



Čistá krása.



Audi A7 Sportback. Nová estetika jazdy.

Na začiatku bol čistý papier a ambícia vytvoriť niečo nové. Niečo, čo bude svojimi líniami vyražať dych. Výsledok vidíte pred sebou. Športovo elegantné, komfortné a praktické Audi A7 Sportback. Krása tohto vozidla však nie je len v dizajne. Vonkajšiu estetiku dopĺňajú motory s inovatívnym tepelným manažmentom, rekuperáciou energie a štart-stop systémom. K dokonalosti privádzajú zážitok z jazdy klimatizované sedadlá s masážnou funkciou, inovovaný systém MMI® s dotykovým panelom (touch pad), internetové služby od Google a zvuk Bang & Olufsen. Tomu hovoríme Náskok vďaka technike. Príďte sa presvedčiť ku svojmu predajcovi Audi alebo navštívte www.audi.sk.

Spotreba paliva Audi A7 Sportback v l/100 km: v meste 6,1–10,8; mimo mesta 4,8–6,6; kombinovaná 5,3–8,2; emisie CO₂ v g/km: kombinované 139–190.

Náskok vďaka technike 

designum¹2011

ročník volume xvii

časopis o dizajne design magazine

cena price 2,16 €



2
ROKOV
SCD

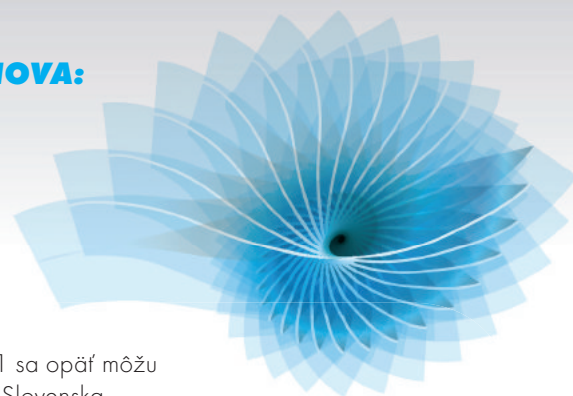
Sklárska súťaž má už tretí ročník!

Cena Galérie NOVA: Sklo 2011.

Uzávierka súťaže **Cena Galérie NOVA:**

Sklo 2011 bude 24. apríla 2011.

Víťaz získa 2500 EUR. Bude udelená
aj špeciálna cena pre úžitkové sklo.



O tretí ročník Ceny Galérie NOVA: Sklo 2011 sa opäť môžu uchádzať umelci a študenti umenia z Čiech a Slovenska. Súťaž je zameraná na voľný objekt a otvorená všetkým tvorcom z Čiech a Slovenska, ktorí pracujú so sklom.

Cieľom súťaže je predstaviť a podporiť slovenské a české sklárske umenie. Záujemcovia sa môžu hlásiť na webovej stránke www.galeria-nova.sk/cena.

Odborná porota v zložení Katarína Beňová, Ivan Hlaveš, Patrik Illo, Sabina Jankovičová, Stanislav Stankoci a ďalší vyberie finalistov, ktorí sa predstavia na spoločnej výstave v priestoroch Galérie Medium v Bratislave.

Vernisáž výstavy sa bude konať 7. júna 2011, kde bude aj vyhlásený víťaz. Na vernisáži bude udelená aj špeciálna cena sklárskej firmy RONA z Lednických Rovní, ktorá ocení finalistu za prístup k úžitkovému sklu.

Výstava bude trvať do 3. júla 2011.

**GALÉRIA
NOVA**

Galéria NOVA v roku 2011:

Sympóziu optického skla (marec),
Martin Hlubuček, CZ (apríl),
Tomáš Ondroušek – Andrej Jančovič diplomové práce (máj),
Mária Račeková (jún).

Viac info na www.galeria-nova.sk



predplatné designum 2011

Predplatné v SR 10,95 € vrátane poštovného

Možnosti úhrady:

Bezhotovostne bankovým prevodom na náš účet v štátnej pokladni č: 7000070238/8180, VS: 1234562011, KS: 0308 Po úhrade nám prosím napíšte na designum@sdsc.sk vašu korešpondenčnú adresu, na ktorú chcete časopis doručovať, alebo nahláste telefonicky na číslo 02/20477314

Poštovou poukážkou U na adresu: Slovenské centrum dizajnu, Jakubovo nám. č. 12, P.O. Box. 131, 814 99 Bratislava, na náš účet v štátnej pokladni č: 7000070238/8180, VS: 1234562011, KS: 0308

Predplatné v ČR 330 CZK vrátane poštovného

Predplatné časopisu Designum v Českej republike vybavuje spoločnosť CZ PRESS, spol. s r.o. na tel. číslach 296 371 758 alebo 296 371 759, fax 296 371 770, mailová adresa predplatne@czpress.cz.

Možnosti úhrady:

Bezhotovostne bankovým prevodom
Názov a adresa príjemcu: Slovenské centrum dizajnu, Jakubovo nám. č. 12, 814 99 Bratislava
banka: Všeobecná úverová banka, a.s., Mlynské Nivy 1, 829 90 Bratislava

SWIFTOVÁ adresa banky: SUBASKBX

Číslo účtu príjemcu platby, vrátane kódu banky 7000070238/8180 vo formáte IBAN: SK5081800000007000070238

Účel platby: Designum 2011

Europe annual subscription including postage 19,35 €

Please pay amount 19,35 € to:

Všeobecná úverová banka, a.s., Mlynské Nivy 1, 829 90 Bratislava, Slovakia

SWIFT: SUBASKBX

f/o: beneficiary's account NO.

(IBAN): SK5081800000007000070238

beneficiary: Slovenské centrum dizajnu, Jakubovo nám. 12, 814 99 Bratislava, Slovakia
remittance information: Designum 2011

Viac informácií o predplatnom a predajných miestach nájdete na: www.sdc.sk, alebo nás kontaktujte priamo na designum@sdsc.sk
More info see www.sdc.sk or contact designum@sdsc.sk

01 obsah designum¹2011

časopis o dizajne / design magazine
číslo / number: 01 rok / year: 2011

vychádza 6-krát ročne / a bimonthly
ročník / volume: XVII cena / price: 2,16 €

AKTUÁLNE

- dizajnéri

02 profil
Jednoduchosť, účelnosť, kultivovanosť. K dizajnerskej tvorbe Tibora Herchla
Zdeno Kolesár

08 profil
Pergamen z Trnavy
Zuzana Šidliková

- udalosti

14 výstava
ComuniStar Designers
Silvia Klimáčková

18 súťaž
Nové logo SCD
Palo Bálik

24 hromy blesky
Drahé čiarky, kruhy, štvorčeky a oblúčky
Maroš Schmidt

26 výstava
Tri ceny
Eva Trilecová

30 projekt
Denamit Design Days (DDD)
Dáša Dúbravová

36 súťaž
Galéria NOVA a jej špecializovaná cena pre sklo
Katarína Beňová

40 projekt
Projekt UNICEF - školy pre Afriku očami mladých dizajnérov
UNICEF

44 projekt
Samoobsluha/ArtAttack
Miroslav Gajdoš

47 projekt
The Art of Singleframe
Andrea Euringer-Bátorová

52 udalosť
12. bienále architektúry v Benátkach
Ján M. Bahna

RETROSPEKTÍVNE

- história

56 výskum
Miloš Balgavý: Keramika
Sabina Jankovičová

62 výskum
Súboj dizajnov
Maroš Schmidt

TEORETICKY A PRAKTICKY

- teória

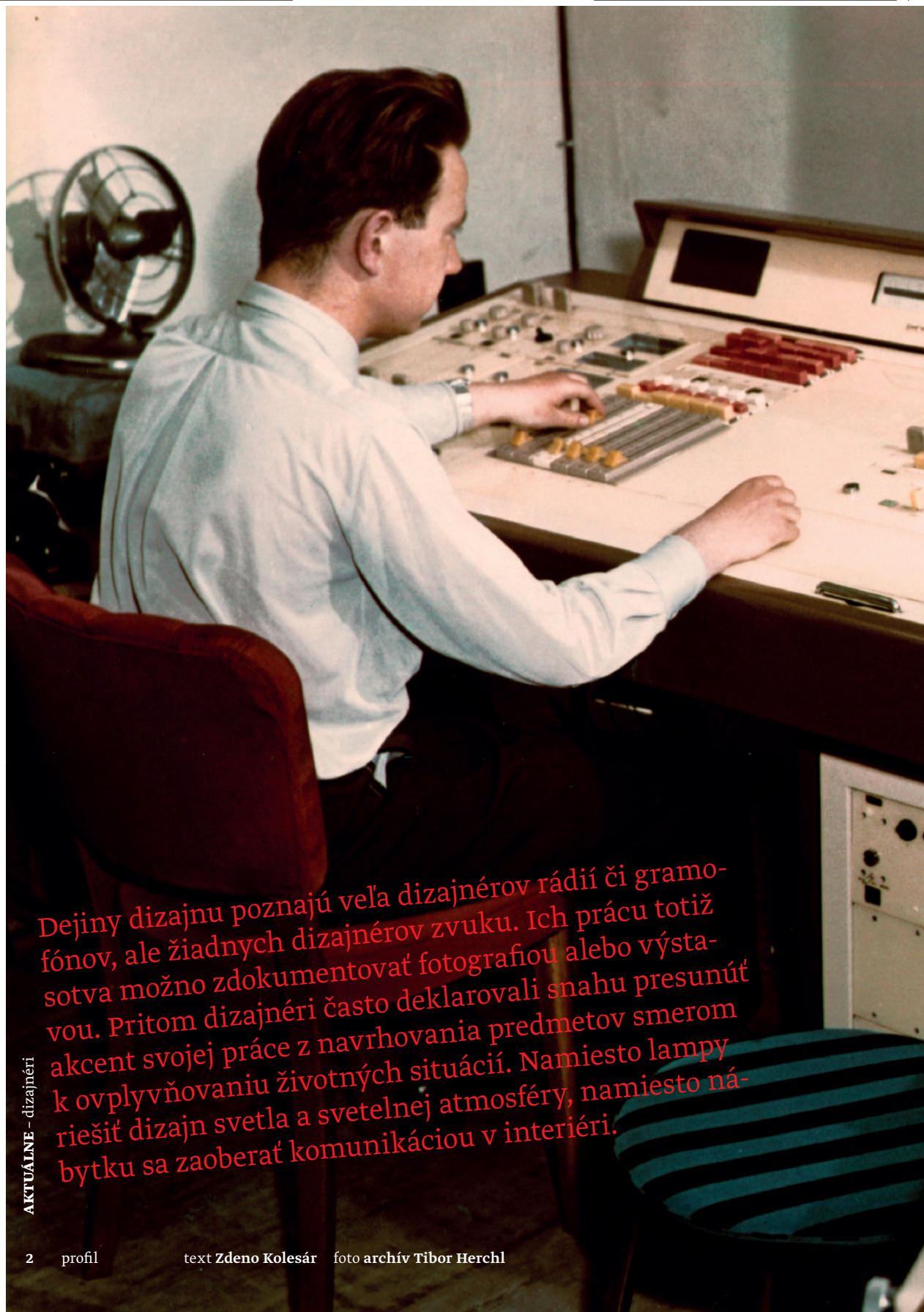
70 teória
Centrum a periféria z typografickej perspektívy
Veronika Burian

- infobox

77
Infobox
redakcia

82
Summary
preklad Matej Gyárfáš

88
Tiráž



Dejiny dizajnu poznajú veľa dizajnérov rádii či gramofónov, ale žiadnych dizajnérov zvuku. Ich prácu totiž sotva možno zdokumentovať fotografiou alebo výstavou. Pritom dizajnéri často deklarovali snahu presunúť akcent svojej práce z navrhovania predmetov smerom k ovplyvňovaniu životných situácií. Namiesto lampy riešiť dizajn svetla a svetelnej atmosféry, namiesto nábytku sa zaoberať komunikáciou v interiéri.





Jednoduchosť,
účelnosť,
kultivovanosť.

*K dizajnerskej tvorbe
Tibora Herchla*

◀ Mixážny pult. Tesla Elektroakustika, Bratislava, koniec 50. rokov.

designum¹2011

K dizajnerskej tvorbe Tibora Herchla

profil 3



Dizajn zvuku, svetla či komunikácie však ťažko možno vystavovať alebo prezentovať v knihe (nehovoriac o komerčnom aspekte), a tak sú to zasa len rádiá, lampy a stolíčky, ktoré tvoria obraz minulého aj súčasného dizajnu. To je azda dôvod, prečo Tibor Herchl patrí medzi menej známe osobnosti slovenského dizajnu.



Pôvodnou profesiou bol Akad. arch. Ing. Tibor Herchl (1928) elektrotechnickým inžinierom. Diplom získal v roku 1952 na Slovenskej vysokej škole technickej v Bratislave. Už vtedy sa zameŕal na oblasť akustiky a v roku 1958 sa podieľal na úspechu československého pavilónu na svetovej výstave v Bruseli spoluprácou na ozvučení výstavného pavilónu a reštaurácie. Okrem iného išlo o akustické riešenie multimediálneho projektu Laterna magika, kľúčovej súčasti našej prezentácie.

Ako projektant bratislavského podniku Tesla Elektroakustika začal na pomedzí konštruktérskej a dizajnerskej práce navrhovať ovládacie pulty elektroakustických zariadení pre magnetofóny, gramofóny, zosilňovače, reproduktory atď. Išlo tu o „inžiniersky“ dizajn, jednoznačne podriadený úžitkovej funkcii. Pri malom objeme výroby (neraz išlo o kusové zákazky) sa využívala jednoduchá technika ohýbania plechu kombinovaná so spracovávaním dreva. I z dnešného pohľadu ide o kultivovaný dizajn jasne rytmizovaného celku s prepracovaným detailom, ktorého praktickosť zdôrazňovalo modulárne riešenie, umožňujúce podľa potreby pridávať jednotlivé prvky ovládacích pultov. Princíp „skladačky“ potom Tibor Herchl použil pri ďalších generáciách režisrovacích pultov pre nahrávacie štúdiá, kiná, divadlá, kultúrne domy.

Záujem o komplexné riešenie otázok akustiky v interiéri priviedol Tibora Herchla k štúdiu na Stavebnej fakulte SVŠT a napokon na Vysokej škole výtvarných umení, kde v roku 1967 absolvoval v ateliéri architektúry profesora Vojtecha Vilhana. So vtedajším spolužiakom Rastislavom Janákom neskôr navrhol interiér kina Mladost v Bratislave (1999) a komplexné riešenie variabilného kina/divadla Fontána v Piešťanoch (2003). Kľúčovou úlohou tu bol optimálny súlad interiérového riešenia s akustickými parametrami. Tie závisia od materiálov, ktoré zvuk odrážajú alebo pohlcujú, od tvaru priestoru, foriem použitých pre podhlady, obvodové steny a podlahy. Dizajn akustických priestorov v kombinácii s dizajnom elektroakustických zariadení riešil Tibor Herchl v desiatkach divadiel, kín, kultúrnych domov, rozhlasových a televíznych štúdií. Okrem realizácií v Čechách a na Slovensku išlo aj o štúdio 3 RTA v Alžíri (1968 – 1971). Z novších riešení stavajúcich na súlade výtvarných a úžitkovo-funkčných parametrov interiéru spomeňme kinosálu Vysokej školy múzických umení v Bratislave (2004), posluchárne Ekonomickej univerzity (2005) a Bratislavskej vysokej školy práva (2006) a divadelnú sálu Akadémie umení v Banskej Bystrici (2009).





- ^ Portrét Tibora Herchla.
- ^ Javiskový diaprojektor. Divadelná technika, Újezd u Brna, 1987.
- Zvukové pracovisko pre koncertné štúdio. Tesla Elektroakustika, Bratislava, 90. roky.
- ↓ Riadiace pracovisko technickej kontroly. Tesla Elektroakustika, Bratislava, 90. roky.
- ✧ Mixážny pult. Tesla Elektroakustika, Bratislava, 90. roky.





- ← Interiér kina Mladost v Bratislave. Spoluautor Rastislav Janák, 1999.
- ✓ Kino/divadlo Fontána v Piešťanoch, detail. Spoluautor Rastislav Janák, 2003.
- Kinosála Vysokej školy múzických umení v Bratislave, 2004.
- ✓ Poslucháreň Bratislavskej vysokej školy práva, 2006.

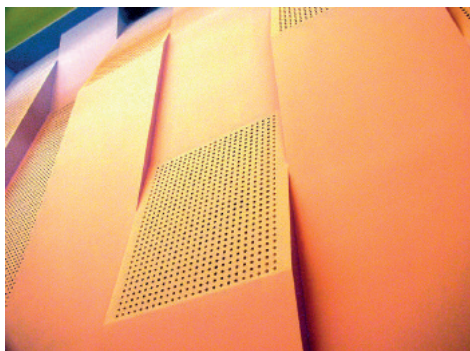
Popri dominantnej orientácii na dizajn akustických priestorov a zvukových prístrojov sa Tibor Herchl venoval aj ďalším oblastiam priemyselného a grafického dizajnu. Z priemyselných realizácií uvedme aspoň javiskový diaprojektor pre firmu Divadelná technika Újezd u Brna (1987), telefónne ústredne pre Teslu Liptovský Hrádok a telefónne prístroje pre Teslu Stropkov (1988), mrazničky pre Calex Zlaté Moravce a nástupníčku firmu Calex-Samsung (1982 – 1998). Grafický dizajn reprezentujú napríklad logá Samsung-Calex, General Frost (1995) alebo grafické riešenie ovládacích prvkov práčok Thomson a Ocean (1996).

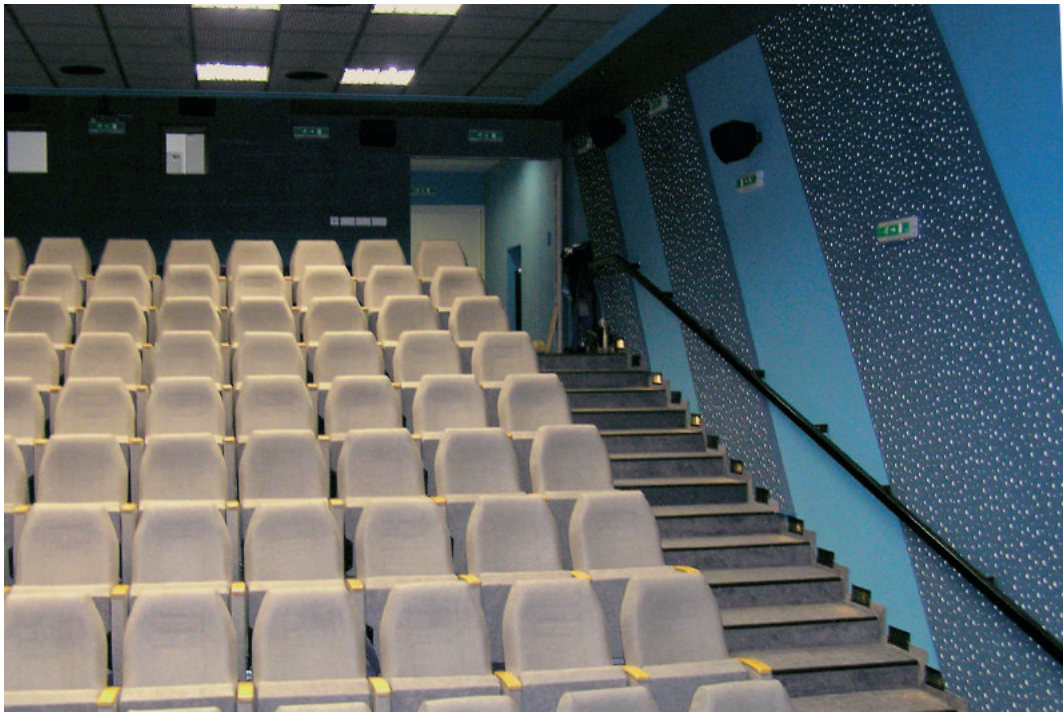
Okrem podniku Tesla Elektroakustika, kde v roku 1972 založil Ateliér priemyselného dizajnu (neskôr viedol Ateliér dizajnu na Generálnom riaditeľstve podniku Tesla Bratislava), pracoval Tibor Herchl ako vedúci ateliéru scénickej technológie na Projektovom ústave kultúry a ako dizajnér v podniku Calex Zlaté Moravce. Pôsobil tiež ako predseda hodnotiteľskej komisie pri Inštitúte priemyselného dizajnu a v rokoch 1992 – 1996 bol predsedom Združenia priemyselných dizajnérov Slovenska. Účastou v hodnotiacich komisiách prispieval k výchove mladých slovenských dizajnérov.

Tibor Herchl počas svojej dlhšej aktívnej kariéry zasiahol do viacerých oblastí dizajnu, ako príslušník „zakladateľskej generácie“ prispel k emancipácii dizajnu na Slovensku. Triezvy a racionálny prístup, jednoduchosť, priamochiarosť a účelnosť, ale aj kultivované riešenie výtvarných problémov – to sú znaky, ktorými sa zapíše do dejín nášho dizajnu.

#

AKTUÁLNE – dizajnéri





designum¹2011

K dizajnerskej tvorbe Tibora Herchla

profil 7



Pergamen z Trnavy



Pod označením Pergamen sa v súčasnosti skrýva deväť ľudí, z toho šesť tvorí základný kreatívny tím. Toto štúdio vizuálnej komunikácie, ktoré má svoje sídlo v Trnave, bolo založené už v roku 1993. Pergamen je jasným príkladom toho, že ak je dizajn kvalitný, klient si ho dnes nájde. Za osemnásť rokov svojej existencie štúdio získalo približne dvadsaťštyri ocenení v súťažiach a na prehliadkach doma i v zahraničí. Mnohých určite prekvapí, že ich portfólio obsahuje také zaujímavé a rôznorodé projekty. Na niekoľko našich otázok odpovedali Juraj Demovič, Jakub Dvořák, Juraj Vontorčík a Lívia Lörinczová.



- Logotyp a obalový dizajn skrutiek Mr. Schraub.
Klient: D.O.T., 1996.
- Interiér značkovej predajne vína Golguz.
Klient: Foodfarm, 2008.

P Zoznam vašich aktivít je pestrý, zahŕňa obalový dizajn, grafickú úpravu knížiek, logotypy... Spolupracujete s firmami na jednorazových projektoch, alebo sa stávajú aj vašimi dlhoročnými partnermi? Čo je pre vás hlavným krédom pri spolupráci s klientom?

Snažíme sa, aby sme pre zákazníka neboli „iba“ dodávateľom, ale niečím viac. Spoločne si dokážeme lepšie určiť smerovanie našej spolupráce, začneme používať „spoločný jazyk“ a často úplne zmeníme zadanie. Máme šťastie na zákazníkov, s ktorými dokážeme spolupracovať dlhodobo na viacerých projektoch, takže sa nám stáva, že v priebehu rokov redizajnujeme sami seba. Možno to vyznie neprofesionálne, ale bez vzájomných sympatií a úcty neexistuje produktívna spolupráca. Keď u klienta cítime nadšenie z jeho práce a produktov, tak sa to nutne musí prejavíť aj v našej kreativite. A samozrejme nás teší, keď majú zákazníci nakoniec radosť z konečného výsledku.

V roku 1997 ste získali ocenenie v Národnej cene za dizajn za Logotyp Mr. Schraub, aplikovaný tiež na spotrebiteľský obal. V porovnaní s obalovým dizajnom 90. rokov, kam smeruje obal dnes, o viac ako jednu dekádu neskôr?

Myslíme si, že tieto obdobia sú také rozdielne, že sa nedajú ani porovnávať, pretože vývoj na Slovensku postupuje samostatným životom, ktorý sa len postupne vyrovnáva so západným štandardom. Určite dizajn zaostáva za produkčnými možnosťami a technológiami, ktoré máme k dispozícii, ale ešte často sa nevedia využívať ani ich možnosti. V roku 1997 sme sa pokúsili pripraviť obal, ktorý bude mať pointu, a bol ocenený, ale ešte dnes vidíte, že je vôbec problém navrhnuť čo i len pekný obal, pointu ani nehľadajte. Pekný obal a dizajn budú závisieť od nárokov kupujúcich a tých, čo produkt ponúkajú a ich ambícií. Vývoj na Slovensku postupuje, aj keď z nášho pohľadu veľmi pomaly.





- ↑ Vizual marketingovej akcie značky Pierre Baguette. Klient: Fekolliní, 2010.
- ← Etiketa 4 živly. Klient: Karpatská perla, 2010.
- Expozícia Tatratea na Danubius Gastro, 2010. Klient: Karloff, 2010.
- √ Flaša a logotyp Tatratea. Klient: Karloff, 2010.

Aký by mal byť dobrý obal na potraviny? Dá sa to aspoň všeobecne charakterizovať?

Veľmi zjednodušene: dobrý obal musí byť ľahko identifikovateľný aj z väčšej vzdialenosti. Musí byť jednoducho sympatický, vizuálne príťažlivý, „jedlý“ a samozrejme musí pomáhať predaju. Výborný obal je perfektne spracovaný v každom detaile, dokonale technicky zrealizovaný a navyše nesie v sebe DNA značky a jej príbeh.

Je investícia do dizajnu dobrou investíciou? Ako o tom presvedčíte vašich potenciálnych klientov? Uvedomujú si, že dizajn je súčasťou ich marketingovej stratégie?

Myslíme si, že zákazníci, ktorí nás oslovujú, to už vedia, investujú predsa svoje prostriedky, nie cudzie. Preto očakávajú, že ich investícia bude mať zmysel. A aj má. Viditeľný a spočítateľný.

Akým spôsobom pracujete, sú kompetencie vo vašom tíme rozdelené podľa špecializácie? Do akej miery je to kolektívna práca?

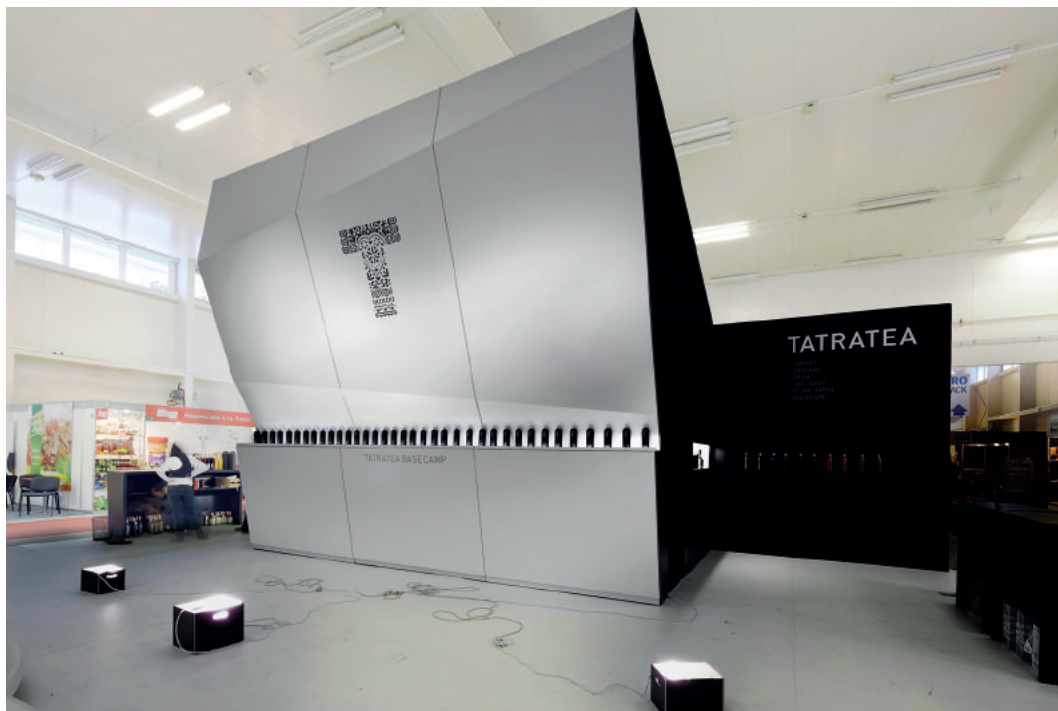
Už spomínaný logotyp Mr. Schraub bol prácou troch autorov. Tímová práca, vzájomná inšpirácia, pripomienkovanie. Cestovanie projektu od človeka k človeku postupne cizeluje finálny dizajn. U nás je skôr zriedkavé, aby bol projekt prácou iba jedného autora.

V spolupráci s vydavateľstvom RAK ste mali možnosť pracovať na mnohých knižných tituloch, ktoré získali rôzne ocenenia. Obal na šunku a grafika knihy z vydavateľstva historickej literatúry, dva úplne rozdielne príbehy. Aký je teda príbeh knihy vo vašom podaní? Kniha má svojho autora i čitateľa a medzi nimi stojí vydavateľ po boku s dizajnérom. Práve v ich dialógu sa rodí budúca kniha. Teda aspoň v prípade Pergamenu a vydavateľstva Rak je to dialóg veľmi intenzívny, možno až vymykajúci sa bežnému profesionálnemu štandardu, snáď aj preto, že v tomto dialógu figuruje otec a syn. Ved' ktorý iný vydavateľ (na Slovensku) by si nechal od dizajnérov rozprávať napríklad do titulov kníh a celkovej stratégie. A ak sú knihy z tejto spolupráce aspoň trochu jedinečné, bude to do značnej miery otvoreným dialógom a vzájomným odovzdávaním si skúseností z dvoch rozličných svetov. A porovnávať knihy so šunkou? Záleží to na konkrétnej knihe i konkrétnej šunkke...

Minulý rok bol pre vás mimoriadne úspešný. Obalové riešenie Tatratea, liehovinového nápoja na čajovom základe, získalo ocenenie v prestížnej súťaži Red Dot Design Award, tiež ocenenie Pentawards a ED-Awards. Ako vznikol tento produkt?

Oslovili sme spoločnosť Karloff s návrhom, aby sme spolu vytvorili výnimočné veci. Ich odpoveďou bolo zadanie na update etikety Tatranského





čaju. Zadanie sme spoločne s klientom predefinovali a začali sme paralelne pracovať na dvoch dizajnoch. Keďže potreba zmeny dizajnu bola akútna, museli sme riešiť priebežné redizajnovanie skla a etikety pôvodného Tatranského čaju a zároveň pracovať na úplne novej fľaši a dizajne nového Tatranského čaju – Tatratea. Cesta od prvej skice až po finálne zrealizovaný produkt trvala takmer dva a pol roka. Pre Karloff sme v tom čase vytvorili dizajn pre niekoľko ďalších produktov. V súčasnosti spoločne finalizujeme tiež zaujímavý projekt novej fľaše a dizajnu etikety, ktorá je zatiaľ tajomstvom.

Posunuli vás nejako tieto významné ocenenia? Čo znamenajú takéto súťaže pre dizajnéra?

Teší nás, že naša práca bola ocenená spolu s prácami špičkových dizajnerských firiem, ktorých práce poznáme a máme ich radi. To, že dizajn Tatratea bol úspešný v toľkých prestížnych súťažiach, je zasa signál, že úspech nebol náhodný. Znamená to pre nás istotu, že vieme navrhnuť dizajn, ktorý dokázal uspieť v medzinárodnom profesionálnom kontexte.

Aké sú vaše aktuálne projekty a pracovné motivácie?

Máme šťastie, že máme možnosť stále pracovať na zaujímavých projektoch so zaujímavými ľuďmi. A také projekty vždy motivujú k tomu, aby bol výsledok „parádny“, dizajn fungoval a prinášal efekt.



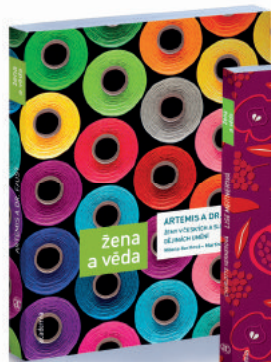
A ktoré konkrétne produkty vás momentálne zamestnávajú?

Cereálie s rumom a vodkou nakladané v motorovom oleji, pokvapkané výbornou medovinou a dozdobené plátkami šunky a RFID čipmi.

#

www.pergamen.sk





- Obal nanukov Tomi. Klient: Canda, 2009.
- Obal na ruskú zmrzlinu Kalinka. Klient: Canda, 2000, update 2010.
- Koncepcia a dizajn knižnej edície Žena a věda. Klient: Academia Praha, 2006 – 2010.
- Koncepcia a dizajn knižnej edície Literárny rad. Klient: Academia Praha, 2006 – 2010.
- Etiketa Terra Parna. Klient: Zenagro, 2009.



AKTUÁLNE – dizajnéri







ComuniStar Designers



Na prelome rokov 2010 a 2011 sa vo výstavnom a informačnom bode Satelit v Bratislave konala prvá samostatná prezentácia skupiny troch mladých dizajnérov fungujúcich pod spoločnou značkou ComuniStar Designers.

AKTUÁLNE – udalosti

P Roman Ficek, Peter Jakubík a Marián Laššák absolvovali štúdium v ateliéri produkt dizajnu u prof. Františka Buriana na bratislavskej Vysokej škole výtvarných umení. Zámer vytvoriť spoločné zoskupenie vyšiel zo vzájomnej snahy vytvárať nové hodnoty, robiť dizajn s určitou dávkou humoru, trochu ľahkej irónie a provokácie. Ide predovšetkým o dizajn nábytku, bytových doplnkov a drobných úžitkových predmetov. Vo svojej tvorbe sa inšpirujú napríklad vzťahom tradície k súčasnosti, erotikou, každodennosťou, vidiekom, mestom. Ich produkty v mnohom vychádzajú z banálnych predmetov. Istou transformáciou vznikajú nové dizajnérske kúsky, ktoré nám pripomínajú iné úžitkové objekty s úplne odlišnou funkciou, ako má novo vzniknuté dielo. Medzi také patrí napríklad

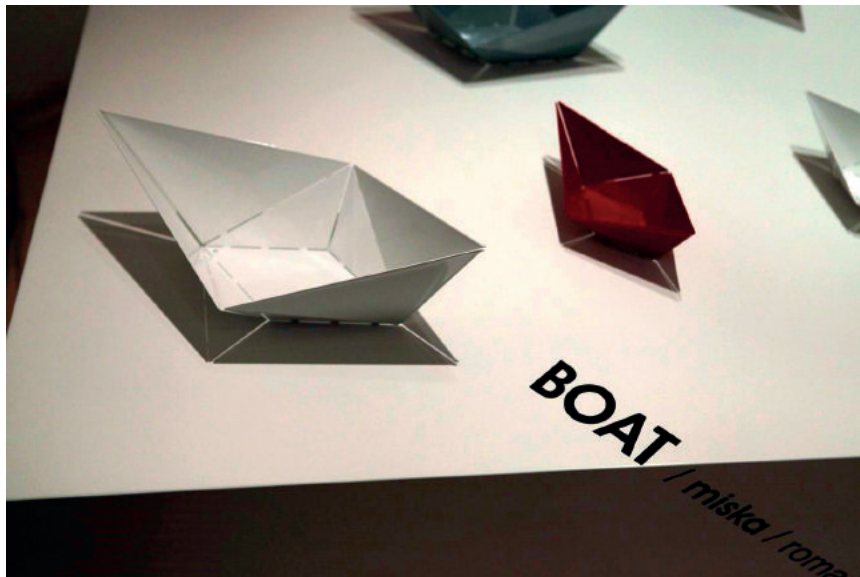
svietnik *Zvon* od M. Laššáka. Ten vznikol využitím gumenej časti zvona slúžiaceho na čistenie odpadu, pričom pôvodný materiál bol nahradený drevom. Tiež z papiera poskladané lodičky, ktoré slúžili ako detská hra, získali vďaka R. Ficekovi podobu plávajúcej sviečky *Sail* či kovovej misky *Boat*. Úžitkový produkt vychádzajúci z iného každodenného predmetu predstavuje dámska kabelka *Widow* od P. Jakubíka, ktorá akoby bola vertikálnym pokračovaním topánky na vysokom opätku. Vtipne poňatý je aj kabinet *Piedestál* od M. Laššáka, kde stupeň víťazov získal funkciu skrinky, alebo *Blackboard* od P. Jakubíka, ktorá slúži na odkladanie vecí, pričom jej prednú časť tvorí tabuľa na kreslenie. S istou dávkou humoru vytvoril P. Jakubík nočný stolík *Maid*, pri ktorom sa nechal inšpirovať odevom chyžnej. Niektoré z diel, ako napríklad konferenčný stolík *Black* od M. Laššáka, reagujú na sériovo vyrábané lacné kusy nábytku. Použitím mramoru autor ponúka vysokú životnosť produktu, ktorý navyše nevyžaduje montáž. S princípom zmnoženia a so zmenou veľkosti pracuje v kolekcii nábytku *Scale* M. Laššák. Polička s množstvom menších políciek či skrine, na ktorých sa buď horizontálne, alebo vertikálne pripájajú zmenšujúce sa skrinky, predstavujú nové varianty odkladacieho priestoru.





➤ Peter Jakubík: skřínka Blackboard.





Napriek jasnej vizuálnej stránke ich produktom nechýba dôsledné uvažovanie o otázkach výrobo-technologického charakteru. Pri realizácii nápadov hľadajú okrem tradičných postupov aj nové výrobné možnosti.

Ambíciou ComuniStar Designers je prichádzať s novými dizajnerskými nápadmi, ktoré by vedeli prekvapiť a zároveň by sa stali obľúbenou súčasťou našich domácností.

#





- ← Roman Ficek: miska Boat.
- ✓ Marián Laššák: stolík Black.
- Peter Jakubík: kabelka Widow.
- ↓ Roman Ficek: sviečka.
- Marián Laššák: svietidlo a polica Sweet Home.



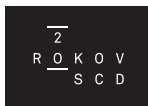


Nové logo SCD

Od 20. januára 2011 sa v galérii Satelit uskutočnila výstava pod názvom Nové logo Slovenského centra dizajnu, ktorá predstavila súťažné návrhy log od desiatich renomovaných grafických dizajnérov a grafických štúdií. Súťaž bola vypísaná ešte minulý rok a keďže v jej prvom kole nebolo vybrané žiadne logo, komisia sa rozhodla vyzvať konkrétnych autorov a štúdiá. Medzi vyzvaných patrili Ján Šicko, Emil Drličiak, Komplot (Peter Hajdin), Studio 001 (Daniel Blonski), CD Creative Department (Andrej Krátky) a MUW Saatchi and Saatchi (Rasťo Michalík), ktorí v priebehu jedného mesiaca navrhli moderné logo v zmysle zadania súťažných podmienok.



Odborná porota rozhodovala v decembri 2010 v zložení Palo Bálik – predseda, Mária Rišková, Katarína Hubová, Pavel Choma a Justyna Kucharczyk z Poľska. Po takmer trojhodinovej diskusii sa porota nakoniec priklonila k návrhu Emila Drličia. Víťazný súťažný návrh bol slávnostne zverejnený na vernisáži výstavy, ktorá bola súčasne aj príležitosťou na oslavu dvadsiťročného jubilea Slovenského centra dizajnu, založeného v januári 1991. Výstavu zo súťažných návrhov pod názvom Nové logo SCD – 10 dizajnérov – 10 lôg – 1 víťaz zrealizoval v Satelite podľa svojej koncepcie člen poroty, grafický dizajnér Palo Bálik. Prezentácia bola postavená predovšetkým na osobných výpovediach autorov o postupoch a inšpiráciách pri navrhovaní loga.





S L O V E N S K É C E N T R U M D I Z A J N U L O G O



- Nové logo SCD.
- Otvorenie výstavy v Satelite.





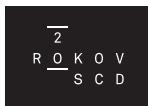
Autor víťazného loga Emil Drličiak poskytol redakcii odpovede na tri otázky:

Aká bola základná premisa, z ktorej vznikla koncepcia nového loga SCD?

Logo inštitúcie zaoberajúcej sa dizajnom. Transparentná informácia, vývojaschopný, udržateľný dizajn. Žiadny „obrázok“ za účelom kreatívneho tunela.

Aké budú komunikačné možnosti nového loga SCD?

Také, aké len môžu byť. Logo je komunikačný nástroj a dúfam, že bude použité všade, kde to bude potrebné, v adekvátnom variante. Možnosti má, okrem iných, že slovo LOGO môže v pravý čas cúvnuť a dať prednosť konkrétnemu označeniu média či aktivity. Priestor na tieto javy je na webe, v komunikačných tlačovinách a podobne.





Slovenské centrum dizajnu používa v súčasnosti viacero značiek – Národnú cenu za dizajn, galériu Satelit alebo samotný časopis designum. Ako tie budú ďalej fungovať?

Každá so spomínaných aktivít – značiek má svoj charakteristický dizajn, ktorý vznikol lineárne podľa aktuálnej doby a potreby. NCD je „kapsulová geometria“, Satelit je „komix“ a designum je typografický detail z hlavičky. Pardon za toto schematické pomenovanie, ale k týmto rôznym vizuálom a ďalším možným je „nápis-nálepka“ adekvátna forma zastrešujúcej inštitúcie. Logo SCD je informácia-formácia. Konkrétne, inverzné varianty s ochrannou zónou sú optimálne na použitie v blízkosti týchto i ďalších nepredpokladateľných vizualít.

#

Emil Drličiak

Grafický dizajnér, výtvarný umelec, scénograf. Absolvoval VŠVU v Bratislave u prof. Lubomíra Longauera. V rokoch 1999 – 2001 pedagogicky viedol ateliér na Katedre grafického dizajnu VŠVU. Je spoluzakladateľom divadla Phenomenontheatre (2001) a autorom písma Hexagon. Zúčastnil sa na viacerých domácich a zahraničných výstavách, festivaloch, workshopoch, sympóziách. Na prestížnom medzinárodnom Bienále priemyselného dizajnu BIO 2010 v slovinskej Lublane získal zlatú medailu za logomapu a premiérové plagáty pre Mestské divadlo Žilina. Venuje sa aj grafickej úprave kníh, časopisov, katalógov, tvorbe plagátov. Je autorom viacerých známych logotypov, napríklad pre Cenu Oskára Čepana, Ústav pamäti národa, Konzervatívny inštitút M. R. Štefánika, Cenu Dominika Tatarku, Mesto Trenčín, Reactive lab, Across atď.





Studio 001.

CD Creative Department.

Ján Šicko.

Studio 001.

CD Creative Department.

MUW Saatchi and Saatchi.

Komplot.

CD Creative Department.

MUW Saatchi and Saatchi.



NÁRODNÁ CENA ZA DIZAJN 2011

Národná cena za dizajn 2011

ncd

NAVŠTÍVTE VÝSTAVY
NÁRODNÁ CENA ZA DIZAJN

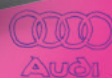
20 ROKOV
SCD

20 ROKOV SCD

KEDY A KDE

27. 5. – 19. 6. 2011

DOM UMENIA BRATISLAVA,
NÁM. SNP 12, BRATISLAVA



ORGANIZÁTORI

MEDIÁLNI PARTNERI





Drahé čiarky, kruhy, štvorčeky a oblúčiky

Úvodom môjho listu by som
Vás chcel čo najsrdečnejšie
pozdraviť...

Takto by mohol znieť úvod
otvoreného listu moderným
logám celého sveta. Grafické
vyjadrenie korporátnej
identity v nekonečných
kombináciách geometric-
kých útvarov je totiž už
dlhší čas oblúbenou
disciplínou nielen úspeš-
ných reklamných agentúr,
invenčných výtvarníkov,
ale aj snaživých pracovníkov
sekretariátov, ambiciózných
manažérov a ctižiadostivých
konateľov eseróčiek.

Farebný kruh dokáže nakresliť predsa hocikto. Ak sú kruhy tri a zároveň nad sebou, symboli-
zujú samozrejme rast a prosperitu. Ak sú zelené,
znamená to, že sme otvorení inováciám a mladí
majú u nás zelenú. Nezabúdajme, že zelená je
farba nádeje v lepšiu budúcnosť. Kruhy ešte
obtiahneme čiernymi kružnicami, nech je
všetkým jasné, že sme tradičná značka. K tomu
nejaký šikovní Arial v Nötépade a logo firmy je
na svete.

Od čias loga Blaupunkt, ktoré vzniklo v 30.
rokoch minulého storočia, akoby ubehol ani nie
týždeň. Modrý bod dávala od roku 1923 firma
Ideal ako známku kvality (kontrola technikom)
na svoje slúchadlá. O osem rokov neskôr sa vďaka
veľkej dôvere zákazníkov k modrému označeniu
stal tento bod ich obchodným názvom. Podobná
analógia sa však dnes neopakuje. Motívom na
vytvorenie loga sú väčšinou paranormálne
pseudopsychologické omáčky renesančných vše-
umelcov, čo vedú všakovakým geometrickým
patvarom priradiť nevídané metafory.

Po roku 2000 boli v kurze najmä štvorčeky.
Vyjadrovali všetko, čo chcel zadávateľ počuť. Od
Mojžišových dosiek cez dlažbové kocky až po
okenné rámy, svetové strany, silu, pevnosť, bož-
ský rozum, dokonalosť, objavovanie, materiál-
nosť, štyri živly, celistvosť, poriadok a rovnová-
hu. Skrátka všetko, čo dokázate s týmto slovom





vygoogliť. Prezentácia loga sa tak zvrháva na podivné mystické stretnutie, na ktorého konci je zadávateľ natoľko zhypnotizovaný, že vám s pocitom maximálneho šťastia odklepne 3 000 eur za geometrické cvičenie prvého stupňa základnej školy. Pod rúškom novodobého suprematizmu sa hordy corelistov vrhali na štvorec, ktorý podrobovali takmer sto rokov starým tortúram Kazimíra Maleviča. Príkladov tvorby štvorčekových výtvorov v grafickom dizajne je tak veľa, že netreba uvádzať ani jeden z nich. Stačí otvoriť časopis, zapnúť televízor alebo sa prejsť po meste a zoštvorčujete sa.

Zvláštne obdobie znásilňovania vyprázdnenej formy pokračuje aj dnes. Všadeprítomný neosuprematizmus dospel presne do rovnakého bodu vyprázdnenia ako pred desiatkami rokov. Malevičov obraz Biela na bielej bol rovnakým vyústením vyjadrenia absolútnej dokonalosti harmónie ako súčasné nápisy značiek bez loga. Ocitli sme sa na konci, ktorý už zasa nazývame novým začiatkom. Grafický koncept získava štvrtý rozmer, ktorý nikto z nás nevidí, a predsa je tam. Učíme sa na veci pozeráť inak, pretože inak sa to nepredá. Originál je originál!

Môže sa nám však stať, že nás zadávateľ loga prekukne. Vo voľných chvíľach totiž prečítal veľa literatúry o mystike geometrických tvarov, nebezpečenstve ostrých rohov a nevidanej moci

špirál. Ak čítal aj o farbách čakier, tak je s nami koniec. Takú pevnosť ešte žiaden grafický dizajnér nedobyl. Mystický zadávateľ zvyčajne príde s vlastným grafickým riešením, ktoré prešlo energetickým testom, a ukáže vám, ako krásne sa nad jeho kompozíciou krúti závažie na šnúrke. Od vás bude chcieť v najlepšom prípade len poradiť, kde tlačia lacné vizitky. Nečudujme sa, veď zadávateľ takto ušetril nemalé finančné prostriedky a zároveň sa stal grafickým dizajnérom.

**Záverom môjho listu by som chcel napísať, že mojím cieľom nebolo kritizovať tvorbu log ako takú, ale skôr poukázať na zvláštny trend. Klienti v poslednom čase pristupujú k hodnoteniu návrhov rovnako ako k ob-
rázkovému psychotestu. Na druhej strane dizajnéri reagujú na zadanie typu „chceme niečo jednoduché a zároveň sexi a chic“ naozaj veľmi zvláštne. Nehovoriac o tom, že vytvoriť logo vie dnes v podstate úplne každý. Veď čo som sa aj ja napredával štvorčekov a oblúčikov...**

Napriek tomu si vážim diela mnohých tvorcov a viem, že za niektorými logami sa skrýva mravčia práca, ktorá nespočíva iba v chaotickom posúvaní bodiek v Illustratore.

#





Tri ceny

Tri ceny, traja vystavujúci, traja kurátori. Bienále úžitkového umenia 2009. Dve ceny Slovenskej výtvarnej únie získali Andrea Pézman a Kristýna Španihelová, cenu Grand Prix Tibor Uhrín. Výstava sa konala od 21. 12. 2010 do 15. 1. 2011 v priestoroch Galérie SVÚ (Umeleckej besedy slovenskej) v Bratislave. Zaujímavý, ale na inštaláciu nie jednoduchý priestor vystavujúci dizajnér a dizajnérky uchopili ako výzvu. Siahli po svojských, im vlastných spôsoboch prezentácie, ktorými posilnili vystavené diela.

AKTUÁLNE – udalosti

Výrazný dizajnerský (aj písomný) prejav **Tibora Uhrína**, vedúceho Katedry dizajnu na FU TU v Košiciach, je nezameniteľný. Hravé a nápadité predmety z dreva (nádoby, škatuľky, obaly, misy) určené na každý deň páril s rôznymi odpadovými materiálmi a upravovanými umelými hmotami. Slovom teoretika dizajnu Zdena Kolesára vytvoril „hybridné konštrukcie“. „Žiadny materiál nie je tabu, všetko sa dá použiť,“ konštatuje o svojej tvorbe Tibor Uhrín a dodáva, „nie je pre mňa najpodstatnejšie, čo a z čoho navrhujem, ale musí to mať myšlienku.“ Materiál, z ktorého tvorí, poznáva do najmenších detailov. Vo svojom „labáku“, ako nazýva svoju dielňu, skúma a experimentuje so všetkým, s čím prichádza každý deň do kontaktu. Teoretička Zuzana Labudová v katalógu Tri ceny píše: „Pokúsiť sa ‚rozvlákniť‘ tvorbu Tibora Uhrína je ťažké i jednoduché, ako je vážna i nevážna zároveň, je zovretá do celkov či súborov, ale v týchto rámcoch je tiež uvoľnená, hravá, humorná. (...) Hodnoty remesla a výrazové znaky dizajnerskeho diela vzájomne prerastajú v hotovom malosériovom produkte.“



Cesta k PET dózam, víťaznému súboru na Bienále užitočného umenia 2009, bola rovnako plná experimentov, pokusov a úvah. Neopakovateľná tvarová hra so zmyslom pre detail. Jednoduché, rafinovane čisté tvary sa snúbia s tradičným spracovaním dreva. Prečo a z čoho vyplynula práve táto kombinácia? „Neuspokojovalo ma opakované zaraďovanie mojej tvorby do tradičných polôh. Mňa zaujímajú staré technológie ako prostriedok na dosiahnutie cieľa, snažím sa ich skúmať a pochopiť. V ďalších fázach už nebazírujem na tradícii, rešpektujem dizajn, ktorý je pre mňa dôležitý. Odkladal som si PET fľaše, škatule od ľadového čaju, obaly z jogurtov, ktoré som potom tepelne skúmal.“ Po mnohých pokusoch PET fľaša po zahriatí „priľnula“ k jeho dreveným nádobám, a tak boli na svete PET dózy. Takto vyriešil problém uzáverov na drevené nádoby, ktorých povrchy neupravuje, drevo necháva prirodzené. „Mimoriadne ma potešila táto vlastnosť PET fliaš, ktoré sa správajú pri zahrievaní opačne ako pri výrobe, a vyriešil som problém tesnenia tým, že drevo je obalené plastom.“ Deformáciou sa plasty votreli do priazne drevu a bola na svete finálna podoba hybridu.

Príroda je autorovým inšpiračným zdrojom, názvy si požičiava z krajiny. Ako napríklad pri soľničkách a koreničkách Pôvabnice, ktoré sú vyrobené z javorového, nakrivo vyrasteného dreva.

Je to tvorba plná skrýš, možno preto, že sú to obaly ako škatuľka na šperk z dreva s obroučou.



- ^ Pohľad do výstavných priestorov. Foto: Tibor Uhrín.
→ Tibor Uhrín: Škatuľka na šperky U.F.O. Javor, organické sklo, 2010. Foto: Tibor Uhrín.
↓ Tibor Uhrín: PET dózy. Hloh, 2009. Foto: Tibor Uhrín.





Spoločným bodom tvorby Tibora Uhrína a **Kristýny Španihelovej** je príroda. Jej pokoj a istota, že všetko prejde od vzniku po zánik, kolobehom objavovania a zabúdania. Kristýna Španihelová v tvorbe svojich šperkov-objektov siaha po výrazovo extravagantnej expresívnej mystike plnej telesnosti. Posadnutosť túžbou objaviť v tele sídlo ľudskej duše. Archetypálna znakovosť plná odkazov na totem, amulet, energiu ukrývajúcu sa v hmote. Používa materiály šamanov ako kost, vlasy, zlato, striebro, ale aj sklenené perly, asfalt, plast či recykluje predmety, obaly a vkladá ich do nových kontextov, ako alchymista siaha po soli, múke a hľadá „kameň mudrcov“. Ako píše teoretička Mária Nepšinská, „v kolekcii Laboratórium Naturalis opäť zachytáva svoju fascináciu prírodou, ktorú poníma ako veľké a neobmedzené laboratórium. Recykluje mŕtve rastlinné i živočíšne materiály, ktorým dáva nový život a transformuje ich do média šperku“. Keby ju poznala Clarissa Pinkola Estés, autorka knihy *Ženy, ktoré behali s vlkami*, tak by určite jednu kapitolu v tejto knihe venovala neskrotnosti ženskej duše.

Tretou časťou výstavy bola prezentácia **Andrey Pézman**. Jej grafický dizajn sa správa ako chameleón, ktorý chvíľami vyzerá ako grafika, inokedy ako zastavená animácia, fotka, maľba. Je to grafika plná prekvapení, hlavolamov a hier, premien, ktoré len nechávajú tušiť pôvodný zámer a finálny záver. Silvia Klimáčková v katalógu píše: „Neustále hľadanie jasných foriem a harmonickej kompozície privádza Andreu Pézman k hravému experimentovaniu s maticou, využívaniu znakovosti textu a k minimalistickému konceptu uvažovania.“ Vystavená kniha, ktorá vstúpila do priestoru nekonečna, či odkaz na detskú hru nebo, peklo, zem sú len dve zo spomenutých vystavených prác. Ako sa po otvorení výstavy vyjadrila Andrea Pézman: „Spoločnou charakteristikou pre Tiborove a moje diela sú čistota, myšlienka, určitý minimalizmus a harmónia. Nebolo ťažké práce zladit'. Tibor využil priestor a ja som inštalovala na steny. Snažili sme sa o čo najjednoduchšie a najčistejšie riešenie. Veľmi dobre sa nám všetkým spolupracovalo.“





- ↖ Kristýna Španihelová: Laboratórium Naturalis, brošňa.
Kost, sklo, koral, striebro, 2010. Foto: archív autorky.
- ↑ Andrea Pézman: 3D>html< (nekonečná kniha).
Lept na papieri, 2010. Foto: Marko Horban.
- ↓ Linda Marenčíková: katalóg k výstave.



Grafický dizajn katalógu vytvorený Lindou Marenčíkovou dal celej prezentácii kúzlo, v ktorom výstava pulzuje ďalej, aj po svojom ukončení. Nesie správu o poctivej prepracovanej prezentácii šiestich profesionálov. Živá, hravá a veľmi pútavá grafika šikovne vtiahla blúdiace oko návštevníka galérie a prinútila ho prizrieť sa zblízka na obrázky, popisky, texty, web, životopisy a kontakty. Zvolená forma obálky, v ktorej sú ukryté „tri oriešky“, tri samostatné katalógy vystavujúcich, je rafinovanou hrou na kvalitnom papieri. Výstižné texty troch kurátoriek výstavy Silvie Klimáčkovej, Márie Nepšinskej a Zuzany Labudovej poskytnú dešifrovacie kódy k prístupom autorov, ktorí vkladli pod povrch a ponúkli silné výpovede.

#





Denamit Design Days (DDD)

Občianske združenie
Denamit bolo
založené mladými
dizajnérmi s veľkými
ambíciami a cieľom
prezentovať a podporovať
dobrý slovenský dizajn.
Jeho aktivitami
sa spustila lavína
dizajnerských akcií,
ktoré sa doteraz
na slovenskej scéne
diali len sporadicky.

AKTUÁLNE – udalosti

Z iniciatívy členiek vznikol aj projekt Denamit Design Days, s predsavzatím predstaviť tvorbu odbornej a laickej verejnosti. Jeho súčasťou bola vo februári 2011 v Bratislave séria podujatí: výstava Tender about gender v galérii Medium s komentovanými prehliadkami, Deň otvorených dverí v ateliéroch, výstava Patrika Illa vo Francúzskom inštitúte v Bratislave a konferencia.

Základnou témou celého podujatia, ktorá vyplynula z čisto ženského osadenstva Denamitu, sa stala ženskosť, žena a umenie a gendrová problematika. Ako výsledok zvolenej témy vzniklo pre výstavu Tender about gender päť úplne nových exkluzívnych kolekcíí, päť interpretácií. Na výstave sa predstavili Lucia Bartková (autorský šperk), Michaela Bednárová (textilný dizajn), Simona Janišová (keramika), Lenka Sršňová (módna tvorba), Linda Viková (keramika) a ako hostia Katarína Czikorová, autorka loga Denamitu (grafický dizajn), Martina Slováková (autorka dokumentu k projektu Michaely Bednárovej) a Jakub Gulyás (fotografická spolupráca na projekte Lenky Sršňovej).

Koncept výstavy okrem prezentácie hotových výrobkov priblížil návštevníkom tvorivý a výrobný proces. Jeho rovnocennou zložkou bola podrobná fotodokumentácia postupov výroby, ukážky polotovarov – foriem, strihov, návrhov. Odhalenie tohto procesu umožnilo návštevníkom výstavy lepšie pochopiť a priblížiť rolu dizajnéra. Diváci sa tak dozvedeli, čo všetko zahŕňa cena dizajnerského výrobku a autorského originálu, a dostali možnosť odsledovať vznik diela od skice až po finálny výstup.

Súčasťou Denamit Design Days bola konferencia, na ktorej odzneli prednášky o aktuálnych témach a problémoch slovenského i svetového dizajnu, úžitkového a výtvarného umenia z rôznych odborov od profesionálnych dizajnérov zo Slovenska a Čiech (Juraj Straka – textilný dizajn, Petr Huza a Daniel Pirš – porcelán, Radka Kovačíková – autorský šperk, Ondrej Jób a Ján Filípek – vizuálna komunikácia, Patrik Illo – sklo, Pavel Brejcha – móda).

#

www.denamitdesigndays.blogspot.com





T1

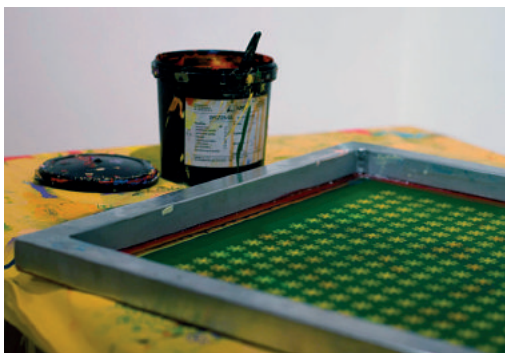
Lucia Bartková / Prsteň - mužský, ženský

„Vytvorila som tri páry snubných prsteňov, ktoré medzi sebou komunikujú svojim tvaroslovím, a v každom z nich má kameň odlišnú podobu. Objavuje sa na prsteňoch v symbolickej polohe výbrusu, značky a slova – názvu. Vďaka 3D programu a 3D tlačí mohli vzniknúť aj zložitejšie prvky, ako napríklad trojrozmerné písmo alebo zväčšené modely v správnych proporciách.“

T1

Michaela Bednárová / Reprezentačné odevy pre slovenské hokejistky

„Hlavnou motiváciou pre vytvorenie tohto projektu bol fakt, že slovenské hokejistky (medzi ktoré patrí aj moja sestra) dostávajú od klubov mužské odevy. Aj keď je hokej považovaný za mužský šport, hokejistky sú predsa len ženy, a tak sa aj chcú prezentovať a obliekať. Výsledkom je odev s jednoduchým mladíckym dizajnom čistej športovej línie s dôrazom na farebnosť (vychádzajúcu z trikolóry) a potlač. Všetko je vyrobené z pohodlných, najmä prírodných materiálov. Cieľom môjho projektu je, aby sa dostal do výroby a aby on bol komerčný záujem.“





←1

Lenka Sršňová / Cloda

„Séria odevov a fotografií vznikla na základe rozhovorov a stretnutí s Clodou, hviezdou prvej slovenskej travesty skupiny Celebrity. Modely nesú znaky „travesty“ show, výstredného prostredia, v ktorom sa Cloda bežne pohybuje a pracuje. Výsledkom sú rôzne varianty ženy, štylizované odevom a dokreslené fiktívnym prostredím. Raz je to rozprávková princezná, následne sexy vamp, krotiteľka divých líšok či elegantná dáma v civile.“ Fotografická spolupráca na kolekciu Cloda: Jakub Gyulás

→2

Simona Janišová / Hope Chest

„Moja nová séria bytových doplnkov nadväzuje na predchádzajúcu kolekciu Glory Box. Do svadobnej výbavy som tentoraz zabalila svietniky, aby žiadny kút v dome nezostal tmavý. Pokladnička by mala ženichovi a neveste pripomínať, že peniaze nikomu z neba nepadajú.“







→1

Linda Viková / Gift set ku Dňu matiek/žien

„Oslavujte Deň matiek a Deň žien každý deň! Tradičný darčkový set v luxusnom porcelánovom prevedení. Podarovanú kvetinu vložte do prázdnej fľaše (Váza na kvet k MDŽ/MDM) a kavičku si osladte štýlovo (My sweet mama/wife cukornička/dózička). Po zjedení posledného bonbónu je škafuľu škoda vyhodíť, môže poslúžiť ako šikovná šperkovnica (I <3 my mama/wife šperkovnica).“

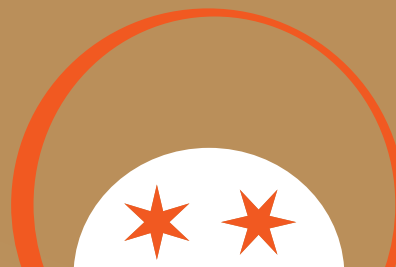




Výstavný a informačný bod SCD

SATELIT

Dobrovičova 3, Bratislava



SATELIT

predstaví v prvom polroku 2011 výstavy

23. 2. – 20. 3. **Re:Design NetWork Award**

1. 4. – 30. 4. **V4 – absolventské práce**
(SR, ČR, PR)

11. 5. – 26. 6. **Etnografický dizajn**
„čerstvé diplomové práce“



Vstup voľný. Otvorené denne (okrem pondelka) 13,00 – 18,00 hod.



www.sdc.sk



Galéria NOVA a jej špecializovaná cena pre sklo



V priestore strednej Európy má sklárska tvorba svoju dlhoročnú tradíciu, a to nielen pokiaľ ide o samotné umelecké dianie, ale i akademické školstvo. Doteraz však na Slovensku nepôsobil subjekt, okrem niektorých zbierkotvorných štátnych inštitúcií, ktorý by sa cielene zameriaval na propagáciu a podporu slovenského skla.





~T Cena Galérie NOVA 2009. Pohľad do expozície v priestoroch ViaGaléria na Michalskej ulici v Bratislave.

Galéria NOVA, ktorá patrí k najstarším súkromným galériám na Slovensku a tento rok si pripomína dvadsať rokov od svojho založenia, začala od roku 2005 pravidelne podporovať slovenské sklo. Okrem toho, že upravila svoje priestory na vystavovanie skla, zorganizovala viacero výstav v zahraničí¹ a venovala sa publikačnej činnosti². Vyústením týchto aktivít sa stalo rozhodnutie o priamej podpore sklárskej tvorby. V roku 2007 začala s pilotným projektom špeciálnej ceny zameranej na podporu slovenského a českého výtvarného sklárskeho umenia – Cena Galérie NOVA: Sklo 2007. Nadviazala tak na dlhoročnú tradíciu smerovania umenia v tomto prostredí. Od 60. rokov 20. storočia malo v Československu svoju tradíciu umelecké školstvo aj v skle. Na Slovensku to súviselo s činnosťou ateliéru skla v architektúre, ktorý založil Václav Cigler na Vysokej škole výtvarných umení, a v Čechách s tvorbou Stanislava Libenského a jeho činnosťou na Vysokej škole umeleckopriemyselnej v Prahe. Popritom tu existovala viacročná tradícia sklárskych tovární, ktorých do súčasnosti prežilo len niekoľko.

Prvý ročník ceny sa konal v roku 2007. V spolupráci s Galériou NOVA ho pomohol organizovať Viktor Freššo. Ako priestor, kde sa vystavili diela finalistov, bola vybratá Galéria Z v Zichyho paláci. Zúčastnilo sa jej 80 prihlásených profesionálnych i amatérskych umelcov z Čiech a Slovenska, z ktorých porota vybrala 17 finalistov. Medzi finalistami boli Stanislav Bém (CZ), Marek Brincko (SK), Martin Hlubuček (CZ), Patrik Illo (SK), Ivan Illovský (SK), Andrej Jančovič (SK), Kristína Kotianová (CZ), Zuzana Kynčlová (CZ), Oliver Leššo (SK), Stanislav Müller (CZ), Martin Muranica (SK), Filip Nízky (CZ), Tomáš Ondroušek (SK), Milan Opalka (SK), Marek Pagáč (SK), Lenka Šimonyiová (SK) a Zuzana Váradiová (CZ). Odborná porota v zložení Václav Cigler, Ján Hoffstädter a Martin Šamaj vyhlásila za víťaza súťaže v tom čase študenta katedry sochárstva na VŠVU Ašota Haasa (1981) za jeho diela Objekt v objekte I. a Objekt v objekte II. Obidve práce boli realizované kombináciou sklenených tabúl umiestnených na sebe, oddelených od seba kovovými dištančnými telieskami, ktoré vytvárali fyzický geometrický objekt.

- 1 Pravidelne sa zúčastňovala umeleckých veľtrhov v Holandsku (Holland Art Fair v Haagu), vo Francúzsku (Strasbourg Art Fair). V roku 2006 a 2007 zorganizovala výstavu súčasného slovenského skla v New Yorku (Maiden Lane Exhibition Space, Leo Kaplan Modern Gallery). V spolupráci s renomovanou galériou na prezentáciu skla pripravila na jar 2009 výstavu Václava Ciglera v New Yorku v Heller Gallery. Pravidelne spolupracuje s galériami (Mark Peet Visser Gallery).
- 2 Popri katalógoch samotnej ceny skla pripravila Galéria NOVA v slovenskej a anglickej mutácii publikáciu o súčasnom slovenskom skle Súčasné slovenské sklo (Bratislava, 2007).





V objeme fyzického objektu mohol divák rozpoznať ďalší fiktívny geometrický objekt, ktorý autor vytvoril prostredníctvom fólií nalepených na sklené tabule. Ako bolo uvedené v katalógu: „Ašot Haas pracuje s jednoduchými geometrickými formami, ako je guľa a kocka, a využíva optický klam umocnený použitím svetelného zdroja, ktorým dosahuje vzájomné prepojenie týchto geometrických tvarov v jednom objekte. Objekty sa vyznačujú vyspelým sochárskym prístupom k sklárskemu materiálu.“

Popri víťazovi boli na prehliadke vystavené i diela ostatných finalistov. Predstavili rôznorodosť kreatívnych a technických prístupov ku sklu. Z prostredia Lednických Rovní sa prezentovali mladí poslucháči pomaturitného štúdia na miestnej sklárskej škole Kristína Kotianová a Marek Pagáč objektmi z fúkaného skla. Patrik Illo doplnil túto sériu dielami s hutne spracovaným sklom. Tavené sklo bolo zastúpené dielami mladých umelcov ako Martin Hlubuček, Ivan Illovský, Marek Brincko, Zuzana Kynčlová. V duchu tradície Ciglerovej školy sa predstavili Oliver Leššo a Lenka Šimonyiová. Objekty kombinujúce sklo a svetelné zdroje prezentovala Markéta Váradiová. Vtipnou kolážou na súčasné motívy sa predstavil Stanislav Müller.

O druhý ročník Cenu Galérie NOVA: Sklo 2009 sa uchádzalo až 84 prihlásených umelcov z Čiech a Slovenska. Súťaž bola opäť zameraná na voľný objekt a otvorená všetkým tvorcom z Čiech a Slovenska pracujúcim so sklom. Odborná porota v rozšírenom zložení Katarína Bajcurová, Ján Frydrych, Juraj Gavula, Sabina Jankovičová a Miroslav Zeman vybrala 22 finalistov, ktorí sa predstavili na spoločnej výstave v priestoroch ViaGaléria na Michalskej 12 v Bratislave. Finalistami boli: Rie Arai (CZ), Slavomír Bachorík (SK), Danica Balgavá (SK), Mária Berkyová (SK), Jana Egidy (CZ), Ašot Haas (SK), Martin Hlubuček (CZ), Lukáš Houdek (CZ), Patrik Illo (SK), Ivan Illovský (SK), Andrej Jančovič (SK), Mi Kim (CZ), Aneta Koutná (CZ), Kateřina Krausová (CZ), Oliver Leššo (SK), Paľo Macho (SK), Martin Múranica (SK), Tomáš Ondroušek (SK), Ondřej Strnadel (CZ), Lenka Šimonyiová (SK), Jaroslav Wasserbauer

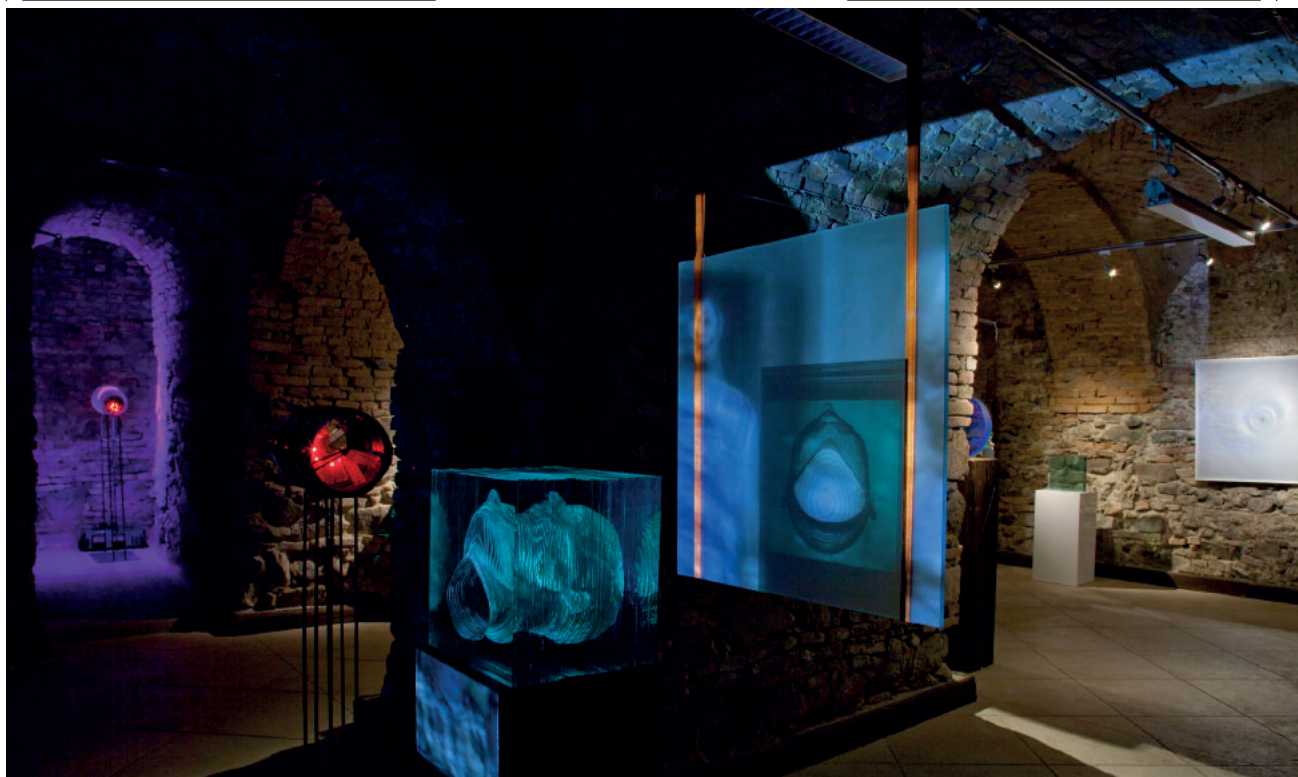
(CZ), Alena Zemanová (CZ). Odborná porota vyhlásila za víťaza súťaže Martina Múranicu (1980) za jeho inštaláciu Spiaci. Autor v nej pracuje so „štvrtým“ rozmerom skla, nie vo vnútri materiálu, ale v priestore, ktorý ho obklopuje. Samotný objekt je umelcovým autoportrétom, cez ktorý sa premietajú na sklenenú platňu filmy z jeho detstva a dospievania. Tieto spomienky sú spolu s odrazmi objektu konfrontované s matnou sklenenou tabuľou, ktorá symbolizuje tabuľu rasu ako prienik vnútorného a sveta súčasnosti okolo nás.

Oproti prvému ročníku boli na výstave zastúpené diela širšieho spektra umelcov. Pomer slovenských a českých umelcov bol vyrovnaný, objavili sa dokonca aj práce umelkyní zo zahraničia, ktoré žijú v Čechách – Mi Kim a Rie Arai. Jednotlivé diela vystavené na prehliadke finalistov predstavili rôznorodosť kreatívnych a technických prístupov ku sklu od tavenej plastiky cez optické až po fúkané sklo. Strednú generáciu zastupovali diela Slavomíra Bachoríka, Olivera Lešša, Jaroslava Wasserbauera a Pala Macha. Tradične sa predstavili aj študenti a čerství absolventi ateliéru skla na VŠVU: Danica Balgavá, Andrej Jančovič, Tomáš Ondroušek a Ivan Illovský. V roku 2009 bola po prvýkrát prezentovaná aj cena sklárskej firmy RONA, a.s. z Lednických Rovní, kde sa víťazmi stali Mária Berkyová (SK) a Ondřej Strnadel (CZ). Oba získali možnosť realizovať výtvarné diela v priestoroch sklárne.

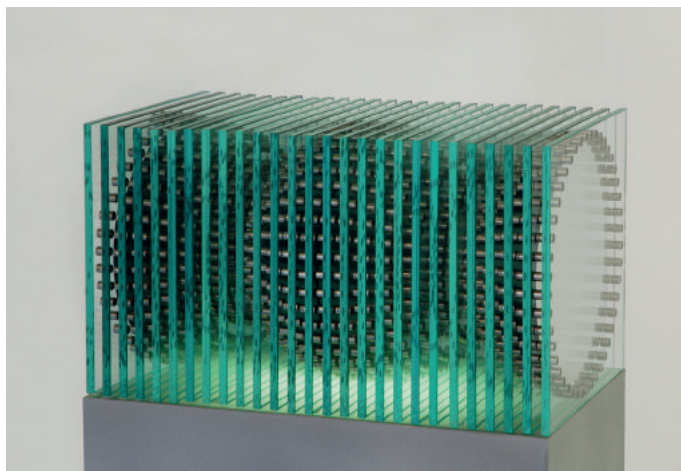
Cena Galérie NOVA: Sklo 2011 pokračuje aj v tomto roku. Tento projekt je tak ako v predchádzajúcich ročníkoch zameraný na voľný objekt a je otvorený všetkým tvorcom pracujúcim s materiálom skla. Môžu sa prihlásiť nielen tí, čo vyštudovali v ateliéroch skla na Slovensku alebo v Čechách, ale všetci umelci pracujúci so sklom. Tretí ročník bude mať uzávierku 24. apríla 2011 a vernisáž výstavy, na ktorej sa bude vyhlasovať víťaz, sa uskutoční 7. júna 2011 v Galérii Medium. Galéria NOVA aj v tomto roku pripraví špecializovaný katalóg, ktorý predstaví tvorbu jednotlivých finalistov a víťaza.

#





- ↑ Martin Múranica, víťaz Ceny Galérie NOVA 2009.
Inštalácia Spiaci.
- Cena Galérie NOVA 2007.
Pohľad do expozície v Zichyho paláci v Bratislave.
- ↓ Ašot Haas, víťaz Ceny Galérie NOVA 2007.
Objekt v objekte.





Projekt UNICEF – Školy pre Afriku očami mladých dizajnérov

V Bratislave bola 14. februára 2011 otvorená netradičná výstava semestrálnych prác študentov Fakulty architektúry Slovenskej technickej univerzity, ktoré kreatívne reagujú na problémy vzdelávania detí na školách v Afrike. Študentské práce boli inšpirované projektom UNICEF – Školy pre Afriku.

Do projektu UNICEF – Školy pre Afriku očami mladých dizajnérov sa zapojilo dvadsaťpäť študentov druhého ročníka Ústavu dizajnu a výtvarných disciplín Fakulty architektúry STU, pod pedagogickým vedením Ing. Tomáša Nagya, ArtD. a Mgr. art. Evy Vitkovskej. Výstava predstavila trinásť študentských prác, ktoré mali návštevníci možnosť vidieť vo výkladoch predajní v bratislavskom nákupnom parku Avion.

Výsledkom projektu bola séria produktov, ktoré by deti v Afrike mohli využívať nielen pri učení, ale aj pri trávení voľného času. Predmety boli navrhnuté tak, aby si ich deti dokázali v prípade potreby vyrobiť samy použitím prírodných materiálov alebo iných bežne dostupných druhotných surovín. Vďaka prednáškam a fotodokumentácii, ktoré poskytol UNICEF, mali študenti možnosť nahliadnuť do života afrických žiakov. Zistili, čo vlastne škola pre deti v Afrike predstavuje. Nie je len miestom vzdelávania a výchovy, ale často i jediným zdrojom pitnej vody či priestorom na hru a šport.

Návštevníci výstavy mali možnosť vidieť rôzne zaujímavé produkty, napríklad bandasku redizajnovanú na budúcu školskú tašku, batoh ušitý z vreca, hoidačku vyskladanú z uzáverov plastových fľaš či bedmintonové rakety vystrúhané z dreveného konára.

„K téme semestrálnej práce nás inšpiroval projekt UNICEF – Školy pre Afriku. Bola to jedinečná príležitosť pre študentov prezentovať svoju tvorivosť i v takej ťažkej téme.

O ťažkej téme hovoríme z toho dôvodu, že na jednotlivé produkty sa kladli vysoké nároky. Každý musel vyriešiť problém v jednej z troch vytýčených oblastí, ktoré v sebe škola v Afrike zahŕňa – vzdelávanie, hygiena a hra. Súčasne museli produkty splniť požiadavky na použiteľnosť v extrémnych podmienkach, využívajúc recyklované materiály a jednoduché technológie výroby. Sme veľmi radi, že UNICEF pre spoluprácu na projekte oslovil práve náš Ústav dizajnu a výtvarných disciplín. Myslím si, že študenti nesklamali, práve naopak prekvapili dobrým nápadom a precíznym prevedením modelov,“ povedal vedúci Ústavu dizajnu a výtvarných disciplín FA STU doc. akad. soch. Peter Paliatka.

Ukážky objektov, ktoré vznikli v rámci projektu UNICEF – Školy pre Afriku očami mladých dizajnérov, budú vystavené do 13. marca 2011 na Fóre dizajnu v rámci medzinárodného veľtrhu nábytku a bytových doplnkov Agrokomplex v Nitre a od 18. apríla do 29. apríla 2011 vo vestibule Fakulty architektúry STU v Bratislave.

Paralelne s výstavou prebiehala zbierka do pokladničiek UNICEF na projekt Školy pre Afriku. Cieľom projektu je pomôcť ôsmim miliónom detí v jedenástich krajinách Afriky zasaďnúť do školských lavíc a získať základné vzdelanie a zručnosti potrebné pre život. Prispiet je možné na číslo účtu 26297 26297 / 1100 (Tatra banka), variabilný symbol 0710.





† Adam Horváth: Bantaška

Bantaška je školská taška vyrobená z bandasky. Jej výhodou je dostupnosť materiálu recykláciou bandasiek a jednoduchá výroba bez zbytočného odpadu. Jednofarebný materiál bandasky umožňuje deťom vyzdobiť si vlastnú školskú tašku podľa svojho vkusu.

‡ Ivona Biščová: LOGIC

Školská pomôcka a stolové hry. Obsahuje základnú dosku, hracie figúrky a textilný obal. Je použiteľná na desať spôsobov: ako počítadlo, 3D počítadlo, mozaika, 3D mozaika, magický štvorec, dáma, dudneyho hra, piškvorky, peg game a anglický solitér. Je určená na rozvíjanie logiky a spestrenie vyučovania.





† Lucia Krehová: Hojdačka

Hojdačka je vyrobená len z odpadových materiálov z PET fliaš, samozmršťovacích fólií a igelitov, zvyškov rybárskeho nylonu a starej duše z bicykla. Pri výrobe hojdačky je možné naplno využiť detskú fantáziu, pretože z rôznofarebných uzáverov sa dá vytvoriť takmer neobmedzené množstvo vzorov.

† Matej Rudinský: Holder

Je spletený z materiálu, ktorý vznikol recykláciou použitých, nepotrebných a vyhodnených PVC vreciek a tašiek. Riešenie tohto ekologického problému v Afrike súčasne reaguje na potrebu pohodlnej manipulácie pitnej vody prístupnej aj pre deti nižších vekových kategórií.



AKTUÁLNE – udalosti





Radka Ščepánková: Bedmintonové rakety

Bedmintonové rakety si môže ľahko vyrobiť každé africké dieťa. Jediné, čo k tomu potrebuje, je drevený konár, plastové tašky a duša z bicykla. Nechýba ani bedmintonový košík. Jeho zhotovenie je tiež veľmi jednoduché, stačí použiť plastovú fľašu a hra sa môže začať.

Tatiana Turnová: Pooko

Pooko je hojdačka (húpací koník) určená pre deti od troch do štyroch rokov. Je zhotovená z odpadového materiálu, kde základnú konštrukciu tvorí použitá pneumatika, so zárezmi na vnútornej strane, do ktorých je vsadená preglejka. Predný a zadný zrezaný kraj je začistený pretkávaním prírodného lanového špagátu.





SAMOOBSLUHA / ArtAttack



← Margaréta Drugdová.
↑ Lukáš Tomek.

Už ho pochovávajú roky. Vraj ho mali „zabiť“ kazety, tie zasa CD, potom DVD a dnes mp3. Paradoxne, vinyl je opäť v móde. Už síce nikdy nebude platformou pre celé rodiny, skôr zberateľským fetišom pre pár nadšencov a audiofilov. Ale asfaltový kotúč je jednoducho symbolom hudby, rozprávať by o tom vedel každý dídžej, ktorý berie toto označenie vážne. Aj keď dnes kufor plný veľkých obalov vymenil za dve platne a systém Serato alebo za iný digitálny spôsob na hranie cez notebook.





◀ Zdenka Uhrincová.
➤ Zuzana Molnárová.
← Jozef Dian.
→ Otto Abt.
◀ Kristína Gajdošová.
↓ Ľubica Segečová.
➤ Igor Fekete.



Vinyl na scéne je tak trochu netradičná vec, zároveň však vždy malá oslava. O to väčšia, keď ide o inštrumentálny počín s podtitulom DJ tools. A je možné (priam nutné) s ním ďalej pracovať pomocou hudobného nástroja, ktorým je gramofón. Tým sa naplnila prvá podstata konceptu Samoobsluhy.

O obsahu Samoobsluhy viac autor Karaoke Tundra: „Skladby na Samoobsluhy by sa dali rozdeliť do niekoľkých kategórií: nové tracky, premastrované verzie starších skladieb, remixy, DJ tools a exkluzívne bonusy, ktoré sa dajú nájsť iba na tejto platni. Tracky a linky pre dídžejev sú navzájom kompatibilné, snažil som sa to urobiť tak, aby dídžež mohol pracovať iba s dvomi kusmi tejto platne.“

Po CD nosiči Kačica s hlavou tigra a digitálnych nosičoch pre vydavateľstvo ajlavmjuzik (www.artattack.sk/ajlavmjuzik) sme v spolupráci s Karaoke Tundrom týmto vinylom pomyslene uzavreli trilógiu.

Vinyl je však „iba“ médium. Zmysel celistvosti doplnil biely obal a nálepku, ktoré tak nepriamo navádzali ku kreatívnej hre s obalom = samoobsluhy. Každý si mohol vytvoriť nielen audio, ale aj vizuálny jedinečný originál. Do It Yourself.

Obal vznikol počas jednorazového workshopu, kde som oslovil pestrú paletu priateľov. Každému z nich som dodal vinyl s bielym kartónovým obalom a nechal im „voľnú ruku“. Pri výbere autorov nešlo iba o kreatívnu a výtvarnú zdatnosť. Snažil som sa osloviť vhodnú zmes ľudí, čo by mohli ďalej posunúť význam „diela“. Každý z nás je osobnosť, viac alebo menej schopná vizuálne sa prejaviť.





Koncept sa udržal od začiatku do konca. Projekt zakončila interaktívna výstava „dotvorených obalov“. Uskutočnila sa počas posledného predvianočného víkendu 18. – 19. 12. 2010 v priestoroch bratislavskej Cvernovky. V rámci akcie Urban Market mali stovky návštevníkov možnosť zastaviť sa, posediť, pozrieť, vypočuť si platne. Vytvorili sme tam svoj ArtAttack priestor – samoobsluhu/obývačku, kde bolo možné zakúpiť si produkty z nášho online shopu, ako aj samotné „umelecké“ vinyly.

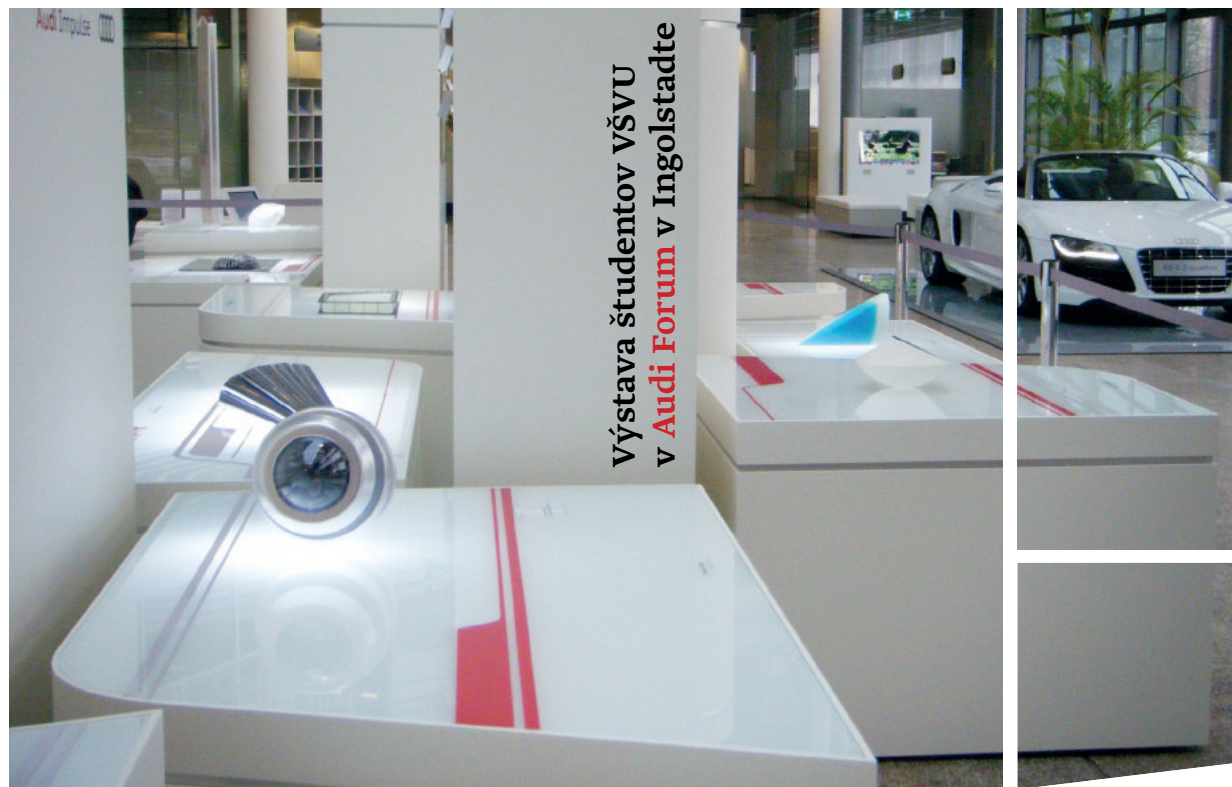
Platňa vyšla v náklade 300 kusov a po úspešnej distribúcii v Európe (Nemecko, Anglicko, Írsko, Francúzsko, Česko a Slovensko) môžeme skonštatovať jediné. Platňa je vypredaná = Samoobsluha je zatvorená!

#

Viac o projekte a zúčastnených autoroch:
www.artattack.sk/content/12/
artattack-ta-pozyva-na-vystavu-samoobsluha



The Art of Singleframe



V Audi Fóre v bavorskom Ingolstadte prezentujú svoje práce od 13. decembra 2010 do 31. marca 2011 študenti VŠVU pod titulom The Art of Singleframe. Výstava je prvou v rámci série prezentácií AUDI Impulse, ktoré majú za úlohu zmapovať inovatívne prístupy k dizajnu automobilov tejto značky.

^ Pohľad do expozície v Ingolstadte.



Na účely výstavy bola vytvorená biela kompaktná báza zložená zo soklov a stien, na ktorej sú nainštalované jednotlivé návrhy a realizácie. Namiesto *white cube* tu teda máme niečo ako *white base* – diela sú prezentované na neutrálnom podklade, ktorý je ozvláštnený textami a líniami bordovej farby. Expozícia sa nachádza v rozsiahlej hale zvanej *Trh a zákazník*, čo značí nielen atraktívne susedstvo s najnovšími športovými modelmi áut, ale jej zaručuje aj vysokú návštevnosť, keďže zákazníci prechádzajú okolo návrhov.

Exponáty sú stvárneniami prednej časti auta značky Audi ako voľného výtvarného objektu. Späťne majú byť tieto absolútne voľné návrhy inšpiráciou pre konštruktérov. Samotný singleframe označuje vzhlad tzv. *Kühlergrillu*, čo by sa dalo preložiť ako chladičová mriežka. Ten prešiel za posledné desaťročia zaujímavým vývojom v troch etapách. Ešte v 90. rokoch mal pretiahnutý tvar a bol horizontálne predelený na dve časti nárazníkom. Vrchná časť, v ktorej strede sa nachádzalo logo Audi, bola orámovaná chrómovým okrajom. V roku 2000 bol zavedený tzv. doubleframe: chrómový rám bol nielen na vrchnej, ale aj na spodnej časti. Napokon v roku 2004 došlo k poslednej zmene, „gril“ bol stlačený viac do stredu, orámovaný jedným rámom (singleframe) a stal sa dominantou frontálnej časti vozidla. Prvým modelom tohto typu bol A8 6.0L W12. Cieľom tohto skompaktovania a predimenzovania bol výraz auta, ktorý má na prvý pohľad charakteristickú „tvár“. Singleframe sa stal znakom identity, symbolom elegancie, modernosti a vznešenosti foriem. Pojem si dala firma dokonca patentovať. Opísanú optiku prebrali postupne všetky modely Audi a stala sa ich poznávacím znamením.

Spolupráca inžinierov a dizajnérov má v Audi vyše 80-ročnú tradíciu. Po prvých automobiloch zo začiatku 20. storočia, ktoré ohúrili svojou technickou stránkou, sa v „zlatých 20. rokoch“ vozidlo stalo nielen prostriedkom mobility, ale aj symbolom spoločenského postavenia. Výzor auta bol pre zákazníkov minimálne taký zaujímavý ako jeho výkonnosť. V roku 1928 bol povolaný Prof. Oskar W. H. Hadank z Berlínskej akadémie umenia, aby prepracoval modelové série Horch 305 a 306. Hadank sa inšpiroval mierkami a štýlovými elementmi amerického LaSalle a jeho nové stvárnenie modelu Horch 305 sa stretlo s veľkým úspechom.

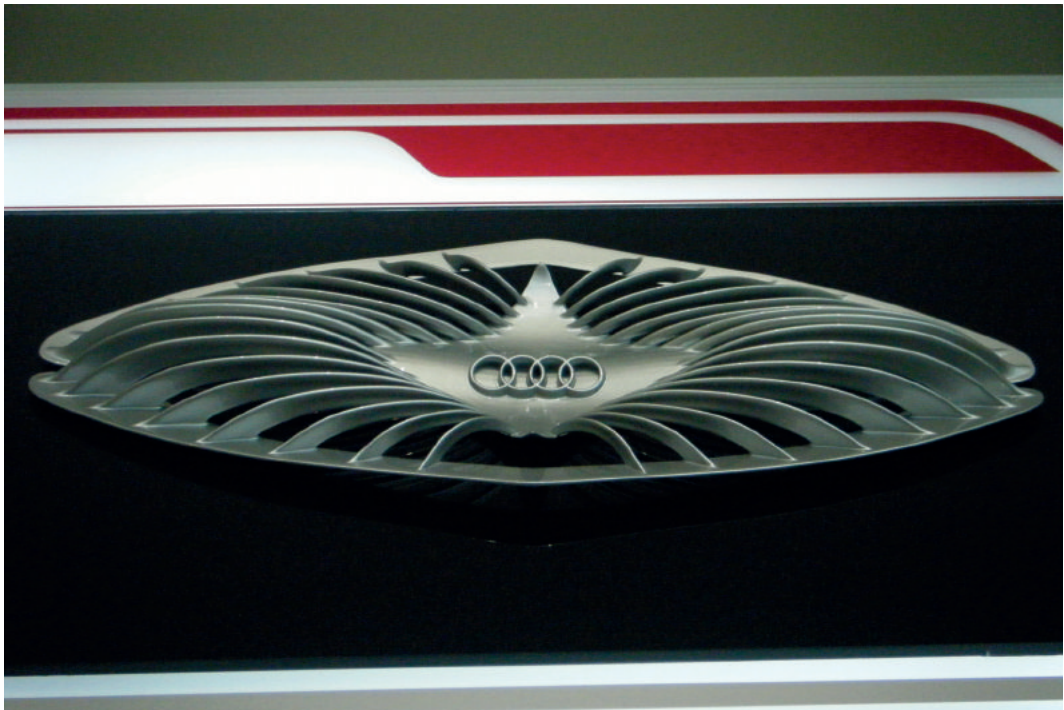
Na výstave *The Art of Singleframe* sú zastúpení študenti z ateliéru transport dizajnu (vedúci Štefan Klein), ateliéru produkt dizajnu (František Burian), ateliéru skla (Patrik Illo) a ateliéru

sochy, objektu a inštalácie. Použité boli rôzne materiály: od skla, kovu cez mramor až po fotografiu. Keďže samotný chladič (a tým pádom aj jeho kryt – už spomínaný singleframe) v prípade, že sa v budúcnosti budú vyrábať elektrické autá, nebude potrebný, otázka pre študentov znela: Ako sa zmení singleframe – znak identifikácie a symbol značky, keď nebude musieť vykonávať svoju pôvodnú funkciu?

Študenti na ňu odpovedali každý svojím inovatívnym spôsobom. Objavíme tu vznešené objekty z priesačného a modrého rezaného skla s integrovaným logom Audi – štyrmi horizontálnymi kruhmi (Andrej Jančovič), či exponát inšpirovaný formou fontány alebo kvetu, ktorý svojimi pretiahnutými líniami pôsobí precízne a rafinovane (Viktória Fedorkovičová). Objekt zhotovený Petrom Ďurišom voľne spracúva tému štyroch kruhov loga Audi a posúva ich do trojdimenzionálnej roviny. Pripomína organické futuristické kapsule, jeho ovoidný tvar evokuje niečo pôvodné, matný kovový povrch obručí naopak hypermoderný technický perfekcionizmus. Danica Balgavá prezentuje diela z rezaného skla: v jednom z nich sa inšpirovala formou diamantu, v druhom s názvom Glamour dominujú jasné línie a striktná geometria. Tiež zo skla zhotovil Tomáš Ondroušek svoje kvadratické elegantné dielo inšpirované automobilovým chladičom. Dielo Michala Dvorského Autoportrét Audi sa z prezentácie vyníma nielen materiálom, ale aj konceptuálnejším poňatím. Jeho mramorový reliéf je odrazom stôp, ktoré autá zanechávajú na ceste. Autor vychádza z názoru, že „Audi transformuje svoje okolie na umelecké dielo“. Jemne štruktúrovaná kocka z rezaného a lešteného skla je dielom Lenky Šimonyiovej. Za „prierez medzi prírodou a štruktúrou“ označil svoje dve diela Lukáš Grohman. Jeho „masky“ zhotovené z ocele a bronzu sú poznačené divokosťou, konkrétne sa v jednom z exponátov inšpiroval tesákmi dravej zveri. Naopak trojdimenzionálny objekt SA0000AS od Sone Ševčíkovej, zhotovený z kovových rúrok, abstrahuje formu automobilu aj samotného loga, čím evokuje rýchlosť, dynamiku a eleganciu. Celej inštalácii dominuje z dreva zhotovená predná časť auta v mierke 1:1 vytvorená Enrikom Bistikom. V jej strede umiestnil televíznu obrazovku, na ktorej sa premieta logo Audi. Singleframe tak tvorca premenil na variabilnú plochu projekcie.

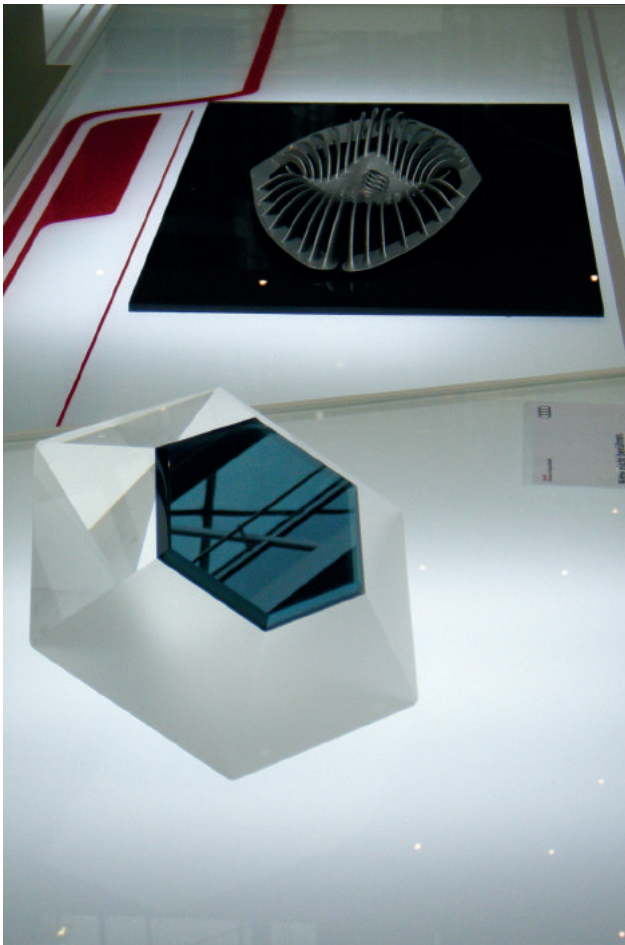
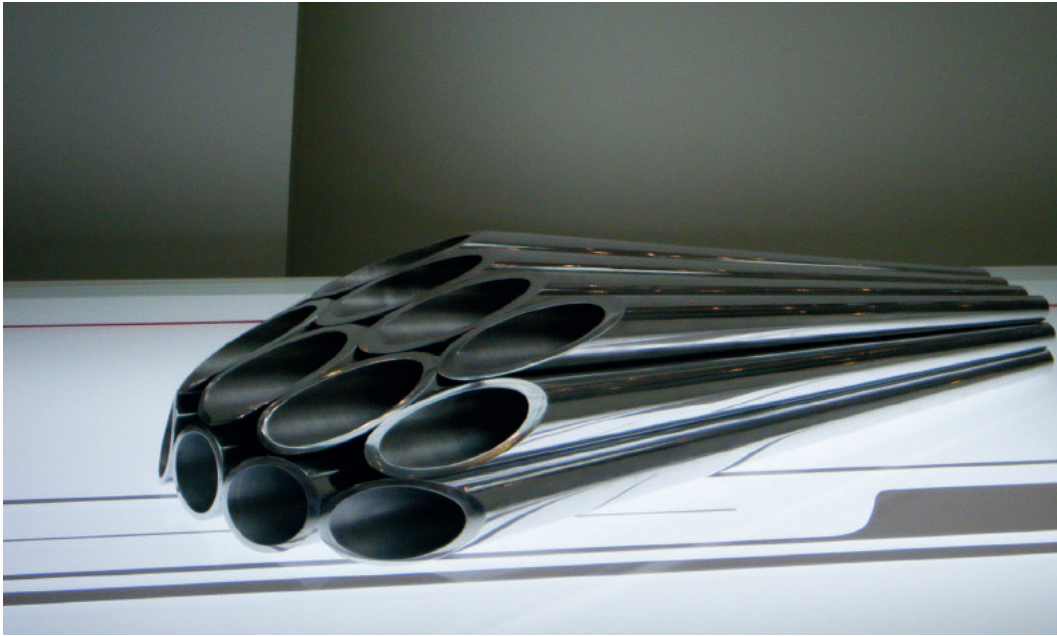
Partnerstvo Audi a Vysokej školy výtvarných umení je dlhoročné. Bratislava je nielen miestom, kde sa Audi vyrába, ale aj zdrojom inšpirácie a inovácie.





↑ Vikória Fedorkovičová.
↓ Peter Ďuriš.





- † Soňa Ševčíková.
- ✓ Danica Balgavá.
- Klemens Rossnagel.

AKTUÁLNE – udalosti





V nasledujúcom rozhovore predstaví spoluprácu a filozofiu značky Audi Klemens Rossnagel, ktorý je v Konzepts Design München (KDM) zodpovedný za výskum dizajnu.

Akú rolu hrá štúdio KDM pre dizajn značky Audi?

KDM vytvára nové koncepty, produkčné idey na autá a robí dizajn produktov. Skúmame budúcnosť a z týchto poznatkov odvodzujeme nové koncepty. Pracujeme interdisciplinárne, s pohľadom upriameným do budúcnosti. K tejto stratégii patrí aj projektová práca a spolupráca s vysokými školami.

Ako vznikla spolupráca Audi s Vysokou školou výtvarných umení v Bratislave na výstave The Art of Singleframe?

Spolupráca s VŠMU je postavená na dlhoročnej tradícii a partnerstve. Sme nadšení voľným umeleckým a experimentálnym prístupom tejto školy. My prinášame know how a naše skúsenosti profesionálneho tímu dizajnérov a naopak získavame poznatky o tom, ako myslia slobodní a čerství mladí tvorcovia. Čo máme spoločné, je vášen pre dizajnersku tvorbu.

Aká je koncepcia výstavy?

Koncepcia výstavy sa pokúša nájsť oblasti, v ktorých sa umenie prepája a prelína s automobilovým dizajnom. Situovaním umenia v automobilovej fabrike vzniká vizuálny kontrast. Mladí umelci sa pozerajú na kryt chladiča z výtvarnej perspektívy. Umelecké diela teda nie sú vystavené v múzeu, ale v priestoroch, kde sa vozidlá vyrábajú. Zamestnanci, zákazníci a návštevníci zažívajú značku Audi prostredníctvom týchto umeleckých objektov, čo je napínavý zážitok.

Akú pozíciu má pojem singleframe v Audi? Akú rolu zohráva predná časť auta v marketingových stratégiách?

Môže byť kryt na chladič umeleckým dielom? V prvom rade je technickým prvkom, aj keď jeho funkcia je rôznorodá. Okrem toho, že chráni chladič, stáva sa tento „gril“ vďaka svojej prominentnej pozícii hlavným elementom vozidla. Ako znak odkazuje nielen na identitu produktu, ale aj na jeho pôvod – na jeho značku. Preto sa chladičový kryt vyvinul z technického elementu na znak identity Audi. Automobil sa počas svojej histórie permanentne vyvíjal. Musel sa prispôbiť tak technologickým výzvam, ako aj spoločenským zmenám. V budúcnosti to nebude inak. Nachádzame sa práve v čase, keď stúpa rýchlosť, s akou sa musíme prispôbiť novým podmienkam. Spalovacie motory sú konfrontované s elektromobilitou. Tieto všetky zmeny sa odrazia pri stvárnení frontálnej časti vozidiel. Predok auta sa často označuje ako „tvár“. Táto asociácia nie je náhodná, bola dokázaná aj v neurológii. Práve

preto spomínaný singleframe hrá dôležitú rolu. Ako sa však zmení jeho význam vzhľadom na elektrické motory, pri ktorých už nebude potrebný? Čo sa stane so znakom identifikácie, symbolom značky a odkazom na pôvod vozidla v budúcnosti? Tieto otázky sme položili mladým dizajnérom z VŠVU. Hľadáme inšpiráciu, nové myšlienky, dokonca provokácie, s ktorými sa môžeme zaoberať. Práve pri momentálnej dramatickej rýchlosti vývoja je dôležité myslieť niekoľko krokov dopredu a zaoberať sa myšlienkami, ktoré sú pre nás výzvou. Toto prepojenie medzi intuíciou a inováciou robí našu dizajnersku prácu nielen ťažkou, ale aj zaujímavou. Vysoká škola výtvarných umení v Bratislave ako miesto slobodnej nezávislej umeleckej tvorby je v tomto procese ideálnym partnerom.

Prečo je z vášho pohľadu dôležité, aby sa mladí umelci zaoberali touto témou? Prekvapilo vás niečo na návrhoch slovenských študentov?

Téma prekračuje klasický dizajn produktov. Študentské práce skúmajú nové rozšírené sémantické vzťahy. Nejde o to, aby sa obalila technika do pekného obalu, ale o ďalší význam znaku v spoločenskom kontexte. Témy ako kvalita, fascinácia, reflexia, projekcia, tradícia a príroda sú na výstave dávané do kontextu s Audi a sú vizualizované. Prekvapivý bol otvorený a kreatívno-experimentálny spôsob práce študentov. Spracovali tému singleframe na vysokej profesionálnej a intelektuálnej úrovni.

Čo si majú ľudia spájať s dizajnom Audi? Existuje nejaká identita alebo filozofia Audi? Aký je dizajn tejto značky dnes a aké sú perspektívy do budúcnosti?

Audi je popredná značka a pionier v oblasti techniky, čo je vyjadrené už aj v hesle našej značky: Nások prostredníctvom techniky (Vorsprung durch Technik). Identitu možno charakterizovať tromi vlastnosťami: športové, pokrokové a kvalitné. Tieto hodnoty, ktoré boli vyvíjané dlhé roky, nám pomáhajú aj pri plánovaní do budúcnosti. Za náš úspech vďačíme odvahe, kompetencii a vôli dosiahnuť čo najlepší výkon. To nám poskytuje aj perfektný základ do ďalších rokov. Dizajn Audi má tieto hodnoty vizualizovať a zasadzovať estetické akcenty. Hlavnými princípmi našej práce sú popri technickom a remeselnom perfekcionizme aj emócia a fascinácia. Máme koncepciu celistvého pohľadu na dizajn, ktorý obsahuje formálno-estetické stvárnienie, voľbu materiálu, procesy výroby, technický výkon, ekologický vplyv na prostredie a spoločenský vplyv. Zameriavame sa rovnako na detail, ako aj na pôsobenie dizajnu ako celku.

Výstava The Art of Singleframe je prvou v sérii výstav Audi Impulse. Aké ďalšie výstavy chystáte?

Audi Impulse sú výstavy na témy životný štýl, dizajn a technika. Nasledujúca výstava, ktorú plánujeme, bude práve o technike. Momentálne sa práve konkretizuje jej koncepcia.

#





12. bienále architektúry v Benátkach



AKTUÁLNE – udalosti





Dňa 21. novembra 2010 sa zavreli brány Giardini a Arsénale, skončilo sa 12. bienále architektúry v Benátkach. Kurátorka výstavy a nositeľka Pritzkerovej ceny, Japonka Kazuyo Sejima tvrdí, že nie je lepšie miesto na stretávanie sa s architektúrou ako Benátky. Jej slogan *People meet in Architecture* vyzýval k návratu architektúry k ľuďom. Preview pri otváraaní expozícií i víkendy boli skutočne stretnutiami ľudí v architektúre. Benátky sú školou architektonickej histórie, dejín umenia i životného štýlu. V rokoch, keď architektúra hľadá nové impulzy, obracia sa k histórii a prameňom.

↖ Vstupný portál ústredného pavilónu v Giardini.
↗ Amid.cero9, Španielsko.



¶ Od roku 1980, keď sa konalo 1. bienále architektúry v Benátkach, sa tu svetová architektúra schádza každé dva roky, aby konfrontovala svoj aktuálny stav a hľadala nové cesty. Aj naposledy sme sa s mestom lúčili s očakávaním, ako sa v nasledujúcich rokoch vyvinie situácia vo svete architektúry. Dôsledky hospodárskej krízy sa už vtedy začínali prejavovať, takže aj ústredná téma *Architecture Beyond Building* smerovala k hľadaniu duchovného, neuchopiteľného či efemérneho v architektúre. Vláňajšie bienále bolo o návrate architektúry k trvalým hodnotám a ľuďom. Bolo to iné bienále. Chýbali architektonické ikony, ktoré ovládali minulé desaťročie. Nedominovala tu Zaha, Gehry, Foster, Pritzker či Fuksas. Neprezentovali sa tu vrcholy digitálnej architektúry. Bol to návrat ku koreňom, k podstate života a architektúry.

Aj projekty kurátorky Kazuyo Sejima sú príkladom humánneho prístupu k architektúre. V *Serpentine Gallery Summer Pavilion* v Londýne (2009) sa skutočne stretávali ľudia – geniálny obláčik použitý ako strecha vytvoril priestor na komunikáciu. V *Rollex Learning Centre* v Lausanne (2010) sa zasa pracuje a báda v plynúcej krajine bez hraníc. Jej rodinné domy dokumentujú originálne priestorové experimenty s humánnym kontextom.





V ústrednom pavilóne v Giardini bol inštalovaný hlavný kurátorský výber a ďalší tvoril prezentáciu v tzv. Artiglieriach Arsenale. Inštalácie boli poznačené ideou hľadania nových priestorových kompozícií, zážitkov a senzitivity. Dôraz nebol na dokonale dizajnovaných objektoch, ale na duchovnom zážitku, objavných súvislostiach a návratoch tradičných materiálov. Objavili sa aj reminiscencie na významné osobnosti ako Cedric Price či Lina Bo Bardi. Svet sa vracia aj k utópiám, kde vidí šancu objaviť niečo neprebádané.

Významným fenoménom bienále bolo Japonsko s pripomenutím metabolizmu. Toyo Ito, Sejima a Nishizawa, Tsucamoto a Kajima tvoria skupinu architektov, ktorí odhaľujú podstatu japonského životného štýlu, jeho inteligentnej striedmosti a kreativity v priestorových rébusoch. Nie je to Japonsko Kena Tangeho s brutálnym betónom a hi-tech kontajnermi.

Národné pavilóny väčšinou reagovali na ústrednú tému. Španieli, Belgičania a Holanďania boli kompatibilní s kurátorskými tézami. Fínsko a Škandinávia predstavili svoje verejné investície, ktoré sú vzorom pre celý svet. V Kodani sa realizuje asi najviac veľkých komplexov, ktoré si však zachovávajú humanistický škandinávsky flair. Aj náš pavilón s Rajnišovou prirodzenou architektúrou sa zaradil medzi úspešné expozície.

Pavilón voňal, bol plný dreva aj ľudí. Ľudia sa tu skutočne stretali v architektúre s architektúrou. Bola to pocta architektovmu celoživotnému dielu. Dokonali ako vždy boli Švajčiari s expozíciou inžinierskych diel v Alpách. Francúzsko a aj Rakúsko pokračovali v mega expozíciách. Ich kurátori vsadili na hviezdy, ale trochu zaspali na vavrínoch. Aj v Arsenale bolo možné nájsť priestorové konceptuálne expozície blízke ústrednej téme. Areál Arsenale uzatvárali tradične domáci Taliani.

V duchu ústredného hesla pracovala aj porota. Ocenené boli väčšinou netradičné pavilóny z tretieho sveta a aj menej známe osobnosti. Zlatým levom za najlepší národný pavilón ocenili expozíciu Bahrajnu. Ich tradičné pobrežné bungalovy akoby pranieovali exkluzivitu výstavby v Spojených arabských emirátoch. Vlnaššie bienále je možné označiť ako výzvu senzitívneho východu pragmatickému a už „vystrieľanému“ západu.

V rámci bienále sa konali každú sobotu stretnutia a diskusie s kurátormi predchádzajúcich expozícií. Ozdobou bienále bola osobná účasť Rema Koolhaasa, ktorý dostal Zlatého leva za celoživotný prínos pre architektúru. Koolhaas sa v poslednom desaťročí vyhýbal návšteve bienále, aj keď patril k ikonám už jeho prvého ročníka.





- ↖ PET Houses, charakteristické minidomčeky v japonských expozíciách.
- ↑ Model novej opery v Taichung v Taiwane od architekta Toya Ita.
- Československý pavilón ovládlo drevo.
- ↓ Grécka expozícia v drevenej lodi voňala levanduľou a mediteránymi sušenými bylinkami.



Benátky aj tentoraz zvládli inváziu architektov a architektúry, hoci sú z roka na rok preplnenejšie. Prístav na Tronchetto už nestačí prijímať obrovské výletné lode, takže jedna z nich kotvila aj pred výstaviskom. Jej mierka rušila pitoreskný obraz tradičnej a harmonickej zástavby kanála Grande.

#



Miloš Balgavý: Keramika

Koncom roka 2010 sa konali dve retrospektívne prehliadky tvorby keramikára Miloša Balgavého. Výstavu s názvom Keramika, voľná tvorba a dizajn kurátorsky pripravila Dana Janáčková zo Záhorskej galérie v Senici. Zo Senice sa výstava presunula do Kopplovej vily GJK v Trnave a poputuje do ďalších krajských galérií. Paralelne je na pôde SNG pripravovaná dizajnerska tvorba autora v koncepcii Dagmar Poláčkovej.

RETROSPEKTÍVNE - história



P Miloš Balgavý sa narodil v roku 1925 v Malých Levároch. V rokoch 1942 – 1944 študoval na Štátnej slovenskej odbornej keramickej škole v Modre u Rudolfa Hornáka. Keramika mu podľa vlastných slov od prvej chvíle učarovala, hoci pôvodne uvažoval o stavbárskom vzdelaní. V období, keď nemal možnosť pokračovať v štúdiu keramiky, sa tomuto oboru venoval v rokoch 1944 – 1946 na Vyššej škole stavebnej. V roku 1946 bola založená Vyššia škola umeleckého priemyslu, kde oddelenie keramiky vedie jeho učiteľ z Modry, Rudolf Hornák. Miloš Balgavý nastupuje do tretieho ročníka a v roku 1950 sa stáva jedným z jej prvých absolventov. Na VŠVU študoval v rokoch 1950 – 1954 u Jozefa Kostku, Rudolfa Pribiša a Fraňa Štefunka, štúdium však neukončil kvôli nedostatočnej podpore svojho pedagóga. Od začiatku 60. rokov žil a tvoril v Trnave, kde v roku 1999 zomrel.

- ↖ Vázy, glazovaná červenica, odlievanie, 1959 – 1962.
- ↘ Súprava na malé pohostenie, glazovaná červenica, točenie, 1985.

Autor sa počas celého tvorivého života venoval keramickej dizajnu, objektu a plastike. Ťažiskom jeho tvorby je dizajn úžitkových predmetov, ktoré vynikajú eleganciou, funkčnosťou a invenčnosťou tvaru, ako aj premyslenou prácou s farebnými glazúrami.

Rané práce z roku 1957, džbány a vázy, vychádzajú svojím tvaroslovím z voľných plastík autora, zvieracích a vtáčích figúr. Autor transformuje zoomorfný tvar a podriaďuje ho funkčnosti predmetu. Línie sa postupom času stávajú čoraz abstraktnejšími a menia sa na voľné organické krivky. Invenčnosť v tvarovaní váz sa prejavuje už v tomto období. Majú zdvojené hrdlá, prípadne sú spojené ako siamské dvojčatá. Dynamika kriviek je hravá, ale elegantná, bez zbytočnej dekoratívnosti. Rovnako aj vo farebnosti sa prejavuje cit pre jemnosť štruktúr farebných glazúr. Zároveň sa objavuje výrazná farebnosť a použitie kontrastných farieb vo vzťahu exteriér-interiér nádob.





Vázy a džbány z obdobia prelomu 50. a 60. rokov sú rozvíjaním organického tvaroslovía. Toto obdobie charakterizujú oblé obrysy nádob, kompaktný tvar a niekedy až opulentné krivky, ktoré si napriek nespornej živosti ponechávajú svoju eleganciu. Paralelne dochádza k zmierňovaniu organického bujnenia, aj pod vplyvom bruselského štýlu sa u niektorých džbánov pomaly prejavuje geometrizácia základného obrysu. Tvar sa zjednodušuje. Vzniká nespočetné množstvo tvarových variácií jednoduchých váz s rôznym pomerom medzi výškou a šírkou tela a hrdla. V prípade týchto kompaktných tvarov sa autor sústreďuje na farebnosť povrchov. Významné miesto majú výrazné monochrómne vázy, ktorých farba priťahuje diváka, ale použité sú aj štruktúrne povrchy či jednoduchý ornament v podobe niekoľkých liniek alebo abstraktných škvŕn. Rozmanitosťou tvarových variácií vynikajú aj džbány, ktorých obrysy sa z kompaktného guľovitého útvaru menia na pretiahnuté, dynamicky rastúce do výšky, aj v diagonálnych krivkách.

Okolo roku 1962 autor čoraz viac experimentuje s tvarom váz. Váza sa mení na objekt s otvorom na kvety umiestneným asymetricky, prípadne zmnoženým. Autor sa zaoberá aj ich povrchovými úpravami a štruktúrami. V prípade mís a tanierov využíva plochu na abstraktné informelové maľby, ktoré vznikajú v spolupráci

↖ Džbány, glazovaná červenica, 1959 – 1962.

→ Váza C, glazovaná červenica, odlievanie, 1957.

s manželkou. Od roku 1963 nastáva zmena tvaroslovía váz. Menia sa na ploché s geometrizujúcim obrysom. Stávajú sa plochými dvoj pohľadovými objektmi, ich kompaktnosť je narúšaná otvormi, niekedy umiestnenými asymetricky, rovnako ako hrdlo vázy. Okrem monochrómej farebnosti sa objavuje aj jednoduchý kubistický dekor, ktorý je dielom Magdalény Balgavej.

Koncom 60. rokov sa znovu mení tvaroslovie smerom ku klasickejšiemu. V tvorbe autora naďalej hrá významnú rolu farebnosť, v prípade menších váz v jasných pastelových farbách. Paralelne vznikajú od polovice 60. rokov aj vázy strohého kubizujúceho tvaroslovía a redukovanej farebnosti, pri ktorých je dôraz kladený na povrchový plastický dekor – buď v podobe zrnitej štruktúry, alebo plastického rastra. Jednoduché kubusy sú zdobené paralelným kanelúrovaním. Objavuje sa aj motív špirály alebo množenie kruhového motívu.







- ^ Vázy, glazovaná červenica, odlievanie, 1962 – 1963.
- ^ Ikebana, glazovaná červenica, točenie, 1984.
- ← Misa, glazovaný šamot, odlievanie, 1955.
- Vázičky, glazovaná červenica, odlievanie, 1966.
- ^ Vázy, glazovaný šamot, modelovanie, 1967.

V 70. rokoch je naďalej rozvíjaná aj voľná maľba na ploche tanierov a mís. V tomto období sa objavuje v Balgavého tvorbe motív keramickej kvetiny tvorenej z hlinených prútov, ktorý je využitý vo voľnej tvorbe aj v niektorých verejných priestoroch (sobášne siene). Tento motív je variovaný do rôznych podôb. Prelína sa v ňom geometrizujúca strohosť a absolútna symetria a organická dekoratívnosť prírodného motívu kvetu. Princípy tohto motívu sa objavujú ako dekor váz koncom 80. rokov. V tomto období autor naďalej rozvíja tvaroslovie z predošlých desaťročí, paralelne sa objavujú organické aj kubizujúce vázy.

Od roku 1984 je uvedená nová séria funkčných nádob vynikajúcich tvarovou rozmanitosťou. Vznikajú ikebany vynikajúce eleganciou tvaru a farebnosti. Základným tvarom je misa alebo uzavretý guľovitý útvar, prípadne sú tieto dva motívy aj rôzne spájané do jedného celku. Obrysy sú veľmi jednoduché, línie jemné, organické. Jasná farba (červená, oranžová) alebo naopak biela, či ich kontrastné spájanie robia z tohto úžitkového predmetu objekt výtvarnej kvality. Tento spôsob narábania s farbou sa objavuje aj pri misách a tanieroch rozmanitých veľkostí. Elegantné krivky, perforovanie, prípadne zdôraznenie stredu misy drobným geometrickým útvarom ozvlášťujú celok.

Koncom 80. rokov sa autor sústreďuje na dizajn stolovacích súprav. V nich naďalej rozvíja spomínané postupy použité pri solitéroch. Začiatkom 90. rokov sa znovu presadzuje geometrizácia obrysových línií na jednej strane a návrat k organickej bujnosti kriviek charakteristickej pre koniec 50. rokov. Autor opätovne čerpá a rozvíja svoje vlastné princípy stavby tvaru a kombinovania výrazných farieb.

Návrhy Miloša Balgavého boli vyrábané v limitovaných sériách cez SFVU, podnik Dielo a v spolupráci s podnikmi vo Vrútkach a Košiciach. Keramický dizajn Miloša Balgavého sa vyznačuje eleganciou tvaroslovía a farebnosti. Autor dokáže abstrahovať inšpiračné zdroje do organických či geometrických kriviek s jasným zámerom – najst esteticky pôsobivý tvar pre funkčný predmet. Rovnako suverénne narába aj s farbou, ktorá je dôležitou súčasťou výsledného pôsobenia diela. Kompaktnosť celej tvorby, sústredené rozvíjanie autorom invenčne vytvorených motívov, vedie k presvedčivému vyzneniu celoživotného diela.

#

K výročiu autora bola vydaná publikácia
Miloš Balgavý – Keramika, dizajn, voľná tvorba.
Autori textov: Beáta Balgavá, Dana Janáčková,
Dagmar Poláčková, Miloš Balgavý, ml.
Fotografie: Jana Hojstričová, grafická úprava:
ateliér Choma.





Súboj dizajnov

Renault 8 verzus Alfa Romeo Tipo 103, Simca 1000 a NSU Prinz 4

V súčasnosti prevláda medzi ľuďmi názor, že mnohé dnešné automobily sú v podstate úplne rovnaké. Dizajnéri akoby kreslili cez kopirák, žiadna invencia, žiaden estetický posun. Keď sa však pozrieme do histórie, štylistická pestrosť nebola v jednotlivých segmentoch samozrejmosťou. Vozidiel bolo na uliciach oveľa menej a len vďaka ich dlhšej životnosti bolo možné bežne vidieť zaparkované auto z 30. rokov vedľa auta zo 60. rokov. Automobily z jedného ročníka však trpeli chorobou „paralelnej recyklácie“ oveľa silnejšie ako dnes.





Simca 1000, 1961.





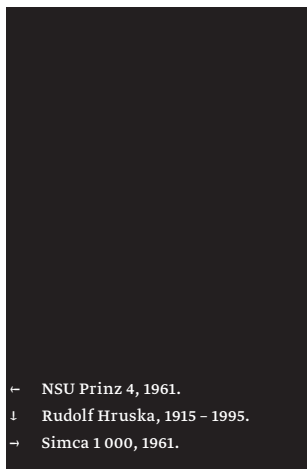
„Paralelná recyklácia“ je stav, keď v jednom časovom úseku rôzne automobilky vyprodukujú na pohľad veľmi podobný automobil, hoci sa na takejto stratégii vopred nedohodli. Pri detailnejšom skúmaní histórie Renaultu 8, ktorý bol v 60. rokoch úspešným predstaviteľom malého rodinného automobilu nižšej strednej triedy, som narazil na pár zaujímavých dejinných udalostí, ktoré by mohli dať jasnejšiu odpoveď na otázku, prečo sa niektoré typy rôznych značiek tak veľmi podobali.

Renault 8 bol vo svojom čase veľmi populárnym automobilom aj v krajinách východného bloku. V Československu o ňom mnohí snívajú, ale dovoliť si ho mohli iba lepšie situovaní občania, a tak si ho z Tuzexu za 10 000 bonov odvážali najmä filmoví herci, známi hokejisti alebo úspešní pracujúci s dobrým kádrovým posudkom, čo sa ocitli v krásnom životnom období svojho kariérneho rastu.

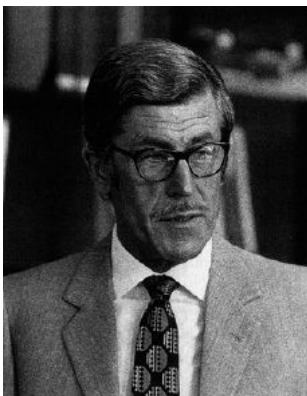
Hranaté autá s motorom vzadu

Renault 8 s motorom vzadu nebolo až také praktické auto ako napríklad Škoda 1202 Station Wagon (1961 – 1973) s variabilnou ložnou plochou za zadnými sedadlami, vynikalo však veľmi dobrými jazdnými vlastnosťami, konštrukčnými novinkami a spoľahlivým motorom objemu 956 cm³, najskôr 1 100 cm³, ktorý nemal problémy naštartovať ani pri teplotách hlboko pod bodom mrazu. Renault 8, typ 1 130 bol predstavený verejnosti v roku 1962 na ženevskom autosalóne. V základnej výbave mal všetky štyri kotúčové brzdy, čo bolo v tom čase pre danú triedu unikátne riešenie. Nezávislé zavesenie všetkých kolies, výkonná ventilácia a kúrenie, automatický sýtič a ako voliteľná výbava elektromagnetická spojka a automatizovaná prevodovka vyvinutá na mieru spoločnosťou Jaeger. Aj to boli bonusy, ktoré toto hranaté autíčko predurčovali k predajnému úspechu.





← NSU Prinz 4, 1961.
↓ Rudolf Hruska, 1915 – 1995.
→ Simca 1 000, 1961.



una famiglia serena
con la **simca 1000**

Pubblimonia
PAOLO RESTANI 1970



...sì! perchè papà
è al volante
di una macchina
veramente sicura: la **simca 1000**

simca 1000 LA MACCHINA IDEALE PER IL LAVORO ED IL TURISMO
simca 1000 LA MACCHINA SICURA PER UNA FAMIGLIA SERENA
simca 1000 **L. 935.000**
(compresi ICE e trasporto franco sede concessionario di zona)

 **SIMCA**

SIMCA ITALIA - Corso GIAMBONE, 33 - TORINO
TELEFONO 32 3132/3/4/5/6 -

Mnohí ľudia si však Renault 8 mýlili so Simcou 1 000, ktorá bola predstavená o rok skôr. Je to auto veľmi podobnej koncepcie, má motor vzadu a štvordverovú karosériu typu berline. Automobil NSU Prinz 4 s motorom vzadu, mal síce iba dve dvere, ale na pohľad akoby patrili so Simcou a Renaultom do jednej rodiny. Renault aj Prinz mali vo výrobe vozidiel s motorom vzadu tradíciu ešte zo 40. a 50. rokov, každý však používal iný typ motora. Začiatkom 60. rokov sa nástupom práve týchto typov začala populárna éra hrnatých sedanov s motorom vzadu. Mňa však zaujíma, kto nastolil tento trend. Ktoré auto bolo prvé? Kto ho navrhol?

Za všetkým je Hruska

V roku 1952 sa v Alfa Romeo začal tvoriť projekt s označením 13-61. Išlo o vývoj malého automobilu s karosériou typu berline (sedan). Od roku 1954 viedol vývoj mimoriadne zdatný a skúsený konštruktér inžinier Rudolf Hruska (1915 – 1995), rodák z Viedne. V roku 1957 sa rozhodlo, že auto bude mať predný náhon a vzduchom chladený boxer motor s objemom 900 cm³, vyvinutý vo Veľkej Británii, ktorý bude uložený vpredu. Projekt pomenovali Tipo 103 a prototyp bol verejnosti predstavený v roku 1960. Do výroby sa však toto auto nikdy nedostalo. V tom čase však mal už Hruska za sebou mnohé úspešné projekty. Jeho životopis je veľmi zaujímavý. Po ukončení štúdií na Technickej univerzite vo Viedni v roku 1935 pracoval tri roky vo firme Magirus v Ulme. Potom nastúpil ako konštruktér k Ferdinandovi Porsche do Stuttgartu a podieľal sa na vývoji vynikajúceho terénneho vozidla pre nemeckú armádu KdF, spolupracoval aj na vývoji tanku Tiger 1, ktorý od roku 1943 používala nemecká





↑ Alfa Romeo Tipo 103 prototyp, 1960.
→ Renault 8, 1962.

armáda. Po druhej svetovej vojne založil s krajanom Karlom Abarthom obchodné zastúpenie firmy Porsche. Až do roku 1949 navrhoval pre podielníka tejto spoločnosti Piera Dusia závodné autá. K Alfa Romeo sa dostal cez firmu Finmeccanica, kde pôsobil ako konzultant vývoja Alfy Romeo 1900.

V roku 1954 sa stal technickým riaditeľom v Alfe a spolupracoval s návrhármí Puligom (navrhol typ Giulietta), Bertonom a Pininfarinom. Po roku 1959 bol Hruska generálnym manažérom automobilky a stal sa tak druhým mužom vo vedení spoločnosti.

Zrejme po nezhodách na projekte Tipo 103 odišiel Hruska v roku 1960 do automobilky Simca, kde sa zúčastnil na vývoji Simca 1000. Zjavne tu na poslednú chvíľu presadil typ karosérie, ktorý si priniesol z vývoja malej Alfy Tipo 103. Neskôr do roku 1967 pracoval pre Fiat na príprave výroby modelov 124 a 128. Fiat 124 sa neskôr licenčne vyrábal v ZSSR, známy ako „žigulák“. Možno preto si mnohí nezainteresovaní mylia Renault

8 a jemu podobné autá aj so „žigulákom“. Vtipne by sa dalo poznamenať, že inžinier Hruska „zaplavil Európu žigulákmi“. Na žiadosť Giuseppeho Luraghiho (riaditeľ Alfy Romeo) sa Hruska vrátil do Alfy, kde navrhol úspešný model Alfasud.

Odvtedy ho prezývali Signore Alfasud. Od roku 1974 pracoval v pôvodnom dizajnerskom štúdiu Alfa Romeo v Arese a po roku 1980 ako penzista pracoval aj pre I.D.E.A Institute v Turíne.

Krátky sobáš Alfy a Renaultu

Alfa Romeo však nezohrávala iba úlohu akéhosi spúšťača populárneho berline dizajnu. V roku 1958 sa totiž „zaplietla“ s Renaultom, keď sa dohodla na montáži typu Dauphine v Taliansku. Renault Dauphine je model predchádzajúci Renaultu 8 s rovnakou koncepciou náhonu a uloženia motora, ale s oveľa obľúbším dizajnom, trochu pripomínajúcim Škodu 1201, ktorá však mala motor vpredu a zadný náhon. V júni 1959 sa v Taliansku začala výroba typu Dauphine Alfa, Ondine Alfa a v rokoch 1963 a 1964 Alfa vo svojom





Renault 8 - mit dem Fahrkomfort eines Großen zum goldrichtigen Preis - DM 5.510,-^{a. G.}



závođe v Miláne licenčne vyrábala aj typ Renault 4. Renault na oplátku predával vo svojej obchodnej sieti automobily značky Alfa Romeo. Z tohto krátkeho, ale čulého „manželstva“ sa však určite niečo nalepilo aj na Renault 8, ktorého vývoj začal v roku 1958. O štyri roky sa už automobil predával. Extrémne krátky čas vývoja a realizácie sa však určite nepodpísal na kvalite dizajnérskeho spracovania. „Osmička“ má veľmi proporčnú a elegantnú karosériu, s výraznými odlišovacími znakmi. A práve jeden zo znakov – prelis v prednej kapote – sa ešte objavil len u jedného automobilu na svete. Prototypu Tipo 103 od Alfy Romeo. Kto bol vlastne za tým všetkým? Existuje nejaké priame prepojenie? Konkrétne osoba?

Charbonneaux – renesančný človek 20. storočia

Francúzsky produktový a automobilový dizajnér, výborný kresliar a technický inovátor Philippe Charbonneaux (1917 – 1998) má za sebou spoluprácu so svetovými automobilkami ako Renault,

Ford, Delahaye, Berliet, Bugatti a iné. Jeho práce môžeme vidieť aj v Centre Georges Pompidou v Paríži alebo v Múzeu moderného umenia v New Yorku. Z produktového dizajnu je potrebné spomenúť slávny televízor Téléavia Panoramic III TV set z roku 1957, ktorý je jedným z najzaujímavejších diel dizajnu televíznych prijímačov. Na eBay sa bežne draží za 2 000 eur. Charbonneaux je tvorcom idey „maquette Ovoïdale“, ktorú zhmotnil aj do funkčných prototypov. Prvú Ellipsis predstavil na Mondial de l'Automobile v roku 1992, kde získala veľkú mediálnu pozornosť. Spolu vytvoril sedem Ellipsisov, všetky však boli rozdielne. Napríklad Ellipsis 3 s elektrotermickým pohonom, ktorý predstavili v Ženeve, mal súčiniteľ odporu vzduchu CX iba 0,11. Bežné nové autá majú 0,30.

Už od prvého kresleného projektu Wimille (1949), kde šoféra posadil dopredu uprostred a motor umiestnil dozadu, pracuje na štúdiu elips a ich využitia pri konštrukcii moderného a bezpečného





ho automobilu. Na projekte neskôr spolupracoval aj so známym dizajnérom Francom Sbarrom. Okrem toho spolu v roku 1985 riešili aj pridanie kufrovej – limuzínovej časti na Renault 25, ktorý má pôvodne splývajúcu zadnú časť. Výhodou predĺženého kufra bolo, že rezervné koleso nebolo umiestnené v spodnej časti nad zemou, kde predtým prichádzalo do kontaktu so špinou z cesty, ale vertikálne na boku kufra. Majiteľ luxusného auta sa tak pri manipulácii s rezervou nezašpinil. Toto riešenie bolo známe aj z klasických limuzín a jeho výhodou je aj to, že sa nachádza mimo batožiny, ale predsa v dosahu, pričom nie je nutné batožinu vykladať. Do pôvodného Renaultu 25 toto uloženie vzhľadom na krátky previs zadnej časti nebolo možné urobiť. Prototyp bol nazvaný Renault 25 Charbonneaux. Koľko kusov sa z neho vyrobilo, nie je známe. Záujem v cieľovej skupine bol však relatívne veľký.

Projekt Ellipsis 7 predstavili v roku 1997. Išlo o Philippov siedmy prototyp. Súčiniteľ odporu vzduchu CX mal 0,17. Dokázal uháňať maximálnou rýchlosťou až 300 km/h. Z dizajnérskeho hľadiska ide o vajcovitú formu auta, ktorá má vpredu a vzadu po jednom kolese a v strede má klasickú nápravu s dvomi kolesami – systém usporiadania kolies diamant. Výhodou je, že pri čelnej zrážke sa vďaka špeciálnej forme autá od seba odstrčia do bokov a nezrazia sa čelne. Philippe Charbonneaux to v polovici 80. rokov nazval „nulovým šokom“. Automobil s diamantovým usporiadaním kolies je výborne ovládateľný a môže mať veľmi aerodynamickú formu.



RETROSPEKTÍVNE – história

Renault 8 – dizajn po dizajne

V roku 1960 si Fernand Picard, šéf výskumu Renaultu, zavolať Charbonneauxa a požiadal ho, aby mu pomohol načrtnúť hlavné línie auta, ktoré nahradí Renault Dauphine. Renault 8 dostal projektové meno „Projet 113“. Len málo ľudí vie, že dizajnérom Renaultu 8 je práve Charbonneaux. Návrh auta dodal v rekordnom čase, o tri týždne. Navrhol nielen charakteristickú prednú kapotu, ale aj volant a zadné svetlá, ktoré použili s niekoľkomesačným predstihom aj na športovom Renaulte Alpine A 110 (1961 – 1973). Okrem toho navrhol aj nové kosoštvorcové logo. Hoci automobilka používala kosoštvorec aj predtým, Charbonneaux formu viac vyčistil a pripravil niekoľko variácií aj pre ozdobnú hlavicu radiacej páky a štíhly kosoštvorcový podklad s logom, ktorý bol asymetricky zakomponovaný na vyčistenú prednú masku s dvomi ozdobnými kovovými lištami. Okrem Renaultu 8 navrhol aj Renault 16, auto roka 1965, a v roku 1986 Renault 21.

Renault 8 niektorým pripomína hranatú škatuľu so zaoblenými rohmi, iní oceňujú veľmi vydarenú proporciu, čistý, rozumný dizajn a striedmu elegantnú líniu, ktorá nenudí. Ak si pozrieme tvorbu Philippa Charbonneauxa z rokov pred vývojom Renaultu 8, nikdy by sme nepredpokladali, že by bol schopný navrhnuť natoľko kompaktnú a nekonfliktnú karosériu. Pri Bugatti a Delahaye išlo naozaj o veľkolepé sochárske cvičenia. Ak však prijmem trochu šialenú hypotézu, že Rudolf Hruska si pri svojej návšteve Renaultu v rámci obchodnej kooperácie medzi oboma automobilkami v roku 1958 zabudol kufrík s kresbami nerealizovaného prototypu Alfý Romeo Tipo 103 v rámci svojej roztržitosti vyplývajúcej z neúspechu práve zastaveného vývoja malej berlíny, potom je nám všetko jasné. Philippe Charbonneaux uvidel veľký potenciál práve v tomto type karosérie, ktorá bola vhodná na konštrukčné riešenie: motor vzadu – pohon zadných kolies. V tom čase však už naplno prebiehal vývoj v automobilke Simca, do ktorej Hruska v roku 1960 nastúpil a o rok neskôr uviedol model Simca 1 000 na trh. Vývoj dizajnu pravdepodobne prebiehal v oboch automobilkách paralelne. Renault 8 však dostal od Philippa veľmi príjemnú estetiku. Badať tu aj nepatrný vplyv amerických automobilov, najmä v interiéri (volant, dizajn pohodlných sedadiel v štýle kresla) alebo v štylizácii predných svetiel do prelisov, ale tieto vplyvy luxusu boli v tom čase úplne bežné aj pri iných európskych značkách. Najtypickejší znak „osmičky“, ktorým je preliacaná kapota, pochádza zjavne z nerealizovaného prototypu Alfý Romeo od Rudolfa Hrusku.





Krásne časy automobilového dizajnu 60. rokov

Skeptici hovoria, že podobná krása dizajnu sa v automobilovom priemysle už nikdy nezopakuje. Optimisti však tvrdia, že veľmi podobné obdobie prežívame práve teraz. Opätovné objavenie nových tvarov, experimentovanie s proporciou, objemom a netradičnými prelismi, ako aj návrat chrómových doplnkov, vzkriesenie ornamentu a uprednostnenie formálne bohatšej estetiky pred chladným, pragmatickým purizmom, to všetko nás dostáva do pokračovania dizajnu zo 60. rokov. Súboj dizajnov dnešných dní má však kontextuálne absolútne odlišný rozmer. Prísny diktát marketingu na jednej strane čistí tvorbu od nefunkčného balastu a chaosu, na strane druhej však podporuje produkciu automobilov na jednu päťročnicu. Automobily súčasnosti budú vzhľadom na svoju naprogramovanú životnosť veľmi ťažko udržiavateľnými veteránmi. Každá epocha má svoje pekné a škaredé automobily. V texte porovnávam vozidlá nižšej strednej triedy so zadným náhonom. Ich koncepcia, objem motora a rozmery ich predurčovali na jazdu v meste alebo kratšie výlety. Neboli to žiadni krásavci. Ale každý z nich sa stal naozajstným členom rodiny alebo verným kamarátom. V tom je ich neodškrípiteľná krása. Niektoré z nich boli napriek svojmu zaradeniu mimoriadne pohodlnými a kvalitnými „približovadlami“, ktoré bez problémov zvládli aj dlhšie vzdialenosti. Do podobnej koncepcie zapadá aj populárna Škoda

✓ Interiér Renaultu 8.

† Philippe Charbonneaux a Delahaye 235, 1965.

1 000, Škoda 100 a neskôr Škoda 105. Áno, bola to tak trochu z núdze cnosť, ale tieto autá sa stali typickými rodinnými vozidlami v Československu. Z hľadiska dizajnu sice reflektovali najnovšie trendy s niekoľkoročným oneskorením, ale svoju úlohu splnili aj v neľahkých spoločensko-politických podmienkach bez hanby.

V súboji dizajnov niet víťaza ani porazeného. Dôležitejšie je nezabudnúť na proces a výsledky tvorby veľkého množstva šikovných ľudí u nás a v zahraničí a dokázať si aj pomocou dejín automobilového dizajnu vytvoriť dobrú stratégiu ďalšieho vývoja priemyselného dizajnu na Slovensku. Ešte stále to má zmysel.

#

Použitá literatúra:

Časopis: Auto Motor und Sport, 15. máj 1965.

Dobový katalóg Renault 8, rok 1964

<http://alfasud.alfisti.net/hruskae.html>

http://www.bergerlocation.fr/actu/retro_21.php

<http://rockin-records.over-blog.fr/article-35587690.html>





Centrum a periféria z typografickej perspektívy

*Priemerný západný spotrebiteľ
denne vidí viac než 3 000
reklamných textov.*

The New York Times

Práve grafickí dizajnéri pomáhajú tieto texty sprostredkovať – voči spoločnosti ako celku majú preto istý etický záväzok. Ich rozhodnutia môžu ľudí robiť poslušnejšími či rebelskejšími, môžu v nich vyvolať túžbu po väčšej diverzite, alebo naopak neutralite a homogénnosti. V tomto kontexte hrajú rolu centrá i periférie. Pod pojmom centrá máme na mysli inštitúcie ako napríklad akadémiu výtvarných umení, grafické štúdiá, reklamné agentúry, ale aj geografické miesta – či už mestá, regióny alebo krajiny. Ich moc je závislá skôr od ich ekonomickej sily, než množstva obyvateľov.

Hospodárstvo však poháňajú centrá, nie periférie. Centrá rozhodujú, čo je a čo nie je podporované, väčšinou na základe dôvodov finančných. Nelatinkové písma síce môžu mať rozsiahlejšiu čitateľskú základňu, no väčšiu diverzitu ponúkajú písma latinkové, nakoľko je skupina ich koncových užívateľov bohatšia. Nelatinkové písma nie sú vnímané ako komerčne zaujímavé, a preto nebývajú podporované, hoci najpoužívanejším materinským jazykom na svete je mandarínska čínština. Takzvané rozvojové krajiny zatiaľ nemajú finančné podmienky na to, aby si mohli dovoliť bohatú typografickú diverzitu. Situácia sa však postupne mení, najmä kvôli ekonomickému rastu Ázie.

Videné v menšej mierke: práve ekonomická transformácia strednej a východnej Európy v 90. rokoch 20. storočia donútila západné typografické štúdiá venovať viac pozornosti tvorbe diakritiky pre jazyky tohto regiónu. Žiaľ, aj v súčasnosti ešte stále existujú mnohé zle navrhnuté diakritiky.





Centrá však môžu taktiež zavádzať dogmy. Extrémnym príkladom tohto javu sú totalitné režimy, ktorých vizuálne prostredie je pod úplnou kontrolou, odopierajúc akúkoľvek možnosť pre rôznorodosť. V nacistických i komunistických režimoch minulého storočia bol charakter vizuálneho jazyka redukovaný na rurálny, velebiaci, militantný a evokujúci silu.

Zaujímavejším (a omnoho príjemnejším) príkladom je tzv. švajčiarsky dizajn, ktorý ešte stále funguje ako istý druh dogmy. V typografickom kontexte je založený najmä na type písma Helvetica, ktorý vytvára istú uniformitu. I keď jednotlivé graficko-dizajnérske návrhy môžu byť krásne, ako celok majú jasne definovaný štýl, ktorý preniká hlboko do štruktúry spoločnosti, ďaleko za ich pôvodne zamýšľané použitie. Podobne je to aj s holandským štýlom, ovplyvneným slohom umeleckej a architektonickej skupiny De Stijl, ktorý je rovnako ľahko rozpoznateľný. Na rozdiel od švajčiarskeho dizajnu je však omnoho príjemnejší a hravejší.

Helvetica stále platí ako najpoužívanejšie typografické meradlo. Modernistický charakter tohto písma ho pôvodne spopularizoval u veľkých korporácií. Tie ho používaním posunuli do pozície symbolu sily, sebadôvery a vplyvu. Ako povedal Neville Brody: „... ľudia, ktorí si vyberú Helvetica, chcú byť členmi klubu výkonných. Chcú byť členmi moderny... To však zároveň znamená bez chuti, bez zmyslu pre dobrodružstvo, bez ambícií.“

V mnohých oblastiach sveta sú spoločnosti, ktoré používajú v rámci svojich identít Helveticu, pokladané za úspešné. Helvetica sa stala korporátnym písmom číslo jedna a malé spoločnosti predpokladajú, že použitím tohto typu písma dosiahnu rovnaký status ako obrovské západné korporácie.

Nie každý má však Helveticu rád. Skúste si do vyhľadávača zadať spojenie „neznášam Helveticu“ a nájdete mnoho ľudí rozčuľujúcich sa nad bezduchým „korporátnym chic“ štýlom tohto dominujúceho fontu. Tito ľudia ho vnímajú ako nositeľa spoločenskej konformity, ktorý prostredníctvom konzumu presadzuje produkty ako akýsi veľký parný valec bezpohľavnosti.

Potom sú prípady, keď aspirácia na „vstup do klubu“ nevyšla. Napríklad firma Gap musela kvôli masívnej negatívnej spätnej väzbe od spotrebiteľov stiahnuť svoje nové logo v štýle Helvetica už po piatich dňoch. V roku 2007 bolo bezdôvodne „zhelvetizované“ logo berlínskeho Haus der Kulturen der Welt, nahradiac pôvodný, výraznejší dizajn Cornela Dwindlina. Pre túto slávnu budovu, navrhnutú v roku 1957 architektom Hughom Stubbom, bolo pôvodné, osobité logo omnoho vhodnejšie.

Prečo tak horlivo preberáme myšlienky z centier?

Podme popremýšľať o niekoľkých možných dôvodoch:

1. Presvedčenie, že „trávnik za plotom je zelenší“. V skutočnosti je to práve uhol pohľadu, ktorý vytvára dojem, že tráva je hustejšia, pretože jednoducho nevidíme medzery medzi stebami. Máme tendenciu chcieť to, čo má niekto iný. Prípadá nám to lákavejšie.
2. Prevládajúci nedostatok dôvery v naše vlastné korene a vyplývajúca neúcta k našej vizuálnej kultúre. Naše kultúrne prostredie je dané, ľudia sú ním obklopení a ovplyvnení, no nevy-povedá nič o úrovni kvality. Byť verný svojmu kultúrnemu pôvodu poskytuje jasné výhody. Vizuálne výstupy môžu byť originálnejšie a identifikácia s miestnou kultúrou môže pri-niesť kvalitu a ekonomickú prosperitu.
3. Ekonomické entity túžia byť spájané s vysokou kvalitou, elitou a distingvovanosťou. Ašpirujú na úspech úplne rovnako ako tí, ktorých vizuálny štýl a typografia sa stali jeho synonymom.

Nemali by sme zabúdať na to, že kľúčovú rolu zohrávajú v tomto prípade médiá. V súčasnosti sú médiá globálne centralizované a korporácie majú priamy vplyv na to, čo je považované za „cool“. Hovorí nám, ako sa máme obliekať, ako máme rozprávať, aké výrobky máme vlastniť a v konečnom dôsledku aj to, čo si máme myslieť. To všetko je sprítomnené v jazyku reklám. Napríklad v Argentíne sa v reklamách v rozhlasе často vyskytujú úplne nesúvisiace anglické slovné spojenia, ktoré majú osloviť mladých spotrebiteľov. Mainstreamové médiá to považujú za „cool“ a zároveň tým naznačujú, čo „cool“ nie je – ako napríklad pôvodná hudba, zbieranie húb či štrikovanie.





Režim a opozitná reakcia

Z historického hľadiska vznikli mnohé hnutia ako subkultúry v opozícii voči nemenným štýlom a ustanoveným stereotypom. Táto reakcia sa zväčša objavuje na okraji spoločnosti, na periférii. Časom sa moc centier začne zmenšovať, stávajú sa slabšími, až kým je nahradená rastúcim opozičným hnutím, ktoré sa stane režimom. Tento cyklus je pravdepodobne výsledkom neustáleho ľudského nutkania po niečom novom. Napríklad industrializácia - hnutie arts and crafts, art déco - funkcionalizmus, moderna - postmoderna, digitálny vek / umelosť - návrat ku koreňom / ručná výroba. Tranzícia nastáva v momente, keď sa underground vynorí nad hladinu a stane sa populárnym. Korporácie uvidia možnosť zárobku, skúpia ho, premenia na mainstream a v podstate zničia esenciu daného hnutia. To sa stalo napríklad elektronickej hudbe, ktorá bola okrajovým hudobným žánrom. V súčasných tanečných kluboch je štandardom nepodarená verzia jej pôvodnej formy. Ďalším príkladom je graffiti. Vzniklo ako vizuálne vyjadrenie proti existujúcemu stavu vecí, nuda a škaradým industriálnym oblastiam. V súčasnosti si našlo cestu do korporátnych médií a reklamy. Umelci sú najímaní tými istými spoločnosťami, proti ktorým sa kedysi búrili. Graffiti sa stalo akceptovaným a ustálo sa ako uznávaná forma umenia. Rap a hip-hop sa taktiež vzdialili od svojich koreňov, teda tradičných afrických vplyvov a černošského patriotizmu. S príchodom

kultu šperkov do hip-hopu si na trh našli cestu luxusné značky. Využili poslucháčsku základňu a zlákali ju na nakupovanie drahých módných doplnkov. Vo všeobecnosti sú tieto značky populárne najmä kvôli tomu, že sú spájané s bielou strednou triedou, čo im dodáva punc exkluzivity.

Čo sa stane na periférii, má spätnú väzbu v centre

Tento fakt je dôležitý, pretože veci v skutočnosti nepoháňajú hegemonia a dekompozícia systému, ale diverzita a decentralizácia. Živosť a kreativita dizajnu na periférii prináša centráram novú krv, extrémne dôležitú pre ich prežitie. Preto by sa ľudia namiesto utápania v arogancii mali sústreďovať na otvorenosť a sebazvedlávanie. V oblasti typografie v širšom zmysle by sme mohli hovoriť o graffiti, ručne robených plagátoch, výrobe skicárov, dizajne pracovných priestorov a oživení záujmu o ručnú sadzbu a knihtlač.

Jedným z dobrých príkladov je font vytvorený špeciálne pre komunikačné tlačoviny mexickej vlády. Najali miestneho renomovaného dizajnéra Gabriela Martíneza Meaveho, ktorý sa inšpiroval predkolumbovským indiánskym vizuálnym štýlom. Vytvoril čosi, čo je rozpoznateľne príbuzné miestnej mexickej kultúre a čo sa rozšírilo do ďalších oblastí použitia - novinových stánkov, informačných nápisov atď. Európsky dizajnér by zrejme podobne originálne tvary písmen nenavrhol.





Tupperware American Apparel TARGET Kawasaki Crate&Barrel Lufthansa Knoll Panasonic Jeep

- ^ Helvetica vo svete stále platí ako najpoužívanjšie typografické meridlo.
- ^ ...ľudia, čo si vyberú Helveticu, chcú byť členmi klubu výkonných.

Ďalším príkladom jednoznačného vplyvu periferie je štúdio Sudtipos z Buenos Aires, ktoré prakticky redefinovalo pojem „písaný font“. V priebehu niekoľkých rokov sa stalo autoritou v oblasti fontov používaných na obaloch, ako aj písaných fontov. Hlavný dizajnér Sudtipos Ale Paul nemá vzdelanie v tradičných centrách typografického dizajnu. Jeho spolupracovník, kaligraf Angelo Koziupa kreslí základné písmo, ktoré Ale prevedie do digitálnej formy a rozšíri o sadu rôznych typov jednotlivých písmen, machúľ a iných opentypových kúskov. Ich dizajn ovplyvňuje mnoho rôznych dizajnerských štúdií fungujúcich v centrách, prispievajúc tak k formovaniu vizuálnych štýlov a trendov. O našom štúdiu TypeTogether tiež môžeme povedať, že funguje a existuje na periférii. Napriek tomu, že sme obaja študovali v Readingu vo Veľkej Británii, odišli sme odtiaľ, vyvíjali sa a zreli na okrajoch centier typografie. V mnohých smeroch sme virtuálnou spoločnosťou – komunikujeme a zdieľame našu prácu najmä prostredníctvom skypu a elektronickej pošty. Snažíme

sa o otvorenosť a živú sieť spolupracovníkov žijúcich v rôznych častiach sveta. Máme flexibilný pracovný čas a naše vzťahy sú založené na dôvere, uznaní a kompatibilných zručnostiach.

Naše fonty sú používané na rôznych miestach a v rôznych aplikáciách. Radi nadväzujeme kontakty v mnohých smeroch a budujeme si dobré vzťahy s našimi zákazníkmi. Napríklad pri väčších projektoch, kde je nevyhnutné otestovať konkrétny font v reálnych podmienkach, poskytujeme dizajnérom testovacie licencie. Myslíme si, že práve tento prístup spolu s jasným zameraním na istú oblasť trhu nám pomohol presadiť sa v súťaži s centrami.

Naše fonty sú obľúbené napríklad v strednej Európe, pretože sa snažíme navrhovať vyrovnanú diakritiku s dôrazom na funkcionálnosť.

Zmena paradigmy v typografickej branži

V posledných rokoch nastali v štruktúre typografickej branže zmeny. Tam, kde predtým dominovali veľké firmy, sa začínajú presadzovať malé typografické štúdiá. V poslednom čase sa navyše do trhu s webovými fontmi zapojili firmy, ktorých príbuznosť k tomuto odvetviu je marginálna. Vidia tu príležitosť zarobiť – napríklad firma Suitcase a ich služba WebINK, ktorá zaručene posunie veci poriadne dopredu.





Dôvody na zmenu sú rôzne. Jedným z nich sú aj súčasné technologické možnosti a nástroje na online komunikáciu, ktoré umožňujú jednotlivcom presadiť sa bez nutnosti mať ďalších spolupracovníkov. Koncept decentralizácie a globalizácie, vlastný internetu, napomohol k prudkému rastu malých typografických štúdií. Namiesto vývinu nových fontov sa veľké firmy čoraz viac orientujú na distribúciu produktov menších štúdií. Pozitívnym dôsledkom tejto situácie je fungovanie v istej symbióze.

Veľkou výhodou malej, špecializovanej firmy je to, že si môžete dovoliť omnoho bližšiu a osobnejšiu spoluprácu s klientmi, čo je často nevyhnutnou podmienkou na uskutočnenie cieľov klienta, ako aj na rýchle reagovanie na jeho požiadavky. Zákazník môže navyše podporiť prácu typografického dizajnéra priamo, bez nutnosti využiť sprostredkovateľa. Toto všetko prispieva k narastajúcej nezávislosti od centier. Špecifikou charakteristikou typografického dizajnu je navyše nezávislosť od centra v geografickom zmysle, i keď tá je zasa závislá od optických káblov a satelitov. Vzhľadom na to, že nepotrebnú reprezentačné priestory, môžu mnohí prvotriedni typografickí dizajnéri žiť aj na tých najodľahlejších miestach na svete.

#

Veronika Burian

Najskôr vyštudovala v Mníchove priemyselný dizajn, neskôr pôsobila v Rakúsku a Taliansku. V roku 2003 vyštudovala s vyznamenaním prestížny kurz tvorby písma (MA Typeface design) na britskej University of Reading. Po ukončení štúdií začala pracovať pre londýnsku písmolejareň Dalton Maag, s ktorou spolupracovala až do roku 2007. Po troch rokoch strávených v Colorade sa presťahovala do Prahy, kde žije, pracuje a naplno sa venuje písmolejáreň TypeTogether, ktorú založila v roku 2006 so svojím spolužiakom z Readingu, Argentíncom Josém Scaglionom. Jej písmo Maiola, ktoré vytvorila počas štúdií v Readingu, získalo významné medzinárodné ocenenie TDC Certificate of Excellence in Type Design 2004. Bolo vybrané v súťaži písma Creative Review 2005 a stalo sa súčasťou putovnej výstavy československej typografie E-A-T. Písma Karmina a Bree, ktoré vytvorila v rámci TypeTogether spolu s Josém, rovnako získali ocenenie ED Awards v rokoch 2007 a 2009. Písmolejareň TypeTogether je vyhlásená svojimi osobitými a veľmi kvalitnými textovými písmami.

Príspevok Centrum a periféria z typografickej perspektívy odznel minulý rok na medzinárodnej konferencii KUPE 6 v Žiline.

www.type-together.com



[illegible]

- ↖ Štúdio TypeTogether.
- ↑ Font vytvorený pre komunikačné tlačoviny mexickej vlády od miestneho renomovaného dizajnéra Gabriela Martíneza Meaveho, ktorý sa inšpiroval predkolumbovským indiánskym vizuálnym štýlom.
- Štúdio Sudtipos, Buenos Aires.
- Kde nedávno v typografickej branži dominovali veľké firmy, začínajú sa presadzovať malé typografické štúdiá - firma Suitcase.
- ↓ V roku 2007 bolo bezdôvodne „zhelvetizované“ logo berlínskeho Haus der Kulturen der Welt, nahradiac pôvodný, výraznejší dizajn Cornela Dwindlina.



Suitcase Type Foundry

FOUNTS | TEXTURE | SALE | DOWNLOAD | SUPPORT | SERVICE | CONTACT | ETC ETC

Choose font

5

ABOUT SUITCASE TYPE FOUNDRY

Suitcase Type Foundry is an independent type studio, founded by Tereza Hovadová in 2013 in Prague, Czech Republic. We are specialists in the design and digitization of quality type for professional use. Apart from retail type we also produce custom typefaces for corporate use and other specific purposes on commission.

Our library offers over 2000 fonts. All have been designed with utmost care, individually tested and refined, and include all accented necessary for writing most Latin script languages.

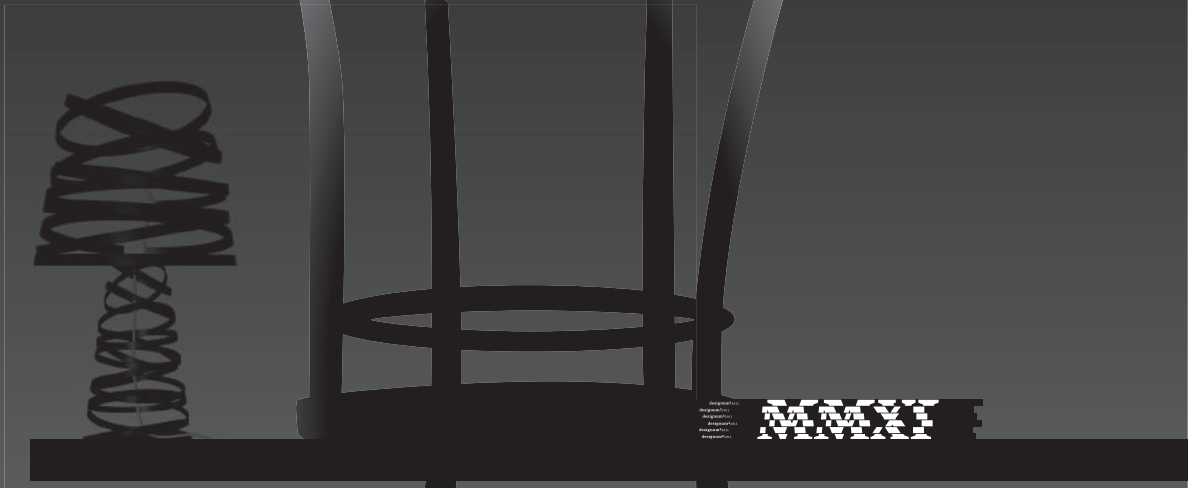
ABOUT DESIGNS

Did you get our latest newsletter? Register in our mailing list now to be on the inside. August 2016, February 2017, September 2018, June 2020, October 2020.

We recognize that Gloriol typeface is a temporary removal from our distribution because it is now exclusively licensed. As you can see, we will offer new typefaces in the same category.

The Talon type system is a static Di Style typeface with modern elegance and distinct, wide-apart stems. It is primarily designed for newspaper, magazine and book typography. By scaling the weight in all sizes, including lead, Talon boasts perfect stability. Each style works as a text of its own, leaving the last bit of space. These techniques are combined together in the case of the choice of font and file from the designs fully on the designer's own, on the needs of the readers and the techniques of printing in use.

In addition, Talon consists of a well-designed weights from the thin line to the black line, the clearest right angle, in accordance with current trends, is determined to the very end of technical possibilities and legibility, with the structure limited to more bar lines. All fonts have the same proportions as their corresponding regular style, expressing the block-like appearance of the set text.



chair No 14 by Michael Thonet
Curl My Light lamp by Dima Loginoff
designum logo by Emil Drličiak
Greta font by Peter Biľak
bold line by STUPIDesign

PRÍDEŤ HNED
IŠIEL SOM SI PREDPLATIŤ

designum¹⁻⁶2011

Viac informácií: www.sdc.sk





Re:Design NetWork v Satellite

Projekt RE:Design[Net]Work sleduje uplatnenie tvorby produktov tzv. ReUse dizajnu v sektore zamestnávajúcim ľudí znevýhodnených na trhu práce. V rámci tohto projektu sa prvý raz uskutočnila celoeurópska súťaž dosiaľ vo výrobe neuplatnených nových návrhov na originálne využitie odpadových materiálov – RE:Design[Net]WORK Award.

V každej z troch súťažných kategórií (Mobilita a verejné priestory, Domácnosť a bývanie, Doplnky, bižutéria a móda) bola udelená cena, pričom jeden z ocenených návrhov získal hlavnú cenu spojenú s realizovaním víťazného návrhu vo výrobe vybranej sociálnej prevádzky v Rakúsku a na Slovensku. Všetky ocenené návrhy boli vystavené vo Viedni, kde sa na jeseň 2010 uskutočnilo slávnostné odovzdanie cien, nasledovala výstava v Bratislave, kde môžeme do 20. marca 2011 vidieť výsledky súťaže vo VIB Satelit. Medzi 106 účastníkmi boli aj súťažiaci zo Slovenska a do užšieho výberu sa dostalo viac ako 20 prác.

Re: Design NetWork

VIB Satelit

23. február – 20. marec 2011

Kurátori: Katharina Beran, Severin Filek

Víťazi Czech Grand Design 2010

Dizajnérom roka sa stalo štúdio Olgoj Chorchoj za sánky pre Ton, kolekcie nápojového skla pre Bohemia Machine Glass, kolekciu lúčov Teo pro Brokis, čajovú kanvicu From pre Kavalierglass a kazetovú podlahu Organic pro Ardeco. Za mapu pražského metra a autorský podiel na monografii Josefa Gočára sa fotografom roka stala Ester Havlová. Grafickým dizajnérom roka sa stal Robert V. Novák za grafickú úpravu publikácie Sial autorov Miloslava Masáka, Jakuba Potůčka a Rostislava Švácha (Arbor Vitae a Muzeum umění Olomouc, 2010), vizuálny štýl Západočeskej galérie v Plzni, grafický dizajn k výstavám Bílkova vila, Architekti DAM, Zamlčaná moderna. Do siene slávy bola uvedená dlhoročná kurátorka Umeleckopriemyselného múzea, teoretička dizajnu a autorka doteraz neprekonanej publikácie České užité umění 1918 – 1938 Alena Adlerová.

Informácie: www.czechgranddesign.cz

Siedma letná akadémia šperku 2011

Novinkou ročníka je miesto konania kurzov, ktoré sa budú konať v priestoroch VŠVU na Hviezdoslavovom nám. 18 v Bratislave. Pripravené sú nové kurzy s renomovanými šperkárkami (Bety K. Majerníková, Lucia Bartková, Kristýna Španihelová), kde sa naučíte pracovať s drevom, plastom, ale aj kostami a popolom. Ceny kurzov sú rovnaké ako minulý rok.

Informácie: www.hanykasickova.com

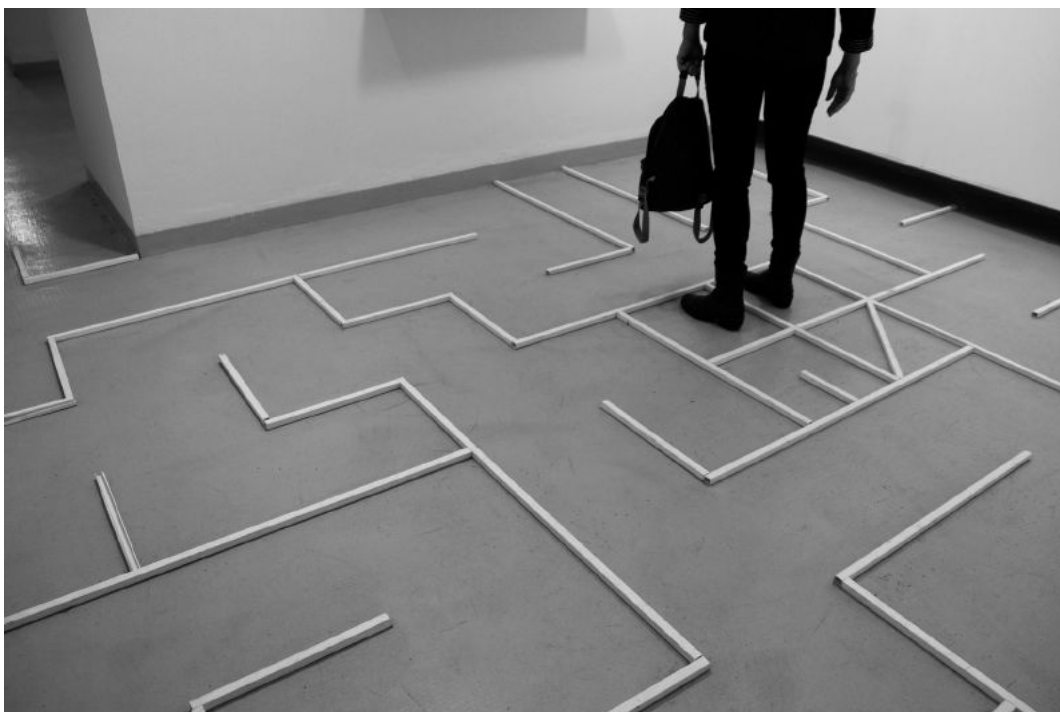




- ↑ Alena Stanková.
- ↗ Zl'ava doprava: Anna Ulahelová, Peter Gála.
- ↓ Vojto Ruman.
- ↘ Marek Menke.



TEORETICKY A PRAKTICKY – infobox





SÚŤAŽE

European Design Award for a Sustainable Present 2011

Európsky ekonomický a sociálny výbor (European Economic and Social Committee, EESC) vyhlasuje druhý ročník súťaže Dizajn bez rozdielu veku (ageless design) s cieľom podporiť inová-tívne, trvalo udržateľné a kreatívne dizajnérske produkty vrátane obalov. Víťazný objekt bude distribuovaný v roku 2012/2013, vyhlásenom za Európsky rok aktívneho starnutia a interge-neračnej solidarity, ako súčasť komunikačnej stratégie EESC. Študenti dizajnu a mladí dizajné-ri, ktorí sa zúčastnia súťaže, môžu vyjadriť svoj názor na narastajúce globálne zmeny tým, že na-vrhnú projekty tzv. participačného dizajnu alebo medzigeneračnej dizajnérskej spolupráce. Ceny: 1. cena: 7 000 eur, 2. cena: 4 000 eur, 3. cena: 2 000 eur. Súťaže sa môžu zúčastniť študenti alebo pro-fesionáli z krajín EÚ, súťaž nie je poplatná.

Uzávierka registrácie: **30. 5. 2011**

Informácie: www.eesc.europa.eu/design/about2.html

Europrix Multimedia Awards 2011

Medzinárodná súťaž Europrix Multimedia Awards je adresovaná mladým kreatívnym ta-lentom do 30 rokov, ktorí pracujú v oblasti media dizajnu a e-Contentu. Ocenenie za najlepšie mul-timediálny projekt organizuje rakúska nezisková organizácia Medzinárodné centrum nových mé-dií (International Center for New Media, ICMN) v tomto roku po štrnásty raz, a to v kategóriách: online/webové projekty, mobilné aplikácie, hry, počítačová grafika a dizajn, interface dizajn, interaktívne inštalácie, online& digital video/TV, animácie. Vyhlásenie výsledkov sa uskutoční v Grazi počas festivalu Graz - kandidát na titul Mesto dizajnu v dňoch 10. - 12. 11. 2011.

Uzávierka registrácie: **1. 7. 2011**

Informácie: www.europrix.org



Víťazka súťaže Talent dizajnu je z FU TU Košice

V utorok 22. februára 2011 boli v budove rektorátu Univerzity Tomáša Baťa v Zlíne oficiálne vyhlá-sené ceny medzinárodnej súťaže Talent dizajnu 2010. Túto súťaž študentského dizajnu už po druhýkrát organizoval Nadačný fond JUDr. Mar-tina Růžičku v spolupráci s Fakultou multimé-diálnych komunikácií UTB v Zlíne. Do súťaže bolo prihlásených 101 prác z oblasti priemyselného, produktového, interiérového a grafického dizaj-nu. Medzi súťažiacimi boli zastúpení študenti z Českej republiky (VŠUP Praha, VUT FSI Brno, ZČU Plzeň a UJEP Ústí nad Labem), zo Slovenska (VŠVU Bratislava, FA STU Bratislava a FU TU v Košice), ako aj študenti z Litvy a Talianska. Hlavnou víťazkou súťaže sa stala študentka Fa-kulty umení TU v Košiciach Bc. Jana Nováková za svoj návrh Skriňa so zásuvkami. Medzinárod-ná odborná porota jej udelila titul Talent dizajnu 2010. Porota vo svojom zdôvodnení uviedla: „Oce-nená skriňa so zásuvkami prezentuje originálny a kreatívny prístup pri tvorbe nábytkového soli-téru. Spája v sebe dokonalú funkčnosť úložného priestoru a esteticky pôsobivý motív dekoratív-ných prvkov, inšpirovaných sedením vtákov na elektrickom vedení. Úchytky na otváranie sú vytvorené ako plastické siluety vtákov, čím sa zvyšuje emocionálne pôsobenie produktu na človeka a podporuje jeho prepojenie s prírodou.“

Spracoval:

doc. Ing. Jaroslav Jarema, CSc., Katedra dizajnu FU TUKE
(člen medzinárodnej poroty Talent dizajnu 2010)



VÝSTAVY

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

Bratislava

Re:Design NetWork Award

Satelit SCD

do 20. 3. 2011

www.sdc.sk

Kabinet kuriozít

SNG – Kabinet starého umenia

do 17. 6. 2011

www.sng.sk

BAUHAUS Dvadsať-21

design factory

do 27. 3. 2011

www.designfactory.sk

Dizajn času 2_Patrik Illo

Galéria Francúzskeho inštitútu

do 26. 3. 2011

www.denamitdesigndays.blogspot.com

Kabinet kuriozít

– Ateliér textilného priestoru VŠVU

Galéria X

do 13. 3. 2011

www.vsvu.sk

Nezvyčajné automobily, kabriolety a iné

STM – Múzeum dopravy, Šancova 1/a

do 30. 4. 2011

www.stm-ke.sk

Nitra

Fórum dizajnu

Výstavisko Agrokomplex, pavilón M3

8. – 13. 3. 2011

ČESKÁ REPUBLIKA

Brno

Umělecká produkce Českomoravských

skláren ve 40. letech 20. století

MG

do 12. 6. 2011

www.moravska-galerie.cz

Made in Villa. Odevný dizajn inšpirovaný

architektom Jurkovičom

MG

do 5. 6. 2011

www.moravska-galerie.cz

Praha

Pravoslav Rada – keramické dielo

Uměleckoprůmyslové museum

do 25. 4. 2011

www.upm.cz

RAKÚSKO

Viedeň

Window Shopping

– príbehy výkladov vo fotografii

Wien Museum

do 13. 3. 2011

www.wienmuseum.at

TALIANO

Miláno

Medzinárodný salón nábytku 2011

Výstavisko Cosmit

12. – 17. 4. 2011

www.nuovopolofieramilano.it

VEĽKÁ BRITÁNIA

Londýn

Brit Insurance Designs of the Year

Design Museum

do 7. 8. 2011

www.designmuseum.org



Simplicity, functionality, sophistication

On the design work of Tibor Herchl

History of design knows many designers of radios or gramophones, but no designers of sound. It is because their work cannot be documented by a photograph or an exhibition. And yet designers have often declared the endeavour to move the accent of their work from designing objects towards influencing life situations - e.g. to focus on the design of light and lighting atmosphere instead of focusing on the lamp, or to focus on communica-

tion within the interior instead of designing furniture. Yet the designing of sound, light or communication can only hardly be exhibited or presented in a book (not mentioning the commercial aspect) and so once again it is radios, lamps and chairs that create the picture of contemporary and past design. That is probably also the reason why Tibor Herchl counts to the lesser known personalities of Slovak design.





The original occupation of the academic architect, Ing. Tibor Herchl (1928) was originally electrical engineering. He has obtained his diploma in the year 1952 at the Slovak Technical University in Bratislava. Since then he has focused on the field of acoustics and in 1958 he has participated on the success of the Czechoslovak pavilion on the World Expo in Brussels by collaborating on the sound distribution of the pavilion and restaurant. Apart from other things he was behind the acoustical design of the multimedia project *Laterna Magika*, the key part of our presentation.

Working on the verge of construction and design as the draftsman of the Bratislava company *Tesla Elektroakustika* he started to design control panels for electro-acoustic devices operating tape recorders, gramophones, amplifiers, speakers etc. This was „engineering design“, totally subordinated to its utilitarian function. In such small production numbers (often only a single piece was produced) a simple technique was used - a combination of metal bending and wood processing. Even today it still counts as sophisticated design, a perfect whole with elaborate detail. The functionality is accentuated in the variability of the design, enabling to add other components to the control panels as necessary. Tibor Herchl has later used the „compound“ principle in the next generations of control panels created for recording studios, cinemas, theatres and cultural centres.

The interest for complex solutions of interior acoustics has brought Tibor Herchl to studying at the Faculty of Civil Engineering and later at the Academy of Fine Arts where he has graduated in the Studio of Architecture of professor Vojtech Vilhan in 1967. Together with his fellow student Rastislav Janák he has designed the interior of the cinema *Mladost* in Bratislava (1999) as well as a complex solution for the variable cinema/theatre *Fontána* in Piešťany (2003). The key aim was an optimal harmony of the interior solution with the acoustic parameters. The latter are dependant on materials that deflect or absorb sound, the shape of the space, the forms used for soffites, enclosure walls and floors. Tibor Herchl is responsible for the design of acoustic spaces and electro-acoustic devices of dozens of theatres, cinemas, cultural centres, radio and television studios. Apart from realizations in the Czech

Republic and Slovakia he also designed the studio 3 RTA in Algeria (1968 – 1971). The newer solutions, based on the harmony of artistic and utilitarian parameters of the interior, include the cinema hall of the Academy of Performing Arts in Bratislava (2004), auditorium of the University of Economics (2005) and the Pan European University (2006) in Bratislava, as well as the theatre hall of the Academy of Arts in Banská Bystrica (2009).

Apart from the dominant orientation on design of acoustic spaces and sound devices, Tibor Herchl has also focused on other areas of industrial and graphic design. The industrial realizations include the onstage slide projector for the company *Divadelná technika Újezd u Brna* (1987), telephone exchange central for *Tesla Liptovský Hrádok* and telephone devices for *Tesla Stropkov* (1988), freezers for *Calex Zlaté Moravce* and its succession company *Calex-Samsung* (1982 – 1998). His graphic design is represented in the logos of *Samsung-Calex*, *General Frost* (1995) or the graphic design of the operating elements for the washing machines *Thomson* and *Ocean* (1996).

Apart from the company *Tesla Elektroakustika*, where he has found the *Studio of Industrial Design* in 1972 (later he has led the *Studio of Design* at the *General Management Office* of the company *Tesla Bratislava*), Tibor Herchl has also worked as the chief of the *Studio of Scenic Technology* at the *Institute of Cultural Projects* and as a designer in the company *Calex Zlaté Moravce*. He was also active as the chairman of the evaluation committee of the *Institute of Industrial Design* and during the years 1992 – 1996 he was the chairman of the *Association of Industrial Designers Slovakia*.

During his long and active career, Tibor Herchl has worked in various fields of design and as a member of the „founding generation“ he has contributed to the emancipation of design in Slovakia. A sober and rational approach, simplicity, directness and functionality, but also sophisticated solutions of artistic tasks – these are the traits for which he will be remembered in the history of Slovak design.

#





Pergamen of Trnava

Currently, the name Pergamen covers a group of nine people, six of which form the basic creative team. This studio of visual communication from Trnava was founded as far back as 1993. During eighteen years of its existence, it has been awarded with twenty four prizes in various competitions and shows at home and abroad. Our questions were answered by Juraj Demovič, Jakub Dvořák, Juraj Vontorčík and Livia Lörinczová.

The list of your activities is diverse, including package design, book design, logotypes... Do you cooperate with companies on one-off projects or do they become long-term partners? What is your main credo in regard to cooperating with clients?

We try to be more than „suppliers“ for our clients. Together we choose the optimal form of our cooperation, we start to use a „common language“ and we often change the original assignment completely. We are lucky to have clients with whom we cooperate on several projects in long term, so sometimes it happens that in the course of a few years we do a redesign of our own stuff. Maybe it's going to sound unprofessional, but without mutual sympathy and respect there cannot be a productive cooperation. When we feel that our client is passionate about his work and products, it also influences our creativity. And of course we are very glad when the clients are happy about the final result.

In the year 1997 you have been awarded with the National Prize for Design for the logotype Mr. Schraub, which has also been applied on a consumer package. Where is the field of package design heading today, compared to the 90s?

We think that these two periods are so different that they cannot even be compared, because the development in Slovakia has a life of its own, slowly evening up with the Western standards. Design definitely lags behind the production possibilities and technologies that we have at hand, but often even these are not fully used. In the year 1997 we have tried to create a cover with a punch line and it was awarded, but today it still seems to be a problem to design even a nice package, not talking about a punch line. The standards of packages and their design will always depend on the demands of the buyers and the ones who offer the product, their ambitions. The development in Slovakia does advance, although from our point of view very slowly.





What should be a good grocery package like? Is it possible to characterize it, at least in general?

To put it very simply: a good package has to be easily identifiable even from a farther distance. It has to be sympathetic, visually attractive, „edible“ and of course it has to help the sales. A great package is perfectly elaborated in every detail, with flawless technical realization, carrying the DNA of the brand as well as its story.

Does investing in one's design pay off? How do you persuade your potential clients about this? Are they aware that design is a part of their marketing strategy?

We think that clients who approach us know all this already - after all, they invest their own resources, not someone else's. Therefore they expect their investment to be meaningful. And it is. You can see that and count it as well.

How do you work as a team - do you have your competencies divided according to your specialization? To what extent is your work a collective effort?

The mentioned logotype Mr. Schraub itself was the work of three authors. Teamwork, mutual inspiration, commenting. The travelling of the project from one member of the team to another gradually perfects the final design. In our team it is very rare for a project to be the work of only one author.

In cooperation with the publishing house RAK you have had the chance to work on numerous book titles that have been awarded with various prizes. Ham package and book design for a publishing house focusing on history books - two completely different stories. So what is your version of the story of the book?

Every book has its author and reader and between them are the publisher and designer. The book is born out of the dialogue of the latter two. At least in the case of Pergamen and the publishing house RAK the dialogue is very intense, maybe even beyond the common professional standard - possibly because there is a father and a son present in this dialogue. Which other publisher (in Slovakia) would let the designers interfere with the titles of his books and the overall strategy? If the books resulting from this cooperation are at least a bit original, it is for sure a result of this open dialogue and a mutual exchange of experiences from two different worlds. And in regard to comparing books and ham - well, it depends on the particular book and on the particular ham...

Last year was a very successful one for you. The package design of Tatratea, a tea-based alcoholic drink was awarded in the prestigious competition Red Dot Design Award, as well as Pentawards and ED-Awards. How did this product come to be?

We have addressed the company Karloff with the proposal to create exceptional products together. Their answer was a commission for an update of the label for the drink Tatranský čaj. Together with the client we have redefined the commission and started to work on two designs concurrently. Since the need for the change of the design was urgent, we had to solve the redesigning of the glass and label of the original Tatranský čaj and at the same time work on a completely new bottle and design of the new Tatranský čaj - Tatratea. The path from the first sketch to the final realized product took almost two and a half years. During that time we have designed several other products for Karloff. Right now we are finalizing another interesting project with the company for a new bottle and label, but this is still a secret.

Did these important awards have an influence on you? What do such competitions mean for a designer?

We are happy that our work has been awarded together with works of top design companies whose activities we know and like. The fact that Tatratea was successful in so many prestigious competitions is a signal that the success wasn't accidental. For us this is an assurance that we are able to create a design that is successful in the professional context on an international level.

What are your current projects and work motivations?

We are lucky that we have had the possibility to work on interesting projects with interesting people. And such projects always motivate us to create an exceptional result, a functional and effective design.

What projects in particular are keeping you busy right now?

Cereal with rum and vodka, pickled in engine oil, sprinkled with great mead, decorated with slices of ham and RFID chips.

#

www.pergamen.sk





Miloš Balgavý: Ceramics

In the end of 2010, two retrospective exhibitions of the ceramist Miloš Galbavý's work have taken place. The exhibition entitled Ceramics, fine art work and design was curated by Dana Janáčková from Záhorská galéria in Senica. From Senica the exhibition has moved to Koppla's villa GJK in Trnava and from there it will travel further to other regional galleries. Concurrently the design work of the author is being presented in the Slovak National Gallery in the conception of Dagmar Poláčková.

Miloš Balgavý was born in the year 1925 in Malé Leváre. During the years 1942 – 44 he has studied at the Slovak Vocational School of Ceramics in Modra, led by Rudolf Hornák. According to his own words, the field of ceramics has enchanted him from the first moment, although originally he has thought about studying construction work. During the years 1944 - 46, in a period when he did not have a chance to continue his ceramics studies, he has studied construction at the Construction College. In the year 1946 the Industrial Arts College has been founded, with the department of ceramics led by his teacher from Modra, Rudolf Hornák. Miloš Balgavý has entered the third year of study and in the year 1950 he had become one of the school's first graduates. During 1950 - 54 he has studied at the Academy of Fine Arts in the studio of Jozef Kostka, Rudolf Pribiš and Fraňo Štefunko, yet did not finish his studies due to the insufficient support of his pedagogue. Since the beginning of the 60s Miloš Balgavý has been living and working in Trnava, where he died in 1999.

Throughout his whole life, the author has focused on ceramic design, objects and sculpture. The focal point of his work is the design of applied objects, characteristic with an elegance, functionality and inventiveness of form, as well as elaborate work with colour glazing.

The early works - jugs and vases - from 1957 are in terms of form inspired by fine art sculptures of the author - animal and bird figures. The author transforms the zoomorphic form and conforms it to the functionality of the object. With time the contours become increasingly abstract and transform to loose organic curves. The inventiveness in the forming of the vases is present already in this period. The vases have double necks, or they are connected like Siamese twins. The dynamic of the curves is playful, yet elegant, without any pointless decorativeness. Similarly the colouring shows a sense for intricate structures of the coloured glazing. A distinctive colouring and the use of contrasting colours appear in the relationship of the exterior and interior of the vessel.





The jugs and vases from the turn of the 50s and 60s are a further evolvement of the organic form. This period is characterised by a round shape of the vessels, a compact form and sometimes almost opulent curves, which - despite an undeniable playfulness - manage to keep their elegance. Simultaneously there is a calming of the organic flourishing and some of the jugs, influenced by the Brussels style, show signs of geometrization of basic contours. The form becomes more simple. A great number of formal variations of simple vases with different proportions of height and breadth of neck and body emerges. In the case of these compact shapes the author focuses on the colour variety of the surfaces. Monochrome vases, whose colour attracts the spectator also gain on importance, but structural surfaces are used too, as well as simple ornaments in the form of a few lines or abstract blots. The variety of formal variations gives rise to jugs whose contours change from compact ball-like shapes towards elongated, dynamically growing, sometimes diagonal shapes.

Around 1962 the author increasingly experiments with the form of the vases. The vase changes to an object with an opening for the flowers, which is either asymmetrical or multiplied. The author also focuses on the surface finish and structure. In the case of trays and plates he uses the surface for abstract Informel paintings that emerge from the cooperation with his wife. In 1963 the shape of the vases changes to flat, with a geometrical contour. They become objects with a double-view, their compactness is disrupted by openings, at times placed asymmetrically, similarly as the neck of the vase. Apart from monochrome colouring simple cubist decoration can be found, courtesy of Magdaléna Balgavá.

By the end of the 60s the form changes once again, this time towards a more traditional style. Colourfulness still plays an important role in the work of the author - the smaller vases are made in bright pastel colours. Simultaneously, from the mid-60s on, vases of austere cubist form and reduced colour variety emerge, where the surface plastic decor is accentuated either in the form of a granular structure, or a plastic grid. The simple cubic shapes are decorated with parallel canelluring. A spiral or a multiplied circular motif is also applied.

During the 70s the painting on the surfaces of the plates and trays is further evolved. In this period Balgavý's motif of a ceramic flower formed from clay rods appears for the first time, used in his fine art work also in some public spaces (wedding halls). This motif is varied in different forms. It combines the geometric austerity, absolute symmetry and the organic decorativeness of the flower motif. The principles of this motif appear as vase decoration in the late 80s. In this period the author further develops the formal language of the past decades with both cubist and organic vases being created.

In the year 1984 a new series of functional vessels is introduced, characteristic with their formal variety. Ikebanas are created, rich with elegance of shape and colour. The basic form is the tray or an enclosed ball-like shape, eventually these two are combined into one whole. The contours are very simple, lines smooth, organic. The bright colours (red, orange) or on the contrary white, and their contrasting combinations add a great artistic value to these applied art objects. This type of colour treatment can also be found on trays and plates of various sizes. Elegant curves, perforation, accentuation of the middle of the tray by means of a small geometric form - this all adds originality to the whole.

In the late 80s the author focuses on the design of dining sets. He further develops the mentioned approaches used in the solitaires. In the beginning of the 90s geometrization of contour lines prevails once again, as well as the return to the organic flourishing characteristic for the end of the 50s. The author develops his own principles of form construction and combination of bright colours.

The designs of Miloš Balgavý were produced in limited series by the Slovak Fine Arts Fund, the company Dielo, and in cooperation with the companies in Vrútky and Košice. The ceramic design of Miloš Balgavý is typical with its elegance of form and colour. The author is able to abstract sources of inspiration into organic or geometric curves with a clear aim to find an aesthetically effective form for a functional object. In a similarly sovereign way he also works with colour, which is an important part of the final expression of the work. The compactness of his whole body of work and the focused development of the author's inventive motifs leads to what can be perceived as compelling life-work.

#



designum¹2011



časopis o dizajne / design magazine
číslo / number: 01 rok / year: 2011

vychádza 6-krát ročne / a bimonthly
ročník / volume: XVII cena / price: 2,16 €

vydáva/edited by:

Slovenské centrum dizajnu
/Slovak Design Centre

zodpovedné redaktorky/executive and contributing editors:

Lubica Pavlovičová ›
lubica.pavlovicova@sdsc.sk
Zuzana Šidliková ›
zuzana.sidlikova@sdsc.sk

jazyková redakcia/proof reader:

Katarína Weissová

jazykový preklad/translation:

Matej Gyárfás

marketing:

designum@sdsc.sk

redakčný kruh/editorial cooperators:

Silvia Fedorová
Mária Rišková
Marián Laššák
Sylvia Jokelová
Ján Bahna
Zdeno Kolesár
Palo Bálik
Martin Struss
Sabina Jankovičová
Jozef Kovalčík

layout/layout:

Emil Drličiak

Designum¹2011 - Vizuálna koncepcia, obálka/visual conception, cover:

Robert Paršo › STUPIDesign

tlač/printing: X line, Bratislava

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

informácie o predaji časopisu a iných publikácií SCD:

www.sdsc.sk

voľný predaj:

v stánkoch distribučnej spoločnosti
Mediaprint Kapa

v kníhkupectvách a galériách

v Bratislave:

Satelit SCD
Artforum
Prospero
Knížnica SCD
Art Books (STU)

v kníhkupectvách a galériách mimo Bratislavy:

Artforum v Banskej Bystrici, Žilina,
Košiciach a Trnave
Stanica Žilina-Záriečie

distribúcia / distribution:

L.K. Permanent, s.r.o.
P.O. Box 4
834 14 Bratislava
tel.: + 421 (0) 2 4445 3711
fax: + 421 (0) 2 4437 3311
e-mail: lkpermanent@lkpermanent.sk

sídlo redakcie/headquarter:

SDC - Designum
Jakubovo nám. 12
814 99 Bratislava
Slovak Republic
tel.: + 421 (0) 2 204 77 319
fax: + 421 (0) 2 204 77 310
e-mail: sdc@sdsc.sk
web: www.sdsc.sk

objednávky a predplatné /subscription orders:

SDC - Designum
Jakubovo nám. 12
P.O.BOX 131
814 99 Bratislava
Slovak republic,
tel.: + 421 (0) 2 204 77 314
fax: + 421 (0) 2 204 77 310
e-mail: natalia.galbava@sdsc.sk
designum@sdsc.sk
www.predplatne.net

inzerica info:

www.sdsc.sk
natalia.galbava@sdsc.sk

Redakcia nezodpovedá za obsah inzerátov. Preberanie materiálov je možné len s písomným povolením vydavateľa. Jednotlivé články vyjadrujú názory autorov a nemusia byť vždy totožné so stanoviskom vydavateľa a redakcie. Pri používaní obrázkov vydavateľ rešpektuje práva dotknutých osôb. V prípade, že neúmyselne dôjde k omylu pri ich identifikácii, uvítame dodatočné informácie o majiteľoch autorských práv. Vopred nevyžiadané príspevky redakcia nevracia.

obálka/cover: Emil Drličiak, víťaz súťaže o nové logo SCD.