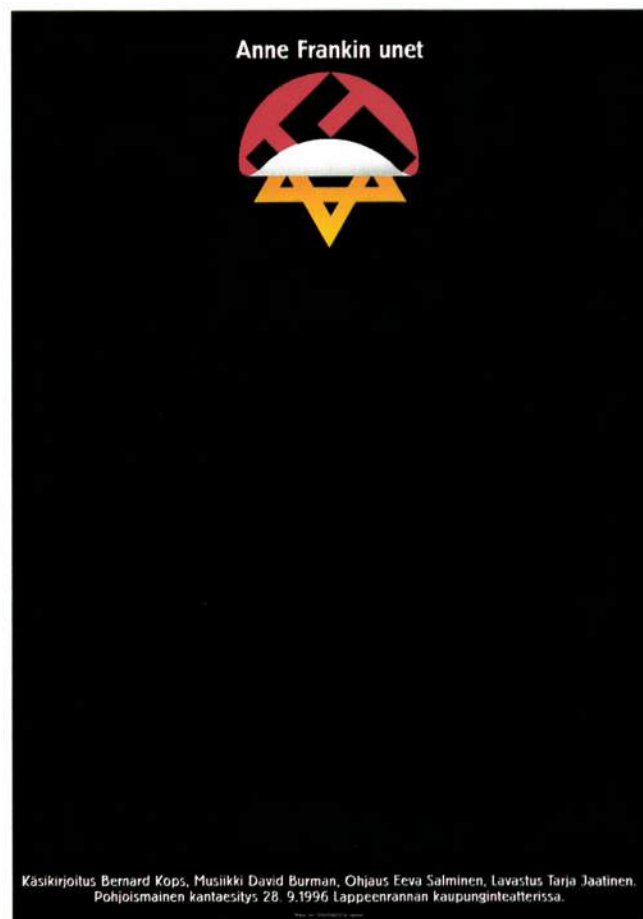
10. Jossi Lemel (Izrael): Obe strany mieru, 1996

11. Pekka Loiri (Fínsko): Sen Anny Frankovej, 1996.



10.

11.





Posolstvo vizuálnej komunikácie

Guy-A. Schockaert (1950) absolvoval typografickú školu v Bruseli koncom 60. rokov. Tri roky pracoval ako asistent Michela Oliva v jednom z najlepších belgických grafických štúdií. Od r. 1971 sa profesionálne venuje grafickému dizajnu. Špecializuje sa na corporate identity, časopisecký a knižný dizajn. Roku 1989 založil vlastné štúdio Ad hoc Design, zamerané na konzultačnú a realizačnú činnosť v oblasti vizuálnej komunikácie. Je prezidentom Medzinárodnej rady asociácií grafického dizajnu (ICOGRADA), zvoleným na roky 1995-97.

Trienále plagátu Trnava '97 sa zúčastnil ako člen medzinárodnej poroty. Inicialoval udeľovanie Ceny ICOGRADA od budúceho ročníka trienále. Jeho prítomnosť na Slovensku sme využili na krátky rozhovor.

Ste vrcholným funkcionárom ICOGRADA a súčasne pracujete vo vlastnom grafickom štúdiu. Dajú sa tieto dve činnosti zladit?

Autorský dizajn si žiada intenzívnu kreativitu v relatívne krátkom čase, na rozdiel od funkcie, ktorú zastávam. Je to dobrovoľná funkcia, ale výrazne zasahuje do môjho života, je spojená s množstvom povinností. Spolkový život ma však vždy priťahoval. Bol som členom Komory belgických grafikov, ktorá r. 1975 zanikla z finančných dôvodov. Zúčastnil som sa na všetkých doterajších kongresoch ICOGRADA.

Aké sú vaše priority v ICOGRADA?

Rada má 60 členov zo 49 krajín, čo predstavuje približne 80 000 grafických dizajnérov. R. 1963, keď bola založená, ju tvorili predovšetkým grafici zo západnej Európy. V súčasnosti je to vďaka svetovej inštitúcii. A práve svetovosť je niekedy veľkým problémom - iné ťažkosti majú grafici v Chile, iné v Zimbabwe, v Oceánii atď. Samozrejme rešpektujeme regionálne zdroje kultúry, jazyka, etnické zvláštnosti, ale snažíme sa o globálnu podporu umenia. ICOGRADA sa usiluje o zvyšovanie úrovne profesie a budovanie jej spoločenskej identity. Dôležitý je aj vzájomný kontakt medzi profesionálmi, ktorému dnes veľmi pomáha Internet. ICOGRADA má v zásade štyri hlavné úlohy: previazať grafický dizajn s ekonomikou, vychovávať - a to nielen dizajnérov, ale aj konzumentov, podporovať komunikáciu a obhajovať profesionálnu úroveň a kvalitu práce grafického dizajnéra.

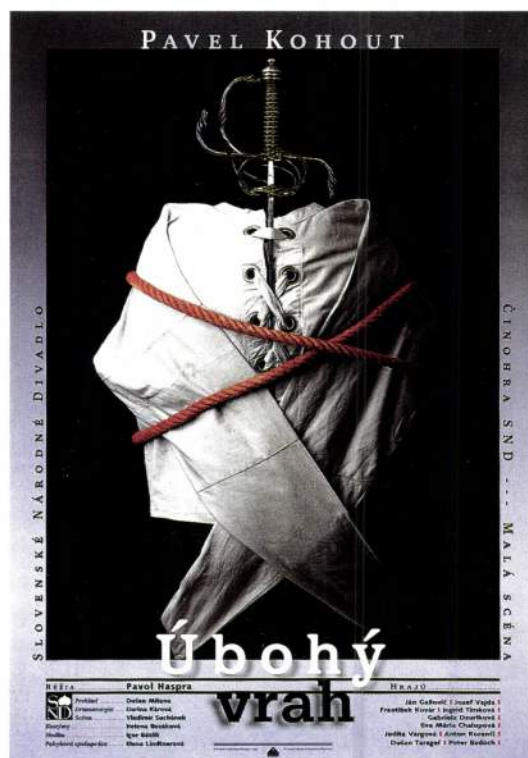
ICOGRADA však prechádza aj procesom určite decentralizácie. Vznikajú frakcie, ako napr. Next Generation, ktorá má už vlastné sympóziá a aktivity. Ako hodnotíte tento vývoj?

Sympatizujem s mladými profesionálmi, slovo „budúci“ je trochu zavádzajúce. Organizačne im pomáhame nadväzovať medzinárodné kontakty. Osobne som však proti zakladaniu nových asociácií pri už fungujúcich štruktúrach. Každá inštitúcia dozrieva, aj ICOGRADA. Možno by mala byť trochu dynamickejšia, Next Generation by sa zasa mala skôr priblížiť realite v profesii. Experimenty majú niekedy za následok určitú deprofesionalizáciu.

Za posledné roky sa v grafickom dizajne udialo veľa nového...

Ide o skutočnú revolúciu, remeslo sa za posledných 15 rokov od základov zmenilo. Miznú tradičné typografické profesie ako montážnik, sadzač, tlačiar, zmenili sa aj klasické stránky. Nahradila ich obrazovka, inak sa pracuje s ilustráciami. Paradoxne sa najmenej zmenila oblasť výchovy grafických dizajnérov.

12.



Vy sám dávate v grafike prednosť klasickým postupom...

Priznám sa, mám ich radšej. Podľa mňa mentálny proces u človeka neprešiel takou prevratnou zmenou, aká sa udiala v technike. Ľudské vnímanie má obmedzenia dané prírodou. Naše remeslo sa mení - vidieť to na lepšom grafickom dizajne, kvalitných plagátoch. Dizajn je intelektuálny proces založený na celoživotnom zdokonaľovaní a multidisciplinárnom prístupe. Dizajnér hľadá odpovede na množstvo spoločenských problémov a učí publikum vnímať ich cez stále nové formy.

Čo si myslíte o budúcnosti plagátu? Nezdá sa vám, že sa vo svojej pôvodnej podobe ako umenie ulice stráca?

Dizajn je umenie rovnako ako maľba, ilustrácia, fotografia. Plagát - či už kultúrny, politický, ale aj reklamný - je veľvyslancom vizuálnej komunikácie. Úroveň plagátu okrem iného závisí aj od spoločenskej pozície, ktorú zastáva v jednotlivých krajinách. V súčasnosti, najmä na Západe, je plagát v kríze. Niektorí sa domnievajú, že budúcnosť plagátu je na stránkach Internetu. Ja si však myslím, že plagát má ešte stále byť na ulici, hoci pomaly nie je kde plagáty umiestniť. To je všeobecný celosvetový jav. Zreteľný je aj ústup od klasického formátu 70 x 100, resp. 84 x 120 cm, a jeho nahrádzanie formátom A 4.

Ako hodnotíte trnavské Trienále plagátu?

Teším sa, že môžem vidieť výstavu dobrých veľkých plagátov. Popri prácach z krajín s tradíciou plagátovej tvorby, ako sú Švajčiarsko, Česko, Poľsko, Holandsko, Nemecko, Japonsko, sa objavujú aj plagáty z krajín menej „plagátových“. Veľkú renesanciu prežíva plagát vo Veľkej Británii, upúta vás hneď, ako prídete na londýnsku stanicu či letisko. Oživuje krajinu, pričom ide väčšinou o kultúrny a súčasne komerčný plagát. Ako vidieť, aj komerčný plagát môže byť umeleckým dielom.

Ďakujem za rozhovor.

Mária Riháková

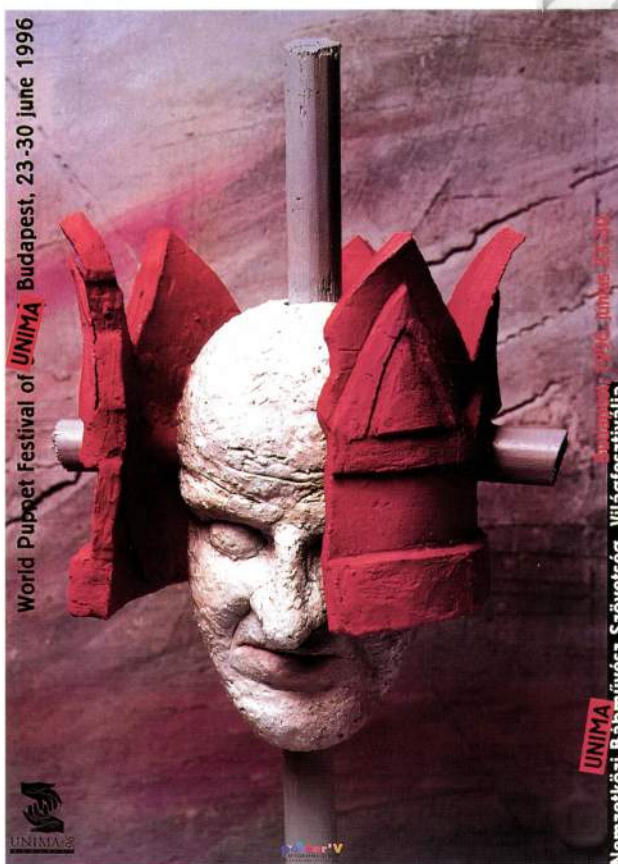
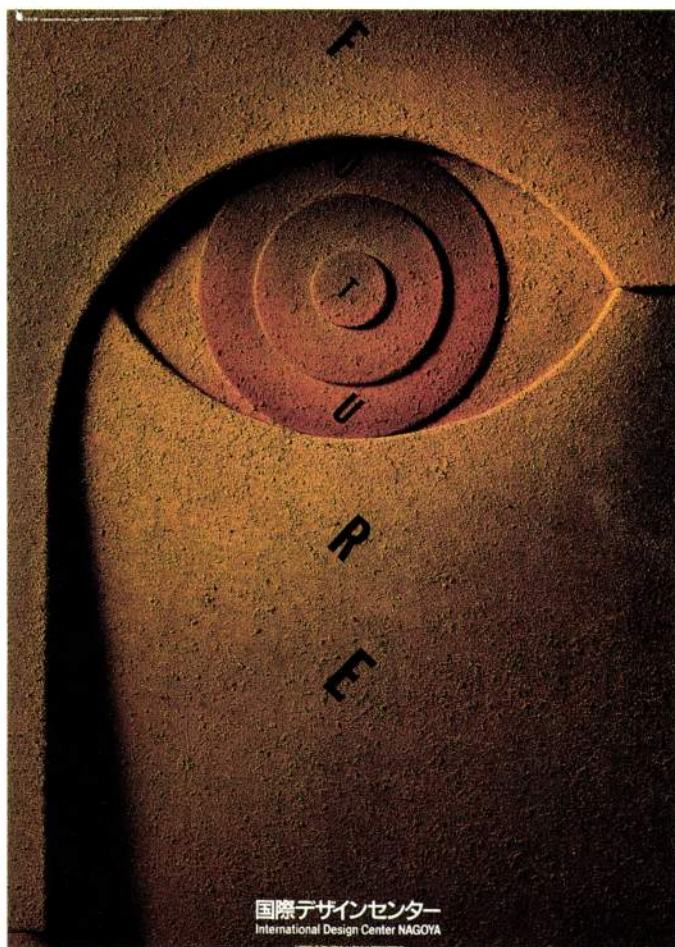


12. **Rabit & Solution** (Slovensko): Úbohý vrah, 1997

13. **Dana Brunovská**: Cena TPT 97

13.

14.



15.

17.



18.



16.

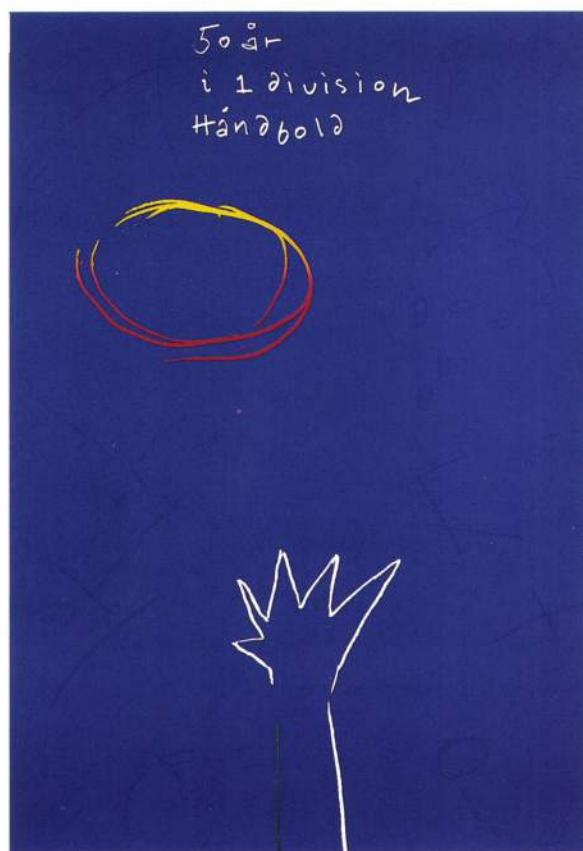


Foto Martin Marenčin
Slavomír Tomašovič

- 14. Toyocugu Ito (Japonsko): IdcN, 1996
- 15. Péter Pócs (Maďarsko): Svetový bábkový festival UNIMA, 1995
- 16. Finn Nyggård (Dánsko): 50 rokov 1. divízie hádzanej, 1995
- 17. Slavomir Iwański (Poľsko): Othello, 1996.
- 18. Melchior Imboden (Švajčiarsko): Kunstmarkt, 1994

súťaž katedier dizajnu

slovenských
vysokých
škôl



ZIMNÉ NOMINÁCIE (DE SIGN UM Č. 1/97):

Katedra dizajnu VŠVU, Bratislava

1. JURAJ HORNIÁK: Kuchynské pomôcky na spracovanie cesta
2. INGRID SOLÁRIKOVÁ: Skladacia cestovná fľaša
3. IVAN ŠVEDA: Misa na banány
4. RASŤO ČELEDA: Čajová súprava
5. JURAJ MITRO: Osobný automobil

Katedra priemyselného dizajnu FA STU, Bratislava

1. MAREK HAZLINGER: Čistič verejných priestranstiev
2. PETRA POLAKOVIČOVÁ: Kuchynská váha
3. PETER PAPP: Výtokové hrdlo hadice
4. MARTIN TURZÍK: Vozeň pozemnej lanovej dráhy
5. MICHAL IŠTOK: Obchodná váha

Katedra dizajnu SF TU, Košice

1. VALENTÍNA VALENTOVÁ: Nožnice pre kvetinárku
2. RASTISLAV PLAKURA: Čítací stroj na čipové cestovné karty
3. ERIK VESELÝ: Nožnice na strihanie nechťov
4. ROMÁN LORÁNT: Sklápacie sedadlá pre mestskú hromadnú dopravu alebo čakáreň
5. STANISLAV MLYNÁR: Čistiace zariadenie na údržbu verejných priestranstiev

Katedra dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov DF TU, Zvolen

1. LADA FAKTOROVÁ: Viacúčelová skrinka
2. SVETLANA DOBIÁŠOVÁ: Rozkladací hráčsky stôl
3. VERONIKA ELIÁŠOVÁ: Stôl pod počítač
4. DANICA ČÍŽOVÁ: Kongresová stolička
5. PETRA HARASZTI: Vešiak Pelikán

ÚČASTNÍCI:

- Katedra dizajnu, VŠVU, Bratislava
(oddelenie industrial dizajnu, produkt dizajnu a transport dizajnu)
- Katedra dizajnu, Fakulta architektúry STU, Bratislava
- Katedra dizajnu, Strojnícka fakulta TU, Košice
- Katedra dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov, Drevárska fakulta TU, Zvolen

CIEĽ SÚŤAŽE:

V prvom tohtoročnom čísle DE SIGN UM 1/97 sme otvorili novú súťaž časopisu, ktorej cieľom je predstaviť širokej verejnosti úspešné dizajnérske riešenia z vysokoškolských ateliérov a hľadať nové spoločenské uplatnenie pre dizajn. Tvorivý potenciál mladých dizajnérov je ponukou pre hospodársku sféru ako zdroj inovatívnych riešení na oživenie existujúcich výrobných programov, ale aj zavádzanie celkom nových výrob.

HODNOTENIE:

Prvú časť nominovaných prác (výber zo zimných prieskumov) sme uverejnili v DE SIGN UM 1/97. K tejto dvadsiatke prác vybraných príslušnými katedrami pribudla druhá časť nominácií (výber z letných prieskumov), ktoré publikujeme na nasledujúcich štyroch stranách. Zimné aj letné nominácie bude posudzovať odborná porota, ktorá navrhne na ocenenie päť najlepších prác. Čitateľom ich predstavíme v poslednom tohtoročnom čísle.
(Podmienky súťaže Talenty v DE SIGN UM sme v plnom znení publikovali v č. 1/97)



1.

2.



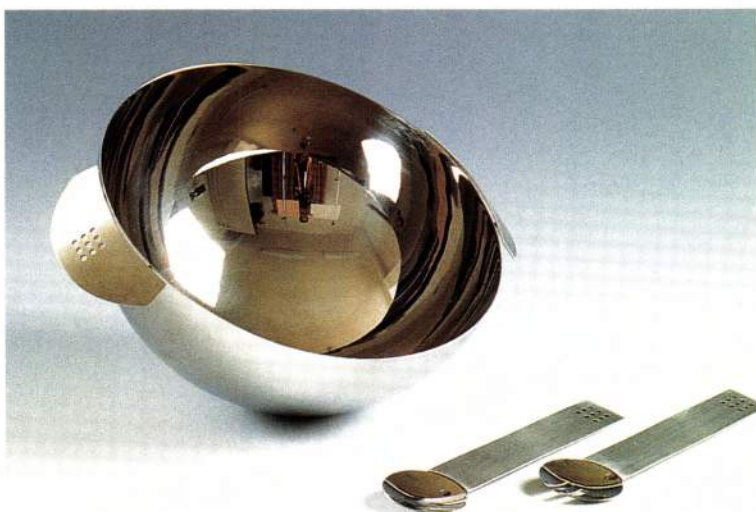
3.



Bratislava
KATEDRA DESIGNU
VYSOKÁ ŠKOLA VÝTVARNÝCH UMENÍ

DESIGN

5.



4.



1. **MARTIN HARTINÍK**, 3. ročník. Pedagóg: doc. František Burian, akad. soch., oddelenie produkt designu.
Skladacia fľaša do vrecka (téma Malé a špeciálne).

2. **JONÁŠ KARÁSEK**, 3. ročník. Pedagóg: doc. František Burian, akad. soch., oddelenie produkt designu.
Vreckové hodinky (téma Malé a špeciálne).

3. **PETER ZELMAN**, 6. ročník. Pedagóg: doc. Ing. Štefan Klein, akad. soch., oddelenie transport designu.
Ultraľahký vetroň.

4. **PETER LEVKO**, 5. ročník. Pedagóg: doc. Ferdinand Chrenka, akad. soch., oddelenie industrial designu.
Mestský bicykel (Nákupný vak: Ivana Harmincová).

5. **BJØRN KIERULF**, 3. ročník. Pedagóg: doc. Ferdinand Chrenka, akad. soch., oddelenie industrial designu.
Šalátová súprava, antikoro (projekt Sandrik).



1.



2.



3.



4.

1. **ANDREJ SLEZÁK**, 6. ročník.
Pedagóg: doc. Peter Humaj, akad. soch.
Automat na teplé a studené nápoje.

2. **JAROSLAV HOLOTA**, 4. ročník.
Pedagóg: doc. Jarolím Vavro, akad. soch.
Vysokozdvíhací vozík.

3. **ANTON DOKTOR**, 5. ročník.
Pedagóg: doc. Jarolím Vavro, akad. soch.
Plážové auto.

4. **Katarína Zadžorová**, 2. ročník.
Pedagóg: doc. Peter Humaj, akad. soch.
Cafééé.

5. **MICHAL PAKŠI**, 5. ročník.
Pedagóg: Peter Lehocký, akad. soch.
Trimaran.



5.

Bratislava
KATEDRA
PRIEMYSELNÉHO
DESIGNU
FAKULTA ARCHITEKTÚRY STU



1.



2.



4.



3.

Košice KATEDRA DESIGNU STROJNÍČKA FAKULTA TU

1. **SLAVOMÍR ULIČNÝ**, 2. ročník. Pedagóg:
doc. Mgr. Tadeusz Blonski, Ing. Denis Tomko.
Sedenie pre jednu, dve, tri, štyri a päť osôb.

2. **MILOSLAV SARNOVSKÝ**, 4. ročník. Pedagóg:
Mgr. Jaroslav Tomaščík, Ing. Martin Vysoký.
HI média - tvorba novej doby.

3. **ROMAN NEMČEK**, 5. ročník. Pedagóg:
doc. Mgr. Tadeusz Blonski, Ing. Dušan Šuch.
Energia - dizajn ako zhmotnenie myšlienky využitia
ľudskej energie na premiestňovanie sa.

4. **ROBERT REICH**, 2. ročník. Pedagóg:
doc. Mgr. Tadeusz Blonski, Ing. Denis Tomko.
Sedenie - viacfunkčný objekt na oddych a prácu.

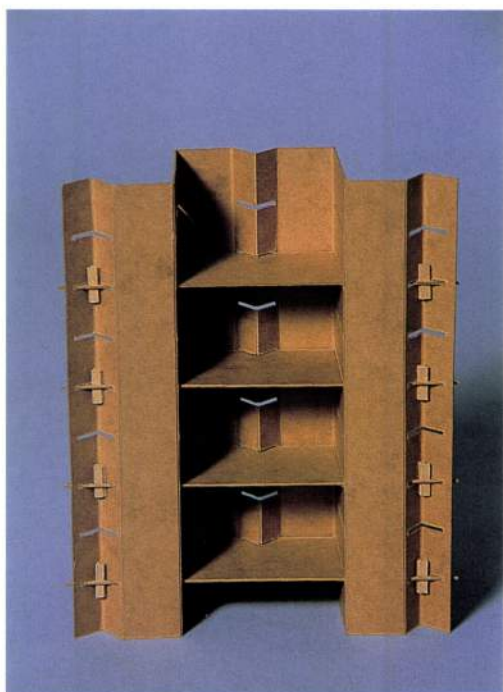
5. **ZUZANA SAMSELYOVÁ**, 6. ročník.
Pedagóg: Ing. arch. Martin Drahovský.
Mobiiliár pre oddychové zóny v priemysle.

5.

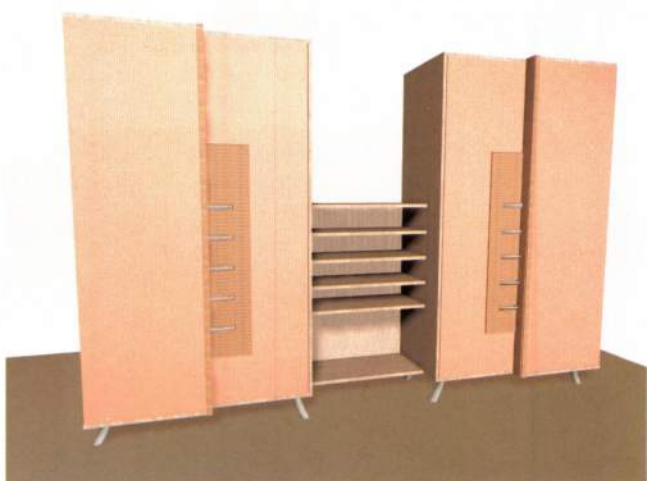




1.



2.



3.



4.



5.

**Zvolen
KATEDRA DESIGNU
NABÝTKU
A DREVARSKÝCH
VÝROBKOV
DREVÁRSKA FAKULTA TU**

KUŠ

1. MIROSLAVA MALOVÁ, 5. ročník. Pedagóg: Ing. arch. Ľudmila Poštulková, CSc., doc. Ing. Štefan Schneider, CSc.

Sedačie odpočinkový program (spolupráca s firmou Kodreta).

2. ALEXANDER KOVÁČ, 5. ročník. Pedagóg: René Baďura, akad. sochár. Papierový nábytok - úložný a stolový program.

3. DANICA ČÍŽOVÁ, 5. ročník. Pedagóg: doc. Ing. Štefan Schneider, CSc. Znovuzrodenie šatníkovej skrine (spolupráca s firmou Mobiko).

4. JAROSLAV JÁGERČÍK, 4. ročník. Pedagóg: Mgr. Marian Ihring. Odkladací mobilný stolík.

5. ROMAN HARVAN, 5. ročník. Pedagóg: Ing. Martin Šarkaň, CSc. Polokreslo (spolupráca s firmou Bukóza).

Z pôvodnej výstavy v MoMA: v popredí skladacia pojazdná stolička Cerna (1991) Kazua Kawasakiho, vedľa nej Trojkolka (1995) Michaela Burrowsa, vľavo ležadlo Long Frame (1994) Alberta Medu a stôl Less Table Jeana Nouvela.

Ukážka inštalácie v Malej dvorane Veľtržného paláca v Prahe. Biela stolička Stefana Lindforsa uprostred je z liateho laminátu pre Kemper Museum (1994), vpravo od nej stojí kancelárska stolička Aeron (1994) Dona Charwicka, celkom vľavo je sedačka Hi-Ho (1994) Aarona Cowna, nad nimi a v pozadí sú stoličky Alberta Medu z kompozitov (1987, 1988).



Jana Pauly

mutantné materiály dizajne v súčasnom

JE NÁZOV OBJAVNEJ VÝSTAVY, KTORÁ BOLA OTVORENÁ V POLOVICI MÁJA V PRIESTOROCH VEĽTRŽNÉHO PALÁCA V PRAHE.

JEJ KURÁTORKA PAOLA ANTONELLI JU R. 1995 PRIPRAVILA V MÚZEU MODERNÉHO UMENIA V NEW YORKU.

PŮVODNÁ INŠTALÁCIA BOLA ZALOŽENÁ NA TAJOMNOSTI SLOVA MUTANT: PONORILA EXPONÁTY DO TMAVÉHO PRIESTORU,

KDE SA ICH EFEKTNÝM NASVIETENÍM DOSIAHOL POŽADOVANÝ ÚČINOK ČOHO SI KRÁSNEHO A NEZNÁMEHO.

KOORDINÁTORKA PREVZATEJ VÝSTAVY RADOMÍRA SEDLÁKOVÁ, KURÁTORKA ZBIERKY ARCHITEKTÚRY NÁRODNEJ GALÉRIE,

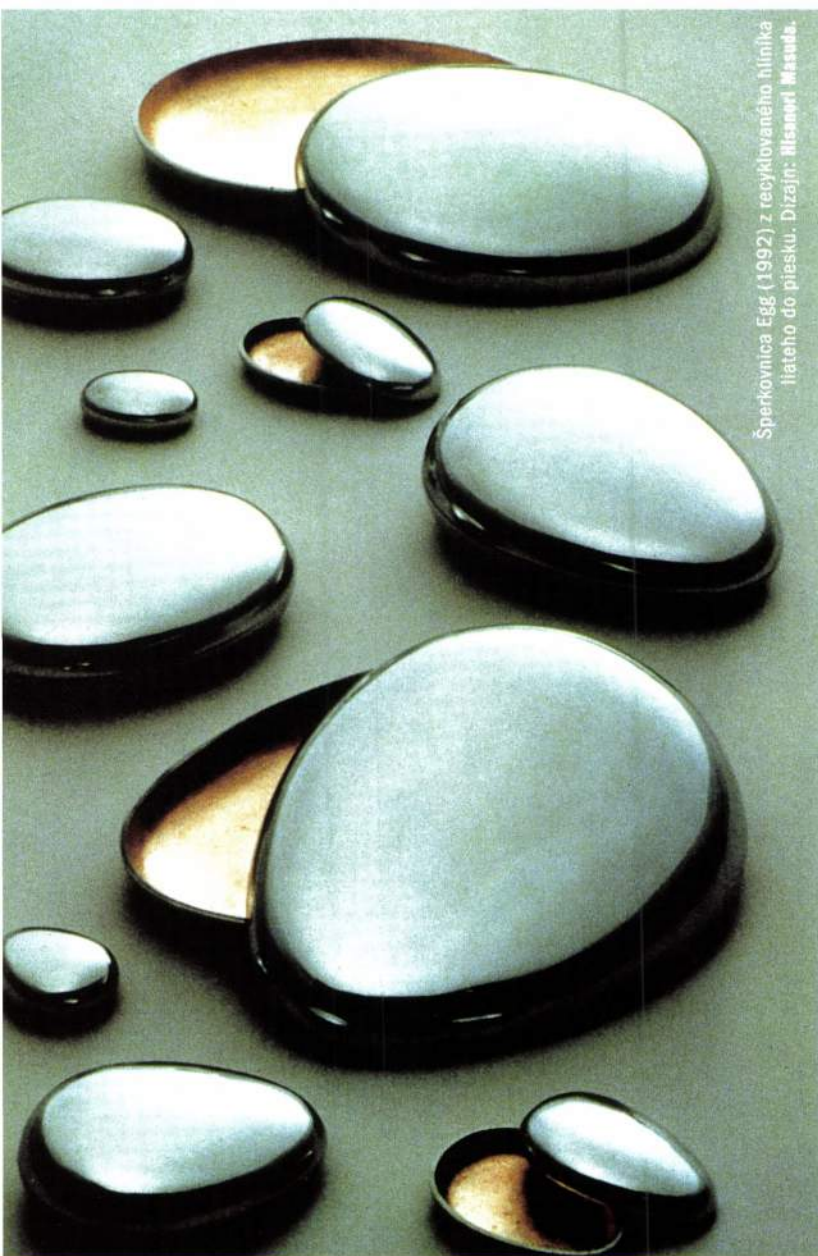
NAOPAK VYUŽILA ČISTO BIELY PRIESTOR MALEJ DVORANY. TEN DODAL PREDMETOM NÁDYCH SLÁVNOSTNEJ SAMOZREJMOSTI PRE ICH

LOGICKÉ POUŽITIE V KAŽDODENNOM ŽIVOTE. A VĎAKA VTIPNEJ INŠTALÁCII SI MOHLI NÁVŠTEVNÍCI PREZRIEŤ NOVÉ A LÁKAVÉ

MODIFIKOVANÉ MATERIÁLY NIELEN OČAMI, ALE AJ HMATOM.

Upravené materiály vznikali v posledných desaťročiach, väčšinou koncom 80. rokov. Rozsiahle výskumné programy boli často tajné. Financovali ich vlády vyspelých štátov, modifikovaný materiál bol vyvíjaný na špecifické použitie vo vojenskom a kozmickom priemysle. Postupne boli tieto látky, obohatené o celkom nové vlastnosti a schopnosti, odovzdávané na širšie využitie v ďalších oblastiach priemyselnej výroby. V štádiu rozšíreného využitia nastupujú inžinieri a dizajnéri, ktorí koncepčne aplikujú materiály v nových výrobkoch. Pri spracovaní sa využívajú progresívne, ekonomicky výhodné a ekologicky šetrné technológie s vysokou efektívnosťou výroby. Vďaka „mutantom“ už na konci 20. storočia neplatí téza „forma sleduje funkciu“ alebo pravdivosť v spôsobe využitia materiálu. Možnosti prinášané netradičnými látkami posúvajú spôsob myslenia a práce dizajnérov. Do procesu vzniku nových predmetov zasahuje počítačová technika v oblasti dizajnu (CAD) a výroby (CAM).

Úvodná časť výstavy bola venovaná sklu. Okrem tvarovo zaujímavých krytých svietidiel tu dominovali sklené panely využiteľné v architektúre, ktoré dokážu regulovať svetlo pomocou vložených voštín a lamiel z rôznych materiálov. Virakonové sklo (1991) tvorí sendvič z tabulí skla a tekutých kryštálov, po aktivovaní elektrickým prúdom nepriehľadný. Iným materiálom je protipožiarne sklo kombinované s gélom. Kombináciou skla a keramiky vznikol žiaruvzdorný materiál Pyroceram, pôvodne uplatnený v hlaviciach riadených balistických striel a v súčasnosti používaný aj pri výrobe riadu. Na tabule skla sa dajú aplikovať rôzne povlaky. Polymetylmetakrylátové vrstvy vrátane ich farebných efektov použil pri stolčeku Aura (1990) Karim England Rashid.



Sperkovička Egg (1992) z recyklovaného hliníka liateho do piesku. Dizajn: Risanet Masuda.



Inštalácia výstavy v Múzeu moderného umenia v New Yorku (24. 5. - 22. 8. 1995).

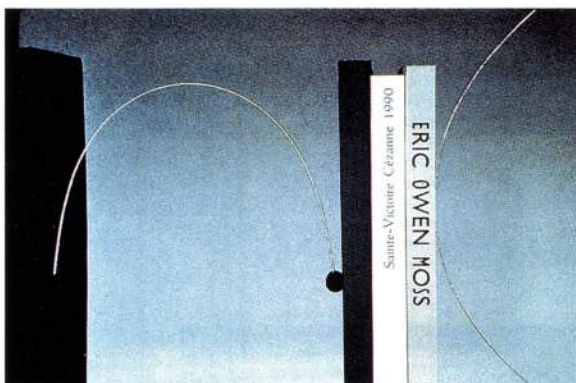
Sklo sa v budúcnosti stane nosičom informácií, ktoré sa získajú aplikáciou iného procesu. Upravený sklený materiál a jeho špecifické použitie sa tak stane pracovnou náplňou pre mnohých dizajnérov.

Guma a peny tvorili svojou mäkkosťou a hebkosťou kontrast k predchádzajúcej časti. Tieto nedávno vyvinuté syntetické termoplastické elastomery (TPE) sa od bežného plastu líšia príjemnejším vzhľadom a vlastnosťami pripomínajúcimi gumu z prírodného kaučuku. Na tvarovanie využívajú technológie vstrekovania a vyfukovania bežné u termoplastov. Ukážkou sú vypuklé nerozbitné tienidlá Marka Sadlera (1994), ktoré sú z pružného matného, injekčne vstrekovaného termoplastického elastomeru.

Polyuretánová pena, pôvodne vyvinutá pre letecký a kozmický priemysel na výrobu bedernej podpory, sa dokáže aktuálne formovať telesným teplom a zapamätá si tvar. V dizajne ju využili Stephen Peart a Ross Lovengrove. Kvôli dosiahnutiu väčšej pružnosti a mäkkosti sa plnia polyuretánové vaky vzduchom alebo plynom a používajú sa v športovom výstroji. Tento efekt využíva aj na výstave prezentovaná pohovka Misfits (1993) Rona Arada z peny ICI Waterlily a čalúnnickej tkaniny. Iným praxou overeným výrobkom sú sedadlá a čalúnenie z polyuretánovej peny autorov Renza Piana a Noariakiho Okabu pre medzinárodné letisko v Kansai.

Do širokej škály plastov patria aj syntetické gély, vysoko odolné polymérne zlúčeniny. Uplatňujú sa všade tam, kde sa požaduje mäkkosť, trvanlivosť a súčasne aj trvácnosť tvaru. Príkladom je Ultra soft blue gél, ktorý použil Wyman R. Spence na sedadlách bicyklov. Aerogély môžu obsahovať až 99,8 % vzduchu a unesú tisícnásobok svojej váhy.

Najzaujímavejšou časťou výstavy boli bezpochyby kompozity - modifikované materiály spĺňajúce súčasne požiadavky na ľahkosť, tvrdosť a odolnosť. Sú to kombinácie materiálov požadovaných vlastností a kvalít zo živíc a uhlíkových, kovových, sklenených, textilných i celulózových vlákien získaných z dreva, vyrábaných dvoma základnými spôsobmi. Zdokonalenie technológie tepelného vytvrdzenia živice s vloženými vláknami prinieslo premyslené ukladanie vlákien, ich spriadanie do izotropného materiálu, orientáciu do jedného či viacerých smerov a kladenie vo vrstvách podľa požadovanej konštrukcie. Využíva sa predovšetkým pri konštrukciách lodí (vystavený kajak Sea Lion), alebo je súčasťou ich vybavenia, napr. pevné a zároveň ľahké časti sťažňa plachetnice Davida Schwartza. Perspektívne je využitie v automobilovom a leteckom priemysle, športovom výstroji a ďalších odboroch. Druhou technológiou je výroba sendvičov z tenkých dosiek plnených pevným, poréznym materiálom, plastmi, voštinami. Presvedčivé boli ukážky vzorných konštrukcií stoličiek Alberta Medu Light, light (1987) z uhlíkových vlákien a voštín lisovaných za tepla, alebo ľahká a pevná kancelárska stolička Aeron (1994) Donalda Chadwicka a Williama Stumpfa. Inšpiráciu materiálom z bojového lietadla využili na skriňu počítača Laepfrog (1992) Richard Sapper a Samuel Lucente. Použitie kompozitov a pružného optického vlákna so skleným jadrom a halogenidovou žiarovkou sa osvedčilo v novom type osvetľovacieho systému Mylight (1994) Šozo Tyošizu, určeného predovšetkým do ťažko prístupných priestorov.



Knižné zarážky Tra (1992) z harmonickej ocele a elastomérov. Dizajn: **Francesco Scansetti, Giorgio Scuriolli.**

Sekcia kovov, prelínajúca sa s kompozitmi, predstavila používanie zliatin ocele, magnézia, titánu, hliníka v najčastejšie používaných technológiách valcovania za tepla, pretláčania a liatia pod tlakom do foriem. Vynikajúce izolačné vlastnosti magnézia našli uplatnenie v pretláčaných profiloch a ďalších izolačných komponentoch. Titán je svojou ľahkosťou a pevnosťou vhodný pre veľmi namáhané konštrukcie, ktoré na výstave prezentuje Trojkolka (1995) Michaela Burrowsa a premyslené pojazdné stoličky pre invalidov (1991) Kazua Kawasakiho. Ten využil v konštrukcii rám z titánu, kolesá z kompozitov a uhlíkových vlákien, vnútorné časti z hliníkovej voštiny, pneumatiky z gumy a sedadlo s operadlom z gumených segmentov plnených vzduchom. Zo zliatin harmonickej ocele sú výrobné vtipné knižné zarážky s plastovými ukončeniami Tra (1994) Francesca Scansettiho a Giorgia Scuriolliho. Obdivuhodné sú aj rôzne lineárne profily s pamäťovou schopnosťou, používané v rámoch na okuliare a nosičoch pier a ceruziek. Ukážkou použitia recyklovaného hliníka je aj šperkovnica Egg (1994) Hisanoriho Masudu.

Mnohé tradičné výrobky z kovov sa dnes vyrábajú z modifikovaných materiálov. Konštrukčné časti sú z plastov a kompozitov, súčasti motorov a turbín z upravenej keramiky, rezné nástroje z nových typov keramiky a skla. Tento materiál premenou molekulárnych systémov prešiel radikálnym vývojom priaznivo ovplyvňujúcim jeho vlastnosti a použitie. Keramika zároveň prevzala i výrobné technológie z iných materiálov, kovov, skla a pod. Keramický materiál Cermet je pevnejší než oceľ, ľahší než hliník a 5-krát odolnejší než pôvodná keramika. Tá, obohatená o oxidy kovov, sa využíva na výrobu extrémne namáhaných častí motorov v strojárstve. Keramika sa dá obrábať ako kov alebo vstrekovať pomocou roztaveného polyméru. Vystavené miniatúrne strojčeky na zuby a súčasti ďalšej zdravotníckej techniky boli dokonalé. Technológia odlievania a sintrovania bola využitá v ľahkom a nepoškrabateľnom povrchu hodínok Wernera Scholpa. Mimoriadne zaujímavou ukážkou využitia keramickej peny Seele s komôrkovou štruktúrou bolo svetidlo (1994) Harryho Allena.

Z rozsiahlej skupiny plastov sa tu okrem už zmienenej peny, gumy a gélov predstavili aj polyuretánové živice vulkanizované za tepla v kovových formách, ktorých výrobná technológia je zatiaľ veľmi nákladná. Ukážkou boli krásne tvarované transparentné farebné potápačské plutvy (vrátane formy) Boba Evansa. Stúpajúca krivka



Skriňa na televízor Jim Nature (1993) **Philippe Starck** vyrobená z kompozitu plín so spájadlami.

Ručné zvážšovací šošovky Clear Vision (1994) **Gordona Randalla Perru** a **Richarda Teinblooma** z liateho polyuretánu a optického skla.



Knihomoľskej police (1994) Rona Arada je z matného extrudovaného a vstrekaného termoplastu. Z jednoduchších polymérov sa dnes lisovaním a vstrekaním do foriem, pretláčaním a vyfukovaním či odstredovaním vyrába veľká škála predmetov na každodenné použitie. Na výstave sa prezentovali misy, poháre, kontajnery a tienidlá na lampy, napr. visuté osvetľovacie teleso Havana (1993) Josefa Foraklisa z vyfukovaného polyetylénu.

Živice kombinované so zvyškami nastrihaných tkanín alebo ligno- a celuloporéznych materiálov sa stávajú základnou surovinou na výrobu nábytku, ako ich predstavila napríklad pohovka Gaetana Pesceho. Kombinácia s dreveným odpadom a pilinami je už dávnejšie základom kombinovaných materiálov používaných v nábytkárskom priemysle. Z tohto kompozitu vytvaroval veľmi zaujímavú skriňu televízora Jim Nature (1993) Philippe Starck. Novú štruktúru ukázal materiál Maderón vyrábaný z mandľových škrupín. Netradičným materiálom na výrobu nábytku je tzv. Softwood, latovky a dyhy vyvinuté aeronautickým priemyslom. Sú to prírodné dyhy vrstvené polyuretánovou penou priamo na kostru. Vrstvený materiál z javorových lát v kombinácii s polyuretánom využil Frank Gehry na kreslá Cross Check (1992). Medzi nezaradenými modifikovanými materiálmi bolo aj niekoľko netradičných exponátov, napríklad pôvabný súbor koreničiek z extrudovanej ryžovej suspenzie z Japonska v tvare prírodných plodov a semien, alebo obaly na potraviny lisované z kukuričného škrobu. Kompozity z cementu v kombinácii s rôznymi materiálmi (i recyklovanými) nachádzajú uplatnenie predovšetkým v stavebníctve ako dlaždice, obkladový materiál a tapety.

Výstava Mutantné materiály v súčasnom dizajne poskytla rozsiahle informácie o najnovších trendoch využívaných výrobcami v spolupráci s dizajnérmi. Boli tu prehľadným spôsobom prezentované výsledky koncepčného ekonomického a ekologického myslenia - dôležitým predpokladom všetkých modifikovaných materiálov je ich recyklovateľnosť. Dôraz sa kladie predovšetkým na materiál, osobnosť dizajnéra a výrobcu je až druhotná. Je však logické, že bez nadaných, schopných a dobre informovaných dizajnérov by v budúcnosti nebolo možné mutované materiály nápadito spracovávať a využívať.

Jana Pauly je kurátorkou zbierky priemyselného dizajnu Národného technického múzea v Prahe.



Kancelárska stolička Aeron **Donalda Chadwicka** a **Williamu Stumpfa** (1994).

Fotografie zapožičala Národná galéria v Prahe a Museum of Modern Art v New Yorku.

zlo- te- ži- podmienky podnikania

V štruktúre inštitúcií, ktoré sa svojou činnosťou dotýkajú podnikateľského sektora, má osobitné postavenie Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania (NARMSP) so sieťou regionálnych poradenských a podnikateľských centier. V priestore medzi podnikateľskými subjektmi, ktorým priamo poskytuje služby, a Ministerstvom hospodárstva a vládou, kam sa dostávajú jej návrhy a odporúčania, môže významne ovplyvňovať situáciu v oblasti malého a stredného podnikania. Činnosti agentúry a perspektívam tohto sektora slovenskej ekonomiky je venovaný rozhovor s Ing. Jurajom Majtánom, generálnym riaditeľom Národnej agentúry pre malé a stredné podnikanie.

SEKTOR MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV PRINÁŠA RAD POZITÍVNYCH PODNETOV PRE TRHOVÚ EKONOMIKU ŠTÁTU. POSILŇUJE KONKURENČNÉ PROSTREDIE, DYNAMIZUJE HOSPODÁRSKE PROCESY, VÝZNAMNE SA PODIELA NA TVORBE HRUBÉHO DOMÁCEHO PRODUKTU A V NEPOSLEDNOM RADE ABSORBUJE ZNAČNÚ ČASŤ PRACOVNÝCH SÍL, KTORÉ S ROZPADOM VEĽKÝCH ŠTÁTNYCH PODNIKOV PRICHÁDZAJÚ O PRACOVNÉ MIESTA. TO JE DOSŤ DŮVODOV NA TO, ABY SA PODPORA TOHTO SEKTORA STALA DÔLEŽITOU SÚČASŤOU HOSPODÁRSKEJ POLITIKY ŠTÁTU.

V CYKLE ROZHOVOROV SME OD Č. 1/97 ZAČALI V DE SIGN UM MAPOVAŤ FORMY A INTENZITU PODPORNÝCH AKTIVÍT ŠTÁTU, NEVYHNUTNÝCH NA VYROVNÁVANIE SLABÍN SEKTORA, KTORÉ SPOČÍVAJÚ PREDOVŠETKÝM V MALEJ KAPITÁLOVEJ SILE A NESKÚSENOM MANAŽMENTE MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV. NÁŠ POHLAD JE MOTIVOVANÝ ZÁUJOMOM O PODMIENKY NA INOVÁCIE A ZAVÁDZANIE DIZAJNU V PODNIKATELSKEJ STRATÉGIÍ.

dizajn v malých a stredných podnikoch

Aký je súčasný stav v oblasti malého a stredného podnikania (MSP)?

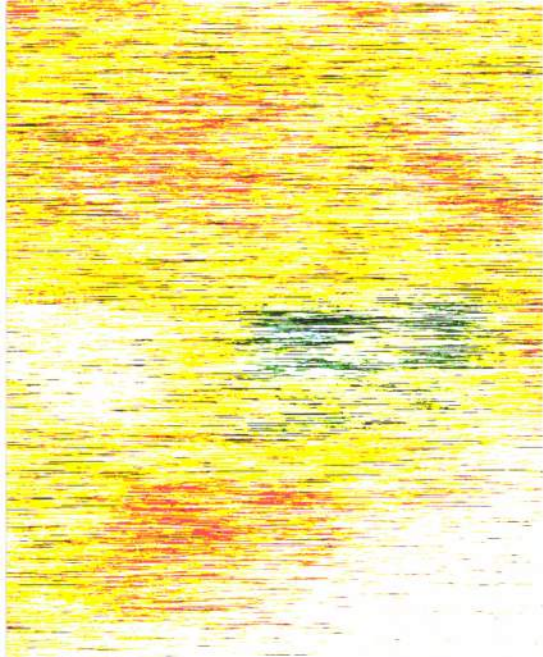
Jednou z úloh agentúry je monitorovanie podnikateľského prostredia a sledovanie vývoja na Slovensku. Z našich údajov vyplýva, že stav MSP na Slovensku sa úspešne rozvíja. Stále rastie počet podnikateľských subjektov - právnických osôb, v súčasnosti je ich 52 000, drvivá väčšina z nich sú spoločnosti s r.o. Živnostníkov je zhruba 270 000, tu zaznamenávame mierne klesajúcu tendenciu v posledných dvoch rokoch, čo však z hľadiska vývoja tohto sektora po roku 1989 môžeme považovať za akceptovateľné. Napriek skutočne zložitým a ťažkým podmienkam, ktoré dnes podnikatelia majú, sa tento sektor stále rozvíja. Monitorujeme prostredie, ktoré skutočne nie je ideálne, naopak, je až nemotivačné - z hľadiska finančného a administratívneho zaťaženia i zložitej legislatívy. Podnikatelia nemajú vzdelanie na to, aby dokázali čítať zložité zákony viažuce sa k podnikaniu, a často sa stáva, že tieto zákony nie sú rešpektované tak, ako by mali. Snažíme sa navrhovať opatrenia na zlepšenie situácie, ale sme v úlohe navrhovateľov. Či naše návrhy prejdú, to je vec našich zákonodarných orgánov, resp. vlády. Preto sme aj pripravili Strednodobú politiku pre rozvoj MSP do roku 2000, ktorú sme predložili vo febr. t. r., kde sme navrhli, aké ciele by sme mali dosiahnuť, ale zároveň aj opatrenia, ako ich dosiahnuť, a tiež finančné požiadavky na štátny rozpočet, aby sa tieto opatrenia mohli realizovať. Takže keď to zhrniem, vývoj je pozitívny z hľadiska takmer všetkých ukazovateľov, či už podľa počtu podnikateľských subjektov, ich podielu na HDP, aj zamestnanosti - asi 50 % práce-schopného obyvateľstva zamestnávajú MSP, čo je z pohľadu štátu veľmi dobrý ukazovateľ. Stojí za to malé a stredné podniky podporovať.

Aj u nás sa teda potvrdzujú trendy vyspelých ekonomík...

Samozrejme, máme skúsenosti, kam sa rozvoj MSP uberá aj v štátoch s vyspelou trhovou ekonomikou, a všetko ukazuje na to, že u nás je ešte stále priestor pre jeho ďalší rozvoj. Bolo by žiaduce, aby sa legislatívne podmienky a niektoré pravidlá podnikania prispôbovali skutočným potrebám. Keď spomeniem napr. úpravy za posledný čas, či už je to EXIM banka, Fond na podporu zahraničného obchodu, depozity, dovozná prírážka, to všetko sú opatrenia, ktoré - okrem tých, čo tu už boli - opätovne sťažili situáciu malých a stredných podnikateľov. Súčasná situácia, v ktorej podnikajú, skutočne nie je jednoduchá.

Aká je úloha NARMSP v rámci štátnej podpory MSP?

Agentúra bola zriadená ako koordinátor medzinárodných a národných aktivít v prospech MSP, preto sa stala aj programovou riadiacou jednotkou programu PHARE. Prostriedky určené na rozvoj malého a stredného podnikania, ktoré idú cez národnú agentúru, nie sú len prostriedky z PHARE, ale aj zo štátneho rozpočtu, a taktiež plynú z určitých bilaterálnych dohôd so štátmi západnej Európy. To sú zdroje peňazí, ktoré využívame v prospech MSP formou rôznych programov. Šírka našich programov je veľká - od „akademickej“ formy pomoci cez poradenské služby až po poskytovanie úverov. V prvom rade monitorujeme prostredie, navrhujeme politiku MSP, pripravujeme štúdie o MSP. Druhou podstatnou službou, ktorú podnikateľom ponúkame, sú komplexné poradenské služby prostredníctvom 12 regionálnych poradenských a informačných centier (RPIC) a 5 podnikateľských informačných centier (Business Innovation Center - BIC). Je to daňové, právne poradenstvo, spracovanie alebo posúdenie podnikateľského zámeru atď. až po poskytnutie zdrojov na podnikanie - pôžičiek, úverov, resp. krytého kapitálu. BIC sa zameriavajú na podniky inovatívneho charakteru, ktoré majú progresívne technológie, resp. zavádzajú výrobu progresívnymi technológiami,



a navyše sú schopné poskytnúť novým inovatívnym firmám kancelárske priestory na určitý čas za výhodných podmienok a komplexný servis. RPIC a BIC sú výkonné jednotky, cez ktoré sa realizujú poradenské služby pre MSP, samozrejme, v určitej miere poskytujeme tieto služby aj priamo cez agentúru.

Aká je situácia s úverovými zdrojmi? Podnikatelia sa sťažujú, že je ich málo.

Je to problém číslo jeden. Trh je podkapitalizovaný a malí a strední podnikatelia nemajú jednoducho prístup ku kapitálu. Nie sú schopní vlastnou činnosťou naakumulovať kapitál, ktorý by im zaistil ďalší rozvoj firmy. Naša agentúra pripravila programy, ktoré pomôžu podnikateľom dostať sa k prostriedkom. Samozrejme, že tieto zdroje sú obmedzené, a aj keď uvediem, že sme zatiaľ do programu vložili - v absolútnom čísle - 1,2 mld. Sk, čo je dosť, treba povedať, že máme zhruba štvornásobne väčší počet dobrých podnikateľských zámerov, ktoré by stálo za to realizovať. Nie je však možné ich uspokojiť vzhľadom na obmedzený počet finančných zdrojov.

Čo s tým?

Musíme sa snažiť získať ďalšie zdroje na podporu MSP. V súčasnosti pripravujeme tretí krok tohto podporného úverového programu, v ktorého rámci by sme mali v priebehu druhého polroka t. r. poskytnúť ďalších 600 mil. Sk na oživenie podnikateľskej sféry, aj keď nemôžeme uspokojiť všetkých.

Aké sú podmienky na získanie úveru?

Základnou podmienkou je dátum vzniku firmy po 1. 1. 1990, môže to byť úplne nová firma, ale aj už rozbehnutá. Musí to byť malá alebo stredná firma so sídlom na Slovensku, minimálne 51 % kapitálu firmy musí byť súkromného, a zopár ďalších podmienok. Jednou z najdôležitejších je to, že poskytujeme úvery len do výrobnnej sféry alebo do sféry služieb a aktívneho cestovného ruchu. Obchodné aktivity a poľnohospodárska prvovýroba sú vylúčené.

Aká je spätná väzba účinnosti vašich podporných programov?

Štvrťročne pripravujeme správu o realizácii programu a jej súčasťou sú aj údaje o projektoch, ktoré nie sú také úspešné, ako sa predpokladalo, a stávajú sa z nich tzv. klasifikované úvery, resp. zlé podnikateľské zábery. Z tohto hľadiska je náš program veľmi úspešný, len u 8,8 % podnikateľských zámerov sú problémy so splácaním a nesplatená istina tvorí len 2 % z objemu poskytnutých úverov.

Aké sú príčiny týchto neúspechov?

Najčastejšou príčinou je nedostatočný marketing. Marketing je aj najdôležitejšou stránkou podnikateľského zámeru, a preto hodnoteniu tejto oblasti venujeme aj maximálnu pozornosť. Darmo podnikateľ vyrobí dobrý výrobok, keď ho nie je komu prediť. Toto je kameň úrazu, pretože u nás neexistujú zatiaľ špecializované marketingové firmy, ktoré by dokázali spracovať marketingovú štúdiu na zavedenie určitého výrobku alebo na predaj výrobku. Zatiaľ túto úlohu plnia také inštitúcie, ako sme my, resp. naše poradenské centrá.

Teda máte odborníkov na marketing?

Nedá sa jednoznačne povedať, že máme špecialistov na vypracovanie marketingovej štúdie, ktorá by zaručila úspech. Naši pracovníci však poznajú región, majú

prehľad o situácii, ktorý podnikateľovi chýba. Navyše pri schvaľovaní podnikateľských zámerov hrá ďalšiu úlohu úverový výbor banky, ktorý marketingu tiež dáva prioritu. Každý podnikateľský zámer prechádza teda dvoma sitami - nami a bankou - a možno aj to je dôvod vysokej úspešnosti podnikateľských zámerov.

Čo sa dá urobiť na pozdvihnutie úrovne profesionalizmu v marketingu?

Nepovedal by som, že to treba len v marketingu. Jednou z našich aktivít je aj vzdelávanie podnikateľov, pripravujeme rôzne semináre, školenia, či už v oblasti marketingu, finančného manažmentu a iných oblastí podnikania za veľmi výhodných podmienok. Záujem o kurzy je, no mal by byť ešte väčší. Niekedy je problém klientov presvedčiť, že aj teória niečo prinesie, že nie je všetko len mať dobrý nápad a začať podnikáť, treba sa na to podnikanie aj pripraviť.

Ako som zistila, nerozlišujete, či ide o podnikateľský zámer založený na spracovaní domácich surovín, pôvodný slovenský dizajn a know-how, teda domáce intelektuálne a materiálne zdroje. Prečo ich nepreferujete?

Je to zaujímavá myšlienka, ako využiť potenciál, ktorý tu máme - od vzniku myšlienky až po realizáciu a predaj. Naša agentúra nevenuje dizajnu špeciálnu pozornosť a nevidujeme firmy, ktoré pracujú s dizajnom. V žiadnom prípade však takýto podnikateľský zámer nevylučujeme. Je na zváženie, či by na to mal byť nejaký špeciálny program. Aj keby takáto vec bolo, myslím si, že by to nemalo byť cez inštitúciu nášho typu, ktorá sa venuje celej šírke MSP, pričom dizajn je len malá časť záberu MSP.

Pravdou je, že keď má výrobok dobrý dizajn a úžitkové vlastnosti, tak rozhodne priláka zákazníka. Dizajn má z tohto pohľadu úlohu aj v MSP. Ale opakujem, nie je to špeciálna činnosť, ktorej by sme sa venovali.

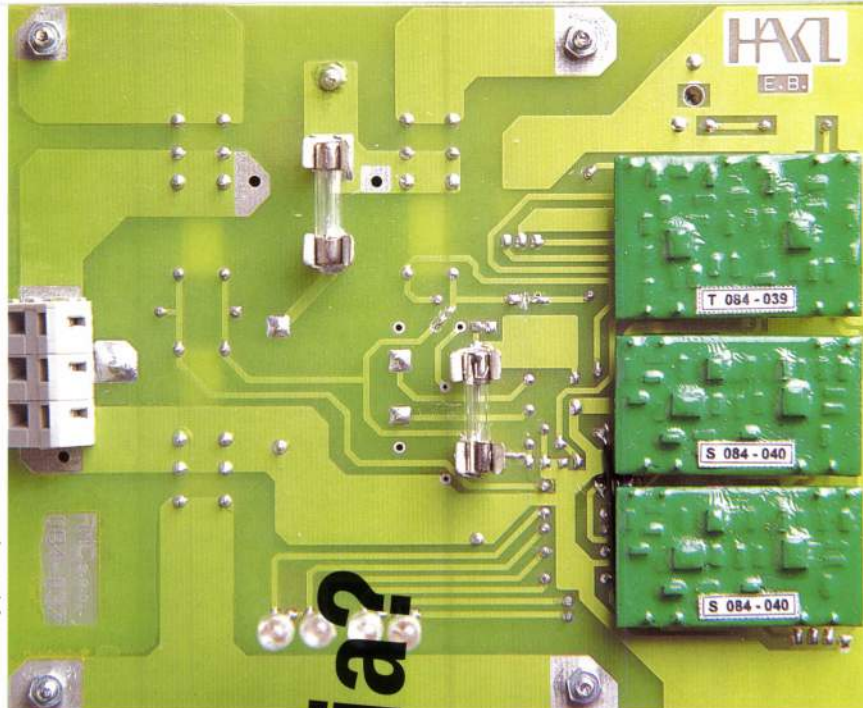
Ako sa o vás podnikatelia dozvedia?

Samozrejme, nemôžeme osloviť každého podnikateľa jednotlivo. Propagujeme naše aktivity cez médiá, vydávame vlastný časopis Podnikanie, prispievame do iných periodík, sme v úzkom kontakte s inými inštitúciami, ktoré sa zaoberajú MSP. Organizujeme tlačovky aj na regionálnej úrovni, snažíme sa robiť všetko, aby o nás vedeli. Podnikateľ musí byť dravý za informáciami, potom sa dozvie všetko o tom, čo môže získať.

Ďakujem za rozhovor.

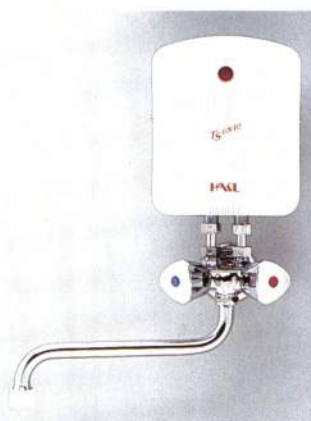
Adriena Pekárová

Elektronický panel prietokového ohrievača.



Šťastie či intuícia?

Prietokový ohrievač Hakl EB, ktorého výroba sa rozbehne koncom t. r.



Prietokový ohrievač Hakl TS



BRATISLAVSKÁ FIRMA HAKL S POČTOM 25 ZAMESTNANCOV EŠTE STÁLE NEPRESIAHLA HRANICE MALEJ FIRMY, NO SVOJIMI AKTIVITAMI PATRÍ K POPREDNÝM VÝROBCOM PRIETOKOVÝCH OHRIEVAČOV NA SLOVENSKU.

JEJ PODNIKATELSKÝ PRÍBEH SA ZAČAL ROKU 1991, PODOBNE AKO PRÍBEHY MNOHÝCH INÝCH SLOVENSKÝCH FIRIEM V TOMTO OBDOBÍ, KEĎ POLITICKÉ A EKONOMICKÉ ZMENY OTVORILI PRIESTOR PRE TVORIVÝ PODNIKATELSKÝ DUCH. ENTÚZIAZMUS ĽUDÍ ZVÄČŠA NAHRÁDZAL MANAŽÉRSKE A INÉ ODBORNÉ ZNALOSTI A VLASTNÉ OMYLY BOLÍ NAJCENNEJŠIMI SKÚSENOSŤAMI, ČASTO VEĽMI TRPKÝMI, NA KTORÝCH SA VYTVARALI ZÁKLADY STABILNÉHO ORGANIZMU.

OD OBCHODOVANIA „SO VŠETKÝM, ČO SA DALO (OD JOGURTOV AŽ PO ELEKTRONIKU)“, SA OTEC A SYN HAKLOVCI DOSTALI K PRIETOKOVÝM OHRIEVAČOM A ZISTILI, ŽE NA TRHU CHÝBAJÚ. DNES D. HAKL, RIADITEĽ FIRMY, HOVORÍ O ŠŤASTÍ, ŽE NATRAFILI NA SORTIMENT,

KTORÉMU SA MÁLOKTO VENOVAL, NO BEZ PRAVEJ PODNIKATELSKEJ INTUÍCIE, ČO STOJÍ NA ZAČIATKU KAŽDÉHO ÚSPECHU, ANI ONO NEPOMÔŽE. HAKLOVCI POCHOPILI TÚTO SITUÁCIU AKO SVOJU PRÍLEŽITOSŤ A ROZHODLI SA SÚSTREDIŤ SVOJE SÍLY - ODBORNÉ I FINANČNÉ - PRAVE DO TEJTO OBLASTI.

Ako hovorí Dušan Hakl ml., riaditeľ firmy, ponuka domácich výrobcov nezodpovedala ich predstavám o kvalite, a tak sa po počítačnom úspechu v predaji prietokových ohrievačov rôznych výrobcov najjednoduchším riešením zdalo začať prispôbovať ohrievače vlastným predstavám. Začali farebnými úpravami krytu tradičného výrobku, no veľmi rýchlo pristúpili aj na zásadnejšie zmeny tvaru a hlavne vnútorného vybavenia ohrievača už s vlastnými vývojovými kapacitami.

Čo ich k tomu viedlo? „Ak máte v obchode vedľa seba výrobky od troch výrobcov, všetky zohrejú vodu približne s rovnakým príkonom, tak veľmi záleží na dizajne a službách, ktoré výrobca ponúka. Kvalita a cena sú rozhodujúce pre úspešnosť predaja. Preto sa snažíme, aby naše výrobky boli kvalitné - funkčne i vzhľadom, cenovo dostupné a ponúkame aj servis s náhradnými dielmi.“

Záujem o ohrievače s estetickejším riešením ich povzbudil v úvahách o inováciách, a tak sa pred dvoma rokmi rozhodli rozšíriť výrobu o nový výrobok. Vypísali súťaž pre študentov katedry dizajnu VŠVU na riešenie dizajnu nového prietokového ohrievača. Z mnohých študentov, ktorí na tejto úlohe pracovali, sa rozhodli pre návrh Rasťa Čeleďu, s ktorým spolupracujú dodnes. Vývoj nového výrobku však nie je jednoduchá vec, jeho návrh, akokoľvek presne vypracovaný, je len východiskom na ceste k priemyselne vyrábanému produktu. „Tvar, ktorý Čeďeda navrhol, musel splniť tri podmienky: mať dobrý dizajn, musel sa dať vyrobiť a zodpovedať normám. Skíbiť tieto podmienky je veľmi zložitá a usilujeme sa o to takmer až dodnes. Kým sme dospeli k finálnej podobe, konštrukčné i tvarové riešenie sa veľakrát menilo po absolvovaní technických skúšok, po kontrole súladu s normami a nakoniec aj po konzultáciách s výrobcami foriem. Bol to kolobeh konzultácií a úprav, keď jedna malá zmena spôsobila zmenu celého funkčného modelu. Preklenuli sme však všetky problémy. Dali sme si latku dosť vysoko, ale dnes už máme pripravený výrobok, ktorý by mal spĺňať aj náročné európske kritériá,“ hovorí D. Hakl. O náročnosti prípravy nového modelu prietokového ohrievača hovoria nielen časové úseky - vývoj trval 1 a 1/2 roka a samotná príprava na sériovú výrobu 3/4 roka -, ale aj finančná náročnosť vývoja nového výrobku, ktorý firma pokrývala vlastnými zdrojmi, čo takmer ohrozilo jej existenciu.

Akú istotu v návratnosť investície poskytol marketing? „Samozrejme, prieskum trhu sme si museli urobiť, aby sme nevymýšľali už vymyslené. Zistili sme, najmä prieskumom medzi našimi odberateľmi, že prietokové ohrievače sú veľmi žiadané. V čase, keď sme začínali, na našom trhu ich ponúkal jedine český výrobca. Prietokový ohrievač je pritom oveľa výhodnejší oproti zásobníkovému. Napriek tomu, že pracuje na väčší príkon, v konečnom dôsledku ušetrí elektrinu, lebo vodu zohrieva len vtedy, keď otvoríte kohútik.“ Čo hovorí D. Hakl o prednostiach nového modelu ohrievača? „Výhodou nového ohrievača okrem kvalitného dizajnu je to, že sa dá namontovať až na dve-tri odberové miesta do vzdialenosti 5 m od seba a funguje na samospád. Zohrievanie



riadi elektronický panel, ktorý je tiež výsledkom nášho vlastného výskumu. Jeho výrobu sme zadali podľa našich výkresov osvedčenému výrobcovi v Novej Dubnici.“

Výhodou malého rodinného podniku, akým je firma Hakl, je i schopnosť pružne reagovať na požiadavky odberateľov.

Ukázalo sa to najmä pri dodávkach do zahraničia, kde sa treba prispôbiť domácim podmienkam a normám odlišným od našich.

„Môžem to len potvrdiť. To je kameňom úrazu veľkých firiem,“ dodáva D. Hakl. „Vidím to aj na našej firme. Pred dvoma rokmi nebol žiaden problém urobiť akúkoľvek zmenu podľa individuálnej požiadavky. Dnes, keď už naša výroba nabrala určité obrátky, nás každá zmena stojí viac námahy i peňazí. Výroba má už svoj stabilný rytmus a celý cyklus sa ťažšie prispôbuje zmenám.“

Firma však nemôže zabrzdiť svoj rast, a na to sa ani vo firme Hakl nechystajú. Priblížili sa takmer na dosah k splneniu cieľa uviesť na trh nový prietokový ohrievač HAKL EB, ktorého sériová výroba sa rozbehne na jeseň.

Pokračujú i vo vylepšovaní tradičného výrobku HAKL TS a pripravený je už návrh celkom nového typu prietokového ohrievača z dielne - možno povedať už firemného - dizajnéra R. Čeledu.

Ambíciou firmy Hakl je presadiť sa so svojimi novinkami nielen na domácom, ale predovšetkým na zahraničnom trhu. S tým súvisí aj nevyhnutnosť získavania zahraničných certifikátov, čo sa zatiaľ celkom darí. S rozširovaním sortimentu produkcie súvisí aj perspektíva ďalšieho budovania firmy. Ako ju vidí D. Hakl? „Firma sa stále rozširuje, to je náš prvoradý cieľ. Naša firma má tri časti: administratívu a obchod, kompletizačnú dielňu a výrobu. Už dnes vyrábame naše výrobky na 80 % sami. Ostať stáť na mieste v jednom zo sektorov zna-



mená, že začne pokrývať celá firma a môže podlahnúť konkurencii. Treba napredovať, prichádzať s novými nápadmi. Ak je človek so sebou spokojný a zastane, tak to je koniec.“

Adriena Pekárová

Nový typ prietokového ohrievača

Foto: Slavomír Tomašovič



Stolička Barbar.
Dizajn: Garoustová a Bonetti, 1981.



Stolička Tutti Frutti.
Dizajn: Pascal Mourgue, 1992.



Polica Satragno.
Dizajn: Martin Szekely, 1994.



Stól 3 Suisses.
Dizajn: Philippe Starck, 1995.

list z Paríža francúzsky dizajn

„S výnimkou niekoľkých výnimočných postáv, možno dnes hovoriť o francúzskom dizajne?“ To je principiálna otázka Raymonda Guidota, teoretika dizajnu (a člena výberovej komisie výstavy Design français: l'art du mobilier 1986-1996), ktorej vznik zapríčinili dve retrospektívy francúzskej nábytkovej tvorby v Paríži: **Made in France - Design** (Centre Georges Pompidou, marec - jún 1997) a **Design français: l'art du mobilier 1986-1996** (Centre Culturel Boulogne-Billancourt, marec - jún 1997). Prečo sa pýta? Pretože na to, aby francúzsky dizajn existoval, nestačí len hovoriť. Zvlášť keď francúzski odborníci tvrdia, že do 80. rokov, približne asi 30 rokov, francúzsky dizajn neexistoval.

Obidve následnú odpoveď na Guidotovu principiálnu otázku a zamerajúc sa na tieto dve reprezentačné akcie, francúzska denná tlač i špecializované periodiká konštatovali, že obe vzdali poctu francúzskemu dizajnu, hold francúzskym dizajnérom a boli i oslavou určitých inštitúcií - tých, ktoré sa o existenciu francúzskeho dizajnu zaslúžili: ministerstvo priemyslu, VIA, vybrané galérie a centrá výroby. Zároveň však tieto dve výstavy vyvolali i vlnu kritiky, odmietavých postojov a pochybností o kvalite a smerovaní súčasného francúzskeho nábytkového dizajnu.

Sujetom výstav bol dizajn nábytkových solitérov (sem-tam i elektrospotrebičov) a malých sérií navrhnutých najlepšimi z najlepších, ktoré Francúzsko môže ponúknuť za posledných po a)16 (**Made in France - Design**), po b)10 rokov (**Design français: l'art du mobilier 1986-1996**).

a) Inštitúcia, akou je Centre Georges Pompidou (ponímaná ako konzervatívna a stavajúca len na „istom“), si za úlohu predstavovala predstaviť štýly 80. rokov a ilustrovať začiatok 90. rokov prostredníctvom skromného, ale zato reprezentačného výberu z kolekcii Národného fondu súčasného umenia a zbierok Centre Georges Pompidou. Tak sa stalo, že výstava **Made in France - Design** bola výstavou, ktorá prezentovala hodnoty zvané „isté“ a charakterizovala, ozaj len symbolicky, 80. roky ako roky hľadania a experimentovania, prístupnosti limitovanej sériovej výroby, evidentných formálnych rozdielov, slobody výrazu i dizajnérov, doby podpory štátu, galérií a médií, konca anonymného dizajnu a počiatku dizajnu signovaného a roky 90. ako dobu s ohromujúcou výhodou zapojenia sa priemyselnej výroby, schopnosti odpovedať na dopyt trhu, dobu jednoduchých foriem a výrazných farieb. Ako „isté“ hodnoty vystupovali: Starck (napr. stolička Costes, 1981), Wilmette, Garoustová a Bonetti (stolička Barbare, 1981), Szekely (Chaise longue, 1983), Nemo, Gavoille, Jourdan...

b) Naopak, **Design français: l'art du mobilier 1986-1996** bola výstavou pripravovanou menej konvenčným tímom (spolukomisar P. Staudenmeyer - riaditeľ galérie Neotu v Paríži), ktorý vychádzal zo základného poznania, že ešte roku 1986 francúzsky dizajn neexistoval (!). Prezentovaných bolo 120 kusov navrhnutých v poslednom desaťročí celebritami vytvárajúcimi už „isté“ hodnoty, zastúpení však boli i „mládežníci“ (asi 50 autorov). Výsledkom bola transgeneračná asambláž útočiaca na všetkých štýlových, materiálových i intelektových frontoch, medzi inými: Épinard Bleu, J.-P. Gaultier, Nemo, Schmitt, Totem...

Prečo do roku 1986 nebol vo Francúzsku dizajn? Pretože všetko dobré a nové prichádzalo z Talianska, pretože od roku 1966 v Taliansku začali vybuchovať bomby (Sacco-Alchimia-Memphis), čím vo Francúzsku nastalo zatmenie prejavujúce sa chudobou foriem a neschopnosťou obnovenia repertoáru. Dokonca sa tvrdí, že do 80. rokov neexistoval, v dôsledku konzumnosti, ani Paríž. Taliansky dizajn bol všadeprítomný a nesmierne plodný na štýly a trendy, produkciu i komunikáciu.

Vo Francúzsku prináša zmenu začiatok 80. rokov s mitterandovskou dotačnou a široko-rekonštruujúcou kultúrnou politikou (jej výsledkom sú napríklad i nové parížske architektonické atrakcie - Peiova „Pyramída“, La Défense, Opera atď.). Silným štátnym impulzom na posilnenie rivalít francúzskeho dizajnu bola (a je) VIA - asociácia pre hodnotenie inovácie v nábytkárstve založená roku 1979, s funkciou absolutistickej propagácie francúzskej nábytkovej tvorby doma i v zahraničí, udeľujúca ako najvyššie ocenenie tzv. „carte blanche“ (voľnú ruku). Na súkromnom poli bojovali za francúzsky dizajn produkčné centrá Écart International, 3 Suisses, Ligne Roset..., galérie Neotu, En Attendant les Barbares, Nestor Perkal...

Preto sa francúzsky dizajn 80. rokov právom charakterizuje ako bohaté experimentovanie štýlov i materiálov a právom mu patria prívlastky živý a bojaschopný, so stále prítomným odhodlaním riskovať - vo výbere materiálov, farieb, v napätí a flexibilitě foriem. Je to obdobie žonglovania s materiálmi - objavujú sa zliatiny, používa sa titán, kARBónové vlákno, hliník, drevo, lepené lamely, aeronautické materiály, polypropylén, ale tiež sa zachováva vernosť klasických materiálov, avšak v novom esprite - keramika, granit, sklo, drevo, zoxidovaná oceľ... Od začiatku 80. rokov francúzsky dizajn div nedostáva príkazom vynaliezať svoj vlastný štýl - prichádza výtvarnosť, poézia, kreativita. Prichádza Totem s polychrómovaným nábytkom v štýle „negro“ z 20. rokov, Nemo s nábytkovými gagmi, Garoustová a Bonetti s rafinovanou konfrontáciou materiálov i štýlov (primitivizmus, neobarok...), Schmitt so stredovekou čarodejníckou inšpiráciou, Starck s Willmottom z post- a modernizmom a ďalší a ďalší s inšpiráciami v Art-déco Ruhlmann a Chareaua, v umeleckom stolárstve 18. storočia... Takže Francúzi zažehnali taliansky syndróm a na medzinárodnom poli znovunadobudli svoju typickú, ničím neohrozenú noblesu.

Treba pripomínať, že práve takýmto variétom bol daný francúzskemu dizajnu štýl? A ten, ktorý ho tvorí, je individualista, so silným putom k elegancii (vždy chápaná ako typický francúzsky rys), s vkusom a so cťou a je slobodný vo vzťahu k výrobným prostriedkom? Zvlášť od roku 1986 prerážajú výrazné talenty a tvoria sa kusy, ktoré majú šancu stať sa ikonami. Za základnú „parížsku pätku“ sú označení Starck, Garoustová a Bonetti, Dubuisson, Szekely a Bauchet.

A čo na výstavy kritika odbornej kritiky? Obe boli označené za upravené a pekne zoradené bazáre, predčasne označené za retrospektívy. Pre aké publikum sa tvoria takéto predmety? „Veď dnešný francúzsky občan je akurát dezorientovaný prostredníctvom takéhoto formálneho »šasťkovania«, turbulentného striedania materiálov, ohromujúcich dekoratívnych efektov neschopných prežiť a radšej zahodiť myšlienku integrácie nábytku-objektu do svojho osobného sveta a domácnosti a preferuje ponechať ho v bezpečnej vzdialenosti - »v getách« špecializovaných obchodov a v múzeách.“ Je to otázka-problém módnosti a gýča?

Obe výstavy prezentovali viac-menej jedno desaťročie tvorby nábytkových indíviu, ukázali, že „francúzsky dizajn dnes nevlastní ani štýl, ani štýly, len vrtkavý a nestály charakter, ktorý - zdá sa - je odsúdený na módnú pominuteľnosť, je postmodernou pózou, a aj keď určité kusy sú »chutnými zábavkami«, je vskutku raritou stretnúť sa s objektom, ktorý je schopný zvádzať a okamžite ohromiť diváka až do úplnej straty zmyslov“. Pre kritiku je zjavná jeho „urozprávanosť“ a druhotnosť. Francúzsky dizajn je pre ňu rozmazaným deckom, ktoré opovrhne normálnym svetom, kde žijú obyčajní ľudia. Ide o klamlivú modernosť a dizajnérsku tromp l'oeil, bohatú na koncepty a nesplnené sľuby. Dokonca i na konformizmus (!).

A kto je tým najhorším? Nikto iný ako Philippe Starck, ktorého realizácie sú príkladnou klamlivosťou a fabuláciou, o kreativite ktorého treba pochybovať (napriek tomu, že je o prsia pred všeobecným myslením i vkusom). Prečo? Starck priznáva, rovnako ako ľudia od reklamy, že „hovorí o predmete nie je zaujímavé, zaujímavé je hovoriť o tom, čo si o ňom myslíme, o spomienke, ktorú v nás evokuje“. Inak povedané, Starck predáva vôňu vecí, a nie vecí samotné. Prostredníctvom stoličky Miss Trip Starck vysvetľuje: „Je to archetyp kuchynskej stoličky, na ktorej mamka servírovala café au lait.“ Čiže nekupujete stoličku, ale vôňu kávy, a k tomu dostanete mamku ako prémii. To, čo prekáža, by ani tak nebola Starckova nadutá predstava zhmotniť imaginárno Francúza, ale jeho náklonnosť predatť kupcovi kliše za cenu pravdivých ideí a naozajstných citov. Pointou tejto kritiky je, že v Starckových návrhoch, v ich kvalite - citovej, existenčnej - je obsiahnuté klamstvo.

A kritika akoby toho nemala dosť. V takýchto spleťtých, moralizujúco-abstraktných obvineniach sa utieka tam, kde podľa nej existujú jediné kvality - do Talianska. F. Grenon po zhladnutí expozície odporúčal francúzskym dizajnérom pomeditovať nad knihou, ktorú nedávno vydal „starček“ Ettore Sottsass „Le Regard nomade“. Zbytočne nerozpráva, a o nábytku už vôbec nie, radšej o ženách, a komunikuje najmä prostredníctvom fotografií a kresieb.

Takže, možno dnes hovoriť o francúzskom dizajne? V 20. storočí sa síce francúzska nábytková tvorba živila medzinárodnými prúdmi, ale dokázala si zachovať pôvodnosť a originalitu. Hoci pri balansovaní medzi partizánmi priemyselnej produkcie a militantnými „zarputilcami“ remesla zabezpečila, počnúc Perriandovou až po Starcka, svetové renomé len určitým reprezentantom. Od 80. rokov špecifickou taktikou, štýlovou rôznorodosťou a jednotou v nej, pohybovaním sa medzi primitivizmom a vyspelými technológiami, manierizmom a asketickou prísnosťou, modernizmom a úplnou výtvarnou slobodou, francúzsky dizajn dospel k osobitosti, nadobudol svojský šarm, objavilo sa fluidum, stal sa šik. Dokonca i Paríž ožil. O tom boli obe výstavy. Že francúzsky dizajn dnes suverénne existuje.

Soňa Ďurecová





1.

Mária Samová

INTEGRÁCIA ZDRAVOTNE POSTIHNUTÝCH DO SPOLOČNOSTI
POMOCOU PROSTRIEDKOV ARCHITEKTONICKEJ A DIZAJNÉRSKEJ PRÁCE

Bariéry v myslení bariéry v di- zajne



2.



3.



4.

Zamýšľajúc sa nad príčinami neuspokojivého stavu integrácie zdravotne postihnutých občanov do komunity, v ktorej žijú, som si v prvom rade uvedomila neuveriteľne silnú podmienenosť tohto problému celospoločenskými danosťami.

V snahe dospieť k definovaniu možných ciest, ako dosiahnuť bezbariérové architektonické prostredie, som skúmala riešenia v takých odlišných krajinách, ako je Fínsko a USA, využívajúc osobné študijné poznatky. Rozdielnosť kultúrno-historická, etická, populárna i ekonomická je viac ako zjavná. Isteže, viac paralel nájdeme medzi našimi - slovenskými - a fínskymi podmienkami.

Fínske riešenie je inšpiratívne svojou dôslednosťou v pochopení faktu, že je potrebné najprv odstrániť bariéry v myslení ľudí. Preto siahli na najúčinnnejšie prostriedok, na výchovu a vzdelanie. Vo Fínsku sa materské školy navrhujú tak, aby telesne postihnuté deti, ktoré sú mentálne zdravé, mohli byť v jednom kolektíve so zdravými vrstovníkmi. Toto spolužitie má veľmi pozitívne psychologicko-sociálne dôsledky v tom, že zdravé deti dôverou znalosťou postihnutého dieťaťa sa stávajú veľmi vyspelými v kontaktovaní s ním. Existuje tu však i spätná väzba. Hendikepované deti si nevytvára pocity zatrpknutosti a krivdy. V spoločnosti zdravých detí získava totiž nenahradiťelné sociálne kontakty, ktoré mu pomáhajú žiť plnohodnotnejší život. Kdesi tu, v ranej mladosti, začína formovanie ľudského jedinca, jeho schopnosti empaticke patie tak, že v dospelosti podáva pomocnú ruku

Small things make great differences.

R. Lifchéz

tomu, kto ju potrebuje, bez váhania a výhovoriek, nepoznajúc fenomén antihumannej ľahostajnosti.

Je zrejmé, že architekt má vo svojich rukách možnosť vytvárať vhodné priestorové podmienky pre spolužitie všetkých ľudí. Avšak chopiť sa tejto šance môže až vtedy, keď bude takto formulovaná spoločenská požiadavka. Totiž takéto po-nímanie bezbariérovosti je podmienené dôležitými opatreniami, ako je napr. personálne zabezpečenie starostlivosti o postihnuté dieťa, ktoré hradí štát. Táto skutočnosť je závažná pri uvedení si faktu, že pre humanizáciu architektonického životného prostredia je potrebné vytvoriť priaznivé podmienky vo všetkých zúčastnených sférach.

Odvolačujúc sa na uvedený príklad možno konštatovať, že úsilie architekta navrhnuť napr. bezbariérovú škôlku by bolo v našich podmienkach neúčinné, pretože nie sú na to vytvorené legislatívne, personálne a, samozrejme, hlavne finančné predpoklady. Takáto interakcia medzi spoločenskými podmienkami a architektonickou tvorbou existuje i pri iných zariadeniach.

Výchova je veľmi správnym, poctivým a systémovým riešením integrácie zdravotne postihnutých do spoločnosti. Postihuje totiž všetky zložky, ktoré musia byť do procesu zapojené. Architektonická profesia je potom jednou z mnohých iných, ktoré v synchronizovanom snažení dosiahnu také dobré výsledky, ako je tomu vo Fínsku i ostatných severných krajinách Európy.

Keďže stav morálky v našej spoločnosti je biedny, myslím si, že toto akokoľvek priťažlivé riešenie nie je v danej chvíli u nás aplikovateľné, najmä z dôvodu časovej náročnosti. Čakať dve-tri pokolenia na to, aby sa dostavili výsledky, je nepríjemné. Vonkoncom to však neznamená, že by sme túto cestu nemali nastúpiť. Ona je dokonca nutná. Je však potrebné ju doplniť.

Z hľadiska rýchlejšej účinnosti je zasa prínosný prístup, po ktorom siahli v USA. Je to legislatívne riešenie, ktorému dali takú váhu, že sa stalo ústavným zákonom. Ide o rešpektovanie potrieb takmer 43 miliónovej spoločnosti hendikepovanej

ných občanov. Čo sa týka „filozofie“ riešenia každodenných problémov ľudí, ktorých zdravotný stav im neumožňuje začleniť sa do bežného života bez pomoci spoločnosti, najväčším politicko-zákonodarným počínom bolo prijatie zákona Americans with Disabilities Act (ADA) roku 1990.

Zákon sa týka zamestnania, služieb, bývania, dopravy a telekomunikácií.

Zariadenia na ubytovanie a stravovanie, zhromažďovacie, výstavné a zábavné priestory, zariadenia na predaj a po-

žíčanie tovaru, na verejnú dopravu, na kultúrno-spoločenské podujatia, vzdelávanie, sociálne a iné služby, zariadenia na telovýchovu, šport a rekreáciu musia poskytnúť:

■ rovnaké a integrované prístupové a užívacie podmienky pre zdravotne postihnuté osoby ako pre neinvalidnú časť populácie;

■ nesmú byť poskytované kvalitatívne odlišné aktivity a tovar tak, aby rozdeľovali ľudí podľa ich zdravotného stavu;

■ nesmú byť odmietnuté služby a pomôcky, ktoré by hendikepovaným ľuďom pomohli užívať zariadenia tak, ako je uvedené v predchádzajúcich odsekoch.

Paralelne s týmto legislatívnym počínom sa zrodil pilotný projekt tvorby učebných osnov dizajnerských škôl v duchu tzv. univerzálneho navrhovania.

Universal Design je taký prístup k navrhovaniu, ktorý pripúšťa, že každý z nás počas života zažíva zmeny. Týka sa to starých ľudí i detí, ľudí vysokých či nízkych i tých, ktorí sú telesne alebo duševne postihnutí. Takýto dizajn oslovuje každého ľudského jedinca, na rozdiel od dizajnu pre akúsi mýtickú „priemernú“ osobu (Gordon Mansfield). Univerzálny dizajn maximalizuje množstvo ľudí, ktorí môžu užívať budovy, výrobky a vôbec všetky predmety a celé prostredie vytvárané ľudskou činnosťou bez cudzej pomoci.

Na Fakulte architektúry STU v Bratislave sa pokladá za správny krok správnym smerom presadenie povinného predmetu „bezbariérové navrhovanie“. Osnova tohto predmetu je vypracovaná tak, aby študenti tejto architektonickej školy ovládali platnú vyhlášku č. 192/1994 - Všeobecné technické požiadavky na stavby užívané osobami s obmedzenou schopnosťou pohybu - pre bezbariérové navrhovanie budov, od ich bezprostredných urbanistických daností cez vstupné priestory až po použí-

5. vanie všetkých priestorov prístupných pre verejnosť.
- Nadväzujúc na tento základný predmet, v učebných osnovách 5. ročníka sa nachádza povinne voliteľný predmet, ktorého obsahová náplň odráža filozofiu a metodológiu Universal Design. V tomto bode cítíme



(na rozdiel od tej neoficiálnej, reálne existujúcej), spomínané profesie by mali svoj diel zodpovednosti za neutešený stav priznať a neodkladne konať.

Začiatok dlhej a namáhavej cesty sa začal. Som presvedčená, že keby každý architekt a dizajnér prežil len jediný deň ako hendikepovaný človek, problém univerzálnej tvorby by bol už dávno v nedohľadne. Svetoznámy huslista I. Perlman, jeden z najväčších presadzovateľov zákona ADA, povedal: „Všetky bariéry v ľudskom živote sú výsledkom úzkoprseho rozmyšľania.“

Doc. Ing. arch. Mária Samová, CSc., je vedúcou katedry architektonickej tvorby budov pre kultúru, zdravotníctvo, šport a voľný čas na Fakulte architektúry STU v Bratislave.

1.-5. Rijksmuseum Twenthe v Enschede, Holandsko. Renovácia a dostavba Múzea výtvarného umenia (1995-96), navrhnutá známym holandským architektom Ben van Berkelom (Van Berkel & Bos Architectuurbureau, Amsterdam), nesie známky univerzálneho navrhovania. Exteriérové i interiérové rampové prepojenia (mierne zošikmené plochy do takmer celej hĺbky výstavných priestorov) sú dizajnersky kontrastne ponímané k pôvodnej historickej architektúre. Átrium tohto múzea navhol v podobnom duchu (hra šikmých plôch) krajinársky dizajnér Ludewijk Baljon.

6. Bezbariérový vstup do divadelného štúdia Divadla SNP v Martine. Štúdio pristavené k historickej budove SND je klasifikované ako bezbariérové, i keď s určitými skrytými rezervami. Architektonicko-výtvarná stránka vstupu je však zvládnutá brilantne a veľmi podnetne.

Foto: autorka

1.



Dalo by sa predpokladať, že profesionálny záujem dizajnéra Jaroslava Tomaščíka (1960) bude určovať jeho štúdium na Strednej priemyselnej škole drevárskej i niekoľkoročná prax konštruktéra a návrhára nábytku. V 89. roku sa však ako študent posledného ročníka dizajnu na VŠVU dostáva k úlohe navrhnuť vozík pre imobilného človeka, hoci sa dovtedy nestretol s takýmto problémom. Impulzom, ktorý obrátil jeho pozornosť týmto smerom, boli možno zdravotné problémy jeho dcéry, no ukázalo sa, že tento záujem nebol chvíľkový ani povrchný.

Riešenie prvého vozíka - mechanického, určeného do interiéru - bolo predovšetkým príležitosťou nadviazať kontakt s ľuďmi, pre ktorých je táto pomôcka nevyhnutnou súčasťou života, ba priam zásadne ovplyvňuje kvalitu ich života, ale aj s odborníkmi na rehabilitáciu. Skúsenosti, ktoré získal, potom mohol využiť pri riešení diplomovej úlohy - mestského elektromobilu a vozíka pre človeka s postihnutím.

„Aj imobilní ľudia potrebujú prekonávať vzdialenosti - za prácou, nákupmi, návštevami - bez ohľadu na poveternostné podmienky - a majú nárok na vozidlo riešené špeciálne pre nich. Spočiatku som uvažoval, že imobilný človek bude presadať z vozíka do špeciálne upraveného automobilu, ale to je preňho veľmi náročný fyzický úkon. Ukázalo sa, že oveľa jednoduchšie z hľadiska takéhoto človeka je použiť elektrický vozík ako súčasť elektromobilu.“ Táto myšlienka dostala podobu dvoch vzájomne kompatibilných segmentov, ktoré pomocou hydraulického spojenia vytvoria trojkolesový dopravný prostriedok na prekonávanie kratších vzdialeností. Imobilná osoba sa na vozíku dostane do elektromobilu po sklopení časti podlahy, ktorá vytvorí naklonenú rovinu, resp. priamo z chodníka. Batérie vozíka by slúžili po spojení s kapotou ako



2.

TÉMA : vozík : pre (postihnutého) človeka



prídavné batérie elektromobilu, rovnako aj niektoré úkony na ovládanie vozíka by sa využívali pri riadení elektromobilu. Jeho maximálna uvažovaná rýchlosť bola 40 km/h. Táto práca, napriek predpokladom na ďalší vývoj v rámci postgraduálneho štúdia v zahraničí a po absolvovaní niekoľkých výstav (BIO Ľubľana 1992), zostala len v podobe modelu a rozšírila archívy zaujímavých diplomoviek VŠVU.

Šance na realizáciu v podobe sériového produktu sľubovala objednávka od firmy Real z Brezna, ktorá sa venovala výrobe kovových súčastí interiéru, ale chcela rozšíriť svoj výrobný program. Miniatúrna firma požiadala Jaroslava Tomaščíka o vytvorenie dizajnu pákového skladacieho vozíka pre osobu s ochrnutými dolnými končatinami, resp. s čiastočným ochrnutím. „Veril som, že o takéto vozíky bude záujem, napovedali to skúsenosti zo zahraničia. Vozík mal byť pre postihnutého človeka po úraze, keď sa predpokladá, že jeho stav sa bude po rehabilitácii zlepšovať. Je preto potrebné, aby sa udržiaval v dobrej kondícii, a tak si manipulácia vyžadovala určitú fyzickú zručnosť a silu.“ Firma však precenila svoje sily. Finančne nezvládla proces skúšobníctva a zavedenia návrhu do výroby, a tak aj po tomto perspektívnom projekte zostali (zatiaľ?) len kresby, technický projekt a funkčný model.

Zatiaľ poslednou kapitolou navrhovania mobilných prostriedkov pre osoby s postihnutím je Tomaščíkova spolupráca s osvedčeným výrobcou kompenzačných a doplnkových zdravotníckych pomôcok - michalovskou firmou MEZ. Výsledkom dvojročnej kooperácie je projekt trojkolesového elektrického vozíka

ktorý umožňuje človeku s postihnutím končatín mobilitu aj v náročnejšom teréne. Dizajnér pri jeho riešení musel rešpektovať realitu výrobcových požiadaviek - využiť už existujúce technické riešenia (pohonnú jednotku, ovládací elektronický systém) a technológiu vákuového lisovania. Preto sa aj kapota skladá z viacerých oddelených častí, čo je výhodou z hľadiska údržby a prístupu k vnútornému vybaveniu.

„Spočiatku som pri tomto riešení vozíka uvažoval o akomsi čiastočnom prekrytí - zastrešení proti nepriaznivým poveternostným podmienkam, ale vzdal som sa toho. Podobne to dopadlo aj s riešením úložného priestoru kvôli nedostatku času. Takéto projekty si zaslúžia oveľa viac času, ako sú investori ochotní akceptovať. Tlačia dizajnéra k náročným rozhodnutiam, pod ktoré sa podpisuje, ale nemajú predstavu o ich závažnosti. Samozrejme, aj vo svete sa termíny navrhovania skrátujú, ale tam sú dizajnérske pracoviská podstatne lepšie vybavené a dizajnér pracuje na celkom odlišnej báze. Možno by výrobcovia mali častejšie chodiť do sveta, aby spoznali, ako sa robí dizajn. Skôr by vedeli oceniť prácu dizajnéra, ale i hodnotu dobrého dizajnu.“

Výroba prototypu je v súčasnosti ukončená a po predserii piatich kusov vozík absolvuje overovacie skúšky v Štátnom skúšobnom ústave tak, aby sa ešte tohto roku rozbehla jeho pilotná séria. Uplatnenie vozíka by mala pomôcť aj nová právna úprava Liečebného poriadku (mal by vstúpiť do platnosti od 1. 10. t. r.), podľa ktorého zdravotné poisťovne môžu hrať pacientovi odkázanému na vozík až 100 % jeho ceny.

Adriana Pekárová

1. Skladací pákový vozík. Model, 1994.
2. Elektrický exteriérový vozík. Model, vizualizácia. 1997.
3. Interiérový mechanický vozík. Model, 1990.
4. Elektrický vozík. Model, 1990.
- 5.-6. Trojkolesový elektromobil - mestské vozidlo pre ľudí s telesným postihnutím. Model, vizualizácia. 1991.

dizajn univerzálny - čo je

A

čo
nie
je

Univerzálny dizajn je dizajn pre všetkých ľudí. Niekedy sa nazýva - a zamieňa sa za - pomocný dizajn, sprístupňujúci dizajn, adaptovaný dizajn, transgeneračný dizajn alebo celoživotný dizajn, avšak univerzálny dizajn* je iný. To, čo delí univerzálny dizajn od iných dizajnerských prístupov, je jeho zameranie na sociálne začlenenie.

Fundamentálnym základom univerzálného dizajnu je možnosť výberu spôsobu užívania. Aby bol dizajn skutočne univerzálny, mal by predstavovať rovnakú mieru prístupnosti, pomoci a rovnaké možnosti použitia pre všetkých užívateľov. Sociálny aspekt univerzálného dizajnu sa zakladá na demokratických hodnotách nediskriminácie, vytvárania rovnakých príležitostí a osobného uplatnenia každého jednotlivca. Napríklad pitnú fontánu s nastaviteľnou výškou môžu použiť deti, dospelí, vozíčkar a menší ľudia. V protiklade so špeciálnymi fontánkami, určenými výhradne pre ľudí s určitým hendikepom, ktoré oddeľujú užívateľov, pitná fontánka s nastaviteľnou výškou ponúka rovnakú príležitosť pre všetkých ľudí.

Pomocný dizajn je takmer presný opak tohto prístupu. Jeho princípom sú špecializované výrobky používané na zvýšenie, udržanie alebo zlepšenie funkčných schopností osôb s telesným postihnutím. Pomocné zariadenia, nenahraditeľné pre ľudí s telesným postihnutím na dosiahnutie nezávislosti, predstavujú pohybové pomôcky, napr. invalidné vozíky, palice, barly, chodiace zariadenia a toaletné pomôcky (zvýšené sedadlá a držadlá). Sú drahé, pretože sú určené pre malý trh a predávajú sa najmä prostredníctvom katalógov a špecializovaných predajní, takže je ťažké získať ich, ale aj zabezpečiť opravu a servis.

Pomocné zariadenia sa všeobecne vyvíjajú ako výrobky zdravotníckej starostlivosti a často majú klinický vzhľad. Väčšina z nich nie je prispôbená na fungovanie v spojení s bežnými výrobkami alebo v bežnom prostredí. Lepšie vzájomné prepojenie medzi pomocnými zariadeniami a okolitým prostredím môže podporiť väčšiu bezpečnosť a nezávislosť ich užívateľov. Oblasť pomocného dizajnu predstavuje obrovskú príležitosť pre priemysel, ktorý by sa dal využiť na zjednodušenie konštrukcie, optimalizovanie výroby a zlepšenie vzhľadu.

Pomocným produktom sú podobné adaptované výrobky, teda bežné výrobky prispôbené tak, aby ich mohli používať ľudia s postihnutím. Nasúvací páková rúčka, modifikované príbory alebo držáky na hrnce pripojené na sporák - tie všetky majú prídavné prvky, vďaka ktorým sa výrobky pre osobu s postihnutím stávajú použiteľnými. Adaptácia personalizuje dizajn, poskytuje sociálnu účasť a ponúka osobnú nezávislosť.

Pri väčšine adaptovaných zariadení ide len o náhradné riešenie komplexných problémov. Demonstrujú neschopnosť výrobkov plniť potreby ľudí, ktorí ich používajú.

Dvojaká ponuka „adaptovaných“ produktov a „bežných“ produktov sťažuje sociálnu interakciu. Adaptované zariadenia zároveň naznačujú nové spôsoby zdokonalenia jestvujúcich výrobkov. Modifikovaný príbor napríklad môže držať ruku. Ak by sa vyvinul ako bežný výrobok, mohol by byť príznačný pre všetkých ľudí.

Často sa kritizuje i vzhľad a dizajn adaptovaných produktov. Výsledkom modifikácie existujúcich výrobkov je vzhľad domácky vyrobených zariadení, ktorých estetika je veľmi odlišná od masovo vyrábaných produktov. Dizajnéri si musia uvedomiť, aké



Fontánka s nastaviteľnou výškou.
Dizajn: študenti State University
New York v Bufalle.
Foto: archív Adaptive Environments,
Boston.

možnosti im ponúkajú adaptované zariadenia, a uprednostňovať vývoj integrovaných riešení, ktoré budú slúžiť ľuďom s telesným či iným postihnutím, ale aj zdravým ľuďom.

Podobne ako pomocný dizajn, aj sprístupňujúci dizajn sa podieľa na výrobe špecializovaných zariadení, ktoré vyhovujú špeciálnym potrebám ľudí s telesným postihnutím. Širšie dvere, bezprahové podlahy, priestor na kolená pod pultami, vyššie záchodové misy, nižšie pitné fontánky a telefónne automaty sú príklady dizajnu, ktorý zabezpečuje prístupnosť v interiéroch. Dizajnerský pojem prístupnosti sa odvíja od zabezpečenia prístupu prostredníctvom eliminácie bariér prostredia.

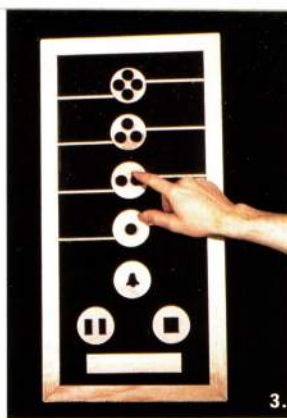
Sprístupňujúci dizajn má tendenciu vytvárať separátne zariadenia a rozdeľovať skupiny užívateľov podľa schopností. Napríklad rampa vedľa vstupného schodišťa rozdeľuje vstupnú cestu, ale aj tých, ktorí ju používajú. Podobne je to aj s fontánkami umiestnenými vedľa seba: nízka pre vozíčkarov a menších ľudí a vyššia pre vyšších ľudí. Rovnaké zariadenia zbytočne upozorňujú na telesné postihnutie. Tvorba „sprístupňujúceho“ dizajnu pre ľudí s telesným postihnutím a „normálneho“ dizajnu pre zdravých užívateľov podporuje stigma postihnutia, duplikuje zdroje a zvyšuje náklady na dizajn. Obmedzenia spôsobené vekom sú predmetom transgeneračného dizajnu a celoživotného dizajnu. Zatiaľ čo transgeneračný dizajn je obľúbenejší termín v oblasti priemyselného dizajnu, celoživotný dizajn je bežnejší medzi architektmi a interiérovými dizajnérmi. Obe dva sú zamerané na vývoj takých produktov a prostredia, ktoré reagujú na zmeny súvisiace s vekom, ako sú rast, vývoj a zrelosť. Transgeneračný dizajn a celoživotný dizajn boli kritizované pre ich úzke zameranie. Sústreďujú sa len na vek a ignorujú také otázky ľudskej rozmanitosti, ako napr. pohlavie, kultúrne pozadie a spoločenské triedy. I keď je očividné, že univerzálny dizajn nie je žiadnym z týchto špecializovaných prístupov, rovnako však neobhaja „jednu veľkosť“ vhodnú pre všetkých alebo homogenizáciu prostredníctvom uniformity. To by protirečilo úsilíu vyhovieť rôznym potrebám. Zástancovia univerzálného dizajnu tvrdia, že „jedna veľkosť“ pre všetkých je práve problémom typickým pre masovo vyrábané veci. Napríklad komerčne vyrábané dverové kľučky by mali byť vhodné pre ruky všetkých veľkostí alebo telefónne slúchadlo by malo sedieť na každé ucho. V dôsledku svojej obmedzenej flexibility tieto veci neposkytujú možnosť výberu, ani nedovoľujú úpravy potrebné na obsiahnutie celého sociálneho spektra.

Univerzálnemu dizajnu ide v skutočnosti o individualizáciu prostredníctvom rozmanitosti, o rôzny dizajn pre rôznych užívateľov v tom istom systéme. Toto je však len ideál. Naozaj univerzálny dizajn sa často považuje za nedosiahnuteľný. V skutočnosti univerzálny dizajn nepredpisuje konečný stav, pretože nič nie je naozaj univerzálny, ani vývoj produktov sa nikdy nekončí. Dokonca aj obhajcovia univerzálného dizajnu si uvedomujú, že jeho vysoké sociálne ciele sú takmer nedosiahnuteľné, t. j. že je takmer nemožné robiť dizajn všetkých vecí pre všetkých ľudí, preto cieľom je priblížiť sa k týmto zámerom „univerzálnym riešením“.

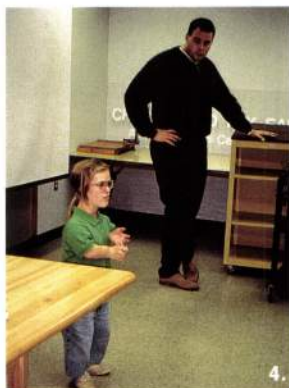
Abir Mullick je profesorom katedry architektúry a vedeckým pracovníkom Center for Inclusive Design na State University New York v Bufalle. V súčasnosti je vedúcim výskumných projektov Univerzálnej kúpeľne (National Institute of Disability and Rehabilitation Research), širšie koncepcie a Podporné systémy (Rehabilitation Engineering Center on Aging) v Bufalle.

Edward Steinfeld je profesorom architektúry a riaditeľom Center for Inclusive Design and Environmental Access v Bufalle. Je riaditeľom projektov realizovaných v Rehabilitation Engineering Center on Aging a Rehabilitation Research and Training Center v Bufalle. Je zakladajúcim predsedom Združenia pre bezpečné a prístupné produkty.

* Slovenská terminológia v tejto oblasti nie je ustálená, resp. vôbec nebola vytvorená. Aj táto skutočnosť je odrazom nerozvinutosti myslenia i praxe v tejto oblasti. Použitý slovenský preklad vystihuje podstatné rozdiely jednotlivých typov dizajnu, pre ktoré sa v slovenčine používa súhrnný názov kompenzačné pomôcky (pozn. red.).



Elaine Ostroffová



projekt výučby univerzálného dizajnu

Projekt výučby univerzálného dizajnu vyvinulo centrum Adaptive Environments v Bostone (štát Massachusetts) v spolupráci s Centrom pre univerzálny dizajn na Štátnej univerzite v Severnej Karolíne. Univerzálny dizajn je holistický dizajn, ktorý uznáva rozmanitosť užívateľov a snaží sa vytvoriť také produkty, ktoré môže používať väčšina užívateľov bez ohľadu na vek a schopnosti. Dva pilotné projekty poskytli štipendiá a technickú pomoc fakultám dizajnu na vysokých školách v celých Spojených štátoch, ktoré sa stali zástancami filozofie a výučby univerzálného dizajnu a umožnili svojim študentom spoznať životné potreby najširšej populácie. Od začatia projektu roku 1992 sa ho zúčastnilo dvadsaťpäť dizajnerských škôl, šesťdesiat fakúlt a stovky študentov dizajnu. Projekt bol odpoveďou na rýchlo sa meniace demografické zloženie obyvateľstva a nové federálne občianske zákony v USA, ktoré zakotvujú pojem architektonickej prístupnosti. Na svete je čoraz viac ľudí so široko diferencovanými schopnosťami, ktorí sa snažia (a majú na to aj právo) zúčastňovať všetkých stránok spoločenského života. Tieto sociálne zmeny pomáhajú približovať dizajn k univerzálniejšiemu chápaniu.



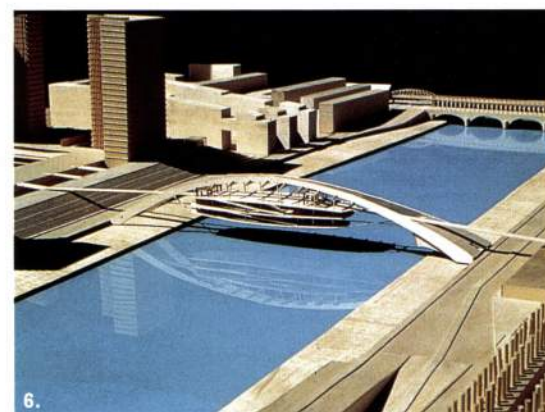
Elaine Ostroffová

Keď sa projekt začal, na väčšine dizajnerských škôl sa nevyučoval univerzálny dizajn a nevenovala sa mu ani väčšina odborníkov, a tak sa študenti nepripravovali na prax pre našu diferencovanú spoločnosť. Projekt výučby univerzálného dizajnu zmenil jestvujúce hodnoty vo výučbe dizajnu, ktorá ignorovala potreby užívateľa v prospech nefunkčnej estetiky. Donedávna sa výrobky a miesta, navrhované s ohľadom na potreby hendikepovaných ľudí, považovali za veľmi špecializované a často sa riešili dodatočnou úpravou pôvodného dizajnu. Existovala nesprávna predstava, že len veľmi málo ľudí môže mať prospech z univerzálniejšieho prístupu k dizajnu. Projekt výučby univerzálného dizajnu pomohol budúcim dizajnérom obrátiť pozornosť k užívateľom, ktorí boli iní ako oni. Študenti nadšené prijímali nové skúsenosti a uvedomovali si, že limity v schopnostiach a extrémne rozdiely v rozmere a sile sú bežnými aspektmi ľudskej existencie. Získali nové poznatky a často odsudzovali neadekvátne riešenie budov, ktoré hendikepuje ľudí. Projekt dosiahol hlavný cieľ: zaujať myslenie a predstavivosť budúcich dizajnérov, aby pri tvorbe dizajnu dokázali uvažovať aj mimo hraníc vlastných mladých a zdravých tiel. Študenti, ktorí sa zúčastnili na projekte, dnes hovoria: „Prečo by som mal vytvoriť niečo, čo obmedzuje ľudom slobodu výberu?“ „Všetko, čo tvorím, bude univerzálny prístupný, nie kvôli zákonu alebo preto, že to chcem. Univerzálny dizajn je teraz časťou mojej vlastnej etiky.“

Realizácia projektu

Projekt vychádzal z predpokladu, že sú fakulty dizajnu s vynikajúcimi učiteľmi, ktorí by svojimi inovačnými prístupmi pomohli zaradiť univerzálny dizajn do vzdelávania aj na ostatných školách. Predpokladalo sa tiež, že nie je len jeden spôsob, ako vyučovať univerzálny dizajn, ale každá škola má jedinečnú kultúru, ktorá by sa mala odraziť v individuálnych návrhoch. Sponzori projektu vytvorili stimulujúci študijný program, ktorý má povzbudiť fakulty pri predkladaní návrhov spôsobu výučby. Žiadosť o návrhy sme zaslali každej dizajnerskej škole v krajine - išlo o programy v architektúre, priemyselnom dizajne, interiérovom dizajne a záhradnej architektúre. Skupina odborníkov skúmala predložené návrhy podľa nasledujúcich kritérií: zapojenie ľudí s obmedzenou funkčnosťou do procesu výučby; dôkaz o podpore inštitúciou; vyhodnotenie výučby a vplyv na študentov a plány predložiť prácu na akademickej konferencii.

Vybrané fakulty vytvorili množstvo spôsobov, ako zaradiť univerzálny dizajn do svojich



študijných programov. Stratégie výučby zahŕňali zmeny existujúcich seminárov, kurzov, prednášok a práce v ateliéroch. Väčšina škôl našla cesty spolupráce študentov s hendikepovanými a starými ľuďmi, ktorí pôsobili ako konzultanti v procese výučby. Každá škola prispela k zlepšeniu výučby dizajnu tak, aby bol zodpovednejší k sociálnym a užívateľským potrebám.

Výsledky projektu sú zdokumentované v knihe Stratégia výučby univerzálneho dizajnu, ktorú vydala Polly Welch a možno ju získať v Adaptive Environments. Ďalšie informácie o školách, fakultách a poradcoch sú na URL adrese <http://www.adaptenv.org>.

Elaine Ostroff je výkonná riaditeľka a spoluzakladateľka federálneho výskumno-vývojového a poradenského centra Adaptive Environments v Bostone, Massachusetts. Je riaditeľkou vzdelávacieho projektu Universal Design.

- 1., 5. Stolička je bežná dizajnerská úloha pre študentov architektúry. Súčasťou výučby je aj testovanie užívateľmi. Kansaská štátna univerzita.
2. Čínske paličky pre ľudí s obmedzenou pohyblivosťou rúk. Štátna univerzita New York v Bufalle.
3. Ovládací panel výťahu pre ľudí, ktorí nevedia čítať alebo majú slabší zrak. Štátna univerzita New York v Bufalle.
4. Ľudia extrémneho veku hovoria o problémoch adaptácie na prostredie. Polytechnický inštitút vo Virginii.
6. Projekt mosta cez Seinu v Paríži navrhnutý podľa skúseností konzultanta, ktorý používa invalidný vozík. MIT Michigan.

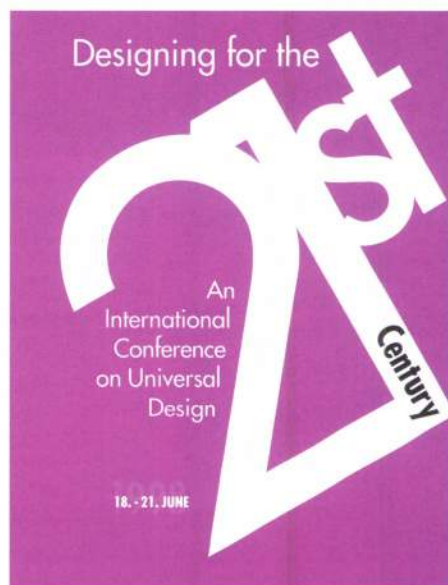
DIZAJN PRE 21. STOROČIE

Medzinárodná konferencia o univerzálnom dizajne
NEW YORK, USA

18. - 21. júna
1998

Sponzori: Adaptive Environments, the Center for Universal Design, Hofstra University, Universal Design Newsletter

Adaptive Environments je nezisková organizácia so sídlom v Bostone založená r. 1978. Jej poslaním je pomáhať pri prekonávaní bariér, ktoré bránia starším ľuďom a hendikepovaným ľuďom v plnej účasti na živote spoločnosti.



nový vek dizajnu

Alastair S. Macdonald

EURÓPA STARNE, TRHY PRODUKTOV URČENÝCH PRE MLADÝCH ĽUDÍ SA ZMENŠUJÚ A ĽUDIA ŽIJÚ DLHŠIE:

OD R. 1980 SA VEKOVÝ PROFIL NEODVOLATELNE POSÚVA OD MLÁDEŽE K DOSPELÝM ĽUĐOM. TENTO JASNÝ

DEMOGRAFICKÝ TREND SPREVÁDZA RASTÚCI POMER BOHATSTVA U STARŠÍCH ĽUDÍ. NAPRÍKLAD VO VEĽKEJ

BRITÁNII TÁTO VEKOVÁ SKUPINA V SÚČASNOSTI VLASTNÍ ASI 65 % ÚSPOR A 35 % DISPONIBILNÝCH PRÍJMOV.

V TEJTO STARNÚCEJ POPULÁCII ČASŤ ĽUDÍ MÁ PROBLÉMY S CHODENÍM, ZLE POČUJÚ A VIDIA, ALE MNOHO

MILIÓNOV Z NICH JE RELATÍVNE ZDRAVÝCH A VEDIE AKTÍVNY ŽIVOT AJ V STARŠOM VEKU, NO MNOHO PRODUKTOV,

1. KTORÉ IM MAJÚ SLUŽIŤ, MÁ PRE NICH NEVHODNÝ DIZAJN.



2.



3.



Podľa Rogera Colemana „pochopenie demografie nás nenecháva na pochybách, že stabilné populácie budú staré, nie mladé. Každý druhý dospelý Európan bude mať v roku 2020 nad 50 rokov a 130 miliónov týchto ľudí vytvorí najväčší jednotný spotrebiteľský trh, aký kedy bol.“ Coleman je riaditeľom ambiciózneho a viacplošného akčného výskumného programu DesignAge (Vek dizajnu) na Royal College v Londýne, zaoberajúceho

sa dizajnom pre starnúcu populáciu.

Starší ľudia sú rastúcou sociálnou a ekonomickou rezervou s rôznymi záujmami a schopnosťami. Ako tvrdí Coleman, „nikdy predtým v histórii sa nič také nestalo. Posun od mladšej spoločnosti k starej už značne pokročil, ale sme na to slabo pripravení. Vzdorujeme tejto novej realite, hoci by sme ju mali prijať.“ Vznik tohto obrovského potenciálneho trhu pre dizajn totálneho životného štýlu predstavuje veľkú



4.

1. Štvormiestna lavička.

Dizajn: Alan Tilbury.

Preklápacie opierky na ruky umožňujú ľahko vstať zo sedadla. V kombinácii anglický dub a oceľové kovanie pre Zámocký park v Bristole.

2. Posteľ Comfacto.

Dizajn: John Miller, Design Strength.

3. Záhradnícke nožnice.

Dizajn: Seymour Powell.

Záhradnícke nožnice využívajú výhodné mechanické postavenie na získanie väčšej sily pri vynaložení menšieho úsilia. Ak má užívateľ slabšie ruky, mechanický pomer sa môže zmeniť, aby sa získala väčšia sila na úkor zväčšenia pohybu.

4. Krájač jablák Good Grips.

Dizajn: Smart Design. Mäkké široké rukoväte odľahčujú tlak na ruky a nerezové čepele ľahko krájajú ovocie.

5. Čajová kanvica Good Grips.

Dizajn: Smart Design.

Charakteristická inovatívna pokrývka a rukoväť umiestnená s ohľadom na nižšie ťažisko.

6. Kúpeľ Rondo. Dizajn: Robin

Levien, Queensberry Hunt Levien.

Špeciálne tvarovaná rukoväť umožňuje ľahší vstup a výstup z kúpeľa.

novú výzvu a príležitosť pre dizajnérov, stratégov a výrobcov, ktorí by mali predvídať prírodné alebo „bezbariérové“ tovary a služby vo verejnom, súkromnom a maloobchodnom sektore a pre voľný čas. Neschopnosť dosiahnuť vhodné riešenia dizajnu môže dostať našich starších občanov do situácie odkázanosti na „opateru“, ktorú nechcú a v mnohých prípadoch nepotrebuju. Napríklad moderné balenie (ako napr. bezpečnostné fľaškové uzávery na ochranu pred deťmi) predstavuje problémy pre ľudí s artritickými rukami, mnohé ovládacie technické výrobky sú ťažko zrozumiteľné, nábytok je zbytočne technicky komplikovaný, ťažko sa donasada, je ťažko prístupný na ukladanie a vyberanie predmetov, informačná grafika je nečitateľná a odevy sa nešikovne obliekajú, ťažko čistia a môžu byť veľmi nevhodné pre užívateľa.

Z prostriedkov Nadácie Helen Hamlynovej získal DesignAge zbierku takmer 1000 správ, článkov a publikácií o procese starnutia, sociológii a ekonomike starnutia, o filozofii marketingu a dizajnu. DesignAge úzko spolupracuje so svojou partnerskou organizáciou Design for Ageing Network (DAN, Dizajn pre starnúcu sieť), ktorú podporuje Komisia Európskej únie ako súčasť programu European Actions for Older People (Európske akcie pre starších ľudí). DAN už vytvoril rad prípadových štúdií, vzdelávací program a sériu videonahrávok. Organizuje rôzne aktivity pre skupiny, kde sa diskutuje o problémoch

starších ľudí, ako napr. liečenie, a sériu kurzov transgeneračného dizajnu. DAN poskytuje informácie a podporuje inovačné alebo vzorové činnosti a projekty v celej Európe, v ktorých rámci sa vymieňajú informácie a odborné znalosti pomáhajúce zvyšovať úroveň a podporujúce najlepšiu prax v celej Európe. Iné iniciatívy, ako napr. Gerontechnology Network (Gerontotechnologická sieť) pri Inštitúte gerontológie v holandskom Eindhovene, ktorá každoročne publikuje udeľovanie cien za študentský dizajn New for Old (Nové pre staré) britskej Royal Society of Arts (Kráľovská spoločnosť umení), pomáhajú podporovať uvedenie si potrieb tvorby dizajnu pre tento vznikajúci trh.

Niektorí dizajnéri nám ukazujú cestu. Záhradnícke nožnice od firmy Seymour Powell využívajú výhodné mechanické postavenie na získanie väčšej sily pri vynaložení menšieho úsilia. Ak má užívateľ slabšie ruky, mechanický pomer sa môže zmeniť, aby sa získala väčšia sila na úkor zväčšenia pohybu. Ďalším dobrým príkladom takzvaného „transgeneračného dizajnu“ alebo „univerzálneho dizajnu“ je kuchynské náčinie Good Grip™ s ľahko uchopiteľnými gumovými rukoväťami. Pôvodne bolo určené pre artritické ruky, ale stalo sa obľúbeným medzi užívateľmi rôzneho veku na celom svete a podporuje názor vyplývajúci z tejto oblasti výskumu, že dobrý dizajn pre starších ľudí je dobrým dizajnom pre každého. James Pirkel, známy na tomto poli, vytvoril súbor „demografických“ máp, aby ukázal účinky procesu starnutia na zmysly. Takéto techniky, ako napríklad „tvorba scenára IDEO“ alebo dizajn pomocou rozprávania príbehov, kde tím dizajnérov imaginatívne konštruje obraz príbehu, ktorý je vizualizáciou ideálneho scenára ako základ pre definovanie nových produktov alebo služieb, poskytujú dizajnérom užitočné nástroje, s ktorými môžu pracovať.

Dizajn pre tento sektor však nesúvisí len s ergonómiou, ale so životným štýlom. Sektor služieb rastie. Univerzita tretieho veku (U3A), ktorú si organi-

zujú sami dôchodcovia, sa rozrástla na 50 000 členov, zapájajúcich sa do činnosti v 200 centrách v Británii. S predpokladaným počtom 100 000 členov v roku 2000 bude U3A najdynamickejšou vzdelávacou inštitúciou vo Veľkej Británii.

Informačná technológia (IT) ponúka starším užívateľom vzrušujúce a nové významné možnosti výrobkov. Ako prostriedok komunikácie sama IT môže ponúkať nezávislosť, väčší prístup k informáciám a výmenu nápadov. SeniorNet je nezisková internetová organizácia v USA, ktorej poslaním je budovať komunitu starších ľudí používajúcich počítače a poskytovať ľuďom nad 55 rokov informácie o počítačovej technike, aby mohli využívať svoje nové zručnosti na svoj vlastný prospech a na prospech spoločnosti. Už 90 000 členov vie používať počítače v 90-tich centrách v USA. Jeden respondent Internetu povedal:

"Mám 72 rokov a každý deň používam PC na profesionálne písanie a kreslenie. Nedávno som predal svoj dobrý starý rysovací stôl tridsaťročnému kolegovi, pretože s počítačom môžem kresliť rýchlejšie, presnejšie a pohodlnejšie. Stláčanie klávesov je pre moje ruky menej namáhavé než manipulácia s perom alebo ceruzkou."

Tridsaťpäť rokov priemysel zameriaval svoje produkty a služby na mladších ľudí, ignorujúc potreby starších. Starnúca populácia predstavuje nové výzvy a príležitosti pre produkty, prostredia a služby a ponúka ohromný ekonomický potenciál.

DesignAge a DAN ukazujú cestu. Zbierajú úchvatné nápady dizajnérov a zhromaždili už cenné zdroje informácií. Teraz treba rozvinúť rozsiahle celoeurópske partnerstvo medzi výrobcami, poskytovateľmi služieb a dizajnérmi, aby sa zabezpečili tovary a služby, ktoré potrebujeme pre našu vlastnú budúcnosť.

Alastair S. Macdonald je vedúcim kurzu techniky dizajnu produktov v Glasgow School of Art a koordinátorom výskumného programu Challenge of Age (Výzva veku) na tejto škole.

Literatúra:

Coleman, Roger: Breaking The Age Barrier. Prednáška pre Royal Society of Arts, 1997.
Coleman, Roger: Designing for Our Future Selves. London, Royal College of Art, 1993.
Pirkel, James Joseph: Transgeneration design: products for an ageing population. New York, Van Nostrand Reinhold, 1994.

Web stránky:

DesignAge: <http://DesignAge.rca.ac.uk>
Design for Ageing Network: <http://valley.interact.nl/DANhome.html>
Gerontechnology Institute: <http://www.tue.nl/geronteologie>

5.



6.



Eugen Labanič

STM polstoročie

Slovenského technického múzea

20. júna 1997 oslávilo Slovenské technické múzeum v Košiciach päťdesiat rokov svojej existencie. Jeho vznik úzko súvisí s formovaním vedy a techniky ako samostatných disciplín a so systematickým záujmom o ich dejiny na Slovensku, ktorý siaha do polovice minulého storočia. V Rakúsko-uhorskej monarchii nemala veda nijakú podporu štátu, tvorila sa v amatérskych podmienkach a vzhľadom na národný útlak sa orientovala predovšetkým na vlastivedné disciplíny. Aj keď nevychádzali samostatné súborné diela vedy a techniky, vedci a vynálezovia boli ako súčasť národnej kultúry zahrnutí do syntéz slovenskej literatúry.

Osobitné postavenie mala pamiatková starostlivosť. Najskôr sa zameriavala jednostranne na reprezentatívnu architektúru, neskôr aj na skromnejšie historické stavby. Spektrum jej činnosti sa postupne rozširovalo o maliarstvo, umelecké remeslá až po ochranu pamiatok techniky a technológie. Počet sledovaných pamiatok sa stále zvyšoval, čo vyvolalo potrebu rozlišovať ich hodnotu a nakoniec rozdeliť do rôznorodého pamiatkového fondu.

28. augusta 1873 schválil uhorský minister kultúry stanovy Hornouhorského muzeálneho spolku v Košiciach. Ten mal upriamiť záujem verejnosti na miestne pamiatky z archeológie, histórie, umenia, umeleckých remesiel a pamiatky súčasnosti. Vznik Hornouhorského muzeálneho spolku podnietil zakladanie aj ďalších múzeí, ktoré sa konštituovali ako spolky: Tatranského múzea vo Veľkej r. 1875 a Karpatského múzea v Poprade r. 1887. Spolkové múzeum v Rimavskej Sobote, ktoré vzniklo r. 1882, bolo spravované Gemersko-malohontskou muzeálnou spoločnosťou, Podunajské múzeum v Komárne zasa tamajším Historickým spolkom a Mestské múzeum v Banskej Bystrici ako zariadenie Historického a starožitného spolku založili r. 1889. Roku 1891 vznikol v Levoči Spišský dejepisný spolok a v Zlatých Moravciach Mestské múzeum.

Starostlivosť múzeí o svoje zbierky sa postupne zdokonaľovala. Spresňovali sa formy získavania, uchovávanía a dokumentovania zbierkových predmetov ako významných kultúrno-historických hodnôt. Z toho vychádzali aj úvahy o založení Technického múzea v Košiciach, ktoré by dokumentovalo bohatú technickú tradíciu najpriemyselnejšej oblasti bývalého Uhorska. Slovensko vynikalo nerastnými zdrojmi, vyspelým hutníctvom a baníctvom a svetovej vede dalo niekoľko mimoriadnych osobností vedy a techniky, akými boli Dionýz Štúr, J. M. Petzval, Jozef Murgaš, Aurel Stodola, aj keď svoje uplatnenie našli viac mimo Slovenska aj Uhorska. Uvedomelý záujem Andreja Kmeťa o pamiatky baníctva a priemyslu, zber dokumentov, náradia, nástrojov z poľnohospodárstva, priemyslu a remesiel členov Muzeálnej slovenskej spoločnosti len umocňoval potrebu vybudovať technické múzeum. Tieto programy sa už do istej miery prelínajú s náplňou vtedajších technických múzeí v Európe.

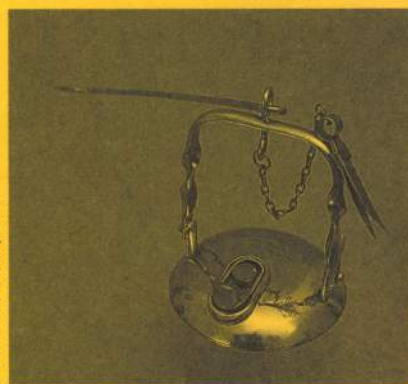
V 20. storočí zaznamenala technika v európskom i svetovom meradle netušený rozvoj. Jej vplyv na materiálny a duchovný život spoločnosti bol už taký citeľný, že musel aj u nás nastať obrat vo vzťahu k technickým pamiatkam. Súčasne s rozvojom vedy a techniky sa zakladali nové a reorganizovali už jestvujúce priemyselné a technické múzeá.

Potreba zriadenia múzea v Košiciach zodpovedala aj skutočnosti, že mnohé miestne pamiatky mali bezprostredný vzťah k dejinám techniky na Slovensku. Úsilie zriadiť Technické múzeum v Košiciach sa naplnilo 20. 6. 1947 vydaním Dočasného štatútu TM, ktorý vydal povereník priemyslu a obchodu. Hlavnými cieľmi múzea bolo „zbierať, udržiavať a vystavovať technické exponáty z minulosti, aby podávali obraz pokroku techniky pre poučenie verejnosti a študujúcich“ a „sledovať vývoj techniky a dopĺňať zbierky novšími predmetmi z odboru technických vied. Múzeum má svojím zameraním slúžiť všeobecnému technickému vzdelaniu, je ústavom štátnym a všeobecne užitočným.“

Prvým správcom múzea sa stal Dr. Štefan Butkovič, tajomník kuratória, ktorý sa od počiatku významne angažoval za zriadenie múzea. 24. 1. 1948 múzeum sprístupnili verejnosti. Obdobie kuratória sa skončilo r. 1951, keď farcha zodpovednosti prešla na interné vedenie múzea. Poverenie kultúry zaradilo Technické múzeum v Košiciach medzi vedecké ústavy. Jeho vedecká rada, ustanovená vo februári 1956, odporúčala zmeniť názov na Slovenské technické múzeum. Tento návrh sa realizoval až r. 1982.

Hlavné sídlo STM je v pamiatkovo chránenom objekte na Hlavnej ulici č. 88 v Košiciach, v tzv. Rákocziho dome s klasicizujúco-barokovou fasádou, ktorého história je úzko spätá s dejinami mesta. Múzeum dokumentuje v zbierkových fondoch baníctvo, hutníctvo, zlievárenstvo, kováčstvo, strojárstvo, energetické, textilné a polygrafické stroje, leteckú a prístrojovú techniku, kancelárske stroje, elektrotechniku, fyziku, astronómiu, chémiu, potravinársky priemysel,

Olejový kahanec diskový, tzv. sicilský, 1905. Výrobca: Bratia Grünwald a Schiffer, Budapešť.



Ručne kovaný oceľový rám, 1889. Výrobca: umelecký kováč Gabriel Nemčík, Košice.



Písací stroj zn. Chicago, model 11, 1898-1902. Výrobca: Chicago Writing Machine, USA.

Jednozubový mechanický prevodový systém, 1900-1910.





Závesná obličková lampa
verejného osvetlenia na
jednosmerný prúd, posledná
štvrtina 19. storočia.
Výrobca: B. Egger
a spoločník.



Velocipéd Michaux, okolo r. 1869.
Výrobca: P. E. Michaux, Francúzsko.

geodéziu a kartografiu, fotografickú a kinematografickú techniku, časomieru a hodinárstvo, so zvláštnym zreteľom na ich historický vývoj. V múzeu sú prístupné stále expozície: baníctvo, hutníctvo, expozícia VSŽ, a. s. Košice, ozdobné a úžitkové predmety z kovov, strojárstvo, označovacia elektrotechnika - záznam a reprodukcia zvuku, chémia, z dejín fyziky na Slovensku, energetické oddelenie Aurela Stodolu (parné, vodné a spaľovacie motory), vývoj písacích strojov. Múzeum vlastní zaujímavé a vzácne exponáty, neraz unikátne aj vo svetovom meradle. STM patrí aj Múzeum J. M. Petzvala, zakladateľa modernej optiky, v Spišskej Belej a v kaštieli v Budimíre sú prezentované historické hodiny. Roku 1992 bola zriadená pobočka STM v Bratislave, ktorá sa orientuje na regionálne technické dejiny so zameraním na dopravu, strojárstvo, chemický a elektrotechnický priemysel s cieľom vybudovať samostatné múzeum. Súčasťou popularizačnej činnosti múzea sú odborné tematické výstavy so zameraním na dejiny vedy a techniky, realizované väčšinou ako putovné doma i v zahraničí. Pozoruhodná je spolupráca múzea so školami, lebo v expozíciách a mnohých špeciálnych podujatiach priamo nadväzuje na vyučovací proces. Veľký záujem je aj o programy planetária STM, sprístupneného r. 1975 ako prvého na Slovensku.

STM sa v uplynulom polstoročí zaslúžilo o výskum a záchranu pamiatok vedy, výroby a techniky v teréne, ako napr. hámra v Medzeve, vysokých pecí v Červeňanoch a vo Vlachove, banských diel, šachiet, štôlní a portálov na Dubníku, v Merníku, v Zlatej Idke, zvonice v Zlatej Idke (osada Réka). Múzeum aktivovalo kováčsku dielňu v Moldave nad Bodvou, v ktorej po rekonštrukcii inštalovalo pôvodné zariadenie. V správe STM je národná kultúrna pamiatka areál Solivaru pri Prešove s pôvodným zariadením na čerpanie a varenie soli zo 17. storočia. Tento unikátny komplex sa po rozsiahlej rekonštrukcii sprístupní verejnosti ako technický skanzen doplnený rehabilitačnou zónou na liečenie horných dýchacích ciest.

V súčasnosti sa prehodnocujú stále expozície STM, ktoré budú charakterizované funkčnosťou, dynamickým a emotívnejším poňatím exponátov, čo v konečnom dôsledku prispeje k výraznejšej propagácii dejín vedy a techniky na Slovensku. V krátkodobých výstavách STM podchytilo aj záujem súkromných zberateľov, ktorí dostali príležitosť participovať na prezentačnej činnosti, a tak sprístupniť svoje zbierky. Na tento účel je využívaný klasicistický kaštieľ z 18. storočia v Budimíri. V ostatných rokoch sa zintenzívnila spolupráca so Slovenským centrom dizajnu, a predovšetkým s Katedrou designu SF TU v Košiciach, ktorá vytvorila podmienky pre vznik referátu priemyselnej dizajnu v Slovenskom technickom múzeu,

Prioritou práce STM do r. 2005 bude vybudovanie nových špecializovaných múzeí v Bratislave - Múzea železničnej a cestnej dopravy v budove bývalej stanice parnej železnice na Šancovej ul. 1, Múzea riečnej a lodnej dopravy na zakotvenom dunajskom remorkéri Kriváň, Múzea architektúry a moderného centra exaktných vied. V Košiciach sa plánuje r. 2006 otvorenie Múzea leteckej dopravy a techniky pri príležitosti osláv storočnice lietania. V pláne múzea je aj prevzatie správy Čiernohorskej lesnej železnice a realizácia nových expozícií geodézie a kartografie, hodinárskeho priemyslu, rozhlasu a televízie a rozšírenie expozície baníctva.

V minulej časti seriálu venovaného dejinám dizajnu sme sa zaoberali formovaním niektorých prvkov dizajnu v predindustriálnej ére. Priznali sme istú oprávnenosť tým koncepciám, ktoré hľadajú osobnosti prvých dizajnérov už v tomto období. Predsa sa však domnievame, že priestor pre emancipáciu dizajnérskej profesie v jej dnešnom komplexnom chápaní vytvorilo až obdobie priemyselnej revolúcie, ktoré nanovo definovalo vzťahy vo výrobnom procese i celú spoločenskú štruktúru.

Priemyselnú revolúciu odštartoval v poslednej tretine 18. storočia vo Veľkej Británii vynález rotačného parného stroja. Už samotná osobnosť jeho objaviteľa - Jamesa Watta - dobre ilustruje proces separácie koncepčného myslenia a konkrétnej materiálnej realizácie, charakterizujúci nové výrobné vzťahy zrodené priemyselnou revolúciou. Watt prostredníctvom projektového výkresu navrhoval parostroje, ktoré niekedy na vlastné oči ani nevidel. Aktivity niekdajšieho remeselníka sa takto rozdeľujú medzi dve skupiny ľudí: tých, ktorí navrhujú, a tých, ktorí produkt vyrábajú. Tvorivosť pri samotnej výrobnej realizácii je radikálne obmedzená strojom (tento fakt sa stane terčom kritiky odporcov industrializácie), doménou kreatívnej činnosti sa stáva proces navrhovania. Projektová kresba je tým nástrojom, ktorým sa prví návrhári technicky, no najmä intelektuálne vydělili z obmedzujúceho koncepčného rámca procedúr tradičného remesla¹. Úmyselne tu používame neutrálny termín „návrhár“. O tom, či v prí-

Kapitoly z dejín DIZAJNU III.

Zdeno Kolesár

ZROD PROFESIE DIZAJNÉRA

pade Watta a jeho súčasníkov možno hovoriť o konštruktéroch alebo o dizajnéroch, sa pravdepodobne ešte dlho povedú spory - najmä keď v angličtine sa v pojme „design“ prekrýva inžinierske a výtvarno-úžitkové navrhovanie. Z dnešného pohľadu by sme titul dizajnéra pravdepodobne priznali skôr Wattovi než jeho súčasníkom, ktorí sa venovali aplikovaniu dekoratívnych systémov na úžitkové predmety. Schopnosť vidieť technické problémy v širokých súvislostiach civilizačného vývoja patrila k Wattovým prednostiam. Zúčastňoval sa stretnutí Lunar Society, prestížneho filozofického klubu (jeho členmi boli napríklad Erasmus Darwin a Josiah Wedgwood), kde sa diskutovalo o filozofii, prograse spoločnosti, o praktickej aplikácii teoretických vedomostí. Watt zasiahol i do dejín architektúry: so svojím partnerom Matthewom Boultonom (spoločne založili roku 1773 v Birminghame prvú továreň na výrobu parných strojov) realizovali roku 1801 projekt sedemposchodovej pradiarne vlny v Salforde pri Manchesteri, prvej skeletovej stavby využívajúcej materiál, ktorý sa stal pre priemernú revolúciu priam symbolický - železo. Watt sa zo svojej syntetickej vízie budúcnosti, v ktorej mali vládnuť (a nakoniec skutočne vládli) stroje a sériová produkcia, pokúsil odvodiť i ďalší vynález - farebnú reprodukčnú techniku. V tomto prípade neuspel - tak trochu nám to pripomenie Leonardove vynálezy, ktoré v čase svojho vzniku nebolo možné realizovať, ale ukazovali cestu nasledovníkom. Núka sa nám ešte jedna analógia. Spomínali sme, že Leonardo, výtvarník par excellence, sa nikdy nepokúšal ozdobiť „vylepšovať“ svoje úžitkové mechanizmy. Watt sa síce výtvarnému umeniu nevenoval, ale je zaujímavé, že ozdoby na svojich strojoch odmietal, hoci u svojich súčasníkov, a dokonca priamo u svojho najbližšieho spolupracovníka Matthewa Boultona, ktorý navrhoval stolný riad v módnom rokoko-
vom a klasicistickom štýle, k tomu mohol nájsť množstvo impulzov.

Spomedzi tých, ktorí stáli pri zrode dizajnu ako samostatnej profesie, nemožno vynechať Josiaha Wedgwooda. Tento výrobca keramiky bol aj dôležitým inovátorom v oblasti výrobných technológií. Roku 1762 založil továreň Etruria v New-Castle-under-Lyme v grófstve Staffordshire, kde ako prvý v odbore výroby keramiky využíval parný stroj (s Jamesom Wattom ho okrem iného spájalo i členstvo v už spomínanej Lunar Society). Wedgwood ako dekoratér svojej keramiky zamestnával vtedajších významných anglických výtvarníkov (spomeňme napríklad sochára Johna Flaxmana, ktorý na základe štúdia rímskej antiky navrhoval klasicistické vzory). Kresbové návrhy potom skúsený praktik Wedgwood posudzoval a so skupinou modelárov adaptoval pre masovú výrobu. Táto prax je dobrým príkladom rozčlenenia výroby na proces navrhovania a proces materiálnej realizácie výrobku podľa vopred presne špecifikovaného projektu.

Viacere vzory navrhol sám Wedgwood - v niektorých z nich sa dopracoval až k drastickej racionálnej jednoduchosti. V prispôbení tvarov keramického riadu optimál-

nej funkčnosti, ale aj strojovej sériovej výrobe, poskytol Wedgwood azda prvé príklady moderného dizajnérskeho myslenia. Dôležité novinky zaviedol aj v distribúcii svojich výrobkov: predaj prostredníctvom katalógov, výstavných miestností, prispôbovanie produktov vkusu rôznych spoločenských vrstiev (bol jedným z prvých, kto sa osobitne orientoval aj na novovzniknutú strednú vrstvu).

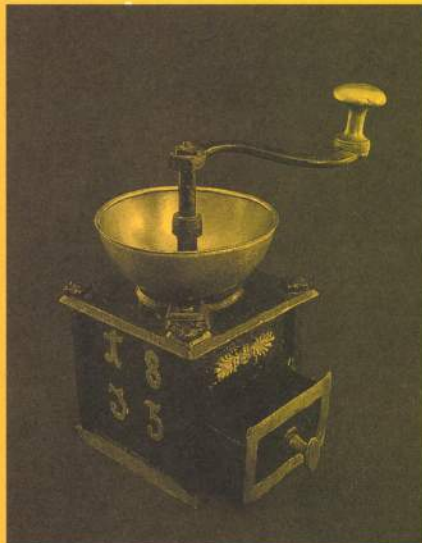
Produkcii Wedgwoodovej firmy teda charakterizuje ambivalentná orientácia: na jednej strane výrobky, ktoré zdôrazňujú racionálnu funkčnosť a rešpektovanie špecifik mechanizovanej výroby, a na druhej tie, ktoré sú určované dobovými slohovými princípmi (rokoko a klasicizmus). V predchádzajúcej kapitole z dejín dizajnu sme spomínali, že už od obdobia neskorého praveku možno vystopovať dve alternatívne línie vývoja úžitkových predmetov: jedna sa obmedzuje na čisto úžitkovú funkčnosť, druhá k nej pridáva čosi navyše (toto „čosi“ sme sa pokúsili špecifikovať). Priemyselná revolúcia situáciu ešte skomplikovala. Radikálne obmedzila objem tradičnej ručnej tvorby, no ani tá sa nestáva bezvýznamnou. Naďalej sa rozvíja v dvoch polohách. Šľachta a postupne aj vyššia stredná vrstva sú odberateľmi slohovo viazanej umeleckoremeselnej produkcie. Počiatky priemyselnej revolúcie sa časovo kryjú s doznievaním rokoka, ktoré je neskôr vystriedané klasicizmom, empírom, biedermeierom a historizujúcimi slohmi. Paralelne existovala remeselná výroba bez slohových príznakov. Nemuselo vždy ísť o primitívnu rustikálnu podobu ručnej práce. Dobrým príkladom môže byť úžitková tvorba shakerských komunit². Kresťanskú sektu Shakerov charakterizoval rovnostársky kolektivistický duch, ktorý sa premietol i do úžitkových predmetov spočiatku vyrábaných len pre vlastnú potrebu a neskôr aj na predaj (predovšetkým nábytok). Prísna jednoduchosť odvodená od asketického životného spôsobu, dokonalosť, usporiadanosť, čistota formy bez ozdoby - to všetko sú aspekty, ktoré predznamenávajú funkcionalistické myslenie.

Strojová produkcia tiež ponúkala výrobky, ktorých forma bola priamym zhmotnením úžitkovej funkcie. Anonymná „inžinierska produkcia“ obdobia priemyselnej revolúcie však bola chápaná ako čosi nehotové, čo naháňalo strach svojou hrubosťou. Pri pohľade na prvý prototyp Singerovho šijacieho stroja sa takémuto postoju ani nemožno čudovať. Potreba postaviť most od „konštrukcie ako takej“ k človeku, nevyhnutnosť humanizovať funkčnú štruktúru je tu zrejme. Éra ranej priemyselnej výroby tento problém obvykle riešila tak, že konštrukciu oblepila ornamentom. Niekedy až do tej miery, že pod dekorom mizne funkčná podstata predmetu, je ním obmedzovaná, či dokonca likvidovaná. Prakticky po celé 19. storočie bol dizajnér predovšetkým dekoratérom (niektoré výnimky z tohto pravidla sme spomenuli, ďalším sa budeme venovať). Jeho úlohou bolo nájsť v dejinách umenia adekvátny ornament³ a aplikovať ho na priemyselný výrobok. Mnohí historici dizajnu upozorňujú na to, že ornamentálna prezdobenosť úžitkových predmetov 19. storočia mala pôvod aj (alebo najmä) v špecifickej spoločenskej situácii. Čerstvo zbohatnutá stredná vrstva sa usilovala prostredníctvom svojich úžitkových predmetov zvýšiť svoj sociálny štatút. „Ukradla“ preto šľachte historické slohy, no chýbal jej stáročia bu-

dovaný vkus i miera a navyše sa pokúšala formy zamýšľané pre ručnú prácu imitovať strojovou produkciou. Výsledkom bol prezdobený gýč, nekvalitný brak, ktorý sa stal cieľom útokov reformných hnutí druhej polovice 19. storočia (tejto téme sa budeme venovať neskôr). Nechceme spochybňovať sociologické argumenty v zdôvodňovaní krízy úžitkovej tvorby v minulom storočí, pozornosť si však zaslužia aj pokusy nájsť jej príčiny v cyklicky sa opakujúcich kolektívnych psychických stavoch, ktoré napríklad prebúdzajú odveký ľudský pocit strachu z prázdna (horror vacui)⁴. Vo vybraných kapitolách z dejín dizajnu by sme sa chceli dotknúť i domácich tradícií, venujme preto pozornosť aj situácii v našich končinách Európy. Absolutistická Rakúska monarchia značne zaostávala za vyspelým svetom v aplikovaní výtvarných priemyselnej revolúcie. Prvý železný most tu bol napríklad postavený o štyridsať rokov neskôr než v Anglicku - navyše v deň svojej inaugurácie spadol⁵. Postoj povestnej rakúskej byrokracie k rozvoju priemyslu bol rozporuplný. Na jednej strane bolo zrejme, že rozvoj mechanizovanej výroby by mohol ekonomicky posilniť krajinu, ktorá



1.

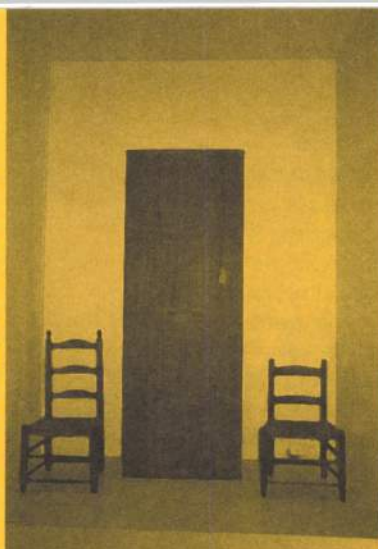


2.

evidentne strácala postavenie svetovej veľmoci. Na druhej tu však bol strach zo sociálnych pohybov, ktoré priemyselná revolúcia nevyhnutne prinášala. Obava z toho, že široký nástup priemyselnej výroby by sa v mnohonárodnostnej monarchii mohol stať rozbuškou revolučného nástupu odstredivých síl, obvykle prevládala. Príkladom môže byť osud dôležitého vynálezu lodnej skrutky. Keď roku 1829 jej objaviteľ, český inžinier Josef Ressel, overoval jej účinnosť v terstskom prístave, cisárski úradníci mu pokusy pre hlučnosť zakázali⁶. Vynález potom využili Angličania, ktorí ním ešte posilnili svoju hegemoniu na moriach.

No napriek rôznym prekážkam ani v habsburskom Rakúsku nebolo možné priemyselný rozvoj zastaviť. Rozvinuli sa tu dokonca aktivity firmy, bez ktorej sa dnes nezaobídu žiadne dejiny dizajnu. Thonetov podnik na výrobu nábytku z ohýbaného dreva totiž významnou mierou prispel k etablovaniu dizajnárskej profesie v priemysle. Zakladateľ firmy Michael Thonet bol vyučeným truhlárom.

Jeho nábytkárska tvorba sa odvíjala od experimentov s materiálom (za tepla ohýbané drevo), čím anticipoval jednu z dôležitých oblastí dizajnérskych aktivít⁷. Experimenty zhmotňoval v konštrukcii, ktorá priamo vychádzala z materiálových špecifik, z potrieb mechanizovanej sériovej výroby (hoci istý podiel ručnej práce ostával) a zároveň rešpektovala fyziologické danosti ľudského tela a funkčné nároky kladené na ten-ktorý druh nábytku. Takáto schéma dokumentuje v zásade funkcionalistické Thonetove myslenie. Ani Thonet sa však nevyhol kompromisom, diktovaným zrejme najskôr dobovou atmosférou a v neskoršom období obchodnou stratégiou. Úvodné obdobie jeho nábytkovej tvorby charakterizuje *biedermeier*ový štýl. Po tom, čo sa z rodného nemeckého Boppardu presťahuje do Viedne, orientuje sa na vtedy módne druhé rokoko. Pokračuje v experimentovaní a keď je už schopný ohýbať masívny nosný prút (dovtedy išlo o dýhy, resp. viaceré zlepené tenké prúty), zameriava sa dominantne na výrobu jednoduchého, slohových príznakov zbaveného nábytku pre živnostenských veľkoodberateľov (kaviarne, čakárne a pod.). Roku 1856 zakladá prvú továreň v Koryčanoch na Morave a začína v nej pomocou pamých strojov výrobu „konzumnej stoličky“ - modelu č. 14, ktorý sa stane evergreenom nábytkovej tvorby. „Štrnáska“, vyrobená z minimálneho počtu dielov, s najnižšími materiálovými a montážnymi nákladmi, predstavuje ideálny príklad lacného, masovo produkovaného spotrebného predmetu zhodnocujúceho možnosti štandardizácie v sériovej výrobe. Zároveň dokazuje, že funkcionalistická méta estetickej hodnoty spočívajúcej v súlade funkcie a formy úžitkového predmetu bola aj v období najväčšieho bujnenia dekorativizmu dosiahnuteľná. Aj Thonet však paralelne s nábytkom zbaveným dekoru produkoval vzory, ktoré boli poplatné dobovej móde, neogotike a neorenesancii. Do svojej prepracovanej obchodnej stratégie totiž zahrnul rôznorodý vkus a finančné možnosti zákazníkov. Jej súčasťou bol aj predaj prostredníctvom katalógov, zriaďovanie obchodných pobočiek, účasť na výstavách, ale tiež sociálne opatrenia pre zamestnancov, ktoré prispievali k zvyšovaniu efektivity práce. Premyslená „marketingová“ stratégia priniesla svoje ovocie - firma úspešne expandovala. V poradí tretiu továreň založil



3.

Michael Thonet na území Slovenska - vo Veľkých Uherciach. Vďaka jeho synovi Augustovi tu bola zavedená nie bezvýznamná novinka: trstinový výplet sedadiel bol nahradený dýhou, čo znamenalo ďalšie zefektívnenie výroby⁸. Môžeme teda povedať, že aj Slovensko malo svoj (hoci viac-menej symbolický) podiel na písaní ranej histórie dizajnu.

(pokračovanie)

Poznámky:

- ¹ K tomuto problému pozri aj Kolesár, Z.: K fenoménu dizajnárskej kresby. DE SIGN UM III (1996), č. 1, s. 50.
- ² Prvá komunita Shakerov (odnože kvakerského hnutia, ktoré sa rozvíjalo vo Veľkej Británii) bola založená roku 1774 v USA. V polovici 19. storočia tu už existovalo okolo 20 shakerských komunít. Pôvodne autarkické komunity sa po r. 1832 začali ekonomicky zabezpečovať výrobou a predajom nábytku a ďalších úžitkových predmetov.
- ³ Diskusie o tom, ktoré ornamenty sú aktuálne, tvorili napríklad hlavnú náplň prvého špecializovaného dizajnárskeho časopisu The Journal of Design and Manufacturing, vydávaného od roku 1847.
- ⁴ Pozri napr. Murrard, L. - Zylberman, P.: On decoration as a mental process. In: History of Industrial Design. 1851-1918. The Great Emporium of the World. Miláno 1990.
- ⁵ Išlo o most v Badene pri Viedni, dokončený roku 1815.
- ⁶ Podľa: Haslinger, R. - Tabor, J.: Austria: Industry and Esthetics of the Product. In: History of Industrial Design. 1851-1918. The Great Emporium of the World. Miláno 1990.
- ⁷ Podobný charakter mala neskôr práca dizajnérov v súvislosti s využitím oceľových rúrok alebo plastov v nábytkovej tvorbe.
- ⁸ Podľa katalógu Princíp Thonet. Germanisches Nationalmuseum Nürnberg, 1989.

1. Liatinové kachle. Výrobca: železiareň Turie Remety, 1820.
2. Železný mlynček na kávu, 1835, Košice.
3. Shakerský nábytok, okolo polovice 19. storočia. Zo zbierok Brooklyn Museum, New York. Foto: autor.
4. Empírový cestovný budík, okolo r. 1820.
5. Stolička č. 14. Dizajn a výroba: Michael Thonet, 1859. Zo zbierok MAK, Viedeň. Foto: autor.
6. Segment liatinového mostu v Hronci, 1820.

1-2, 4, 6 Zo zbierok Slovenského technického múzea v Košiciach.



4.



5.



6.

THE POSTER IS NOT DEAD

Shortly before his death, Roman Cieslewicz, the classic exponent of the world poster, put it like this: "The poster has ceased to be the language of its time and has lost the leading position in graphic design. The period's ideas are not clear, everything is atomised. The ambiguous language of the poster cannot express these conceptions". Another Polish classic exponent, Henryk Tomaszewski, compared the poster to the fragile life of a butterfly (the poster virtually lives one or two lives, even three lives when it is displayed at the museum). Nevertheless, despite gloomy prophecies, the poster happily continues to exist. It is a suitable means of expressing the period's ideas, even if they are in contradiction. Yet the poster has acquired a new function: a more supratemporal one.

The poster had the same fate as the theatre after the advent of film. After the introduction of new reproduction techniques, lithography also experienced the same change. The poster ceased to be a profitable business, not to mention the art poster. The poster is a medium I understand as a language: you can make a massive and aggressive advertising campaign, warn against a catastrophe, talk nonsense, indicate solutions, or, out of pure joy, proclaim that life is still worth living and - forgive me this heretic word - it can still be called art. Seldom do art critics depart from their heavenly heights to deal with such an inferior field as poster art.

To conclude my reflection I would like to say that the fascinating combination of image and calligraphy still offers numerous opportunities to unexpectedly transform its function.

The Trnava Triennial is not concerned with big money, and if it is, then it is only a marginal aspect. Perhaps this is the reason why such a small number of Slovak designers exhibit their works at this show. They failed to come to the opening of one of the biggest artistic events of the year and so did the big magicians from the Slovak advertising agencies. They showed no interest in meeting the members of the international jury, the renowned personalities from this field, such as Boris Bučan from Croatia, Zdeněk Ziegler, professor at the Academy of Applied Arts in Prague, Radovan Jenko, professor at the Ljubljana Academy and Seymour Chwast, the famous exponent of world graphic design from the USA. No wonder that this makes me feel sad. The problems were obviously related to the failure of the organisation committee. This event had no publicity at all. So far, reviews have only appeared sporadically (mid-August, editorial note). Perhaps only a few works which originated were worth displaying,

although I think that the situation is not really so bad. There are thousands of graphic designers in Slovakia, at least those who call themselves so. And I dislike writing about it when I am expected to write about the poor domestic participation. I simply cannot fail to mention this fact.

Unlike last year's edition, this exhibition was not so widely presented, yet it was still an imposing show endorsed by ICOGRADA. Many exhibiting artists represent the tip of the iceberg in this field. Due to the lack of a single large exhibition space, the show was installed in five different venues. The limited budget resulted in the lack of showiness, the exhibits were not protected by glass or frames. I personally did not mind, except the fact that limited financing can lead to the damage of posters. Those administrators who allotted money obviously did not realise the extent of this collection, containing perhaps several thousand pieces, and they failed to grasp the benefits the city of Trnava and Slovakia in its entirety would reap from such a small investment. Altogether 750 works by more than 160 designers from 26 countries, including the jury members, have been on show in Trnava. The exhibition was arranged by Karol Weisslechner and Dušan Voštenák under the direction of Dana Doricová. They did their best under these circumstances.

The jury members are the Masters Eye Award laureates awarded according to the statute. Their works were on show at the foyer of the Trnava theatre. However, the space has shrunk due to the size of the installed panels. I personally think that the works of such great masters deserve a better space. According to the statute, Boris Bučan was supposed to have a solo exhibition. However, nobody kept this in mind, or perhaps, in order to reduce the amount of work, this exhibition did not take place. Those 13 or 14 posters, measuring 200 x 210 cm, presented by the artist to the city of Trnava would be sufficient for a really impressive exhibition installed in a more suitable space.

A unique part of this Triennial was the B category, presenting the students' works, exhibited in the small space of the Trnava University studio. The same can be said about the small foyer at the University of Technology. The exhibition halls at Koplov Chateau are among the best, after those at the synagogue, where the viewers can be most impressed by the works. Although this magnificent space has been devastated by two totalitarian regimes, its atmosphere strengthens the nostalgia. The exhibition has endowed this shrine with new life, multicoloured and unfettered, producing a suggestive contrast.

There is little space to evaluate individual artists since I think it is more important to defend the significance of this exhibition. At present, "national schools" are in retreat and Tadeusz Piechura and Władysław Pluta, both protagonists of the famous Polish School, serve as the best examples of this trend. The Swiss collection gives a balanced impression, mainly the posters by the "minimalists" Niklaus Troxler and Melchior Imboden, although Paul Brühwiller, the winner of the Grand Prix, is an expressionist artist. The traditional refined culture of the Japanese poster was best reflected in the work of Katsui Mitsui, the awarded designer, whose oeuvre shows a symbiosis of modern and traditional national feelings. A remarkable collection of posters was presented by the Hungarian Péter Pócs, who maintains that he is a quiet disciple of the Polish School. Among other artists I was most impressed with were the Japanese Koichi Sato, Akihiko Tsukamoto, Toyotusugo Ito, Shigeo Katsuoka, and the classic Shigeo Fukuda. I was equally impressed by the Dane Finn Nyggård, the Czech Jaroslav Šůra, the Finn Pekka Loiri, French designers François Gaspar and Alain Le Quernec, as well as by the small-sized but interesting works of Pascal Colrate, and the list could continue. However, I cannot fail to mention the Slovak participants. Only six designers displayed their works at this exhibition, including V. Chodelková, P. Pisár, L. Škrinářová, R. Dóka, L. Longauer and V. Rostoka together with J. Králik (Rabbit & Solution Studio). The latter artists were the only real candidates for the prize - too few for the organising country.

I have to mention the students' works from 8 countries. Due to its unique character, many members of the jury view this part of the Triennial as very promising. This section of the exhibition was dominated by three schools: the Prague Academy of Applied Arts, represented by the studio of Prof. Zdeněk Ziegler, the Krakow Academy, the studios of Profs. Pluta and Otreba and the Bratislava Academy of Fine Arts and Design, exhibiting the works made in the studio headed by me. The students' works of Prof. Aaortoma from Helsinki were of major interest as well. Exposed to the competition from renowned European schools, our students really did very well, and therefore this show is of great satisfaction for me. I would like to mention the winner Tereza Ryvolová from Prague and the Slovak student, Hana Valihorová, studying there, as well as the fresh graduate from the Academy of Fine Arts and Design, Emil Drličiak who has been awarded the "booby prize" for the second time.

Lubomír Longauer

DIFFICULT CONDITIONS FOR BUSINESS ENTERPRISES

Interview with Ing. Juraj Majtán, Director of the National Agency for Development of Small and Medium Enterprises

What is the current situation of small and medium enterprising (SME) like?

One objective of the National Agency is to monitor the business environment and its development in Slovakia. Our data indicate a successful development of SME in Slovakia. The number of small and medium companies - legal persons - has increased to the current number of 52 thousand, most of them having the status of limited liability companies. There are some 270 thousand licensed tradesmen, with a slightly decreasing tendency in this area during the last two years. However, this is nothing unusual. Despite the really difficult and hard conditions of business enterprising nowadays, this sector has still been increasing. Our monitoring of the business environment shows that it is far from ideal: on the contrary, it is rather demotivating - from the financial and administrative viewpoint, as well as due to a complicated legislation. We try to propose measures to improve the current circumstances, but it is a matter of our legislative bodies or of the government to decide whether our proposals will be accepted. Therefore, we have prepared a medium-term policy for the development of SME to the year 2000, which was submitted in February this year. This material includes not only the aims which should be achieved, but also measures of how to achieve them, and financial resources required from the national budget to apply those measures. So we can summarise that the development is positive in all aspects: the number of companies, their contribution to the gross national product and employment - about 50% of the national labour force is employed in SME, which is a very good ratio. It is worth supporting small and medium enterprising.

What is the role of the National Agency for Development of Small and Medium Enterprises in the framework of state support for SME?

The Agency has been established as a co-ordinator of international and national activities on behalf of SME, therefore, it became a PHARE programme unit. There is a wide variety of projects, ranging from "academic" aid to giving credits. Our major activities include monitoring of the business

environment, creating the policy of SME, and preparing research reports on SME. The second important area of our activities is advisory services, provided through 17 Regional Information Advisory Centres (RIAC), and 5 Business Information Centres (BIC). Their services include tax advice, legal advice, business plan elaboration or appraisal etc., and even provision of financial resources - loans, credits, or covered capital.

And what about credits? Businessmen claim that they are hardly available.

This is our problem No.1. The market is undercapitalised, and small and medium entrepreneurs have no access to capital. Through their own activities they are not able to accumulate sufficient capital for a further development of their business. Our Agency has prepared a project, enabling them to obtain financial resources. Of course, these resources are limited, and although we have already invested 1.2 billion SKK in this project, which is a considerably great amount, I must say that we have about a four times greater number of good business plans, which would be worth realising. However, they cannot be supported due to limited financial resources.

What are the conditions for obtaining a credit?

The basic condition is that the company was established after January 1st, 1991. It can be either a completely new company or an already operating small or medium - size one, having its seat in Slovakia, with at least 51% Slovak capital. There are also other conditions, one of the most important of them being the condition that we provide credits only for manufacturing companies or service companies - active tourism. Trade activities are excluded.

What are the reasons in the case of their failure?

The most frequently occurring reason is an inefficient marketing. Marketing is the most important side of a business plan, and we also evaluate it with maximum attention. A good product is worth nothing if there are no customers to buy it.

This is a great problem, because no specialised marketing companies have existed in our country yet which would be able to work up a marketing study for a new product. Mean-

while, such services are supplied by institutions like our Agency or our advisory centres.

So you have marketing specialists?

I cannot say that we have experts to elaborate a marketing study, which would guarantee success. But our specialists know the region and have a full picture of the situation. Moreover, an important role in approving our business plans is played by the bank credit committee, which also gives priority to marketing. So every business plan goes through two sieves - our Agency and the bank - and perhaps this is the reason of a great success rate.

What can be done to improve the professional level of marketing?

I don't believe that this is needed only in marketing. Our activities include also management training. We prepare various workshops and courses on marketing, financial management, and other areas of business management under very favourable conditions. Businessmen show interest in such courses; however, sometimes it is difficult to persuade them that theory will contribute to their success, that a good idea is not enough to start a business and it is necessary to acquire some skills to do it.

As I have found, you don't prefer business plans based on domestic raw materials, original Slovak design and know-how, i.e. domestic intellectual and material resources. Why don't you give them any preference?

It is an interesting idea of utilising the potential, which we have here - from the original idea to its realisation and sales. Our Agency has neither paid any special attention to design nor kept record of companies working with design. Anyway, we don't exclude such a business plan, although I don't remember any business plan based on a new design. The possibility should be considered of making a special project to support it. However, I believe that something like that should not be done through an institution like our Agency, which is aimed at the whole area of SME, while design is only a small part of it. In fact, a product with good design and utility characteristics will attract customers. From this point of view, design can play a role in SME as well. But, as I have already mentioned, our Agency has performed no special activities in this field.

Adriena Pekárová

CHAPTERS FROM DESIGN HISTORY III. BIRTH OF THE DESIGNER PROFESSION

Since the late primeval age two alternative development lines of utility objects can be traced: the first one is limited to pure functionality, the second one has added

something more (we have tried to specify this "something" in the previous lesson of design history). The industrial revolution made the situation even more complicated. The volume

of traditional handicraft production was radically limited, but it still remained important and developed further in two directions. The aristocracy, and gradually also

the upper middle class became customers for pure style artistic handicraft production. The industrial revolution started in the period of rococo, which was later replaced by classicism, empire, biedermeier, and antique-like styles. In parallel with those styles, there has been handicraft production bearing no style features. Mechanical manufacturing provided products whose shape directly reflected their utility function. Anonymous "engineering production" in the period of industrial revolution, however, was perceived as something incomplete and rough. The necessity to humanise the functional structure was obvious. In the age of early industrial production, this problem was usually solved by decorating the structure with ornament, sometimes even to such an extent that the function was hidden under or obstructed, and even disabled by, the decoration. Nearly during the whole of the 19th century, designers were rather decorators. Their task was to find appropriate ornaments in the history of arts, and to apply them to industrial products. Many design historians have drawn the attention to the fact that rich ornamentation on utility objects in the 19th century was rooted in a specific social situation. A new rich middle class had "stolen" from the aristocracy their historic styles, but it lacked the taste which the aristocracy had built for centuries. Moreover, some shapes, designed for handicraft techniques, were faked by mechanical production. All of that resulted in an over-decorated pseudo-art, poor quality trash, which became the target of attacks by reformer movements in the second half of the 19th century.

In selected lessons of design history we should like to treat our national traditions also. The absolute Austrian Monarchy was a considerably backward country in application of industrial revolution achievements. The first iron bridge was built in Baden near Vienna 40 years later than in

England (1815) - and, moreover, it broke on the day of its inauguration. The attitude of famous Austrian bureaucracy to industrial development was full of contradictions. On one hand, the development of mechanical production obviously could improve the economy of the country, which had been losing its position as world great power. On the other hand, however, there was a fear of social movements in the multinational monarchy, inevitably accompanying the industrial revolution. As an example, we can mention the important invention of the screw propeller. In 1829, when the Bohemian inventor Josef Ressel tested its efficiency in Trieste, his noisy tests were forbidden by the imperial authorities. His invention was then used by the English and helped them to further increase their naval hegemony.

Despite various obstacles, however, industrial development could not be stopped in the Habsburgian Austria. There developed even activities of a company, which no history of design can do without, namely the Thonet company, manufacturing furniture of bent wood. This company considerably (though indirectly) contributed to the establishment of the designer profession in industry. The founder of the company, Michael Thonet, was a joiner. His furniture creation developed from his experiments with material (wood bent hot), representing one important area of designer activities. His design followed directly from material characteristics and from the needs of multiple mechanical production (though some handicraft still remained), and it respected the physiological characteristics of human body as well as functional requirements of the respective furniture type. Such a scheme shows the basically functionalistic thinking of Thonet. However, neither could Thonet avoid compromises, obviously dictated by the atmosphere of those times and by the trading strategy later. His early furniture design is characterised by the biedermeier style. After he had moved from his native German

Boppard to Vienna, he orientated his work towards the fashionable second rococo style. He took up his experiments, and when he was able to bend even massive bearing bars (till then he bent veneers and several thin bars glued together), he started to specialise in simple furniture manufacturing, with no style features, designed for large public rooms (coffee-houses, waiting-rooms, etc.). In 1856, he founded his first factory at Koryčany in Moravia, and using steam machines he started production of the so-called "consumer chair" - model No.14, which became an evergreen of furniture production. "No.14", consisting of a minimum number of parts, with the least material and assembly costs, represents a perfect example of cheap, mass-produced consumer goods, taking advantage of standardisation in multiple production. At the same time it shows that the functionalistic aim of aesthetic value, consisting in a harmony between the function and the shape of a utility object, was achieved even in the period of highest decorativism. However, in parallel with the simple furniture, even Thonet designed models tributary to the style of those times, Neo-Gothic and Neo-Renaissance. His elaborated commercial strategy was aimed at customers with various taste and financial backgrounds. It included even selling through catalogues, establishment of branch stores, participation in exhibitions, and also social benefits for employees, contributing to improved performance. The sophisticated "marketing" strategy bore fruit - the company expanded successfully. Michael Thonet established his third factory in the territory of Slovakia - at Vefké Uherce. His son August introduced there an important innovation: the cane weave on seats was replaced by veneer, resulting in more effective production. So we can say that Slovakia also participated (though more or less in a symbolic way) in the early history of design.

Zdeno Kolesár

PAGES 41-45

INDIVIDUAL DESIGN IS STILL IMPORTANT

Interview with Czech architect and designer Jiří Pelcl

Your exhibition in the Gallery K. F. A. in Bratislava (April) and in the Emócia Gallery in Žilina (May '97) was a presentation of your recent furniture solitaires, being on the borderline between utility and free art. Are you satisfied with such a position for your work?

All architects have an inclination to pure, simple shapes and ideas, without details and ornaments. Other people incline rather to decoration and fashion. I design various shapes, refining the mass. There are no visible joints or structure principles, as they would distract the attention or "disintegrate" the object.

Along with furniture solitaires you design utility glassware, pottery, and metal objects. Have you mastered all those specific technologies and handicrafts?

Certainly, the knowledge of technology plays an important role. If you want to design a cup or a glass, you must know what shape you want to make, why you want to make it, and what you want to say. If you don't know, or if you are not sure about it, no craft and skill can help you. Neither is it necessary to know the technology and material characteristics. If you have a perfect knowledge of technology, you are limited, and you believe that it cannot be done because of this or that reason. But in fact, it can be done.

Pottery and glassware are obviously produced in small series. They show the designers sense of fine shapes, fragility, they show his sensitivity, but also his sense of humour. What are you inspired by?

It is difficult to design common objects which would be noticed by, bought by, and delightful for customers. It is a problem, which has been solved a thousand times already. Humour is important. The community of designers and architects is too serious, pretentious, and intellectual. I think that humour is needed by all of us. It is a pleasure to drink from a cup which makes you amused. What I am inspired by? I am inspired by everyday life ... rather by people than by nature. A lot of my older objects have been inspired by nature. I like to observe people, what they speak about, how they are dressed, how they behave.

The ATIKA group originated in 1987, when a group of postmodernistic interior designers arose in Czechoslovakia ...

That was me and my colleagues, who did not see any sense in working for the industry. We wanted to express through objects what we felt, what we wanted, without any compromise - in form, shape, and material. Our early works were influenced by cubism. Czech cubism had been manifested even in furniture design and architecture, which is unique world-wide. After the cubist period another period followed, influenced by nature and seasons. In the last phase, I was inspired by literature. In the second half of the 80s, Czech interior design was different from the Slovak one. A group of young Slovak architects around I. Vaško and D. Voštenák became well-known a year earlier. They orientated themselves on Italy, on the transavantgarde. Our works

followed from the domestic environment, perhaps therefore they were more successful. We showed them in 25 exhibitions in our country and abroad, and we sold more things abroad than at home. I believe that today, when design is an immense business, making one designer's work is still important.

As an architect you undertake both interior and exterior design. Where can we see your works?

After 1989, I designed the interiors in Prague Castle and the Ministry of Foreign Affairs in the Czech Republic. In 1994, I designed the interior of St Veit Cathedral in Prague, including the design of liturgical objects. In 1995, the Embassy of the Czech Republic in Rome was reconstructed according to my design, including interiors. Besides those major works, I have designed many other

interiors and objects. In this year, I have also provided interior design for the Czech Embassy in Pretoria, South Africa. Now, I am just designing a family house and some terrace houses. It is much more attractive for an architect to design a house than an interior. An interior can be changed or destroyed in one week, while it no so with a house. Building design is now a complicated job, which is done by a team of people. I am rather an individualist, which is not favourable for building design.

What about your future?

I am preparing an exhibition of furniture in Nürnberg, Germany. This autumn, I shall start working at the Academy of Applied Arts in Prague, where I take over the post of head of the Architecture and Design Studio after Bořek Šípek.

Prepared by Jana Oravcová

PAGES 53 - 55

LIVES OF CLOTHES

Clothes have their lives, the same as ideas or efforts. In 1993, when a small group of enthusiasts tried to persuade the Chancellor of the Academy of Fine Arts in Bratislava, Jozef Jankovič, that there was a need to establish a Clothing Design Studio at the new Department of Design, there were already numerous talented designers working in the clothing industry, some of them graduates from the Prague Academy of Applied Arts, the Studio of prof. Zdenka Bauerová. Those designers, among them for instance the academic painter Anna Bohatová, had been selling their works through the "Dielo" store in Bratislava - mostly originals from fine textile materials, hand coloured or with applications. Such clothes brought some animation to the sleepy, uniform Slovak clothing design of those times. Young enthusiasts were fond of participating in a popular competition of professional and non-professional clothing designers, organised under the name "Young Fashion Designer". Such talents like Miro Jablonský, Fero Mikloško, and Jana Lieskovská charmed, but also shocked the professional jury. Young designers were searching not only for their own identity and artistic view, but also for customers who would wear their clothes. Lea Fekete from the association SET '88 had decided for another way. She was successful at the IGEDO fair in Düsseldorf with her fashion collection, bearing national features, with an original structure. Blueprint, a material sending clear ethnic signals, had been styled with romantic features. The current Slovak fashion design scene is marked by generation differences. While clothing stylists, whose original profession has nothing to do with clothing design and who managed to make a hobby their new profession, have been intentionally building their clientele since the decline of totality, the younger and the youngest ones are just building their clientele and opening their stores, boutiques or selling galleries. Such a company is, for instance, ZOE, selling

clothes designed by Zuzana Kanisová. ZOE offers both men's and women's fashion in small series in two stores in Bratislava, and they are just about to open a third one. However, their production is orientated also to foreign markets, especially the Austrian and the Czech market. Along with a classic fashion line they also offer romantic clothes, inspired by the Romanesque and Gypsy culture. Enthusiasm of the young designer, believing in her talent, is manifested in fashion collections motivated by culture, by a pure sense of aesthetics.

More exacting customers, who prefer a feminine fashion and believe in their feminine strength, like to buy their clothes in the Renata Bartolomei fashion house. She likes to be inspired by the French fashion, particularly by Thierry Mugler. This can be seen in her erotic-look suits with expressive details, often in aggressive colours and extravagant form. Though Renata Bartolomei offers a ready-made collection, her fashion house also provides tailored clothes. Lea Fekete balances on the borderline between intentional and rational structure and romantic materials and colours. Her latest collection includes velvet along with stretch materials like Lycra and transparent silks, and when such clothing is completed with original jewellery by Daniel Brunovský, there is no doubt that the major objective is to create a symbiosis of clothes and jewels. The symbol of a jewel button will also dominate in the selling gallery, which will soon be opened in a historic building in Bratislava. A sophisticated, creative and commercial philosophy features also in the new formation of VITA VESTIS. The academic painter Júlia Sabová and designer Dagmar Hilbertová believe in fact that clothes have their lives, imposed on them by the person who wears them. From the original aim to make recycled clothes, inspired by the fact that a lot of clothes, offered in fashion collections each season are then simply thrown away, they

came to making universal clothing, not depending on any fashion line or trends. First of all, it is the question of fine natural materials and colours - as well as of a variable fashion. Such clothes can be worn in the morning, in the afternoon, and with a small modification in the evening, too. An important feature is creativity - the ability to modify such clothing. Meanwhile, the original pieces of this collection are being introduced and customers can see them in the studio. An important part of the fashion look will be provided by Rasťo Trizma's jewellery, as well as by fancy hats and caps.

Clothing design by the academic painter Iveta Ledererová has been addressing men especially for several years already - starting from original men's waistcoats, through shirts with unique patterns up to branded underwear, LEDERER trademark socks, shoes and shirts. This trademark has already won its customers, although men often prefer clothing of foreign provenance. In the Lederer store in Bratislava, and soon even in other Slovak towns, you can also choose accessories for your suit, necessary for creating the image of a fashion conscious man. The designer has managed to show men the way to some Slovak total look, to a personal style, which many of them have obviously lacked.

The current Slovak fashion scene is greatly over-feminized, unbalanced, and differentiated. We could speak also about clothing design by Lujza Flašár-Kafková, Veronika Gallová, Beáta Králiková, Emma Tekelyová or Soňa Müllerová. Obviously, many entrepreneurs in this field are not hindered by their lacking professional education. Backed by a strong financial group, belief in their own creativity, business skills and courage to take a risk, some of them have turned their dreams to reality. However, Slovak clothing design will need a lot of time to achieve a clear, more sophisticated form.

Sabína Bačíková

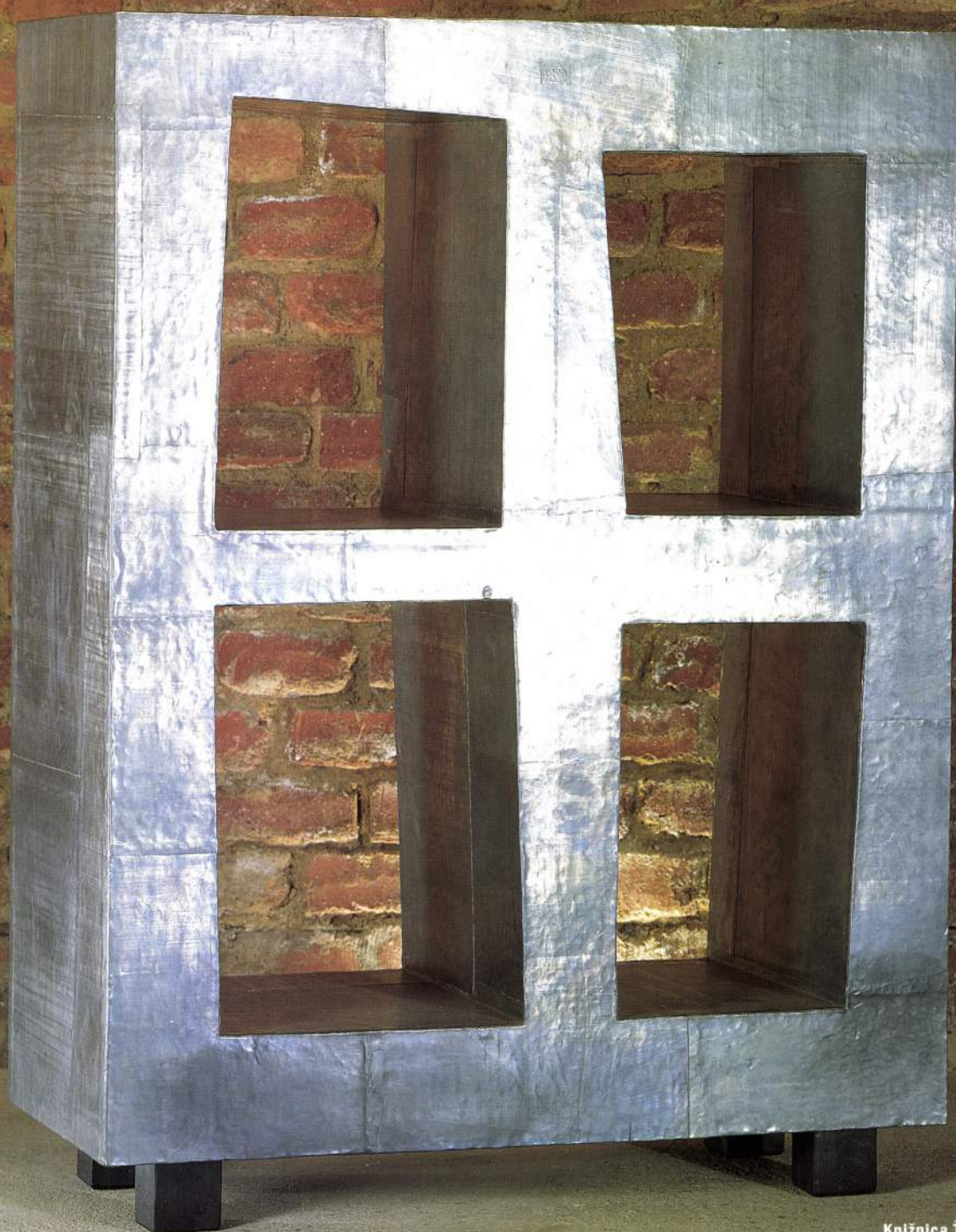
(all articles abridged)

S TVORBOU ČESKÉHO ARCHITEKTA A DIZAJNÉRA AKAD. ARCH. JIŘÍHO PELCLA (1950) SME SA NA STRÁNKACH ČASOPISU STRETLI UŽ VIACKRÁT. PATRÍ MEDZI RENOMOVANÝCH DIZAJNÉROV, KTORÍ SVOJOU AKTIVITOU VÝRAZNE PRISPĚLI K FORMOVANIU IDENTITY ČESKÉHO DIZAJNU. JEHO ČINNOST SA NESÚSTREĐUJE LEN NA OBLASŤ TVORIVÚ. ZAOBERÁ SA TEÓRIOU DIZAJNU, PUBLIKUJE, PREDNÁŠA NA DOMÁCIICH A ZAHRANIČNÝCH VYSOKÝCH ŠKOLÁCH. ROKU 1987 ZAKLADÁ UMELECKÚ SKUPINU ATIKA, 1990 VLASTNÉ ŠTÚDIO ATELIER PELCL. ROKU 1992 SA PODIELA NA VZNIKU PRVEJ GALÉRIE ŠPECIALIZOVANEJ NA DIZAJN - GALERIE GENIA LOCI, KDE DO ROKU 1994 PŮSOBÍ AKO UMELECKÝ RIADITEĽ. ROKU 1992-93 VYDÁVA A REDIGUJE BULLETIN INTERIER & DESIGN. PRI PRÍLEŽITOSTI VÝSTAVY V GALÉRII K.F.A. V BRATISLAVE V APRÍLI T. R. SME JIŘÍHO PELCLA POŽIADALI O ROZHOVOR.

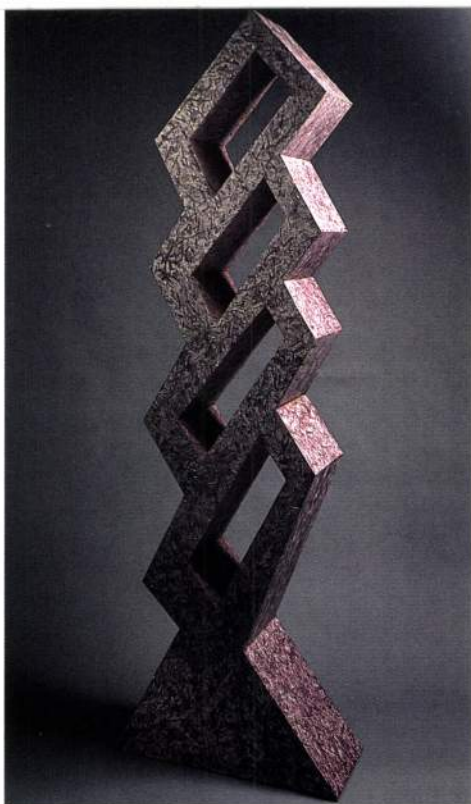


autorská tvorba má stále význam

ROZHOVOR S JIŘÍM PELCLOM



Knižnica Ťažká Barbora, 1997.



Knižnica Zikurat, 1996.

Programovo sa sústreďujete na dizajnérsku tvorbu výsostne výtvarného charakteru. Pracovali ste však aj pre podniky nábytkárskeho priemyslu a výrobné družstvá. Ako ste sa dostali od návrhov pre sériovú výrobu k interiérovým solitérom?

Špecializoval som sa na nábytkovú tvorbu na UMPRUM (1972-78) v Prahe a potom na ročnom študijnom pobyte na Kráľovskej akadémii umenia (1983-84) v Londýne. Pracoval som pre viaceré podniky v Čechách, na Slovensku pre nábytkársky podnik Nový domov.

Ako som sa dostal k solitérom? Bolo to ešte za hlbokého socializmu a moje uspokojenie z práce bolo mizerné. Všetko sa odohrávalo na báze inovácie alebo návrhu nového nábytku, ktorý sa vystavil na veľtrhu v Brne, prípadne inde. Všetci si urobili čiarku a mali pokoj. Takto to pokračovalo rok za rokom. Práca pre priemyselnú výrobu ma prestávala baviť. To nikam neviedlo. So všetkým boli problémy. Nábytky, ktoré sa vyrobili, mali nedostatky. Človek sa musel stále ospravedlňovať a komentovať, že to malo byť tak a tak. Vyzeral ako hlupák. Ak niekto urobí akúkoľvek vec, nemá vysvetľovať, vieš, táto vec je moja, ale tamto malo byť farebne trochu inak. Keď to má byť inak, treba to inak aj urobiť a nehovoriť o tom. V mojom rozhodnutí zohrala dôležitú úlohu i tá

Stolička Zelený palouček, 1995.



skutočnosť, že som chcel urobiť vec, predmet alebo kus nábytku, postaví ho do stredu miestnosti a povedať, toto a toto som urobil tento alebo minulý rok, preto a preto, tak a tak. Jedna z príjemnejších možností bola, buď si to urobiť sám, alebo zadať a dohliadať na proces výroby. Jednoducho, celú záležitosť si sprodukovať sám. Takto vznikol solitér, za ktorý si bol autor plne zodpovedný.

Vaša autorská výstava v Galérii K.F.A. prezentovala nábytkové solitéry z posledného obdobia, pohybujúce sa na hranici úžitkového a voľného umenia s ľahko čitateľnou funkciou. Forma vyplýva z kreatívnych potrieb autora. Nábytkové solitéry, knižnice, pohovky pôsobia originálne, sú založené na čistote a jednoduchosti tvarov. Vyhovuje vám práve táto poloha tvorby?

Každý architekt má tendencie k čistote, k jednoznačnosti vyjadrenia tvarov a myšlienky bez detailov a zdobnosti. Samozrejme, ľudia sú trochu iní, tieto momenty nevnímajú, skôr inklinujú k dekoratívnosti, k detailom, k móde.

V mojich knižniciach ma zaujíma vzťah plnej hmoty k prázdny priestorom, vzťah pevnej hmoty k nehmotnému. Preto používam rôzne štruktúry, ktoré tú hmotu zjednodušujú. Nie sú tam vidieť spoje alebo konštrukčné princípy. V tomto zmysle nie sú pre mňa dôležité, pretože by odpúšťali, alebo „rozdebovali“ objekt.

Vo vašej tvorbe zohráva dôležitú úlohu farba. Drevo ste nahradili netradičnou povrchovou úpravou. Nelákajú vás klasické nábytkárske materiály?

Klasické materiály ma lákajú tiež. To sú veci, ktoré nemôžem robiť sám, alebo len veľmi zložito. Musel by som byť remeselník. Je to práca spojená s remeslom. Navrhujem jednotlivé solitérne kusy z masívu pre nábytkársku firmu v Brandýse nad Labem. Tieto nábytky nevyznejú tak ako moje objekty, nie je to jeden kus, originál alebo obmedzená séria. Navrhol som ich tak, aby sa mohli vyrábať v menšej sérii v podmienkach firmy. Samozrejme, plochy sú také, aké drevo vyžaduje. Väčšinou je to drevo z exotických alebo



Knižnica Strapatá, 1996.

domácich drevín. Farba tu nie je dôležitá. Naopak, pri autorskej tvorbe hrá dominantnú úlohu, vytvára atmosféru, je výpoveďou autora.

Popri nábytkových solitéroch sa venujete aj dizajnu úžitkových predmetov zo skla, porcelánu, kovu. Ovládajte všetky tieto špecifické technológie a remeslá?

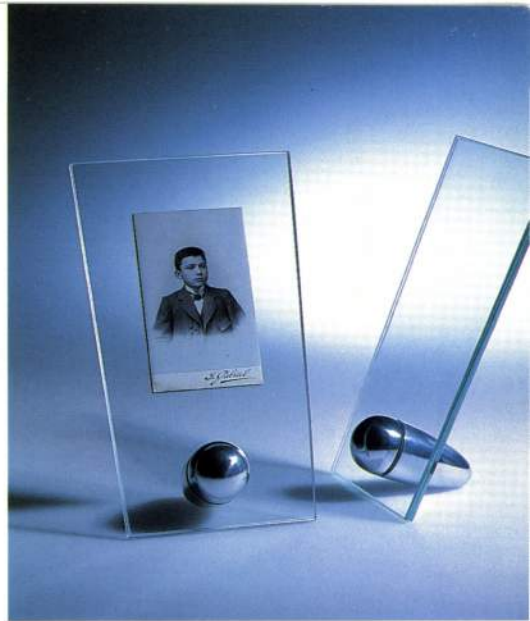
Skúsenosť a znalosť technológie a remesla hrá určite veľkú úlohu. Ak chce človek navrhovať šálku alebo pohár, musí mať predstavu, ako to má vyzerať, prečo to chce robiť, čo tým chce povedať. Ak ju nemá, alebo ju má vágnu, žiadna remeselná skúsenosť mu nepomôže. Nemá zmysel robiť pohár, ktorý je banálny, alebo šálku, ktorú si nikto nevšimne. Rovnako nie je potrebné, aby človek poznal technológiu a mal vedomosti o materiále. Ak niekto

pozná dokonale technológiu, nepostupuje s istotou, je obmedzený a myslí si, že sa to z tých a tých dôvodov nedá zrealizovať. V skutočnosti to ale ide.

Práce z porcelánu a skla sú zrejme vyrábané v malých sériách. Prezrádzajú autorov zmysel pre jemnosť, krehkosť, cit, ale aj humor. Čím sa inšpirujete?

Je ťažké navrhovať predmet bežnej potreby, ktorý by si niekto všimol, kúpil a urobil mu radosť. Je to téma, ktorá bola už tisíckrát použítá a riešená. Humor je dosť dôležitý. Sme, myslím tým obec dizajnérov a architektov, príliš vážni, strojení a intelektuálni. Ľudia sa správajú oveľa spontánnejšie, sú citlivejší k veciam. Myslím si, že humor každý z nás potrebuje. Je celkom príjemné piť zo šálky, ktorá v nás vyvoláva dobrú náladu. Čím sa inšpirujete? Normálnymi vecami, normálnym životom. Skôr ľuďmi ako prírodou. Samozrejme, prírodou tiež. Veľa mojich objektov z predchádzajúceho obdobia bolo inšpirovaných prírodou. Baví ma pozorovať ľudí, o čom hovoria, čo majú na sebe, ako sa správajú.

Skupina ATIKA vznikla roku 1987, teda v období, keď v Čechách i na Slovensku sa dostáva do povedomia skupina ľudí kreujúcich interiérový dizajn v duchu postmoderny. V Čechách však táto poloha tvorby mala zázemie v tvorbe Milana Knížáka, ktorý v 70. rokoch vytvoril niekoľko nábytkových projektov. Rovnako i vy ste v prvých



Stojan na fotografie.
Výrobca: PRACTICAL DESIGN, 1996.



Pohovka Salamander, 1995.

prácach našli inšpiráciu v českom kubizme. Ako by ste charakterizovali päťročnú etapu existencie skupiny ATIKA?

Ja a moji kolegovia sme v práci pre priemysel nevideli zmysel. Chceli sme realizovať veci tak, aby sme mohli v objektoch vyjadriť to, čo človek cíti, čo chce, bez akýchkoľvek kompromisov - formálnych, tvarových a materiálových. Prvé veci boli ovplyvnené kubizmom. Kubizmus v Čechách sa prejavoval aj v nábytku a v architektúre, čo je svetový unikát. Po kubistickom období nasledovala perióda ovplyvnená prírodou a ročnými obdobiami. V poslednej fáze som sa inšpiroval literatúrou.

Myslím si, že interiérový dizajn mal v Čechách v 2. polovici 80. rokov iný náboj ako na Slovensku. Skupina mladých architektov okolo I. Vaška, D. Voščenáka sa začala prejavovať o rok skôr. Boli orientovaní na Taliansko, na transavantgardu. Naše veci čerpali z domáceho prostredia. Možno preto mali väčší úspech. Vystavovali sme na 25 výstavách doma i v zahraničí, predali sme viac vecí v cudzine než doma. Boli časy, keď sme pochybovali o tom, či to, čo robíme, nie je zbytočná, extravagantná činnosť. Myslím si, že dnes, keď je dizajn jedna obrovská mašinéria a biznis, urobiť jedno autorské dielo má stále význam.



Skrinka Johnny Bar - „Ľahko v nálade“.
Výrobca: ARTWOOD BRANDY'S, 1997.



Zdá sa, že v Čechách má autorský dizajn oveľa priaznivejšiu situáciu i napriek tomu, že je intelektuálne, technologicky, teda i finančne náročný. V súčasnosti existuje v Čechách viac dizajnérov, ktorí tvoria a vystavujú v galériách. Zároveň preniklo do pražského prostredia niekoľko renomovaných zahraničných firiem. Aká je odozva trhu?

Český trh je rovnako malý ako slovenský. S tým sa nedá nič robiť. To, že sme sa napr. v nábytkárskom priemysle orientovali na východ, bolo dobré pre výrobu. Mali sme odbyťtia, stále sa vyrábalo. Situácia na Slovensku nie je o nič horšia ako v Čechách. Slovenská populácia je



Popolník Blieriot. Výrobca: PRACTICAL DESIGN, 1996.



Cafe Novito. Výrobca: NOVITO ŠTĚTÍ, 1995.



Pohár Trifid. Výrobca: NOVITO, 1997.

menšia, v mestách žije menej ľudí. V Čechách je oveľa viac väčších miest, kde je priemysel, ľudia, tvorcovia a galérie. Trh je malý, preto sa musíme viac pohybovať po Európe.

Máte svoje štúdio. Môžete porovnať prácu dizajnéra pre nábytkársky priemysel s tvorbou vo vlastnom štúdiu?

Práca v mojom štúdiu je rôznorodá a nie je obmedzená len na navrhovanie nábytku. Pracujem zároveň na viacerých úlohách - od dizajnu drobných úžitkových predmetov cez nábytok, interiérovú tvorbu až po architektonické projekty. Keď navrhujem pre priemysel, snažím sa priblížiť tomu, čo investor chce. Často sa stáva, že nevie, nedokáže formulovať svoje predstavy

o výrobku. Je veľký rozdiel navrhovať autorský nábytkový objekt alebo výrobok pre väčšiu sériu. Človek nechce podľahnúť komerčným hľadiskám, ale zároveň nemôže vnucovať výrobcovi niečo, na čo nebudú ľudia reagovať. Autorská voľná tvorba je pre mňa veľmi dôležitá a je mi inšpiráciou pri riešení iných úloh.

Ako architekt sa nebránite interiérovej tvorbe či projekcii. Kde všade sa môžeme stretnúť s vašimi návrhmi?

Po roku 1989 som navrhol interiéry pre prezidenta Václava Havla na Pražskom hrade, ďalej interiéry na Ministerstve zahraničných vecí ČR. V roku 1994 som navrhol interiér Kostola sv. Vavrinca v Prahe vrátane dizajnu liturgických predmetov. V roku 1995 som projektovал rekonštrukciu budovy Veľvyslanectva ČR v Ríme spolu s interiéromi. Okrem týchto väčších úloh som navrhoval mnoho ďalších interiérov a dizajnských zákazok. V súčasnosti pracujem na projekte rodinnej vily a projekte radových domov. V tomto roku som tiež realizoval interiéry pre České veľvyslanectvo v Pretórii v Juhoafrickej republike. Pre architekta je omnoho lákavejšie navrhovať dom než interiér, to je logické. Interiér sa dá zmeniť alebo zlikvidovať za týždeň. Pri dome je to iné (pokiaľ ho neodnesie voda). Projektovanie budov je v súčasnosti čím ďalej zložitejšia činnosť, ktorá sa realizuje v tíme ľudí. Som svojím založením individualista, čo pre projektovanie nie je ideálne.

A čo vaša budúcnosť?

Pripravujem autorskú výstavu objektov nábytku v nemeckom Norimbergu. Na jeseň nastupujem na Vysokú umeleckopriemyselnú školu v Prahe, kde preberám vedenie ateliéru architektúra - dizajn po Bořekovi Šípkovi. To je moja najbližšia budúcnosť.

Ďakujem za rozhovor.

Jana Oravcová

Foto: J. Prokop, Y. Kopicová, G. Urbánek.

Činnosť agentúry sa zameriava na dizajn produktov, grafický dizajn a dizajn prostredia. Známe sú napr. telefónne prístroje, ktoré navrhla pre France Telecom, mobiliár pre parížske metro, pilotná kabína pre Airbus A 340, orientačný systém pre Olympijské hry v Albertville a ďalšie projekty. Viaceré z nich získali prestížne ocenenia (Janus d'Industrie, „oscar“ časopisu Nouvel Economist, Európska cena za dizajn a iné).

Zameranie na tri oblasti dizajnu sa odráža aj v organizačnej štruktúre agentúry. Okrem troch oddelení dizajnu je jej súčasťou obchodné a ekonomické oddelenie, ktoré zabezpečuje styk s klientmi, štúdio Humalogie (pre marketingové štúdie) a štúdio Bees'Net, ktoré sa zaoberá komunikáciou cez nové médiá, Internet či CD-ROM. Agentúra v súčasnosti zamestnáva 35 stálych zamestnancov, no spolupracuje aj s externými dizajnérmi, so študentmi alebo mladými dizajnérmi-stážistami. Každé oddelenie má svojho šéfa zodpovedného za konkrétne projekty, ktorý je priamo podriadený vedeniu kancelárie.

Spôsob práce agentúry určuje presne štruktúrovaná metóda. Jej súčasťou je presný kalendár plnenia jednotlivých etáp, ako aj zoznámenie sa klienta s tímom, ktorý bude na projekte pracovať. Jeho zloženie vyplýva z komplexnosti a náročnosti riešenej úlohy - buď je zostavený z dizajnérov jednotlivých oddelení (napr. pri globálnom riešení stratégie firmy), alebo výlučne z dizajnérov oddelenia, ktorého sa daný problém týka. Šéf projektu si sám zostavuje tím dizajnérov a stážistov, ktorý po zoznámení sa s požiadavkami klienta a s výsledkami marketingovej štúdie pracuje na projekte v úzkom kontakte s vývojovým tímom klienta.

Hľadanie nových konceptov, funkčná analýza produktu a konkurencie prebieha na tzv. „seansách kreativity“, kde každý prináša vlastné nápady. Konečné návrhy sú teda výsledkom celého tímu, kde je ťažko určiť autorstvo či uplatňovať nároky naň. K dobrej spolupráci prispieva aj zariadenie ateliérov bez uzavretých kancelárií, čo podporuje stálu komunikáciu ideí. Keďže oddelenia pracujú súčasne na viacerých projektoch, dôležitým faktorom je časová organizácia a plánovanie práce. Kvalita výslednej práce závisí od poskytnutého času na projekt, preto ateliér neprijíma objednávky zvané „rýchlovky“.

Ako je vo Francúzsku zvykom, ateliér spolupracuje aj s externými dodávateľmi (výroba makiet a prototypov, podkladov pre tlač, fotografií, špecialisti na farby a tendencie). Oddelenia sú prepojené počítačovou sieťou Macintosh, ateliér poskytuje aj 3D modelizáciu (AMAPI, STRATA Studio) a má CAD stanicu vybavenú programom Pro-Engineer. Na výrobu pracovných modelov slúži malá modelárska dielňa.

Plan Créatif

PARÍŽSKU AGENTÚRU DIZAJNU A KOMUNIKÁCIE PLAN CRÉATIF ZALOŽIL ROKU 1985 CLÉMENT ROUSSEAU, BÝVALÝ ŠÉF PROJEKTOV V RAYMOND LOEWY INTERNATIONAL. JEJ POZÍCIE NA EURÓPSKOM TRHU SA POSILNILI ROKU 1990 ZLÚČENÍM S LONDÝNSKOU KANCELÁRIOU CRABTREE HALL. AMBICIÓZNA AGENTÚRA CIELAVEDOMO BUDUJE SVOJE POSTAVENIE NIelen NA FRANCÚZSKOM TRHU, ALE JEJ MEDZINÁRODNÉ AKTIVITY SMERUJÚ PREDOVŠETKÝM DO ČÍNY (ROKU 1995 SI TU AKO PRVÁ AGENTÚRA TOHTO TYPU OTVORILA SVOJE ZASTÚPENIE), JUŽNEJ KÓREY A VÝCHODNEJ EURÓPY.

komunikácia prostredníctvom dizajnu



Clément Rousseau začínal ako priemyselný dizajnér v rôznych francúzskych štúdiách, od roku 1975 pracoval vo francúzskej pobočke agentúry Raymond Loewy International, o desať rokov neskôr založil vlastnú agentúru Plan Créatif, ktorú dodnes riadi. Clément Rousseau je súčasne prezidentom IFDI (Francúzsky inštitút pre priemyselný dizajn) a viceprezidentom OPQDI (Úrad pre profesionálnu kvalifikáciu priemyselných dizajnérov). Jeho chápanie dizajnu ako odvetvia úzko spojeného s potrebami trhu a technickými či ekonomickými zmenami sa odráža v stratégii a cieľoch agentúry, ktorým je venovaný nasledujúci rozhovor.

Prečo ste sa napriek silnému konkurenčnému prostrediu vo Francúzsku rozhodli vytvoriť vlastnú agentúru?

Bol to môj cieľ od začiatku. Aj v čase, keď som ešte pracoval pre iné agentúry, som vedel, že si raz založím vlastnú. Pochádzam z rodiny, ktorá vlastnila podnik na výrobu luxusných interiérov lodí, vlakov, lietadiel a vychovala ma k citu ku kráse a tvorivosti. Ale za rovnako dôležité som považoval získať vedomosti a skúsenosti u iných, spoznať ich manažment a metódy práce ešte pred vlastným štartom. Mal som šťastie, že som mohol riadiť veľké projekty u Raymonda Loewyho a pracovať v jeho výnimočnom tíme. Časom prevládla vnútorná potreba vyjadriť vlastné názory na problém, potreba povedať niečo iné než ostatní. Vytvoriť vlastnú agentúru je v istom zmysle risk, no na druhej strane to dáva väčšiu slobodu tvorby. Nemal som predstavu, že budem zamestnávať ľudí, ktorí sú iba vykonávačmi príkazov, ale chcel som sa obklopiť spolupracovníkmi, ktorí sú schopnejší než ja, a ich prácu riadiť a usmerňovať. Som rád, že Plan Créatif takýchto ľudí má.

Aké je filozofia a stratégia agentúry?

Pri budovaní ateliéru dizajnu nemôže byť v žiadnom prípade motiváciou finančná stránka. Dôležité je prísť s niečím iným než konkurencia, mať vyhranený názor a nebať sa ho medializovať, ale dať o sebe klientom vedieť. Podmienkou úspechu v podnikaní je, aby váš názor bol v súlade s očakávaním klientov a s potrebami trhu. Stratégiou Plan Créatif je čo najviac sa odlišovať od ostatných. Neprestajne testujeme trh, zaujímame sa o nové technológie a snažíme sa byť prví, ktorí ich použijeme. Agentúra dizajnu musí byť stále na špičke technického vývoja a sledovať ho, aby vedela klientovi ponúknuť vždy to najlepšie a najnovšie, aby sa s výrobcom mohla spolu-



Olympijské hry v Albertville. Orientačný systém.



Funiland. Zábavné centrum pre deti, interiér, zariadenie, 1996.



Roneo. Školský mobiliár Emergence, 1992.



France Telecom. Bezdrôtový telefón Amarys, 1996.



Gaz de France. Plynomer Dialogaz, 1996.



RATP. Stanica rýchlodráhy v Paríži.

podieľať na vývoji nového výrobku i s niekoľkoročným predstihom pred jeho uvedením na trh. Dizajnér bude v budúcnosti novátorom, spoluvorcom a konzultantom klientovho podniku.

Nevyhnutný je záujem o klientov podnik ako o model profesionálneho života. Mojou filozofiou podnikania je fixovať ciele, určovať stratégiu a podeliť sa o svoje presvedčenie a úspechy s kolektívom zamestnancov. V tom, čo ponúkame klientovi, je inteligencia celej skupiny.

Aké podmienky musí spĺňať dizajnér vašej agentúry?

V prvom rade musí byť veľkým znalcom každodennosti, zvedavým pozorovateľom, ktorý sa na všetky veci pozerá cez ich detaily a spôsob ich používania. Okrem analytických schopností by mal mať aj syntetické, umožňujúce nachádzať nové riešenia. Tieto vlastnosti sa však nedajú naučiť na žiadnej škole. Okrem toho musí byť aj samostatný, autonómny, no zároveň aj schopný pracovať v kolektíve a podrobiť sa spoločným zámerom firmy.

Ako vnímate osobu dizajnéra - je skôr umelcom, alebo inžinierom?

Vízia dizajnéra ako umelca je podľa mňa mylná. Vychádza z neznalosti postavenia umelca pred 19. storočím. História umenia je totiž úzko spätá s históriou remesla a umelci boli v podstate vždy remeselníkmi. Príkladom sú talianske maliarske ateliéry v 14. storočí, resp. ich organizácia. Objednávky boli vždy detailne rozpracované a štruktúrované podľa nárokov klienta. Maliari dokonale ovládali svoje remeslo, čo bolo zdrojom ich inšpirácie. Až s objavením sa psychoanalýzy inšpiráciu nahradila analýza vlastného vnútra a robenie „umenia pre umenie“. Média si vysvetľujú prácu dizajnéra ako tvorcu diel - artefaktov, a nie produktov, resp. výrobkov. Je rozdiel medzi dizajnérmi, ktorí navrhujú nábytok vyrábaný v 2-3 exemplároch a predávaný v galériách, a nami, ktorí sa zaujímame o produkty pre tisíce kusové série a širokú predajnú sieť. Rozdiel medzi dielom a produktom je ten, že dielo je individuálny prejav autora a produkt je vyjadrením potrieb jeho budúcich užívateľov. Dizajnéri sa snažia dať na tieto potreby čo najexaktniejšiu odpoveď a vďaka technickým znalostiam dotiahnuť návrh od modelu či prototypu až k finálnemu produktu.

S akými klientmi spolupracujete?

Keďže poskytujeme poradenstvo v dizajne na vysokej úrovni, tri štvrtiny našich klientov sú veľké firmy, štátne inštitúcie a banky (Gaz de France, France Telecom, RATP, Credit Agricole). Spektrum klientov sa menilo, prišli sme o malé firmy. Spolupráca s nimi bola pre nás nerentabilná, pretože sme chceli úroveň našich služieb udržať, zabezpečiť rast agentúry a ostať verní našej vytýčenej stratégii. Len zriedkakedy sa veľké firmy obracajú na dizajnéra pracujúceho individuálne. Veľké agentúry poskytujú určitú záruku profesionality, odbornosti a vzbudzujú u klienta pocit istoty.

Sú v súčasnosti francúzske firmy ochotné riskovať a investovať do vývoja nových výrobkov?

Na rozdiel od anglosaských firiem, francúzske váhajú s investovaním peňazí do projektu, ktorého úspech nie je vopred záručený a jeho prínos sa nedá vyčíslieť. Francúzsko nie je krajinou obchodníkov, firmy nevyužívajú všetky možnosti na získanie dôvery zákazníka a všetky aspekty podporujúce obchod: kvalitný firemný štýl, uniformy zamestnancov, architektúra sídla, zariadenie firmy... Francúzsko je skôr známe veľkými projektmi financovanými štátnymi inštitúciami, kde dostali dizajnéri a architekti dôveru, napr. rýchlovlak TGV, budova novej knižnice v Paríži a mnohé iné.

Je francúzsky dizajn v niečom špecifický?

Vyjadrovať cez objekty náš nacionalizmus by znamenalo preceňovať ich význam, aj keď sú obrazom doby a nositeľom jej znakov. Veľké investície do vývoja, technológií a dizajnu, ako aj medzinárodné aktivity firiem a globálnosť trhu spôsobujú, že výrobky strácajú znaky svojho pôvodu a internacionalizujú sa. Iné je to v prípade parfumu, typicky francúzskeho produktu. Čím by mal byť typický napr. francúzsky mobilný telefón? Napriek tomu tvrdím, že personalizácia bude naďalej potrebná, pretože pre budúce etnikum nebude dôležitý rasový, ale sociálny pôvod.

Čo si myslíte o podiele zodpovednosti dizajnéra na spoločenskom dianí?

Existuje zodpovednosť každého človeka voči svojej profesii, ktorá sa musí robiť čestne a morálne. Dizajnér, ak sa podľa toho riadi, nemá o nič väčšiu zodpovednosť než hoci kto iný. Môže však priniesť niečo nové, ak sú na to ekonomické podmienky, teda ak dostane objednávky od priemyselných podnikov či štátnych inštitúcií.

**Ďakujem za rozhovor.
Miroslav Horňák**

humanista ENZO MARI

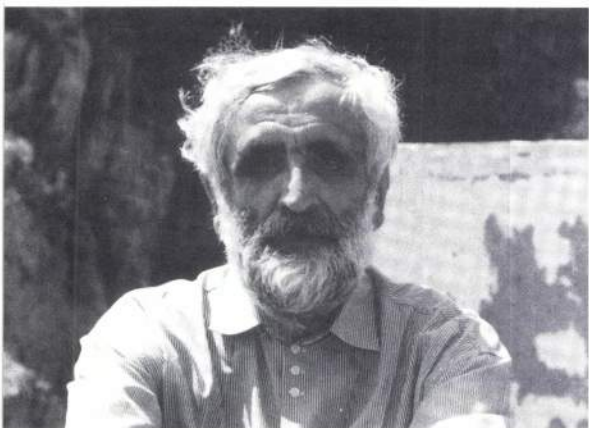
(1932)



François Burkhardt, Juli Capella:
Why write a book on Enzo Mari.
Vydal: Federico Motta Editore, Miláno,
február 1997. 240 strán.

NEZVYČAJNÁ OSOBNOSŤ, UMELEC,
ODUŠEVNÝ HUMANISTA. JE ČASTO
OZNAČOVANÝ ZA SVEDOMIE DIZAJNU,
SVÄTCA DIZAJNU ČI POLITICKÉHO
DIZAJNÉRA. ON JE VŠAK
PREDOVŠETKÝM UMELEC, KTORÝ SI
NÁROKUJE PRÁVO UPLATŇOVAŤ VO
SVOJEJ TVORBE VLASTNÚ FILOZOFIU.
MÁ JEDINEČNÚ SCHOPNOSŤ
KOMBINOVAŤ IDEU A FORMU, ČO HO
ZARAĐUJE MEDZI VÝNIMOČNÉ JAVY
MEDZINÁRODNEJ DIZAJNÉRSKEJ
SCÉNY.

Stolička Box, 1971. Prvá verzia s polyuretánovým
sedadlom, nevyrábala sa. Foto: Aldo Ballo.



Študoval na Akadémii výtvarných umení v Miláne, neskôr sám vyučoval na milánskej Polytechnike. Vyše 40 rokov tvorí v oblasti dizajnu. Je stálym spolupracovníkom renomovaných firiem, ako sú Danese, Driade, Gabbianelli, Alessi, Olivetti, Zanotte atď. Inicioval vypracovanie zásadnej teoretickej práce, ktorá upriamila pozornosť na sociálne a politické aspekty spoločnosti, za čo ho často označovali aj za spolitizovaného dizajnéra. Pravda je však taká, že Mari je jedným z najzapálenejších osobností v odbore dizajnu, ktorý viac skúma človeka ako takého než samotné predmety. V jeho tvorbe je pritom nádej primeraného a rovnovážneho ľudského bytia.

Na začiatku svojej kariéry bol veľkým kritikom konzumnej spoločnosti. Jeho účasť v hnutí Arte Programmata, ktorého stúpenci sa snažili „dať umeleckým dielam logický základ“, prispela k jeho vyhraneným spoločenským názorom a postojom.

Mari je radikálny aj vo svojich ideách. Tie konkretizuje a spracováva do svojich výtvarných návrhov, pričom však neochvejne stojí mimo postmodernistického gýča a pseudo-funkcionalistickej ortodoxie. Netvorí štýl, vytvára skôr filozofiu. Je nekonformný a pokúša sa uplatniť tieto svoje zásady pri pretváraní prostredia. Zároveň do každého svojho projektu zahrnie aj trochu utópie.

Je úspešný v niekoľkých oblastiach tvorivej činnosti - virtuálne umenie, dizajn, architektúra, výstavnícky dizajn, grafický dizajn, virtuálna komunikácia. Jeho tvorivú aktivitu môžeme charakterizovať ako racionálnu, rôznorodú a pravdivú. Práce Enza Mariho sa vyznačujú estetickými kritériami v dvoch základných rovinách - v rovine významu tvorby rešpektujúcej význam kvality života samého a v rovine fenoménu obnovy vo význame prekonávania zbytočnosti.

Jeho tvorba prešla niekoľkými vývojovými etapami a zahŕňa teoreticko-výskumnú ako aj prakticko-realizačnú činnosť. V rokoch 1952 až 1958 sa venoval experimentu maľby priestoru v priestore, pričom využíval freskovú techniku. Geometricky spracované fresky priestorov neskôr uplatnil aj v iných materiáloch a technikách.

Popri tom realizoval i známe programy pre deti a rozprávkovú hru (1957).

Druhá etapa jeho tvorby (1959-1964) spočíva v rozpracovaní programov Oggetto a composizione autocondotta a Struttura. Ide o najdôslednejšie spracovanú teoreticko-výskumnú prácu o podrobnostiach medzi sériovými štruktúrami prírodného pôvodu a štruktúrami programovo a racionálne rozvíjanými v programoch dizajnu (Seria della Natura, 1964). V rokoch 1965-68 pokračoval vo výskume a štúdiu princípov estetiky. Dôležitú pozornosť pritom venoval sériám znakov a tematickým variáciám.

Od 60. rokov upriamil svoju pozornosť na výstavnícky dizajn a riešenie rozličných, hlavne spoločenských interiérov. Bolo to obdobie vytvárania modulov a modulových systémov, ktorých štruktúrálné skladby priamo súviseli s predošlými výsledkami teoreticko-výskumných prác (Driade).

Ďalšiu dôležitú oblasť jeho tvorby predstavuje grafický dizajn - plagáty, embaláže, knižná grafika (Olivetti, 1967). Takmer súčasne rozvinul aj program zameraný na remeslo. Takto vznikli prvé úžitkové predmety pre firmu Danese (keramika, porcelán), a to najskôr sériovo vyrábané, neskôr ako ručne vyrábané predmety.

Spolupráca Enza Mariho s firmami Driade rozšírila jeho dizajnérsku činnosť cez už spomínané moduly aj do oblasti solitérneho nábytku: napr. program Deň-noc (1971), ako aj úžitkové predmety pre firmu Danese, Alessi, Murano.

Takéto otvorené projekty, voľné navrhovanie, dovolili Marimu začať nezávislú tvorbu projektov, ako je napr. Glifo (1966), Tappeto Volante (1988), Monaco (1993-94). V nich uplatnil kombináciu svojich základných programov, ktoré stále rozširuje. Zo sólo kusov sedacieho nábytku spomenieme aspoň tie najznámejšie, ako sú Box (1971), Delfina (1974), Carmen (1986), Marina (1990).

Svojou tvorbou a filozofiou patrí Enzo Mari medzi invenčných autorov a neúnavných experimentátorov. V priebehu rokov sa pokúša zhmotniť svoje myslenie a robí to predovšetkým prostredníctvom osobnej syntézy užitočnosti a vonkajšej formy s cieľom dosiahnuť konkrétny a optimálny výsledok.

Za výskumnú činnosť v oblasti dizajnérskej činnosti v roku 1967 a za stoličku Delfina bol roku 1979 ocenený cenou Compasso d'Oro.

Agáta Kmošková

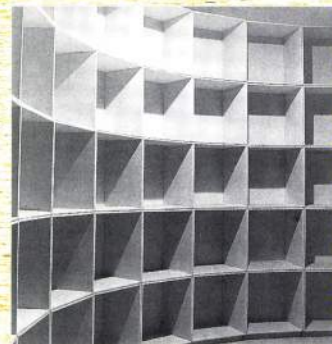
Stolička Delfina, 1974. Výrobca: Driade.
Foto: Renzo Boscolo.



Zásobník na olej, 1985. Výrobca: Zani e Zani. Foto: Aldo Ballo.



Zostava celulóvej štruktúry, 1964.
Foto: Jacqueline Votroz.



10 000 stoličiek alebo Medzi peniazmi a inteligenciou

Rozhovor s Enzom Marim

Ako ste sa stali dizajnérom?

Získal som maliarske štipendium a išiel som do Toskánska študovať Piera della Francesca a Giotta. Dva mesiace som strávil v kostole - ráno som prichádzal a večer ma museli vyhodiť. Lútujem, že nemám univerzitné vzdelanie, ale namáhať si mozog, aby ste pochopili veci mimo všetkých modelov, je určite hlbšia forma vedomostí.

Išiel som na brérsku Akadémiu, ale po troch mesiacoch ma požiadali, aby som prešiel do iného kurzu, pretože som neustále kládol otázky, pýtal som sa na príčiny všetkého. Keď som nedostal odpoveď, vypracovával som systematické štúdie. Bolo to, akoby som písal knihy, ktoré som mal študovať. Urobil som počiatočnú naivnú chybu, že som chcel racionalizovať umenie. Krátko nato som urobil druhú, keď som si myslel, že kultúra výroby sa môže ľahko rozvíjať vo svete továrenských robotníkov.

Keď som navrhol niekoľko objektov, niekto mi povedal, že robím dizajn.

Bolo vašim cieľom tvoriť nové objekty pre novú spoločnosť?

Umelec pracuje pre spoločnosť, nie pre seba. Jeho subjektivita je len forma. Vezmite si napríklad báseň alebo maľbu. Čo vás upúta, prečo vás to upúta? Pretože každý spoznáva seba cez subjektívne motívy umelca a ponad ne.

Ako dnes môže dizajnér urobiť správny a subjektívny výber?

Kladiete mi otázky, ako keby som bol mladý a naivný. Projekt je reakcia na potrebu. Problém je identifikovať potrebu. Môžu existovať potreby spoločnosti ako celku alebo iné potreby sociálnej triedy. Uvediem príklad. Niektorí ma požiada, aby som urobil dizajn loveckej pušky. Ak navrhnem dobrú pušku, zabije dve kačky pri každom výstrele. Lovec bude šťastný, ale urobím objekt, ktorý je negatívny pre zvyšok spoločnosti.

Ale nakoniec každý prijme prácu.

Istý mladý dizajnér mi povedal: "Požiadali ma, aby som navrhol obal na pozemné míny, a rozhodol som sa, že to urobím, pretože ak to nebudem ja, urobí to niekto iný."

Čo proti tomu môžeme urobiť?

Každý podľa svojich síl a schopností by mal vybojovať svoje vlastné bitky.

Neexistuje priestor pre kolektívnu prácu?

Dúfal som v to po celý život. Mám v úmysle nájsť spoločné slová, aby sme mohli bojovať spolu.

Možno to nie je správny moment pre kolektívne dobrodružstvá.

Keď som navrhoval svoje prvé objekty, v Taliansku neexistovali špecializované dizajnérske dielne ani priemysel, myslím si, že ani v ostatnej Európe. Bolo nás len zopár tuctov. Sotva boli nejaké firmy, existoval len sériový nábytok. Spochybnili sme tento spôsob výroby. Dnes nikto nespochybňuje nič.

Ale musí existovať nejaká nádej, zárodok budúcnosti...

Moja nádej spočíva v oslovení naozaj nahnevaných mladých ľudí, ktorým by to pomohlo vynoriť sa z tohto prúdu širej bláznivosti. Myslím si, že dizajn je negácia, nie afirmácia. Žiaľ, stále sa od nás žiada, aby sme urobili milióntu stoličku.

Ale vy tiež stále navrhujete nové objekty.

Máte pravdu. Ale rovnako ako robotník, ktorý bojuje s pravidlami továrne a nemôže ísť proti nim, vkladám maximum Útópie, čo sa dá, do každého projektu, aj keď nakoniec je možné pochopiť len jej malú časť.

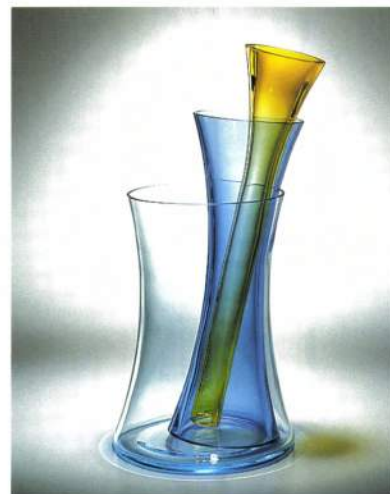
Ako sa materializuje vaša filozofia?

Reagujem na vlastnú potrebu. To je jediný konkrétny faktor, ktorý som schopný posúdiť. Všetky ostatné, ktoré vyjadruje trh, sú nejednoznačné, nebezpečné, nakoniec zmätené. Moja potreba je ideálnym modelom sveta. Prvoradý problém mladého dizajnéra je definovať svoj model ideálneho sveta.

Všetky majstrovské diela dizajnu sú alegórie výrobných metód, ktorá neexistuje, inakšej spoločnosti: nie sú to reálne produkty. Problém rovnosti medzi ľuďmi je podľa môjho názoru ústredný. To je moje náboženstvo.

Ako pristupujete k procesu tvorby dizajnu?

Viem, že každý projekt obvykle obsahuje aj zhromažďovanie základných informácií, ale ja osobne to nechcem robiť, pretože ak sústredím informácie o zvyčajných požiadavkách, ktoré dostávam, už sa mi nechce pracovať. Nekupujem si časopisy, nechodím na výstavy nábytku, veľtrhy a do obchodov, alebo len občas, a to sa snažím nepozerať sa.



Váza Triplo, 1991. Foto: Benvenuto Saba.



Kolekcia stolovacích predmetov navrhnutá pre firmu Danese v období 1961-1986. Výrobca: Alessi, 1997.

Košik na chlieb EM01, plast, 1997. Výrobca: Alessi.



Povedzte nám o vašej práci. Predstavme si, že robíte dizajn stoličky.

Viem, že existuje 300 000 stoličiek, poznám 100 ideálnych stoličiek, potom poznám modely prvých 1000 kópií, potom druhých 10 000, ktoré sú kópiami prvých 1000 kópií, potom 50 000 kópií na tretej úrovni... a tak ďalej. Priemyselník ma požiada, aby som urobil stoličku, a sľubuje, že mzda príde potom, ako v lotérii - peniaze prídu, keď sa stolička predá, ak sa predá... Prvá vec, ktorú urobím, je, že ho budem tri dni presviedčať, aby spravil iný projekt. Nakoniec, keď nie je iná alternatíva, príjmem ho a spolu s asistentom v dvoch dňoch zúfalstva zaplníme niekoľko sto stránkov papiera. Nemôžem urobiť jednoduchú stoličku, pretože všetky už boli urobené a skutočnosť, že na ňu musím dať svoje meno, znamená, že to musí byť inakšia stolička, a pritom musím pamätať na to, že mnohé modely, ktoré si predstavím, i keď sú racionálne správne, boli by komerčnou katastrofou. Potom začnem robiť ďalšie skúšky, začnem premýšľať o technológii, môže sa to urobiť tak alebo onak, ako odliatok, z dreva, z bambusu, zvažujem neobvyklé, ba dokonca bláznivé technológie. Potom si predstavím iné okruhy užívateľov, stoličky pre dospelých alebo pre deti, pre ľudí bez nôh... stoličku, ktorú by navrhol Eames, ktorú by navrhol Sottsass atď. Potom sa nahnevám a poviem si: stolička s 10 000 nohami, stolička s kyanidom uprostred sedadla, takže blázon, ktorý si ju kúpi, zomrie, a to je koniec tejto stoličkovej záležitosti. Potom stolička z papiera, stolička vyrobená z masla, zapisujem si všetko, čo mi príde na myseľ.

Veľmi dobre poznám mechanizmus intuície, myslím

si, že mozog je ako superpočítač z vedeckofantastického románu, ale s programom, ktorý zďaleka nedosahuje jeho potenciálnu kapacitu, a tak sa pokúša komunikovať bez toho, aby mal k dispozícii správne slová...

Potom začnem premýšľať o tom, ako sa sedávalo v Altamírskej jaskyni, ako sedia červy alebo gorily, alebo ako bude sedieť nejaký druh veľrýb v inej galaxii o 50 000 rokov. Toto všetko si načrtnem. Na konci tohto procesu si myslím, že som idiot! Od začiatku som vedel, že premrhám mnoho času, už o tom nehovorme...

Ale nakoniec urobíte stoličku?

Prejde niekoľko dní a realita ma prinúti začať znova od začiatku. Prejdem cez všetko, pridávam otázniky: prečo som chcel urobiť vražednú stoličku? Stoličku, ktorá sa skladá ako dáždnik?... Začnem pracovať pomocou negácie a postupne pokračujem pomocou eliminácie. Model, ktorý ostane po 6 mesiacoch, je vyrobený model. Môj dizajn spočíva v zjemňovaní, snahe eliminovať všetko, čo je zbytočné alebo nepravé. Samozrejme, robí sa to na základe určitých nástrojov, ktoré vlastním. Jedným z nich je kvalitná formy, ktorá pochádza z mojej umeleckej kultúry, od Brunelleschiho po Oldenburga. Ďalším je práca v dielni, robenie modelov, práca pre realitu.

Chcete hovoriť o marketingu, alebo nie?

Roztrpčuje ma to, ale dnes skutočný projekt obsahuje tiež úspešnú distribúciu a komunikáciu. Nie je to ľahké, pretože zistíte, že iní ľudia sa vám pletú do cesty. Samozrejme nie výrobcovia, ktorí sú často inteligentní a entuziastickí. Ak s nimi dokážete hovoriť dosť dlho, vytvorí sa pozitívne porozumenie. Ale odborníci na marketing

Stôl Cugino, 1975. Výrobca: Driade. Foto: Aldo Ballo.



Stolík Standard, 1986/89. Výrobca: Alessi.

a komunikáciu, technológovia a pod. sú často pápežskejší od pápeža. "Toto sa nedá urobiť!" Nechcú, aby to trvalo dlhšie, ako bolo plánované, nechcú podstúpiť riziká, používajú otrepanú interpretáciu potrieb firmy. Dobrý projekt často obsahuje trochu strát, trochu bláznivosti, trochu odvahy... trochu, alebo veľa.

Môže dizajnér zlepšiť svet?

Všetko, čo robíme, je politika. Rozdiel je v tom, či si to uvedomujeme, alebo nie... Nemôžete urobiť objekt bez kapitálu. Vždy existuje neistota, niekedy nebezpečná výmena medzi intelektuálnou prácou a kapitálom, ale to je jediná možná výmena. Niektorí urobí film a tento film zarobí peniaze pre veľké filmové spoločnosti, ale tiež odovzdá ľuďom posolstvo. Je to vyjednávanie medzi peniazmi a inteligenciou. Ak je inteligencia silná, prichádza zisk, ale ak nestojí za veľa, výsledkom je totálne zotročenie.

Ostalo tu veľa pre dizajn?

Práve v tejto chvíli sú na svete tisíce skupín dizajnérov, ktorí navrhujú ten istý objekt - rukoväť. Každá z týchto skupín sa pokúša prísť s dobrým dizajnom najpredajnejšej rukoväte a táto posadnutosť predajnosťou ovláda aj všetky ostatné typy objektov. Výsledkom je veľkomesto, ktoré máme... ktoré sa ľudia rozhodnú chcieť: utkvieľa forma obyčajného rozdielu, personalizácie. A navyše moderná technológia ešte uľahčuje, aby sa to všetko vyrobilo s nízkymi nákladmi.

Ale to je dobrá správa.

Nie, to je strašné. Hoci v hraniciach formy, kvalita sa robí pre to, čo je kolektívne... a nie pre to, čo je len individuálne. Rozhodol som sa pracovať pre priemysel, pretože tu je aspoň potenciálne možné testovať dizajn a zdokonaľovať na sérii modelov. Ak sa dnes ten istý objekt navrhuje pre jednotlivca, nie je možné vychádzať zo série modelov... a vôbec, je to správne, aby dnes bohatý človek bez kolektívnych, božích ideálov vlastnil formu? Nie je možné hľadať na úroveň len cez jej ekonomické a kvantitatívne atribúty, ale ako na vlajku pozitívnych pravidiel, aspoň potenciálne.

Máte profesionálne želanie?

Rád by som bol súčasťou skutočnej školy dizajnu s rovnako dobrým univerzitným menom ako škola fyziky alebo medicíny. V týchto školách je zrejme, že len niektorí žiaci budú mať odhodlanie stať sa

Servis Berlin, 1995. Foto: Benvenuto Saba.



Máte pocit hrdosti, keď vidíte svoje objekty? Aký máte vzťah k svojim predmetom?

Keď idem okolo dizajnérskeho obchodu, prejdem na druhú stranu cesty a sklopím oči. Aj keď sú tam moje objekty.

Hanbíte sa, že ste dizajnér?

V zmysle sveta, ktorý sa točí okolo týchto diel. Všimol som si, že takmer vždy môj dizajn, ktorý mal najväčší komerčný úspech alebo ho kopírujú, je ten, ktorý sa mi najmenej páči. Paradoxne, keď mi niekto povie "dobrá práca", okamžite si pomyslím "čo som urobil zle?" Ak sa im páči, potvrdil som to, čo už existuje, a to nechcem robiť.

Vaše objekty vám však priniesli veľkú osobnú satisfakciu. Máte nejaký obľúbený?

Je ťažké vybrať si. Vždy som sa snažil robiť čo najlepšie. Keď robím svoju prácu dobre, mám právo hovoriť... a to dáva silu mojim myšlienkam.

Juli Capella

ozajstnými výskumníkmi. Tieto školy rozvíjajú základy disciplíny a nie základné učenie, ktoré zodpovedá marketingovým technikám. Toto sa deje v našich školách - miniprojekt za miniprojektom, len a vždy.

Prečo ste nikdy nepracovali pre veľký priemysel?

Leonardo by dnes nemohol namaľovať Monu Lisu. Viete si ho predstaviť pred maliarskym stojanom so štyridsiatimi manažérmi, ktorí chcú diskutovať o každom z tisícok dôvodov tejto maľby... od krajiny až po typ úsmevu, či sa to predá Japoncom alebo Poliakom... Kvalita môže vzniknúť len z dialógu medzi dizajnérskom formou a výrobcom, ale len vtedy, keď je výrobca aspoň trochu osvietený, v určitom zmysle bláznivý - pretože má imaginiáciu a odvahu.

Rozhovor sme vybrali z knihy: François Burkhardt a Juli Capella: Why write a book on Enzo Mari. Vydal Federico Motta Editore, S. p. A., Miláno, 1997. Skrátenú verziu rozhovoru publikujeme s láskavým súhlasom vydavateľa.

Šaty majú život rovnako ako myšlienky a úsilia. V čase, keď hŕstka nadšencov v roku 1993 presviedčala vtedajšieho rektora VŠVU v Bratislave Jozefa Jankoviča o potrebe založenia odevného ateliéru na novokonštituovanej katedre dizajnu, v módnjej branži, či lepšie povedané v odevnej tvorbe pracovalo už nemálo talentov, niektorí z nich boli odchovanci pražskej UMPRUM z ateliéru Zdenky Bauerovej. Títo, medzi nimi napríklad akademická maliarka Anna Bohatová, predávali svoje modely - zväčša originály z ušľachtilých tkanín, ručne kolorované, farbené alebo s aplikáciami - v predajniach Diela v Bratislave. Tieto modely boli príjemným oživením vtedajšej ospalej a neoriginálnej slovenskej návrhárskej scény reprezentovanej konfekčnou produkciou. Sporadické prehliadky sa často prelínali s performancami doplneným hudobným programom. Pre odevných návrhárov, často ľudí, ktorých povoláním bolo niečo úplne iné ako odevný dizajn, to bol výlet do sveta módy, vzrušujúci rovnako ako návšteva cudzej krajiny. Mladí nadšenci nachádzali svoje pódium na populárnej súťaži profesionálnych i amaterských odevných tvorcov pod názvom Mladý módný tvorca. Talenty ako Miro Jablonský, Fero Mikloško, Jana Lieskovská očarili, ale i šokovali odbornú porotu. Miro Jablonský sa pri tvorbe svojej kolekcie pred niekoľkými rokmi inšpiroval nielen svojou partnerkou a múzou, ale i Jean-Paulom Gaultierom. Prehliadky Fera Mikloška a Jany Lieskovskej boli ukážkou tvorivej invencie na hranici performance - mladí ľudia hľadali samých seba, svoj výtvarný názor, ale i nositeľov svojich modelov.

Inou cestou sa vydala Lea Fekete zo združenia Set '88, ktorá bodovala na düsseldorfskom IGEDO s kolekciou slovenskou a spoznatelňou, no predovšetkým konštrukčne originálnou. Modrotlač, materiál s jasným etnickým signálom, prijala jej tvorivú pečat, poddajúc sa romantizujúcej konštrukcii. Transformujúca sa spoločnosť, sféra voľného podnikania a trhu prináša aj do tvorby originálneho odevného dizajnu nové prvky. Zatiaľ čo v krajinách, akou je napríklad Francúzsko, ktoré má pre

Život siat



2.



3.



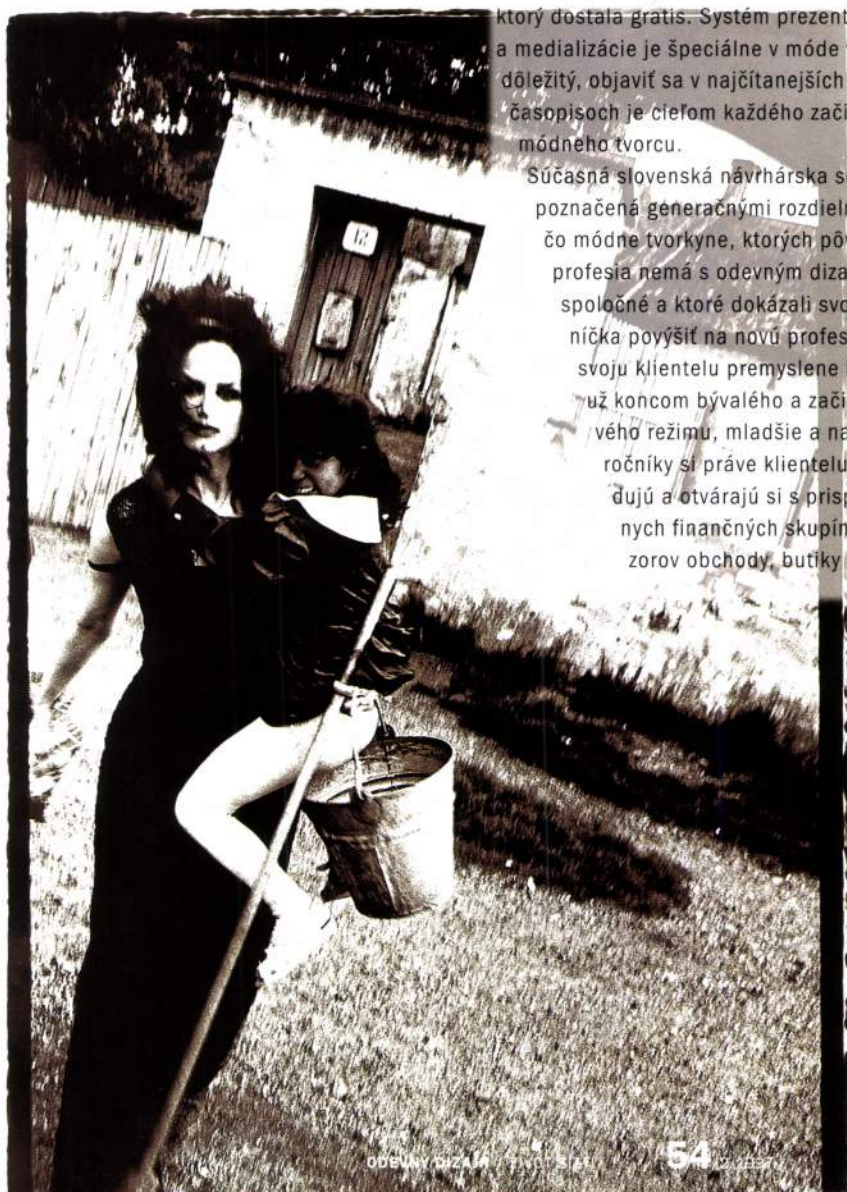
4.



5.



6.



7.

tento druh podnikania syndikátnu komoru, je tvorba haute couture a prêt-à-porter istou formou šoubiznisu. Platí tu, že samotný talent nestačí, že predpokladom úspechu je nielen tvorivá invencia a kvalita, ale i obchodná a reklamná stratégia, a najmä schopná finančná a manažérska sféra. U nás sa tieto požiadavky presadzujú iba veľmi pomaly. Mnoho tvorivých návrhárov nemá za sebou silnú finančnú skupinu, sponzora, ktorý by im pomohol zrealizovať nielen nákladné prehliadky, ale predovšetkým založiť firmu, rozbehnúť výrobu, otvoriť si obchod a investovať do medializácie a reklamy. Súčasťou tvorby haute couture vo svete je premyslený systém licencií, ktorý pomáha značku predat' čo najväčšiemu počtu zákazníkov. Modely predstaviteľov haute couture stoja astronomické ceny a premyslený systém klientely im pomáha „zviditeľniť“ sa na najbohatších zákazníkoch tejto planéty, ale pre tých menej solventnejších je tu parfém, bielizeň, doplnok, kabelka, opasok, ktorý nesie meno firmy modelového domu. Na Slovensku týmto spôsobom nepracuje zatiaľ nikto, hoci slabé náznaky môžeme pozorovať vo firme Lederer. Hľadanie vhodných sponzorov a finančných skupín, ktoré by financovali tvorbu módnych návrhárov na Slovensku, neraz vedie až k absurdným spôsobom a taktike. Dôležité je i prepojenie návrhárov a novinárov. Všade vo svete je príjemnou praxou, že novinárka prestížneho módného časopisu na seba reprezentuje model modelového domu, ktorý dostala gratis. Systém prezentácie a medializácie je špeciálne v móde veľmi dôležitý, objaviť sa v najčítanejších módnych časopisoch je cieľom každého začínajúceho módného tvorcu.

Súčasná slovenská návrhárska scéna je poznačená generačnými rozdielmi. Zatiaľ čo módne tvorkyne, ktorých pôvodná profesia nemá s odevným dizajnom nič spoločné a ktoré dokázali svojho koníčka povýšiť na novú profesiu, si svoju klientelu premyslene budovali už koncom bývalého a začiatkom nového režimu, mladšie a najmladšie ročníky si práve klientelu iba budujú a otvárajú si s príspevom rôznych finančných skupín a sponzorov obchody, butiky či pre-



dajné galérie. Takou je napríklad firma Zoe, pre ktorú tvorí mladučká Zuzana Kanisová, študentka práva na PFUK v Bratislave. Zoe ponúka modely pre mužov i ženy v malých sériách v dvoch predajniach v Bratislave, tretia čaká práve na otvorenie. Orientuje sa však aj na zahraničný, najmä rakúsky a český trh. Momentálna inšpirácia zahŕňa okrem klasickej módnnej línie i romantické, románskou a rómskou kultúrou poznačené modely. Entuziazmus mladej návrhárky, ktorá verí svojmu talentu a chuti navrhovať, sa prejavuje pri tvorbe kolekcií motivovaných kultúrou ako takou, zmyslom pre estetické. Náročnejšie zákazníčky, ktoré uprednostňujú ženskosť a neboja sa byť ženami, veriac v svoju ženskú silu, sa rady obliekajú v salóne Renaty Bartolomei. Návrhárka, ktorej pôvodná profesia je inžinierka ekonómie, sa rada inšpiruje francúzskymi vzormi, najmä tvorbou Thierry Muglera. Vidieť to na eroticky pôsobivých kostýmoch s výraznými detailmi, často agresívnej farebnosti, tvarovej extravagantnosti. Autorka ponúka modely v kolekcii, ale jej salón šije odev aj na mieru. Renata Bartolomei isto nezaváha a v rozhovore s vami vám vsugeruje svoje estetické názory na módu. Uprednostňuje systém vybraných klientok, ktoré vedia, čo chcú, a ak to nevedia, tak sa v jej salóne dozvedia. Na hranici premyslenej a racionálnej konštrukcie a romantizujúceho výberu tkanín a farieb balansuje Lea Fekete. V jej posledných kolekciách sa vedľa seba objavuje zamat, strečové materiály, akými sú Lycra a priehľadné šifóny, a ak sú navyše doplnené originálnym šperkom Daniela Brunovského, nenechávajú nikoho na pochybách, že primárnym cieľom je tu vytvoriť symbiózu odevu a šperku. Symbol šperkárkeho gombíka bude dominovať aj v predajnej galérii, ktorej otvorenie sa pripravuje v historickej budove v Bratislave.

Premyslenú, tvorivú a komerčnú filozofiu má i nová formácia Vita vestis. Akademická maliarka Júlia Sabová a Dagmar Hilbertová totiž veria, že šaty majú svoj život, ktorý im vtlačí ich nositeľ. Z pôvodného zámeru vyrábať recyklované odevy, ku ktorému ich motivovali záplavy šiat, ktoré sa v kolekciách ponúkajú každú sezónu a po jej odznení sa jednoducho zahadzujú, dospeli k tvorbe modelov univerzálnych, nepoplatných žiadnej módnjej línii či trendu. Ide im predovšetkým o ušľachtilý prírodný materiál a farebnosť, ako aj o variovateľný tvar odevov. V ich oblečení sa mož-

no bez obáv objaví ráno, popoludní a s malou obmenou i večer. Dôležitý je vlastný tvorivý vklad - nositeľnosť, schopnosť so šatami pracovať. Preto v kolekcii tejto firmy budú aj kombinovateľné odevné súčasti, ktorých spoločným menovateľom bude farebnosť a materiál. Modely sa zatiaľ predstavujú v origináloch, zákazníci si môžu v ateliéri vybrať model, ktorý im vyhovuje. Nie nepodstatnou súčasťou odevov budú šperky Rasfa Trizmu, ale i pokrývky hlavy, fantazijné klobúky.

Produkcia akademickej maliarky Ivety Ledererovej už niekoľko rokov oslovuje predovšetkým mužov: od originálnych pánskych viest cez košele s unikátnym potlačeným vzorom až po modelovú bielizeň, značkové ponožky, obuv či košele so značkou Lederer. Značkou, ktorá si už našla svojich zákazníkov, hoci mnohí muži ešte stále uprednostňujú oblečenie zahraničnej proveniencie. V jej obchode v Bratislave a čoskoro aj v iných mestách na Slovensku si môžete teda k obleku vybrať aj doplnky, také potrebné na vytvorenie pôsobivého imidžu. Autorke sa darí vychovávať mužov k ucelenému vzhľadu, akémusi slovenskému total looku. K osobnému štýlu, ktorý tak citeľne mnohým chýba.

Slovenská módna scéna, scéna na ktorej sa momentálne pohybujú tvorkyne, je značne prefeminizovaná, rozkolísaná a diferencovaná. Hovoríť by sme ešte mohli o tvorbe Lujzy Flešár-Kafkovej, Veroniky Gallovej, Beáty Králikovej, Emmy Tekelyovej či Soni Müllerovej. Ukazuje sa, že mnohým podnikateľkám

v tejto branži neprekáža nedostatok, či úplná absencia odborného vzdelania. So silnou finančnou skupinou v pozadí, seba dôverou vo vlastnú kreativitu, podnikateľským talentom a chuťou riskovať sa niektorým darí realizovať svoje sny. Slovenský odevný dizajn však bude potrebovať ešte veľa času, aby dospel do čistejšej, vycizelovanejšej podoby.

- 1., 7. Zoe.
Foto: Anna Kovačičová
2., 3. Iveta Ledererová.
Foto: Milan Krupčík
4. Lea Fekete.
Foto: Ivona Orešková
5., 6. Renata Bartolomei.
Foto: Anna Luptáková
8., 9. Vita vestis.
Foto: Tomáš Sabo



8.



9.

Maria Korbelová

(ÚVAHA O KONCEPČNOM MYSLENÍ V ODEVNOM DIZAJNE)

„Na svojej ceste narážam na prekážky (na predmetný, objektívny, problémový svet) a niektoré z týchto prekážok pretvorím (premením ich na úžitkové predmety, kultúru), aby som mohol pokračovať v ceste, pričom však tieto zmenené predmety časom samy začnú byť prekážkou. Čím ďalej idem, tým väčší ma úžitkové

Pojem DESIGN obsahuje latinské slovo SIGNUM, t. j. ZNAK, ZNAMENIE. V modernej angličtine slovo predmety obmedzujú: po prvé preto, že ich potrebujem, a po druhé preto, že mi zavadzajú. Inými slovami: čím ďalej som pokročil, tým väčší je kultúra

plán
úmysel
predstieranie
náčrt
stváranie.

predmetná, objektívna, problémová.“ Vilém Flusser

plán
úmysel
predstieranie
náčrt
stváranie.

Keby sme súhlasili s provokatívnou tézou Vilema Flussera, že naša budúcnosť je predovšetkým otázkou dizajnu, zjednodušene by to znamenalo, že by sme sa v budúcnosti nezaobíšli bez: plánovania, predstierania, cieľov, hľadania riešení, odstraňovania prekážok, vytvárania koncepcií.

Pri úžitkových predmetoch sa totiž môžeme spýtať, odkiaľ a načo nám boli VRHNUTÉ do cesty. Odpoveď na túto otázku znie: do cesty nám ich NA-VRHLI ľudia, ktorí tadiaľto kráčali pred nami. Sú to NÁ-VRHY, ktoré potrebujeme na to, aby sme sa dostali dopredu, no súčasne nám bránia v pohybe. Aby sme sa z tohto začarovaného kruhu vymanili, sami niečo NA-VRHUJEME a svoje NÁ-VRHY VRHÁME do cesty tým, čo kráčajú za nami. Ako máme svoje NÁ-VRHY stvárať, aby ich tí, ktorí budú nasledovať po nás, mohli použiť pri svojej ceste dopredu a aby ich čo najmenej obmedzovali? To je politická a zároveň estetická otázka a tvorí jadro témy STVÁRŇOVANIE.

2.

Prečo máme potrebu vedome utvárať a formovať svoj život? Nie je to nič iné ako hľadanie orientácie.

Triedenie, filtrovanie, rozhodovanie nie je nič iné ako hľadanie a utváranie akéhosi poriadku alebo odstraňovanie prekážok. Ak však máme potrebu poriadku,

nezvyhnutne musí existovať aj neporiadok, dezorientácia čiže chaos.

„Neporiadok je naše bohatstvo, ale aj naša bieda.“

„Som ochotný znášať nespravodlivosť pod podmienkou, že sa uskutočňuje podľa nejakého poriadku.“

„Milujem poriadok. Kde je poriadok, môžem ho narúšať.“

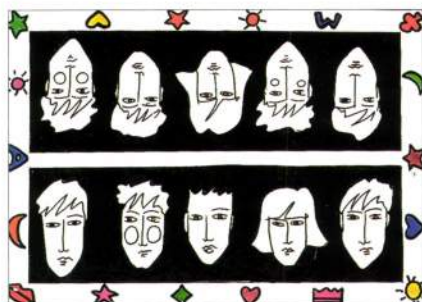
Luciano de Crescenzo



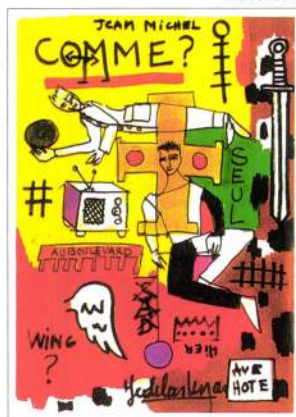
1.



2.



3.



4.

Súčasná spoločnosť je preťažená problémami, udalosťami a informáciami. Je logické, že hľadáme líniu, životný štýl alebo životnú koncepciu. — Latinské slovo **MODUS** znamená „spôsob“ života v určitom časovom a priestorovom rámci. — K duchu doby patrí politika, sociálne správanie, ekologické myslenie, náboženstvo, ekonomika, umenie, šport a stvárnenie zovňajšku človeka, čiže móda. Duch doby je morálkou masovej spoločnosti. Pojem **MÓDA** zodpovedá duchu doby. — Trendy sú vývojové tendencie vo všetkých oblastiach spoločenského života. — Trendy v móde sú aktuálne alebo budúce smery odevného dizajnu. — Nie všetky trendy v móde sa presadia. Keďže však paralelne existuje množstvo mód, hovoríme všeobecne o trendoch. — Móda je úspešná vtedy, keď osloví čo najväčšie množstvo ľudí. — Čím je štruktúra spoločnosti diferencovanejšia, tým diferencovanejšia musí byť ponuka módy. Masová spoločnosť totiž nejestuje: rozdeľuje sa na jednotlivé skupiny. Oblečenie musí zodpovedať životnému štýlu a očakávaniam tej skupiny, ktorú chce výrobca osloviť. V marketingu im hovoríme cieľové skupiny. — Východiskom módnej kreativity je idea. — Ideu vyvoláva inšpirácia.

Inšpirácia môže vyjsť len z myslenia a vedomostí. Inšpirovať znamená nielen „osvietiť“, ale aj „podnietiť a nadchnúť“. Dizajnér teda musí inšpirovať seba i druhých. Akceptovať ho budú len vtedy, ak sa jeho móda bude kryť so spôsobom života a myslenia doby.

Aj móda hľadá orientáciu, či skôr sebaorientáciu. — Hovoríme o sebaorientácii prostredníctvom odevu, lebo odev pomáha uvedomovať si vlastné telo. Tým, že odev zvýrazňuje telo, dostáva sa telo silnejšie do vedomia nositeľa. — Móda a dizajn majú veľa spoločného s architektúrou a výtvarným umením, najmä s maliarstvom. — V architektúre je ťažisko na forme a štruktúre odevu ako obalu, ktorý zahŕňa ľudské telo. Človek doň vstupuje ako do obydľia a obýva ho. Z maliarstva si zasa berie vzhľad povrchu, kompozíciu materiálu, farieb a vzorov. — Odevu ako objektu umenia sa venovali nielen módni tvorcovia, ale aj predstavitelia voľného umenia. (Leonardo da Vinci, Michelangelo, Albrecht Dürer či Lucas Cranach pôsobili ako módni poradcovia a navrhovali odev.) — Mnohí súčasní módni tvorcovia v maximálnej miere čerpajú z umenia a naopak, mnohí umelci sú veľmi módni.

Svet módy a dizajnu možno hľadá a potrebuje poriadok, orientáciu alebo presné definície, identitu. — Naša racionalizovaná spoločnosť, ktorá verí iba tomu, čo vie logicky pochopiť, sa však nezaobíde bez fenoménov, ktoré sú nevypočítateľné a slobodné. Vo svete výtvarného umenia, ktorý je veľmi príbuzný svetu módy a dizajnu, je neporiadok (veci náhodné, spontánne, nelogické) priam podmienkou úspechu. — Umelec žije a pracuje v rámci určitej kultúry, ktorú stvára vo svojich dielach. Najväčšie uznanie sa dostane tomu, kto si vytvorí vlastný rukopis či vlastný štýl. — **ZÁKLADNÝM VÝCHODISKOM MÓDY A DIZAJNU JE ČLOVEK, JEHO MYSLENIE A SPRÁVANIE.**

1. Christian Lacroix: šaty inšpirované historickým kostýmom z kolekcie jeseň-zima 1987-88.
2. Christian Lacroix: perziánske palety s andalúzskymi ornamentmi. Kolekcia zima 1987-88.
3. Jean-Charles de Castelbajac: Comme Jean-Michel, návrh ručne tkaného koberca, 170 x 240 cm.
4. Jean-Charles de Castelbajac: Doux Regards, návrh ručne tkaného koberca, 170 x 234 cm.
5. Yves Saint-Laurent: koktajlové šaty inšpirované Mondrianovými obrazmi, 1965.
6. Historická uniforma pápežskej gardy, ktorú navrhol Michelangelo v 16. storočí. Pôvodne k nej patrili aj prsný pancier (kyrys) a prilba (morion) s chocholom.
7. Niki de Saint-Phalle: Tančiaci černošská Nana, 1965-66.
8. Lucas Cranach: Sv. Mária-Magdaléna s nádobkou na voňavku, 1525.
9. Auguste Renoir: Lóža, 1874.
10. František Drtíkol: módna fotografia, 1923.

Foto: Christian Lacroix, Paríž (1-2), V & A Museum, Londýn (5), Uměleckoprůmyslové muzeum, Praha (11), archiv autorky (3-4, 7) a redakcie.



5.



6.



7.



8.



9.



10.

3. ČASŤ
PETER BIČAK

Typeface 6-7

Neville Brody

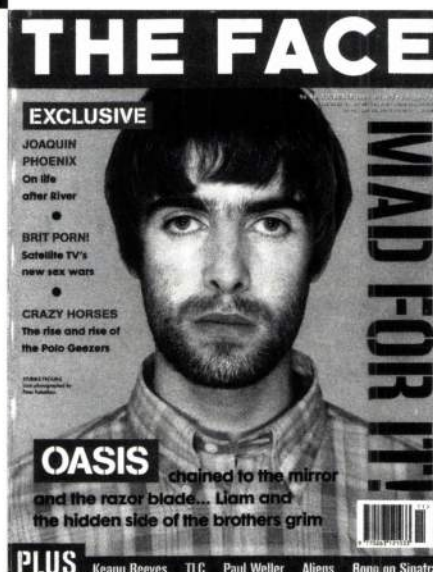
Anglicko

1991

Neville Brody je asi najznámejší grafický dizajnér svojej generácie. Verejnosti sa predstavil prácou pre britské periodiká v osemdesiatych rokoch. Práve práca pre časopis The Face (1981 - 1986) je dnes opisovaná ako rozhodujúca v Brodyho kariére. Brody úplne zmenil dovtedy vytýčené zásady úpravy časopisu. Svojou minimalistickou nedekoratívnou grafikou a použitím vlastných druhov písma ovplyvnil mnohé iné časopisy.

Typeface 6 je písmo exkluzívne navrhnuté pre časopis The Face a používané od čísla 73 podnes. Typeface 6 nahradil Futuru, ktorú časopis intenzívne používal. Preto aj dodržiava princípy, ktoré inšpirovali Paula Rennera, keď začiatkom tohto storočia nakreslil Futuru. Štvorec, trojuholník a kruh je geometrickým základom kresby fontu. Typeface 6 neobsahuje minuskuly, ktoré nemohli dodržiavať Brodyho rigorózne vytýčenú líniu. Roku 1991, krátko po vzniku firmy FontShop, pri ktorom stál aj Brody, sa Brodyho fonty navrhnuté v osemdesiatych rokoch pre časopisy stali aj komerčne dostupné.

Neville Brody je aj autorom niekoľkých desiatok ďalších veľmi známych druhov písma.



Obálka časopisu Face.
Dizajn logotypu: Neville Brody.

TYPEFACE 6 TYPEFACE 6.5 TYPEFACE 7

A B C D E F G H I J K L
O P Q R S T U V W X
A B C D E F G H I J K L M
O P R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 * %
(β ? ! \$ @ \$ & £ ¶)



Osobné logo Nevilla Brodyho.

FF Jacqui

Max Kisman

Holandsko

1991

Jacqui je výtvor veterána typografie medzi mladými a ambicióznymi tvorcami v kolekcií FontShop. Max Kisman, ktorý už medzitým úplne zanevrel na tvorbu písma, navrhol tento font pre časopis TYP. Dnes už neexistuje ani TYP vo svojej tlačenej podobe, existuje iba v podobe elektronickej na Internete (www.typ.nl).

Kismanove fonty som si obľúbil pre ich jednoduchosť a bezprostrednosť, s akou komunikujú. Jacqui, písmo pomenované po osobe, s ktorou sa Max nedávno oženil, je iná. FF Jacqui je založená na úpadkových typoch písma a komixoch. Ale ako vždy, je spracovaná s Kismanovým nadhľadom a rigídnošťou. FF Jacqui je pre mňa ideálnym príkladom geometrickej kaligrafie (ak niečo také môže existovať).

FF Jacqui Slim

FF Jacqui Normal

FF Jacqui Fat

A boy was crossing a road one day when a frog called out to him and said, "If you kiss me, I'll turn into a beautiful princess". He bent over, picked up the frog and put it in his pocket. The frog spoke up again and said, "If you kiss me and turn me back into a beautiful princess, I will stay with you for one week." The boy took the frog out of his pocket, smiled at it and returned it to the pocket. The frog then cried out, "If you kiss me and turn me back into a princess, I'll stay with you and do ANYTHING you want." Again the boy took the frog out, smiled at it and put it back into his pocket. Finally, the frog asked, "What is the matter? I've told you I'm a beautiful princess, that I'll stay with you for a week and do anything you want. Why won't you kiss me?"

The boy said, "Look I'm a type designer; I don't have time for a girlfriend, but a talking frog is cool."

FF Marten, 11 pt.

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

O P Q R S T U V W X

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

n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 * æ

(ß ? ! \$ @ \$ & % £ ¶)

FF Marten

Martin Wenzel

Nemecko

1991

Martin Wenzel je ďalší dizajnér, ktorý nadobudol svoje vedomosti o typografii na Kráľovskej akadémii umenia v Haagu. Skôr ako prepadol nahaňovaniu Bezierových kriviek a posúvaniu písmenok tam a späť, pracoval Wenzel v Berlíne ako šéfkuchár. Svoje zvláštne chute dokazuje aj navrhovaním nových druhov písma pre FontShop.

FF Marten bol prvým Wenzelovým fontom (dnes ponúka FontShop tri fonty of Martina Wenzela). FF Marten svojou geometrickou stavbou a proporciami pripomína koniec 80. rokov, silne ovplyvnených Nevillom Brodym. Wenzel ponúka dve variácie písma: s oblým ukončením a s ostrým ukončením, ktoré pokračuje v kresbe fontu. Druhá verzia pripomína písmo Modula od Zuzany Licko. Zatiaľ čo Modula bola nakreslená roku 1985 a jej tvary boli limitované vtedajšími technickými možnosťami, FF Marten svojou geometrickou kresbou, kombinovanou s mäkkými kontrastnými ukončeniami, dáva verejnosti do užívania písmo dnes už klasických proporcií.

FF Marten Regular

FF Marten Grotesque

FF MARTEN CAPS

Dirty Faces 1

Neville Brody

Markus Hanzer

Chester

Manfred Klein

1994

Dirty Faces je nová sada fontov distribuovaná FontShopom, reagujúca na zmeny postihujúce súčasnú typografiu. Tvorcovia sami hovoria, že ich výtvary majú blízko ku grafike hnutia Punk z konca 70. rokov. Medzi súčasnými špičkovými typografmi je naozaj veľa bývalých priaznivcov Punku (Brody, Garrett, Barnes).

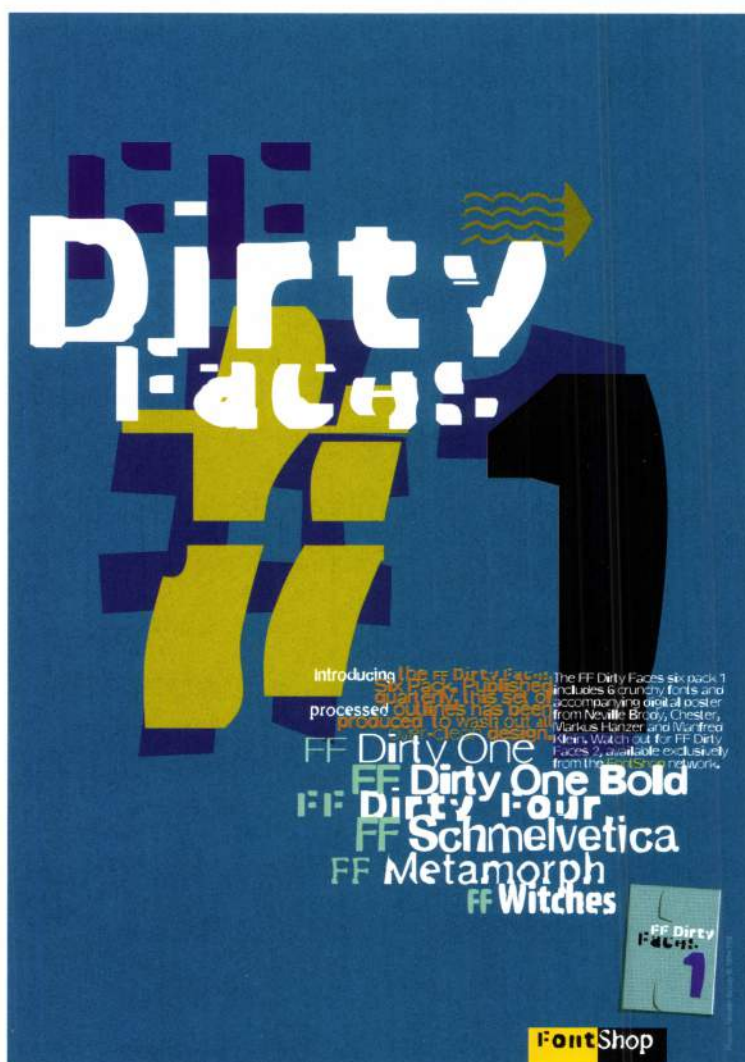
Dirty Faces je reakcia na sterilný a prehnane dokonalý dizajn, ktorý spôsobil príchod počítačov. Tieto písmo prinášajú naspäť komunikačný šum, ktorého sme sa snažili roky zbaviť. Mnohé návrhy typografov sú iba formálne experimenty a manipulácie existujúcich fontov. Niektoré z nich priamo citujú existujúce fonty, alebo ich parodujú (Schmelvetica, Metamorph). Niektoré z nich reagujú na existenciu nových grafických programov a filtrov pre ne (Witches). Iné sú iba variáciami a dopĺňajúcimi verziami predošlých fontov rovnakých autorov (Dirty One, Dirty One Bold).

I keď ešte stále dominuje na trhu hlad po takýchto experimentoch, je v nich aj cítiť neúspešné hľadanie budúcich smerov v typografii. Každý z týchto fontov je autorovou signatúrou s veľmi krátkou trvanlivosťou a bez ambície žiť vedľa Helvetiky či Frutigera. Napriek tomu si myslím, že je dobre, že vznikajú aj takéto písmo, veď napokon, o čom by sme tu inak písali?

Dirty 1
Dirty 2
Dirty 4
Metamorph
Schmelvetica
Witches



Dirty Four



Plagát Dirty Faces 1.
Dizajn: Neville Brody.

FF Jesus Loves You All**Luc(as) de Groot****Holandsko****1995**

Luc(as) de Groot pripúšťa, že je závislý od navrhovania fontov. „Zomrel by som, ak by som nemohol každodenne tvoriť [nové fonty].“ Tento citát treba brať vážne, pretože to de Groot povedal, keď po štyroch rokoch dokončil prvé tri časti písma Thesis (viac o Thesis v ďalšom čísle). Luc(as) de Groot, človek, ktorý zasvätil svoj život typografii, dnes pracuje ako „typographic director“ v berlínskom štúdiu MetaDesign.

Ktoré písmo je najdokonalejšie? No predsa Písmo sväté! Luc(as) de Groot alebo Luke, profesiou typograf, sa dnes necháva oslovovať aj ako kazateľ. Pomocou jeho práce dnes môžu ľudia dekodovať posolstvá dovtedy prenášané z úst do úst.

Na jar 1995, po dlhej, strastiplnej ceste, mohol Luke začať šíriť svoje slová: Luke miluje Teba, Tvojho brata i sestru.

Jesus Loves You

Jesus Loves Your Brother

Jesus Loves Your Sister



3D mutácie FF Jesus Loves You.
Design: Design Writing Research.



projekt
2000+1

NA TRADÍCIU INŠPIRATÍVNYCH
STRETNUTÍ ČESKÝCH (SPORADICKY AJ
SLOVENSKÝCH) TVORCOV NA PRAŽSKEJ
BERTRAMKE ČI SCHODOCH
NÁRODNÉHO MÚZEA V 70.
A 80. ROKOCH NADVÄZUJE NEKOMERČNÝ
PROJEKT 2000+1: HĽADANIE
STRATENEJ ELEGANCIE, KTORÝ AUTORSKY
PRIPRAVILI DRAHOMÍRA BŘEZINOVÁ
A JAN TAJBOŠ. USPORIADATELIA -
UMELECKOPRIEMYSELNÉ MÚZEUM,
KULTÚRNO-VZDELÁVACIA SPOLOČNOSŤ
COMENIUS A AGENTÚRA CZECHOSLOVAK
MODELS - CHCÚ UPOZORNIŤ VEREJNOSŤ NA
SÚVISLOSTI KREATÍVNEHO MYSLÉNIA
A SPOLOČENSKÝCH PREMIEN TOHTO
TISÍCROČIA, KDE JE PRÁVE OBLASŤ
ODIEVANIA A ÚŽITKOVÉHO DIZAJNU ICH
NAJZROZUMITELEJŠÍM A NAJCITLIVEJŠÍM
MERADLOM.

V ROKOCH 1997-2001 SA USKUTOČNIA
PREHĽADKY AUTORSKEJ TVORBY POPREDNÝCH
ČESKÝCH DIZAJNÉROV NA TÉMU POPOLUDŇAJŠIA
ZÁHRADNÁ SLÁVNOSŤ (1997), ELEGANCIA
VŠEDNÉHO DŇA (1998), PRÍRODNÉ MATERIÁLY
A UMELECKOREMESELNÉ TECHNIKY V SÚČASNOM
ODEVE A ÚŽITKOVOM DIZAJNE (1999), ODTLAČKY
PRAŽSKEJ ARCHITEKTÚRY V ODEVNÝCH KREÁCIÁCH
A ÚŽITKOVOM DIZAJNE (2000) A MÓDA TRETIEHO
TISÍCROČIA (2001). TVORCOVIA, KTORÍ SA
ZÚČASTNIA NA JEDNOTLIVÝCH TÉMACH, VENUJÚ
JEDNO DIELO DO ZBIEROK UMELECKOPRIEMYSELNÉHO
MÚZEA. VZNIKNE TAK UCLENÁ KOLEKCIA ČESKEJ
MÓDY A ÚŽITKOVÉHO DIZAJNU 2. POLOVICE
90. ROKOV.

Elegancia stratenej



1.

2.

3.

Toho roku na projekte participovali odevné návrhárky Helena Fejková, Daniela Flejšarová, Hana Havelková, Martina Nevařilová, Zita Švířová, fotografi Gabriela Fárová a Vasil Stanko, člen fotoateléru 13. 4., a dizajnéri Bohuslav Horák, Jiří Pelcl a Jaroslav Šusta ml. Prvý ročník otvorili 12. 6. 1997 v Galérii Design centra ČR v Prahe prezentáciou projektu a výstavou darovaných objektov. Na záver sa konala prehliadka autorských kolekcií v areáli Mozartovho pamätníka, poňatá v duchu najlepších tradícií „starej“ Bertramky. Žiaľ, počasie nedovolilo uskutočniť prehliadku podľa pôvodného scenára. 22. júna usedavo pršalo, a tak sa záhradná slávnosť konala v interiéri. Napriek tomu publikum ocenilo zvláštne čaro stiesnených priestorov: mohlo priam na dotyk vnímať vysoko profesionálnu návrhársku a krajčírsku prácu českej haute couture 90. rokov.

O kontinuite bývalých Stretnutí na Bertramke s Projektom 2000+1 a o hľadaní elegancie ako životného názoru sme sa porozprávali s autorkou projektu **Drahomírou Březinovou**.



4.

Stáli ste už pri zrode pôvodnej „Bertramky“. Skúste sa na chvíľu vrátiť do histórie...

Celkom na začiatku bola komisia žien pri Národnom múzeu, kde sme vymýšľali rôzne zaujímavé akcie. Niekedy v polovici 70. rokov sme prišli na to, že máme veľa známych, ktorí robia krásne veci, napríklad šperky, a že by sme mohli využiť terasu Bertramky, ktorá vtedy patrila múzeu, na ich prezentáciu. Oslovili sme vtedajšiu špičkovú manekýnku Danu Vašátkovú, ktorá nám dala k dispozícii svoj šatník a prizvala aj Natáliu Kšajtovú a Jarmilu Hanzelovú. Šperky zapožičali Jan Brabenec, Bedřich Nezdera, Pavel Baxa, Vojtěška Vlčková a Zorka Svobodová, Karla Ryvolová vystavovala malé obrázky. Prvá prehliadka sa konala v jedno májové popoludnie roku 1976 po krásnom koncerte súboru Concerto Camerale, ktorý viedol môj kolega Dr. Jiří Hilmera. Tak sa nám to všetkým zapáčilo, že sme sa rozhodli urobiť na jeseň ešte jednu reprízu pre verejnosť. Prizvali sme aj ďalších priateľov, ktorí tvorili či už profesionálne alebo poloamatérsky odevy a šperky, ale aj rôzne malé objekty. Tak vlastne vznikli Stretnutia na Bertramke.

Tie sa postupne rozrástli do uznávaného podujatia...

Pri druhej Bertramke vymyslela Hana Vocolová, ako túto neformálnu akciu obhájiť: peniaze, ktoré získame, venujeme na Fond solidarity. Tým sme „hore“ získali červený bod, súčasne sme zaplatili známky za celý ústav a nikto nemusel siahnuť do vlastného vrecka... Od 3. ročníka so mnou pracovala estetička Dr. Helena Jarošová, ktorá sa zaujímalá o túto problematiku a vniesla do celého podujatia určitý systém. Začali sme robiť výberové komisie, oslovovali sme ľudí, ktorí síce pracovali poloamatérsky, ale väčšinou boli veľmi dobrí remeselníci. Neskôr sme vtiahli študentov stredných umeleckých škôl, ale aj z VŠUP z oddelenia profesorky Bauerovej. Tak vznikli dve sekcie - odevná a šperkárska. Prehliadku sme dopĺňali skromným cyklostylovaným spravodajcom. Veľmi nám pomáhali médiá - nakrútili sa 3 krátke filmy, časopisy sa hemžili Bertramkami - a neboli to iba povrchné články, ale názory

odborníkov, ktoré nás veľmi povzbudzovali. Neskôr, asi od roku 1978, prehliadky začali fungovať aj ako stretnutia pražských a mimopražských intelektuálov.

Ďalšie ročníky sa už volali Babie leto...

Roku 1983 alebo 1984 začali Bertramku opravovať, takže tri roky sme mali Babie letá v Maltézskej záhrade pri Múzeu českej hudby. Bol to menší priestor, prehliadka bola zameraná len na odevné doplnky, komorné plastiky a šperky. Hneď po obnove Bertramky sme sa do nej vrátili a roku 1985 sa uskutočnilo posledné, 10. priateľské stretnutie. Potom sme zorganizovali ešte štyri Babie letá, vždy na inú tému. V posledných ročníkoch som začala spolupracovať s Janom Tajbošom, ktorý má skvelé vizionárske predstavy a dokáže ich realizovať.

Aká bola „porevolučná“ Bertramka?

Už pri poslednej prehliadke roku 1991 bolo jasné, že všetci majú iné starosti, s tvorcami sme sa ťažko dohovárali a bola aj oveľa menšia návštevnosť. Povedali sme si, že treba jednoducho skončiť.

Zhodou okolností roku 1996 usporiadalo pražské Umeleckopriemyselné múzeum krásnu výstavu Česká móda 1918-1939: elegancia prvej republiky. Uvedomila som si, že takýchto výstav by malo byť viac. A pretože ako múzejníčka viem, aké je dnes ťažké získať peniaze na nákup zbierkových predmetov, napadlo ma, že by sa to dalo uskutočniť, keby sa obnovili možnosti prezentácie módy - a kde inde, než na Bertramke, kde mám priateľov.

To však už bola celkom iná doba...

Najskôr som sondaovala v agentúre Comenius, ktorá spravuje Bertramku, či by boli ochotní ísť do projektu ako usporiadatelia. Ponúkli nám malý servis a dali nám k dispozícii pries-



5.

Modely z 1. ročníka Projektu 2000+1 - Popoludňajšia záhradná slávnosť - darované Umeleckopriemyselnému múzeu v Prahe. Manekýnky: Czechoslovak Models. Foto: Gabina. 1. Model **Martiny Nevařilovej**. 4. Model **Daniely Flejšarovej**. 5. Model **Hany Havelkovej**. 8. Model **Zity Švířovej**. 9. Model **Heleny Fejkovej**. Klobúk: **Luba Krejčí**.

Z prehliadky autorských kolekcií na Bertramke v júni 1997. Foto: Petr Molt.

2. **H. Havelková**, 3. **H. Fejková**, 6. **E. Daniely**, 7. **M. Nevařilová**.



6. 7.



8.

tor. Umeleckopriemyselné múzeum zasa pomohlo po odbornej stránke a poskytlo nám svoje meno, čo je z hľadiska prestíže veľmi dôležité. Vznikol problém, ako to zvládnuť finančne, pretože manekýnky - to je veľmi drahá záležitosť. Obrátila som sa na Ludmilu Karasovú, majiteľku agentúry Czechoslovak Models, a keď som aj ju získala na svoju stranu, tak som si povedala: začneme.

Podľa čoho ste volili témy jednotlivých ročníkov?

Chceli sme vyzvať čo najviac tvorcov. Ročník 1997 mal tému Popoludňajšia záhradná slávnosť, čo sa nám zdalo na úvod veľmi vhodné. Nasledujúca téma je Elegancia všedného dňa. Máme pocit, že elegancia sa stratila nielen v odievaní, ale aj v bývaní, v komunikácii, vo všetkom. Bude to dobrá príležitosť k renesancii kultúrnosti ako takej. V treťom ročníku som myslela na všetkých, ktorí robia doplnky, s výnimkou odevných. Prírodné materiály a umeleckoremeselné techniky v súčasnom odeve - môžu to byť krajky, batika, maľba, tkanie, veci z kože. Keď sa autori medzi sebou dohodnú, mohla by vzniknúť kolekcia unikátnych vecí. Štvrtý ročník sme nazvali Odtlačky pražskej architektúry v odevných kreáciách - pragensie, to je moja veľká láska.

Táto téma bude vyžadovať mimoriadnu kreativitu, ale už teraz mám troch autorov, ktorí sa jej vo svojej tvorbe dotkli. Posledný rok bude v znamení Módy tretieho tisícročia, tú každý môže poňať po svojom. Dohodli sme sa s Umeleckopriemyselným múzeom, že roku 2001 alebo v nasledujúcom roku by zo získaných akvizícií usporiadalo veľkú výstavu s reprezentatívnym katalógom.

9.



Nespejú tieto aktivity k postupnej emancipácii Múzea módy v Prahe?

Áno, veď múzeum módy má takmer každé väčšie európske mesto a je oň veľký záujem. Myslím si, že je to dobrá výchova nielen ku kultúre odievania, ale aj k sebareflexii. Naše Umeleckopriemyselné múzeum vlastní odevné zbierky od 18. storočia. Má nádhernú secesnú zbierku a veľmi kvalitnú kolekciu z obdobia prvej republiky, na rozdiel od 50. až 80. rokov, z ktorých evidujú iba niektoré unikátne veci. Náš projekt, ktorému sme urobili publicitu, už zaznamenal prvé ohlasy. Deň po rozhovore s kurátorkou zbierky Dr. Hlaváčkovou v rozhlase sa napríklad ozvala vdova po hercovi Karlovi Högerovi a ponúkla krásny oblek zo salónu kníže a elegantné, ručne šité topánky. Už máme frak a večerné šaty manželov Heyrovských, v ktorých sa zúčastnili na odovzdávaní Nobelovej ceny, a postupne by mohli pribudnúť ďalšie zbierky. Pochopiteľne to musia byť kvalitné veci, z krajčírskych salónov, autentické, nepererobené.

Na tohtoročnej Bertramke sa však neukazovala iba móda...

Ďalšou novinkou je spolupráca s dizajnérmi úžitkových predmetov alebo interiérových doplnkov. Veľmi ma potešilo, že do úvodného ročníka s nami išli ozajstné špičky českého dizajnu - Bohuslav Horák, Jaroslav Šusta mladší a Jiří Pelcl. Škoda, že pršalo a veci nevyzneli tak, ako boli zamýšľané. No vďaka Design centru ČR sme zorganizovali tlačovú konferenciu a výstavu venovaných modelov, fotografií a interiérového dizajnu, takže projekt predsa len vošiel do povedomia. Každý ročník bude mať svojho fotografa - toho roku mala Gábina Fárová tému Popoludňajšia záhradná slávnosť a Vasil Stanko Hľadanie stratenej elegancie.

Podľa akého kľúča ste si vyberali odevných tvorcov?

Máme vytypovaných asi 50 českých autorov, o ktorých vieme, že robia „nositeľný“ odevný dizajn, teda nie napr. scénické kostýmy. Mali by to byť ľudia, ktorí v odbore pracujú kontinuálne od roku 1989-90, majú vlastné dielne, vlastné galérie alebo butiky, čo je v dnešnej konkurencii veľmi ťažké. Kladieme veľký dôraz na profesionalitu, dobrý materiál, kvalitu spracovania.

Potešilo ma, že ľudia už zase rozlišujú hranicu, po ktorú sú ochotní naháňať sa za peniazmi a čo chcú robiť pre radosť. Výtvarníci zareagovali na našu výzvu, hoci vedeli, že ich to bude stáť veľa práce a nebude to zaplatené. Jediné, s čím sa dalo rátať, bola odozva v masmédiách.

Česká móda sa za posledných 20 rokov vyprofilovala aj zásluhou Stretnutí na Bertramke. Ako by ste charakterizovali jej súčasnú úroveň?

Myslím si, že sa nedá hovoriť o českej móde ako takej, pretože móda je dnes internacionálna, ale môžeme hovoriť o českých návrhároch. Som presvedčená, že stredná a najmladšia generácia odevných návrhárov svojou prácou obstoja na medzinárodnej módnjej scéne, mnohí z nich to už dokázali. Vytvárajú nielen invenčné a prekvapivé modely na prehliadky, ale i vlastné kolekcie, ktoré sú symbolom vycibreného vkusu, vyznačujú sa citlivým výberom materiálu a dokonalým spracovaním. A to je dobrý predpoklad na znovuzrodenie českej haute couture.

**Ďakujem za rozhovor.
Mária Riháková**

Práce z Mníchova

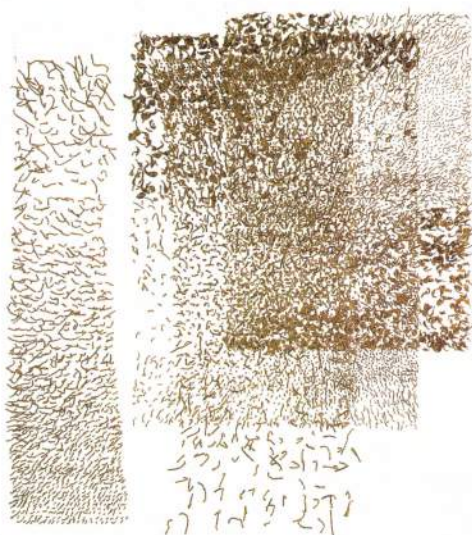
V medzinárodnej súťaži mladých talentov v rámci mníchovského veľtrhu remesiel sa stretlo 901 prác tvorcov zo 161 krajín z Európy i zámoria vybraných odborníkmi na sklo, šperk, keramiku, papier, nábytok, kov a textil.

Príťažlivou tvorivou témou pre mladých je šperk, takmer polovica prác bola z tejto oblasti (informácie o slovenskej účasti v DE SIGN UM 2/97), ale narastá záujem aj o textil. Poľský textilný výtvarník Maciej Rawluk predstavil kolekcie plexisklových tabúl s papierovými vláknami akoby sa vznášajúcimi v priestore. Za túto kolekciu bol ocenený Bavorskou štátnou cenou. Zaujali aj dvojité tkaniny izraelského výtvarníka Reuta Nehushtana z medeného drôtu a titánu. Protiklad materiálu a jeho použitia viazaný v textílii ponúkol aj úvahy o pojmoch plný a prázdny, prirodzený a umený, alebo tradícia a minulosť. Spájanie materiálov vlny a hodvábu použila aj Fínka Hanna-Maria Nieminenová v závesoch či mobilných stenách. Trojrozmernými objektmi sa predstavila Poľka Izabela Wyrwa. Štyri veľké kovové rámy s napnutými čiernymi nylonovými vláknami predstavujú druh lešenia a umožňujú rôzne poetické asociácie.

Bavorskú štátnu cenu získal aj Christofer Borni za pohyblivé šálky (misky) zo striebra, ktorých tvar môže meniť užívateľ ľahkým pohybom ruky.

Súťažná kolekcia prác mladých tvorcov bola tohto roku vzrušujúcejšia a mnohostrannejšia, pôsobivá voľným až drzým zaobchádzaním s materiálmi, témami či technikami.

Angela Böcková



1.

1. Maciej Rawluk (Poľsko): S a bez titulu. Plexisklo, papier.

2. Reut Nehushtan (Izrael): Tkaniny z medi a titánu.



2.



Novinka z knižnice SCD

Blackwell, Lewis - Brody, Neville: G1. Nové dimenzie v grafickom dizajne. Rizzoli International Publications, Inc., New York 1996. (192 strán, 134 farebných ilustrácií. ISBN: 0 8478-2002-5).



„Táto kniha je o tom, že dizajn je omnoho viac než to, čo robia dizajnéri.“

G1 je súbor ukážok súčasného grafického dizajnu zostavený na základe nového pohľadu. Starostlivo vybrané diela súčasných dizajnérov sú prevedené v kontexte rovnako starostlivo vybraných artefaktov tzv. „vernakulárneho“ - neprofesionálneho, náhodného, nájdeného, nedizajnovaného dizajnu. Zmiešanie zdrojov je dokonalé nielen z hľadiska pôvodu (vernakulárne je vybrané zúčastnenými dizajnérmi), ale aj formálne - všetky ukážky sú uvedené bez mena autora a zdroja, čitateľ si tieto môže (a nemusí) doplniť z priložených hárkov samolepiacich etikiet. Zámerom je postaviť vedľa seba najzaujímavejšie artefakty vizuálnej kultúry súčasnosti bez ohľadu na pôvod, dokázať, že sa súčasné hranice profesionálnej komunikácie a pop-kultúry stierajú a rozširujú. V istom zmysle je dnes práve vernakulárna vizuálna kultúra základom, na ktorom je tvorený nový dizajn, vernakulárne tu hrá úlohu empirickej reality.

Stručný, ale obsažný úvod sa vyjadruje k hľadaniu pevného intelektuálneho základu pre grafický dizajn. Zatiaľčo vizuálna kultúra sa vyznačuje rastúcim pluralizmom, grafický dizajnér žije v čoraz väčšom tlaku bezčasovosti svojho produktu („Zajtrajší odpad“), na rozhraní medzi uctievaním média nad obsah („Fetiš“) a hľadaním krásy nechceného („Vernacular“), s vidinou nových obrazov útočiacich v čoraz rýchlejšom tempe („Technológia“).

Avšak nedostatok intelektuálnej štruktúry môže byť tiež výhodou pre grafický dizajn, ktorý sa stal prirodzenou súčasťou pop-kultúry. Neexistencia jednoznačných pravidiel a zásad (takých, aké poskytoval napríklad modernizmus) znamená príležitosť pre novú expresivitu a intenzitu.

Pod čiarou i priamo v texte je možné čítať istý stupeň skepsy, pochybnosti o vitálnosti súčasného dizajnu. Predložená kniha má byť súčasťou otázky o podstate a dôležitosti grafického dizajnu.

„Vzhľadnite ku skrytým harmóniám a rytmu hudby, prenikavosti filmu, potešeniu z cestovania... a ostatným súčasným médiám, ktoré nielen poskytujú kontext pre dizajn, ale môžu byť metamorfózou pre proces dizajnu.“

Andrej Krátky

Romeo Gigli: Lavica z kolekcie Ninfeo. Sklená mozaika, 1997.

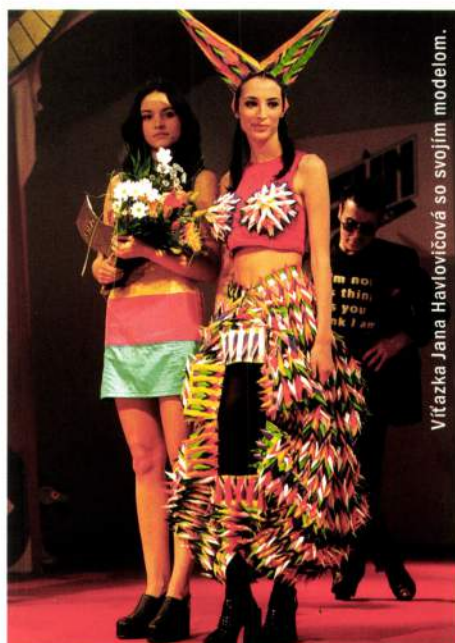


Alessandro Mendini: Rukavica z kolekcie Nábytok pre muža. Zlatá mozaika, oceľ, 1997.

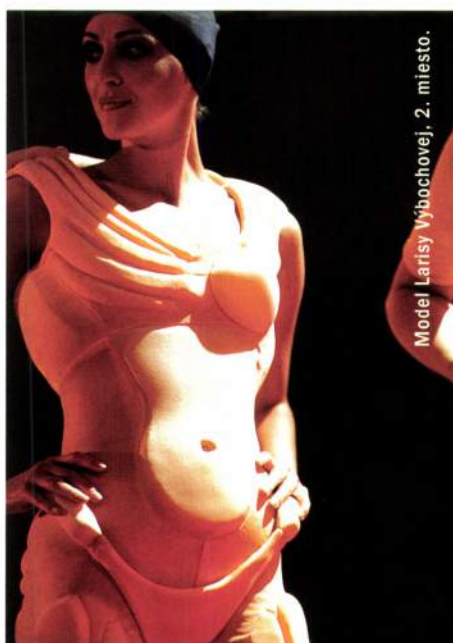


Kolekcia Bisazza 1997

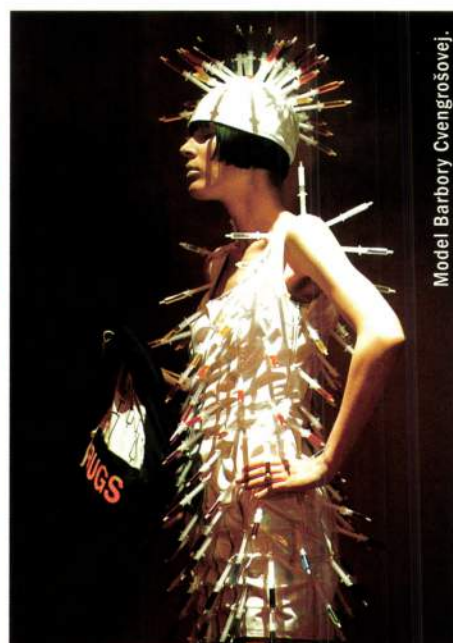
Talianska firma Bisazza je pokračovateľom tradície benátskej mozaiky. Remeselná zručnosť benátskych majstrov sa transformovala do priemyselnej výroby sklenej mozaiky, moderné technológie umožňujú rozširovať škálu farieb a tvarov, ako aj spôsoby použitia v exteriéri aj v interiéri. Bisazza ako jediný výrobca benátskej mozaiky podnecuje uplatňovanie nových spôsobov využitia mozaiky a každoročne pozýva umelcov a dizajnérov, aby vytvorili kolekciu roka zodpovedajúcu súčasnému životnému štýlu. Autormi kolekcie 1997 sú Alessandro Mendini a Romeo Gigli. Mendini navrhol rad zlatých mozaikových skulptúr, ktoré predstavujú akúsi ideálnu esenciu mužskej garderoby: sako, rukavice, topánky. Gigliho kolekcia nábytku - lavica, španielska stena a zrkadlo - je výrazne poetická, s motívmi štylizovaných kvetov a využíva paletu farieb a tónov sklenej mozaiky.



Víťazka Jana Havlovičová so svojim modelom.



Model Larisy Výbochovej. 2. miesto.



Model Barbory Cvengrošovej.

Smirnoff v znamení dekadencie

Medzi mladými módnymi tvorcami a poslucháčmi odevného a textilného dizajnu populárna súťaž Smirnoff International sa tohto roku niesla v znamení dekadencie ako vyjadrenia individuálnej doby minulej, dnešnej a budúcej. Slovenské finále sa konalo 24. 6. 1997 v pôsobivom šapitó vo farbách Smirnoff, čiernej a červenej. Porota, ktorej predsedal pražský renomovaný fotograf Jan Saudek, mala neľahkú úlohu vybrať z kreatívnych modelov ten najlepší. Hodnotila sa nielen fantázia, použitý materiál, farebnosť, súvislosť s témou, ale i komerčné schopnosti študentov a návrhárov. Napokon porota vybrala ako víťazný model kreáciu Jany Havlovičovej, poslucháčky oddelenia textilu VŠVU v Bratislave. Motívom boli „kvety, ktoré rozkvitnú do mystických čias a budú priat našim snom“. „Unisexové“ sochy Larisy Výbochovej, poslucháčky odevného ateliéru VŠVU, ktoré mali reprezentovať „kult tela, kde všetky formy vychádzajú k povrchu, kde nejestvuje rozdiel medzi mužom a ženou, tieto <svaľnaté stroje na lásku>“ skončili na druhom mieste. Víťazka národného finále získava potrebnú finančnú podporu, aby mohla študovať na prestížnej St. Martin's College v Londýne a právo reprezentovať našu krajinu v medzinárodnom finále, ktoré bude v novembri t. r. v Londýne.

Sabína Bačíková



Úvodná módna prehliadka Galérie módy. Zdena Šafka (PRO PONT) - model z kolekcie jeseň-zima '97.



Tkaný plášť Josefa Tréška.



Letný kostým Heleny Fejkovej. Klobúk: Luba Krejčí. Šperky: Gabriela Jurosz.

Galéria módy v pražskej Lucerne

Začiatkom letnej sezóny sa v Lucerne otvorili priestory novej Galérie módy, ktorá vznikla z iniciatívy úspešnej módnjej návrhárky Heleny Fejkovej. Je to ideálne miesto na stretnutie záujemcov o módu s originálnymi kolekciami českých a zahraničných (vrátane slovenských) odevných dizajnérov, autorov módných doplnkov a šperkov. Kultivovaný interiér so zaujímavým mobiliárom je doplnený o malú kaviarňičku s výhľadom do jednej z najkrajších pražských pasáží. Na vernisáži 16. 6. 1997 pred divákmi defilovali modely Dagmar Kupkovej, Radky Balejovej, Hany Havelkovej, Heleny Fejkovej, Josefa Tréška, Ludmily Bartoňovej, Martiny Nevařilovej, Zdeny Šafkovej a hosta Danila Žižica. Na jeseň sa predstaví kolekcie ďalších českých návrhárov - Hanny Markovej, Hany Stocklassovej, Jarky Procházkovej a Kláry Nadežďínskej spolu s talianskymi dizajnérmi obuvi Violou Ricciovou, Paulom Tissim a Mariom Bassom (Forta Fashion).

mr



Z kolekcie Danila Žižica (DANILO) z Juhoslávie, čerstvého absolventa pražskej VŠUP.



Z kolekcie Martiny Nevařilovej (NAVARILA).

Foto: Marie Votavová



Zrekonštruované priestory Galérie módy na 1. poschodí paláca Lucerna.



1.

2.

Sedenie podľa Segis

Toskánska firma Segis, ktorá začala svoju činnosť roku 1983 výrobou klasického nábytku, sa v súčasnosti stáva úspešným producentom ľahkého variabilného nábytku z kovu a moderných recyklovateľných plastov. Poslednými tohtoročnými novinkami sú modulové sedacie systémy Storm a Multistorm (dizajn Carlo Bartoli) pre verejné priestory, konferenčné sály a pod. Ľahký chrómovaný rám možno upevniť na rampu a vytvárať radové zostavy sedadiel. Stolička má sedadlo z polypropylénu (v 11 farebných odtieňoch) a možno ju rozširovať o vybavenie opierkami, písacími pultmi a pod. Systémy sa predstavili na jarných veľtrhoch v Kolíne a Miláne.

1. Storm. Dizajn: Carlo Bartoli.

2. Multistorm. Dizajn: Carlo Bartoli.

HEWI metal: klasik hľadá spojencov

Nemecká firma HEWI Heinrich Wilke GmbH z Arolsensu vyrába širokú škálu produktov kombinujúcich antikoro s plastom, sklom a drevom - od stavebných komponentov cez sanitárne vybavenie, výrobky pre starších a hendikepovaných ľudí až po detské hračky. V 70. rokoch dosiahla komerčný úspech s kľučkou 111 z polyamidu. Odtedy sa výroba kľučiek a príbuzných produktov stala ťažiskom jej činnosti a na túto oblasť zameriava aj svoj inovačný program. V posledných rokoch úzko spolupracuje s oceliarskou firmou Hagri.

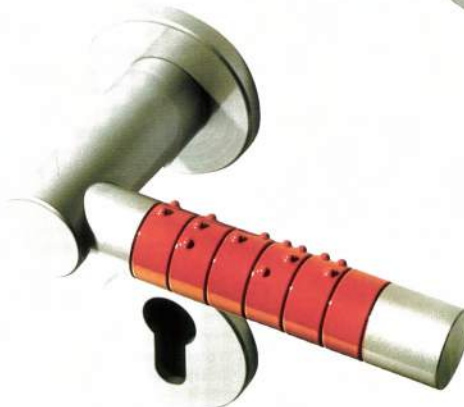
Kľučky HEWI sa vyznačujú klasickými hodnotami kvality, ako sú funkčnosť, estetickosť, ergonómia, spoľahlivosť a dlhá životnosť, zodpovedajú však aj čoraz vyšším nárokom na ekologickosť a flexibilitu použitia. Tieto kritériá firma postavila aj pred účastníkov súťaže o dizajn nových kľučiek, ktorú vyhlásila po prvý raz a vyhodnotila v júni t. r. Súťaž obslalo 400 prevažne domácich dizajnérov a architektov, ako aj študentov týchto odborov, z ktorých štyria dostali hlavnú cenu, štyria uznanie a traja zvláštnu cenu usporiadateľa.



1.

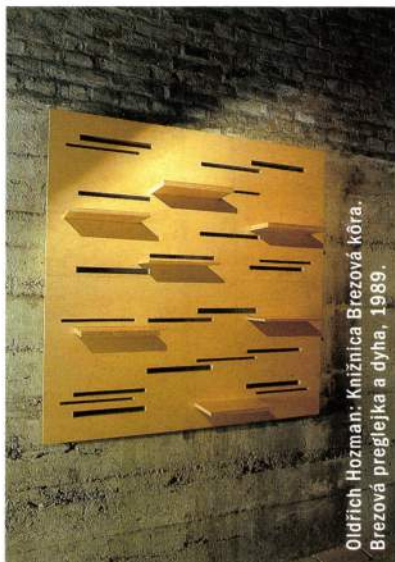


2.

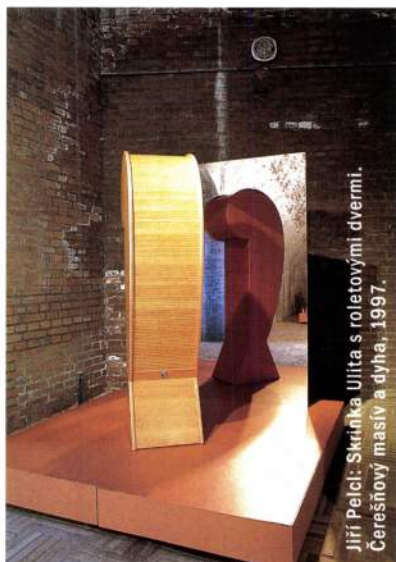


3.

1. Kľučka Band'o. Dizajn: **Wolfgang Tscherneff**, Mnichov. Hlavná cena a zvláštna cena usporiadateľa.
2. Kľučka Ergo. Dizajn: **Martin Bruckner**, Mnichov. Hlavná cena.
3. Kľučka Blinddate. Dizajn: **Dietrich von der Mark a Peter Breuer**, Wuppertal. Hlavná cena.



Oldřich Hozman: Knižnica Brezová kôra.
Brezová preglejka a dýha, 1989.



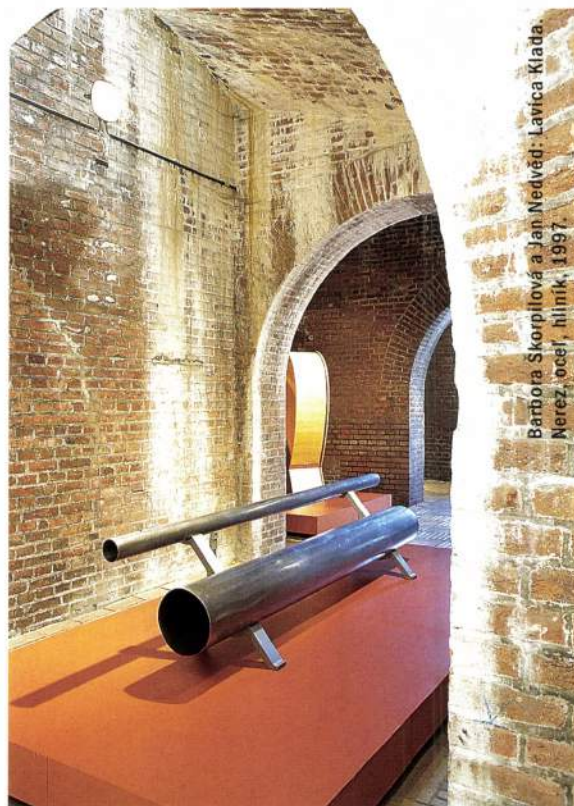
Jiří Pelcl: Skúška Ulita s roletovými dvermi.
Čerešňový masív a dýha, 1997.

Foto: Filip Šlapal.

D. O. M. v Galérii Pod schody

Interier Malý a Nadácia Svoboda usporiadali v júni t. r. na Pražskom hrade v galérii pod Plečnikovým schodiskom výstavu objektov pätnástich českých dizajnérov prevažne mladšej generácie pod názvom D. O. M.

Kateřina Doušová, Helena Fišárková, Oldřich Hozman, Ivan Kroupa, Zdeněk Lhotský, Šárka Malá s Romanom Kouckým, Jiří Pelcl, skupina Olgoj Chorchoj, Studio D a M, Jan Šesták, Barbora Škorpilová s Janom Nedvědom a Jiří Špaček predstavili svoje nábytkové objekty a doplnky zo skla a porcelánu vyrobené domácimi výrobcami. Cieľom výstavy bolo predstaviť veci s nadčasovou kvalitou, príznačné svojou osobitosťou, nesúce znak ducha a času smerom k 21. storočiu. Veci, ktoré hovoria a ktoré môžu byť dodatkom, ale aj leitmotívom interiéru. Výstava D. O. M. potvrdila, že v Čechách sa začalo vytvárať kvalitné dizajnérske zázemie, ale aj výrobné firmy, schopné zabezpečiť bezchybné remeselné vyhotove-



Barbora Škorpilová a Jan Nedvěd: Lavica Klada.
Nerez, oceľ, hliník, 1997.

nie návrhov. Zaujímavá inštalácia so zrkadlami umiestnenými v pozadí objektov podporila atmosféru tajuplnosti klenutých pivničných priestorov. Ambíciou organizátorov bolo vyburcovanie komunikácie a kultivácie názorov o zmysle vecí, ale aj objavovanie a spájanie autorov s výrobcami.

Irena Dorotjaková

Umenie inžiniera, staviteľa, podnikateľa a vynálezcu

Výstava v Centre Georges Pompidou, Paríž, 25. 6. - 29. 9. 1997

O fascinujúci svet technickej invencie sa už veľa krát zaujímali aj historici umenia. R. 1964 sa v Museum of Modern Art v New Yorku konala výstava Inžinieri 20. storočia, v parížskom Centre G. Pompidou r. 1978 výstava Architektúra inžinierov 19. a 20. storočia a v londýnskom Royal College of Art r. 1987 výstava Veľkí inžinieri.

Po takmer dvadsiatich rokoch sa na rovnakom mieste v Paríži prezentovali stavby, ktoré poznamenali históriu architektúry a techniky od polovice 19. storočia podnes.

Umenie inžinierov sa predstavilo v štyroch sekciách podľa použitých materiálov. Železo bolo charakteristickým materiálom 19. storočia. Sprievodným znakom expanzie železníc bola výstavba železničných mostov a staníc, v kombinácii s priemyselným sklom sa budovali obdivuhodné výstavné haly, hangáre, skleníky, parabolické veže, mrakodrapy. Vynález železobetónu a predpätého betónu (1936) viedol k zdokonaľovaniu škrupinových konštrukcií, vniesol do stavieb nebývalú ľahkosť a transparentnosť - atribúty krásy v novom ponímaní estetiky. Ľahké štruktúry nastupujú s objavom nafukovacích membrán a materiálov odolných voči únave v ťahu. Hybridné štruktúry vychádzajú z možností simulovaných počítačmi. Sú používané v extrémnych rozpätiach a výškach, navyše musia zodpovedať požiadavkám na životné prostredie, nízku energetickú náročnosť a pohodlie.

Centre Georges Pompidou vydal k výstave 600-stranový slovník najväčších postáv svetového staviteľstva, ktorý zostavil Antoine Picon.

mr

1. Hangár na letisku Orly v Paríži, 1921-24. Architekt: Eugene Freyssinet.

Foto: Musée Albert Kahn.

2. Pavilón Fuji na Svetovej výstave 1970 v Ósake. Architekt: Jutaka Murata.

Foto: Taijokogijo Corporation.

3. Eden Project, 1995, Cornwall, Veľká Británia. Architekti: Ove Arup & Partners, Anthony Hunt & Associates, Ing. Nicholas Grimshaw & Partners.

Foto: Michael Dyer Assoc. Ltd.

Tomasz Nowak: Monitor môžeš vždy vymeniť. 1. cena.

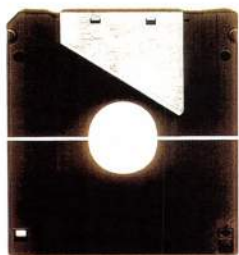


MONITOR ZLOUŽIE MOŽEŠ ZMIEŇIŤ



Počítač - priateľ človeka?

Zdá sa, že fascináciu možnosťami výpočtovej techniky vystriedalo varovanie lekárov a hygienikov pred pandémiou sedenia za obrazovkou, spôsobujúcou nenaopraviteľné telesné i psychické poruchy. Z tohto dôvodu usporiadal Poľský inštitút ochrany práce v spolupráci s katedrami dizajnu akadémii umenia v Krakove a Lodži súťaž o najlepších domáci plagát na tému Počítač - zdroj rizika. Tradične kvalitné autorské zázemie z radov profesionálov a študentov grafického dizajnu prinieslo 211 návrhov plagátov, z nich porota udelila tri hlavné ceny a päť uznaní. 50 najlepších plagátov sa prezentovalo na výstave vo Varšave v júni t. r.



nie trać głowy

Jacek Mrowczyk: Nestrácaj hlavu. 2. cena.



ODERWIJ SIĘ

Marzena Musiał: Prestaň pracovať. Uznanie.



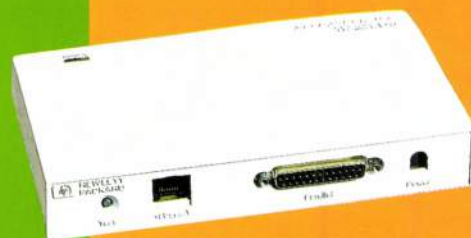
homo computerus

Jerzy Ch. Skakun: Homo computerus. Uznanie.

Prichádza Malá októbrová revolúcia!



+ JetDirect



**V OKTÓBRI
revolučná cena
62.900,- Sk**

Počas celého mesiaca októbra
využité HP ponuku:

K plotru HP DesignJet 430 alebo 450C,
zakúpenému v októbri dostanete JetDirect,
ktorý vás pripojí do vašej firemnej
počítačovej siete. A to všetko za výhodnú
cenu, ktorá predčí všetky vaše očakávania!

bežné ceny:

DesignJet 63.900,- Sk

JetDirect 6.900,- Sk

Spolu 70.800,- Sk

októbrová cena:

62.900,- Sk

- vhodný hlavne pre malé pracovné tímy
- monochromatická (HP DesignJet 430)
alebo farebná (HP DesignJet 450 C)
- veľkoformátová tlač (A1/A0)
- ľahko ovládateľné zariadenie
- kvalita, rýchlosť a spoľahlivosť
za veľkorysú cenu.

Viac informácií, prospekty
a ukážky tlače získate na

bezplatnom telefónnom čísle:

0820/11 13 01

od 8,00 do 16,00 hod.

... Hewlett-Packard
si z vás nestrieľa.



Návratku pošlite, prosím, na adresu: Hewlett-Packard Trading SA, Kutlíkova 17, 851 02 Bratislava.

Meno

Funkcia

Firma

Adresa

Zameranie firmy

Používali ste doteraz techniku HP?
ak áno, akú?

Plánujete nákup Plottru:

☐ v roku 1997

☐ v roku 1998

☐ iné

Želáte si poslať podrobnejšie prospekty
a výtlačky:

☐ áno

☐ nie

Počet výtlačkov A1/A0

denne:

☐ menej ako 10

☐ 10 až 20

☐ iné



**HEWLETT
PACKARD**

Z tých, ktorí nám pošlú návratku, vyžrebujeme víhercu - majiteľa HP tlačiarne DeskJet 670C.

máte

kompletné ročníky DE SIGN UM ?

Upozorňujeme,
že niektorých čísel máme málo
a môžeme uspokojiť
len obmedzený počet záujemcov.
Cena 1 výtlačku je 60,- Sk.



1/95



2/95



3/95



4/95



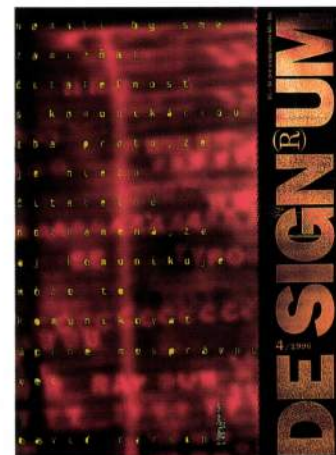
1/96



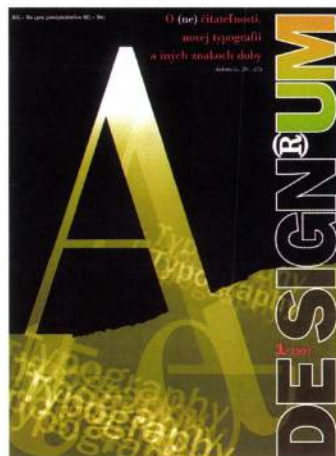
2/96



3/96



4/96



1/97



2/97

ROČNÍK 1997

DE SIGN UM vychádza na 72 stranách za rovnakú cenu
ako v predchádzajúcich rokoch.

Celoročné predplatné je 240,- Sk.
Využite objednávkový lístok na tejto strane časopisu.

Všetci predplatitelia DE SIGN UM dostávajú zdarma
dvojmesačník
INFORMAČNÝ BULLETIN SCD,
ktorý prináša najaktuálnejšie informácie o výstavách,
veľtrhoch, súťažiach, publikáciách
a iných aktivitách v oblasti dizajnu.

Objednávka časopisu DE SIGN UM

Meno a priezvisko alebo názov firmy

Adresa (telefón)

Objednávam si záväzne DE SIGN UM

Ročník 1997 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 Ročník 1996 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 Ročník 1995 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4

Časopis zasielajte poštou: ☐ obyčajne (240,- Sk) ☐ doporučene (268,- Sk)

Predplatné uhradím: ☐ zloženkou ☐ žiadam vystaviť faktúru

dátum a podpis:

**7.
MEDZINÁRODNÝ
VEĽTRH**

**POLYGRAFIE,
PAPIERENSKÉHO PRIEMYSLU,
OBALOV**

A BALIACEJ TECHNIKY

PRINTING

28.-31.10.1997

BRATISLAVA

Výstavné a kongresové centrum
Bratislava - Petržalka, Viedenská cesta 7, Slovensko

ORGANIZÁTOR



A-21, reklamná agentúra, s.r.o.
Zelinárska 2, P.O.Box 94, 820 05 Bratislava 25
tel.: (421-7) 5666 823 - 4, fax: (421-7) 5666 825
kontakt a informácie: Ing. Magdaléna Lorencová, Ing. Viera Gajdošová

Objednávka časopisu DE SIGN UM

Stvorený pre dizajnéra

DeskArtes je počítačový systém podpory priemyselného dizajnu (CAID), vyvinutý špeciálne podľa požiadaviek a pod metodickým vedením popredných priemyselných dizajnérov pre potreby rýchleho a intuitívneho návrhu, stylingu, vizualizácie a rapid prototypingu výrobkov aj veľmi zložitých tvarov.

Tvorivosť a intuitívnosť

Nemusíte byť expertom na CAD, aby ste so systémom DeskArtes vytvorili zložité návrhy. Od počiatočných náčrtov až k výslednému tvaru sa dostanete bez zvyčajných obmedzení. Venujete sa tvorivým fázam dizajnu a príprave alternatív, ste produktívnejší. Modelovanie vychádza z tradičných dizajnerských metód a dá sa ľahko zvládnuť. Výsledkom sú návrhy pripravené do výroby: sklo a keramika, hračky a šperky, interiéry vybavené nábytkom, televízory i konštrukčne náročné automobily.

Skutočná integrácia

DeskArtes bol vytvorený pre reálne podmienky. Spolupracuje s bežnými CAD a CAD/CAM systémami, programami pre pevnostné analýzy a generovanie NC programov, pre animáciu a DTP. Systémy, ktoré už používate, budú naplno využité. Proces vývoja a výroby sa zrýchľuje.

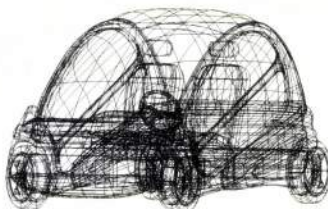
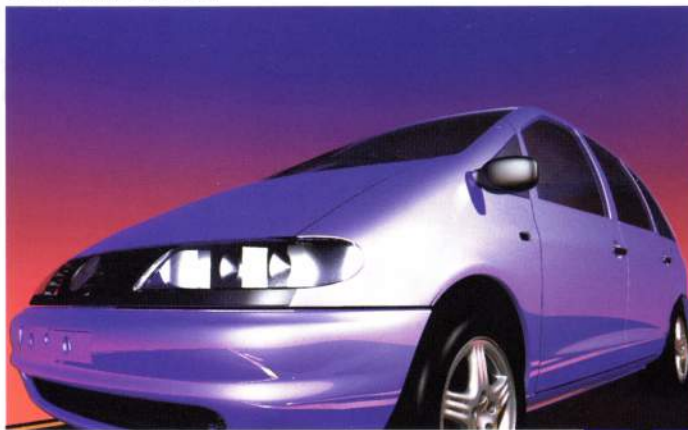
Fotorealizmus

Fotorealistické zobrazenia použijete na prezentačné a marketingové účely. Ešte pred výrobou prototypu sa ukáže, ako bude výsledný produkt vyzeráť a ako naň zareaguje váš zákazník.

DESKARTES

NAJRÝCHLEJŠIA CESTA OD MYŠLIENKY K VÝROBKU

Obrázky predstavujú výrobky modelované a vizualizované systémom DeskArtes. Pochádzajú z archívu spoločnosti entro a DeskArtes. Automobil VW bol modelovaný vo firme SEAT, motocykel vytvoril Vojtech Ďuriš, žltý elektromobil navrhol Štefan Klein a interiér automobilu Peter Balko.



Je čas ísť do toho

DeskArtes už pomáha ťažiť z týchto výhod v malých dizajnerských a architektonických firmách aj u popredných výrobcov po celom svete. Mercedes-Benz, Fujitsu, Honda, SAAB, Wedgwood, Royal Doulton, Citizen, Hitachi, Electrolux, Gorenje, FRIČ a OTF sú medzi nimi. DeskArtes na grafických pracovných staniciach i osobných počítačoch vám poskytne vynikajúce parametre cena/výkon. Najlepšie sa prejaví keď ste pod tlakom nákladov a času. Z dobrých myšlienok robí úspešný výrobok.

Sila počítačových technológií sa najviac prejaví pri návrhu technicky zložitých výrobkov. Zrodenie automobilu je už bez nich nemožné. Rastúci výkon počítačov znamená nižšie náklady a možnosť riešiť náročnejšie úlohy. DeskArtes to uľahčí. Spolu s inými nástrojmi pre dizajnéra už aj ~~na počítačoch s Windows NT~~

Chcel by som sa viac dozvedieť o ponuke spoločnosti entro. Prosím, pošlite mi informácie:

- ☐ o systéme DeskArtes
- ☐ o pracovných staniciach
- ☐ o počítačoch pre dizajn
- ☐ o iných počítačoch
- ☐ o grafických perifériách
- ☐ o ďalšom vybavení dizajnerskeho pracoviska

Meno.....
Spoločnosť.....
Adresa.....
Mesto.....
PSC.....
Tel.:.....Fax:.....

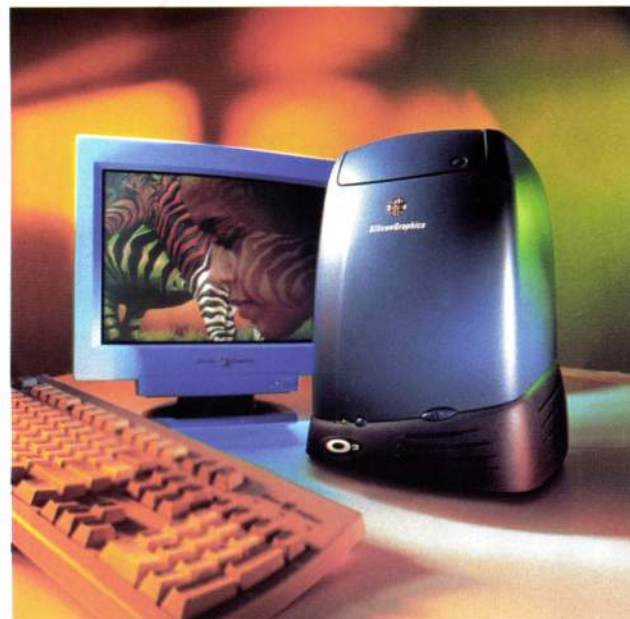
Kópiu kupónu odošlite alebo odfaxujte na adresu autorizovaného distribútora systémov DeskArtes:

entro, s.r.o.
Nevädzová 5, 821 01 Bratislava
tel.: +421 7 291 860, 235 039
fax: +421 7 293 584
e-mail: da@entro.sk

DESKARTES
Industrial Design Systems

entro
... a viete ako na to

Screen image created by Christine Lo.



DESKARTES



Pohľad do expozície Trienále plagátu Trnava '97 v synagóge.
Foto: Slavomír Tomašovič