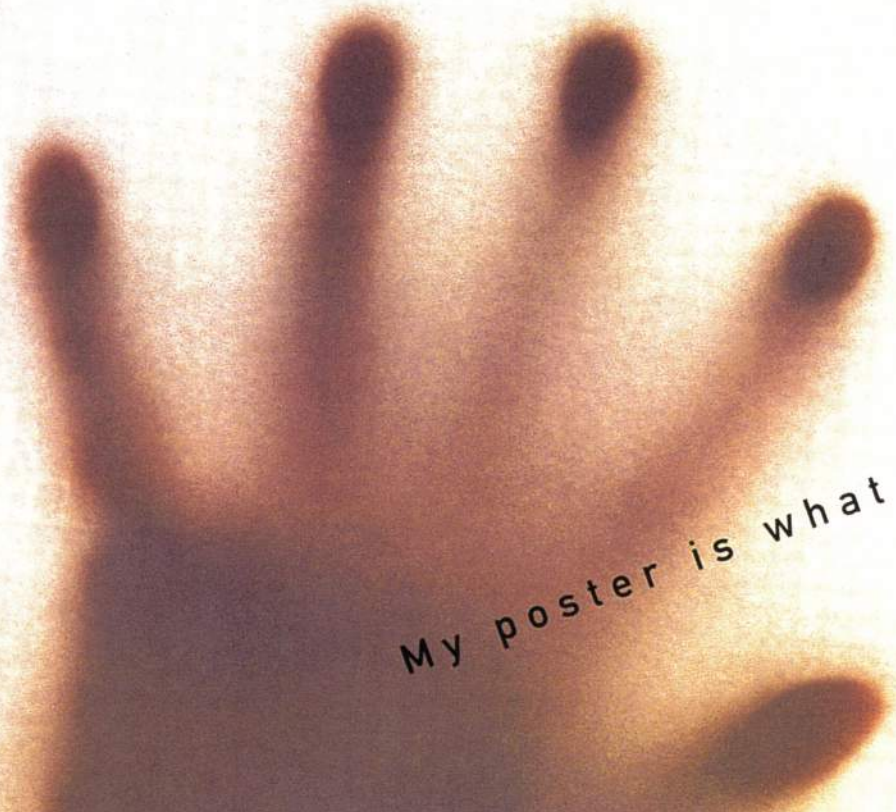
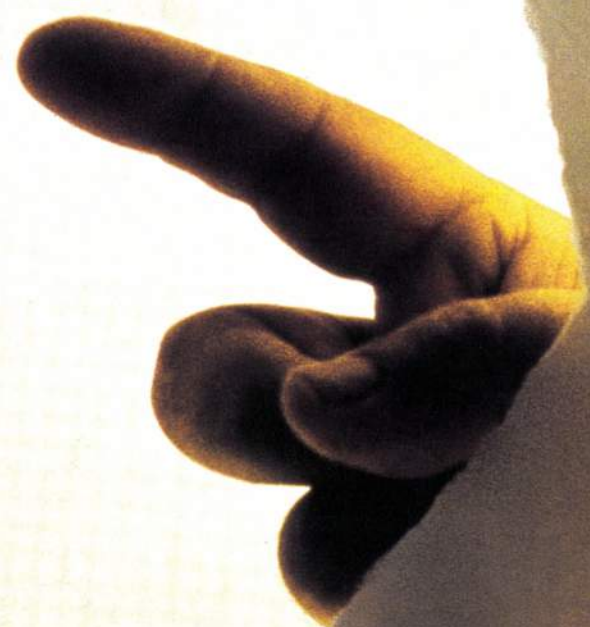




My poster is what I feel



My poster is what I mean

- každý deň dizajn '2000
- priemyselný dizajn na Slovensku 1990 - 2000
- trienále plagátu Trnava '2000
- bienále grafického dizajnu v Brne
- bienále priemyselného dizajnu BIO v Lubľane
- medzinárodné bienále dizajnu v Saint - Etienne
- english summary

voľný predaj mín. 100,- Sk (pre predplatiteľov 50,- Sk)

DE^{4/2000} SIGN[®] UN

Výstava Designed in Slovakia
predstavuje najzaujímavejšie
návrhy nábytku a ostatného
bytového zariadenia, ktoré
na prelome tisícročia vytvorili
slovenskí dizajnéri.
Srdečne vás pozývame aj
na návštevu stánku SCD
s predajom publikačných
titulov od 22. 2. – 25. 2. 2001 na
výstave art & interior 2001.

Anton Bendis
Peter Bohuš
Rastislav Čelaďa
Ivan Čobej
Miroslav Debnár
Ľubica Fábri
Marián Filkor
Patrik Illo
Jakub Janiga
Bjørn Kierulf
Marián Krpelán
Júlia Kunovská
Peter Mesiarik
Júlia Mišičková
Karol Pichler
Andrea Pinková
Norbert Sládečka
Michal Staško
Peter Šipoš
Marek Škripeň
Norbert Šmondrk
Rastislav Turek
Tibor Uhrín
Karol Weisslechner
Jiří Závodný

designed in slovakia

slovenský dizajn nábytku na prelome tisícročí
v rámci II. prehliadky zahraničného dizajnu pri výstave art & interior

22. 2. – 18. 3. 2001

Praha, ČR

Veletržní palác, Národní galerie Praha

Organizátor: Slovenské centrum dizajnu

Kurátor: Ľubica Fábri

Architekt: Ivan Petelen

Pod záštitou ministra kultúry SR
a s finančnou podporou Ministerstva kultúry SR

DESIGNUM[®]

Pekárová, Adriana / Od misky z dlaní k „thonetke“. Rozhovor s Ivou Mojžišovou / *From Hand-bowl to the Thonet Chair. An Interview with Iva Mojžišová.* 3/00, s./pg. 45-46.

Pekárová, Adriana / Predurčení k spolupráci / *Predetermined to Cooperation.* 2/00, s./pg. 41-43.

Pekárová, Adriana / Vec do vrecka / *Pocket Item.* 3/00, s./pg. 26.

Peterajová, Ľudmila / Tretie Bienále knižného umenia v Martine / *Third Biennial of Book Art in Martin.* 1/00, s./pg. 20-22.

Pichler, Karol / Paríž, Rue Saint - Honoré 213 / *Paris, Rue Saint Honoré 213.* 2/00, s./pg. 20-21.

Pichler, Karol / Biennale Internationale Design 2000 Saint - Étienne / *International Design Biennial 2000 in Saint-Étienne.* 4/00, s./pg. 62-63.

Poláčková, Dagmar / Modernizmus v plagátovej tvorbe 20. a 30. rokov / *Modernism in Slovak Poster Design of the 1920's and 30's.* 1/00, s./pg. 30-32.

Poláčková, Dagmar / Moderné hnutie, II. časť: Martin Benka / *Modern Movement, part II: Martin Benka.* 2/00, s./pg. 25-27.

Poláčková, Dagmar / Detva / *Detva Comp.* 3/00, s./pg. 66-67.

Poláčková, Dagmar / Moderné hnutie, III. časť: Fulla, Galanda, Rossman / *Modern Movement, part III.* 3/00, s./pg. 30-32.

Poynor, Rick / Manifest - Najprv to hlavné / *Manifest - First Things First.* 4/00, s./pg. 35-36.

Riháková, Mária / Inteligentné varenie / *Intelligent Cooking.* 2/00, s./pg. 62-63.

Riháková, Mária / Nielsen „Very Austrian“ / *Not Only „Very Austrian“.* 3/00, s./pg. 10-11.

Riháková, Mária / Šperk pre teba - šperk pre mňa / *For You - For Me Jewellery.* 1/00, s./pg. 7.

Riháková, Mária / Dizajn ako otvorený priestor (Bienále Brno 2000) / *Design as an Open Space (Brno Biennial 2000).* 4/00, s./pg. 56-58.

Rišková, Mária / Poľské umenie ulice / *Polish Street Art.* 1/00, s./pg. 12.

Rišková, Mária / Trienálie plagátu Trnava 2000 / *Trnava Poster Triennial 2000.* 4/00, s./pg. 20-25.

Struhařová, Eva / Parížsky salón nábytku / *Paris Furniture Fair.* 1/00, s./pg. 10.

Swan, Marina / Design a bývanie / *Design and Housing.* 3/00, s./pg. 9.

Swan, Marina / Design Academia 2000 / *Design Academia 2000.* 3/00, s./pg. 8.

Swan, Marina / FORMA 2000 - Fantázia a disciplína / *FORMA 2000 - Fantasy and Discipline.* 4/00, s./pg. 12-13.

Šuch, Dušan / 4:3 Taliansko - Nemecko / *4:3 Italy vs. Germany.* 3/00, s./pg. 6.

Valcke, Johan / Flámska podpora remesiel a dizajnu / *Flemish Crafts and Design Support.* 3/00, s./pg. 36.

Valentová, Zora / Zima 2000 / *Winter 2000.* 4/00, s./pg. 15.

Veinola, Anne / List z Helsínk / *Letter from Helsinki.* 1/00, s./pg. 28-29.

Veinola, Anne / Z dreva a papiera / *From Wood and Paper.* 3/00, s./pg. 24-25.

Žáčková Agáta / Kruhy na vode / *Rings on Water.* 3/00, s./pg. 18-21.

Žáčková Agáta / Integrovaný dizajn / *Integrative Design.* 2/00, s./pg. 59-61.

Žižková, Lenka / Dizajnérske hľadania v Čechách / *Looking for Design in Bohemia.* 2/00, s./pg. 52-55.

Mozaika informácií / Information Mosaic: 1/00, s./pg. 64-68.
Recenzie / *Reviews by:* Poláčková Dagmar, Kleinová Viera, Gažovičová Nina. Eric Jourdan v Štokholme / *Eric Jourdan in Stockholm.* Sklenené fantázie / *Glass Fantasy.* Svetlo v pančuche / *Light in Hose.* Ekoplagát '99 / *Ecoposter '99.* Atény 2004 / *Athens 2004.* Ceny iF Industrie Forum Design Hannover 2000 / *Award iF Industrie Forum Design Hannover 2000.* Mimikry / *Mimicry.* Najlepší drevený užitkový predmet / *The Best of Wood Craft.* Desing 2000. Dizajnérske hody v Prahe / *Desing Feast in Prague.*

Mozaika informácií / Information Mosaic: 2/00, s./pg. 70.
Recenzie / *Book Reviews.* Cena pre Oxygen / *Prize for Oxygen.* Virtuálny bozk / *Virtual Kiss*

Mozaika informácií / Information Mosaic: 3/00, s./pg. 67-70.
M.I. Ghini pre Bonaldo / *Ghini for Bonaldo.* Plagát v akcii / *Poster in Action.* Nábytok a Alucobond / *Furniture and Alucobond.* Beauborg znovuotvorený / *Beauborgh Re-opened.* Červená a modrá, žltá, zelená / *Red and Blue, Yellow and Green.* Stavba roka 2000 / *Building of a Year 2000.* Elektromobil Vilo / *Electromobile Vilo.* Projekt DIM / *DIM Project.*

Mozaika informácií / Information Mosaic: 4/00, s./pg. 68
Študentská súťaž EX-ECO / *Student Competition EX-ECO.* Nový dizajn MORA / *New Design MORA.* Bývanie tretieho tisícročia / *Living of the Third Millenium.* Cena časopisu ARCH 2000 / *Award of Magazine ARCH 2000.* Národná cena Slovenskej republiky za kvalitu / *Slovak Republic National Award for Quality.* Driade a "easyliving" / *Driade and Easyliving.*

Vydavateľ:
Slovenské centrum dizajnu, Bratislava
s finančnou podporou Ministerstva kultúry SR

Redakcia:

Lubica Fábri (šéfredaktorka)
Viktória Krivošíková (redaktorka)
Andrea Zlochová (tajomníčka)

Poštová adresa:

Slovenské centrum dizajnu
Redakcia DE SIGN UM, P. O. Box 131
814 99 Bratislava

Sídlo redakcie:

Jakubovo nám. 12, Bratislava
telefón: 07/52 93 15 64; 52 93 18 00
fax: 07/52 93 15 64; 52 93 18 38
e-mail: sdc@cdc.sk

Objednávky vybavuje:

Pre SR:

L. K. Permanent spol. s r. o., P. O. Box 4
834 14 Bratislava
tel: 07/44 45 37 11
fax: 07/44 37 33 11
e-mail: lkperm@lkpermanent.sk

Pre ČR:

A.L.L. Production, P. O. Box 732
111 21 Praha 1

Published by:

Slovak Design Centre in Bratislava
with financial support of Ministry
of Culture of the Slovak Republic

Editorial team:

Lubica Fábri (editor-in-chief)
Viktória Krivošíková (editor)
Andrea Zlochová (secretary)

Address:

P. O. Box 131, 814 99 Bratislava
Slovak Republic

Domicile of editor's office:

Jakubovo nám. 12, 814 99 Bratislava
Phone: +421 7 52 93 15 64; 52 93 18 00
fax: +421 7 52 93 15 64; 52 93 18 38
e-mail: sdc@cdc.sk

Subscription orders:

L. K. Permanent spol. s r. o., P. O. Box 4
834 14 Bratislava
Slovak Republic

- Anketa o súvislostiach vecí, 1. časť** / Poll: *On the Interdependency of Things, part I.* 1/00, s./pg. 4-6.
- Anketa o súvislostiach vecí, 2. časť** / Poll: *On the Interdependency of Things, part II.* 2/00, s./pg. 4-5.
- Anketa o súvislostiach vecí, 3. časť** / Poll: *On the Interdependency of Things, part III.* 3/00, s./pg. 4-5.
- Anketa o súvislostiach vecí, 4. časť** / Poll: *On the Interdependency of Things, part IV.* 4/00, s./pg. 4-5.
- Anketa: Grafický dizajn dnes a tu** / Poll: *Graphic Design Today and Here.* 4/00, s./pg. 41-46.
- Abbott, Jamie** / List z Londýna / *Letter from London.* 3/00, s./pg. 22-23.
- ap/** Bavorská štátna cena pre slovenský šperk / *Bavarian Prize to Slovak Jewellery.* 2/00, s./pg. 7.
- ap/** Trojbodka / *Three Dots.* 3/00, s./pg. 7.
- Bajcurová, Katarína** / Ján Zoričák v Bratislave / *Ian Zoritchak in Bratislava.* 3/00, s./pg. 13.
- Bajželj, Lenka** / BIO 2000. 4/00, s./pg. 60-61.
- Balušíková, Johanna** / Bienvenue au Centre Pompidou (Nová vizuálna identita Centre Pompidou / *Welcome to Centre Pompidou (New Visual Identity of Centre Pompidou).* 4/00, s./pg. 50-51.
- Bodnárová, Zuzana** / Nová galéria na Dunaji / *New Gallery at Danube.* 4/00, s./pg. 32.
- Burčí, Vladimír** / EuroPrix MultiMediaArt. 1/00, s./pg. 26-27.
- Demovičová, Michaela** / K. Gallery / *K. Gallery.* 1/00, s./pg. 8.
- Demovičová, Michaela** / Nové časopisy a zborník / *New Magazines and Yearbook.* 1/00, s./pg. 13.
- Demovičová, Michaela** / Strihy a zástrihy Karola Pichlera / *Cuts and Notches by Karol Pichler.* 2/00, s./pg. 6-7.
- Đurecová, Soňa** / Menej je viac / *Less is More.* 1/00, s./pg. 9-10.
- Đurecová, Soňa** / K. F. A.: Architektúra a dizajn 1990 - 2000 / *K. F. A.: Architecture and Design 1990 - 2000.* 4/00, s./pg. 19.
- Fábri, Ľubica** / Možno ešte nábytok inovovať? / *Can Furniture Be Inovated?.* 2/00, s./pg. 66-68.
- Fábri, Ľubica** / Norman Foster pre Thonet / *Norman Foster for Thonet.* 1/00, s./pg. 14.
- Fábri, Ľubica** / Sklo Olivera Lešša v Londýne / *Glass by Oliver Leššo in London.* 3/00, s./pg. 12.
- Fábri, Ľubica** / Projekt Každý deň dizajn 2000 / *Project Design Day-by-Day 2000.* 4/00, s./pg. 6-7.
- Fábri, Ľubica** / Hračky / *Toys.* 4/00, s./pg. 14.
- Swann, Marina** / Slovenskí dizajnéri nábytku / *Slovak Furniture Designers.* 4/00, s./pg. 16-18.
- Gažovičová, Nina** / Šesťkrát sklo / *Six Times Glass.* 3/00, s./pg. 56-59.
- Hallonová, Katarína** / Znovuobjavenie drôtu / *Re-discovering of Wire.* 3/00, s./pg. 52-55.
- Hubová, Katarína** / Bunker / *The Bunker.* 2/00, s./pg. 10-13.
- Hustá, Ľubica** / Nábytok značky Tatra - dedičstvo tradície / *Tatra Trade Mark Furniture - Heritage of Tradition.* 2/00, s./pg. 56-58.
- Hustá, Ľubica** / Prieskum po prieskume / *Survey after Survey.* 3/00, s./pg. 50-51.
- Jaššo, Matej** / Corporate Identity (1). 4/00, s./pg. 49.
- June, Dušan** / Svet priateľov / *World of Friends.* 4/00, s./pg. 66.
- June, Dušan** / Jan Rajlich st.: Grafický dizajn - činnosť so zmyslom pre človeka (Recenzia) / *Jan Rajlich Sr.: Graphic Design - Significant Activity for Human Beings (Review).* Skvelá storočná poľského divadelného plagátu / *Excellent 100 Years of Polish Theatre Poster.* 4/00, s./pg. 67.
- Kabát, Milan** / Desing 1999 - program podpory / *Design 1999 - Support Program.* 1/00, s./pg. 54-55.
- Kabát, Milan** / Vynikajúci výrobok roka 2000 / *Excellent Produkt 2000.* 2/00, s./pg. 18-19.
- Kádnerová, Michaela** / Manželstvo štruktúry a formy / *Structure & Form Marriage.* 2/00, s./pg. 64-65.
- Kádnerová, Michaela** / List z Prahy / *Letter from Prague.* 4/00, s./pg. 30-31.
- Kendži, Eukan** / Organizácia Design of the World / *Design for the World Organisation.* 1/00, s./pg. 35.
- Kleinová Viera, Ľubica Hustá** / Miesto pre dizajn / *Place for Design.* 1/00, s./pg. 16-19.
- Kleinová, Viera** / Aura X. 3/00, s./pg. 14.
- Kleinová, Viera** / Fórum designu 2000 / *Design Forum 2000.* 2/00, s./pg. 44-49.
- Kočandrl, Jiří** / Papierový kontajner / *Paper Container.* 2/00, s./pg. 51.
- Kolesár, Zdeno** / Dizajn 90. rokov / *Design in the 1990's.* 2/00, s./pg. 28-32.
- Kotradýová, Veronika** / Ohľaduplný nábytok / *Friendly Furniture.* 2/00, s./pg. 50.
- Krátke Informácie** / *Short Information* / 3. európske regionálne stretnutie / *Third European Regional Meeting.* 3/00, s./pg. 34-35.
- Krátke Informácie** / *Short information.* 4/00, s./pg. 33.
- Krátky, Andrej** / Písmo a otvorený priestor času / *Writing and Open Time Space.* 4/00, s./pg. 52-55.
- Macdonald, Alastair S.** / Glasgowská zbierka: Prvá séria / *Glasgow Collection: First Sequence.* 4/00, s./pg. 28-29.
- Lamarová, Milena** / Ako sa konzumuje remeslo / *How is Craft Consumed.* 3/00, s./pg. 48-49.
- Lenková, Anna** / O krehkej vznešenosti skla / *On Fragile Nobleness of Glass.* 3/00, s./pg. 47.
- Longauer, Ľubomír** / Typografický puritán Peter Ďurík / *Typographic Puritan Peter Ďurík.* 1/00, s./pg. 23-25.
- md** / Dekoratívny papier / *Decorative Paper.* 3/00, s./pg. 27.
- mm** / Mladý obal / *Young Packaging.* 3/00, s./pg. 16-17.
- mr** / Vyrobené v Piemonte / *Made in Piemont.* 3/00, s./pg. 15.
- Michlíková, Margita** / Gold Pack 2000. 4/00, s./pg. 64-65.
- Mrázová, Margita** / Právna ochrana dizajnu / *Designer's Rights Protection.* 1/00, s./pg. 52.
- O'Mahonyová, Marie** / Technický textil - revolučný materiál v dizajne a architektúre / *Techno Textiles - Revolutionary Fabrics for Design and Architecture.* 1/00, s./pg. 60-63.
- en/** Interiér roku 2000 / *Interior 2000.* 2/00, s./pg. 15-17.
- en/** Rekondičný bicykel / *Re-conditioning cycle.* 2/00, s./pg. 69.
- Ondrušková, Anna** / Keramické konfrontácie / *Ceramics Confrontations.* 3/00, s./pg. 60-61.
- Ondruška, Jaroslav** / Priemyselný dizajn na Slovensku 1990 - 2000 / *Industrial Design in Slovakia 1990 - 2000.* 4/00, s./pg. 8-11.
- Pauly, Jana** / Český študentský dizajn / *Czech Student Design.* 2/00, s./pg. 14.
- Pauly, Jana** / Find. 1/00, s./pg. 15.
- Pauly, Jana** / Porcelánový experiment / *Porcelain Experiment.* 3/00, s./pg. 28-29.
- Pauly, Jana** / Vlny - mladý nórsky dizajn nábytku / *Waves - Young Norwegian Furniture Design.* 2/00, s./pg. 8.
- Pauly, Jana** / Furio Minuti. 4/00, s./pg. 26-27.
- Pedersenová Ľubica** / Nové sídlo DDC v Kodani / *New DDC Residence.* 1/00, s./pg. 58-59.
- Pedersenová, Ľubica** / Globálny prístup / *Global Approach.* 1/00, s./pg. 56-57.
- Pedersenová, Ľubica** / Tri vlnovky / *Three Waves.* 3/00, s./pg. 62-65.
- Pekárová, Adriana** / Dizajn a kvalita. (Rozhovor s Jánom Brisudom) / *Design and Quality (Interview with Ján Brisuda.* 1/00), s./pg. 53-54.
- Pekárová, Adriana** / Dizajn a remeslo, Beseda v redakcii / *Design and Crafts. Meeting in Editorial Office.* 3/00, s./pg. 41-44.
- Pekárová, Adriana** / Hľadanie konceptu. Otázky Gabriele Pezziniho / *Search for concept. Questions by Gabriele Pezzini.* 2/00, s./pg. 22-24.
- Pekárová, Adriana** / Národná cena za dizajn / *National Prize for Design.* 1/00, s./pg. 41-51.

Obsah Contents

Editorial 3

ANKETA POLL

O súvislostiach vecí, 4. časť. / *On the Interdependency of Things, part IV.*

Odpovedajú / *Answers by:* František Burian, Peter Mesiarik, Peter Paliatka, Ľubica Fábri 4

VÝSTAVY EXHIBITIONS

Ľubica Fábri: Každý deň dizajn 2000 / *Design Day-by-Day 2000* 6

Jaroslav Ondruška: Priemyselný dizajn na Slovensku 1990 – 2000

Industrial Design in Slovakia 1990 – 2000 8

Marina Swan: FORMA 2000 – Fantázia a disciplína

FORMA 2000 – Fantasy and Discipline 12

Ľubica Fábri: Hračky / *Toys* 14

Zora Valentová: Zima 2000 / *Winter 2000* 15

Marina Swann: Slovenskí dizajnéri nábytku

Slovak Furniture Designers 16

Soňa Ďurecová: K. F. A.: Architektúra a dizajn 1990 – 2000

K. F. A.: Architecture and Design 1990 – 2000 19

Mária Rišková: Trienále plagátu Trnava 2000

Trnava Poster Triennial 2000 20

DIZAJNÉRI DESIGNERS

Jana Pauly: Furio Minuti 26

Alastair S. Macdonald: Glasgowská zbierka: Prvá séria

Glasgow Collection: First sequence 28

LIST Z... LETTER FROM...

Michaela Kádnerová: ... Prahy

... Prague 30

Zuzana Bodnárová: Nová galéria na Dunaji / *New Gallery at Danube* 32

Krátke informácie / *Short Information* 33

ICSID, ICOGRADA, IFI 34

Manifest - Najprv to hlavné

Manifest - First things first 35

English Summary 37–40

TÉMA: GRAFICKÝ DIZAJN TOPIC: GRAPHIC DESIGN

Grafický dizajn dnes a tu (anketa) / *Graphic Design Today and Here (poll)*

Odpovedajú / *Answers by:* V. Jurkovič, M. Machajdík, M. Mravčák, J. Králik, V. Rostoka, P. Huba, R. Paršo, R. Uličný 41

Matej Jaško: Corporate Identity (1) 47

Mária Riháková: Dizajn ako otvorený priestor (Bienále Brno 2000)

Design as an Open Space (Brno Biennial 2000) 49

J. Balušíková: Bienvenue au Centre Pompidou (Nová vizuálna identita Centre Pompidou)

Welcome to Centre Pompidou (New Visual Identity of Centre Pompidou) 52

Andrej Krátky: Písmo a otvorený priestor času

Writing and Open Time Space 54

Margita Michlíková: Gold Pack 2000 60

Lenka Bajželj: BIO 2000 62

Karol Pichler: Biennale Internationale Design 2000 Saint-Étienne

International Design Biennial 2000 in Saint-Étienne 64

Dušan Junek: Svet priateľov

World of Friends 66

Recenzia / *Review* 67

Dušan Junek: Jan Rajlich: Grafický dizajn – činnosť so zmyslom pre človeka

Jan Rajlich: *Graphic Design – Significant Activity for Human Beings*

Dušan Junek: Skvelá storočnica poľského divadelného plagátu

Excellent 100 Years of Polish Theatre Poster

MOZAIKA INFORMÁCIÍ INFORMATION MOSAIC

Študentská súťaž EX-ECO / *Student Competition EX-ECO*. Nový dizajn pre MORU Slovakia / *New Design for MORA Slovakia*. Bývanie tretieho tisícročia / *Living of the Third Millenium*. Cena časopisu ARCH 2000 / *Award of Magazine ARCH 2000*. Národná cena Slovenskej republiky za kvalitu / *Slovak Republic National Award for Quality*. Driade a „easyliving“ / *Driade and Easyliving* 68

DE SIGN[®]UM

revue dizajnu ■ design magazine
VII. ročník ■ volume VII.
vychádza 4-krát ročne ■ a quarterly
číslo 4/2000 ■ number 4/2000

Vydáva ■ Edited by

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

Redakcia ■ Editorial team

Lubica Fábri (šéfredaktorka,
editor-in-chief), Viktória Krivošíková
(redaktorka, editor), Andrea Zlochová
(tajomníčka, secretary).

Grafická úprava ■ Graphics

Zuzana Chmelová

Spolupracovníci redakcie: Anton Ben-
dis, Soňa Ďurecová, Miroslav Horňák,
Katarína Hubová, Pavel Choma, Zdeno
Kolesár, Jiří Pelcl, Dagmar Poláčková,
Marek Škripeň.

Zahraniční spolupracovníci

■ Foreign correspondents

Lenka Bajželj (Lubľana), Peter Biľak
(Maastricht), Maria Korbel (Frankfurt),
Alastair S. Macdonald (Glasgow),
Jan Michl (Oslo), Jana Pauly (Praha),
Lubica Pedersen (Kodaň),
Edward Toran (New York), Zdenka
Yousefzamani (Hamburg)

Poštová adresa ■ Postal address

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

Sídlo redakcie ■ Address

Jakubovo nám. 12, Bratislava
telefón ■ phone:

+421 (0)7 52 93 15 64
fax: +421 (0)7 52 93 18 38,
52 93 15 64

e-mail: sdcsdc.sk

Nevyžiadané rukopisy, fotografie
a diapozitívy sa nevracajú.

PrePress:

Transec Europrint a.s., Bratislava

Tlač ■ Printing

BTB Bratislava

© SCD

ISSN 1335-034X

Registrované MK SR č. 889/93

Voľný predaj

Vybrané galérie a kníhkupectvá
v SR a ČR.

Distribuuje a objednávky prijíma ■ Distribution and Subscription orders

pre SR:

L. K. Permanent, spol. s r. o.

P. O. BOX 4

834 14 Bratislava

tel.: 07/44 45 37 11

fax: 07/44 37 33 11

e-mail: lkperm@lkpermanent.sk

pre ČR:

A.L.L. Production

P.O.Box 732

111 21 Praha 1

Podávanie novinových zásielok
povolené Riaditeľstvom poštovej
prepravy, Bratislava, pošta 12,
pod číslom 197/93.

Mediálny partner SCD:

S I T A
SLOVENSKÁ TLAČOVÁ AGENTÚRA

Oficiálny partner pre výstavnú činnosť:

K.F.A.
Architecture & Design

nezabudnite si doplniť svoju knižnicu

Zdeno Kolesár:

Kapitoly z dejín dizajnu II. diel

100 Sk priamo u vydavateľa

120 Sk odporúčaná cena u predajcov

140 Kč (pre ČR)

Objednávky v rámci SR **písomne alebo e-mailom** prijíma
redakcia DE SIGN UM (adresa v tiráži)
Objednávky do ČR vybavuje: A.L.L. Production (adresa v tiráži)



špeciálna ponuka

pre záujemcov o históriu dizajnu, ktorí si ešte nekúpili I. diel

Ak si zakúpite oba diely kapitol súčasne, zaplatíte **len 160,- Sk**

Ponuka sa vzťahuje len na predaj
u vydavateľa (SCD)

HLAVNÉ TÉMY BUDÚCICH ČÍSIEL:

DE SIGN UM 1/2001 - TRADÍCIE A HISTÓRIA DIZAJNU

DE SIGN UM 2/2001 - DIZAJNÉRI A PRIEMYSEL

DE SIGN UM 3/2001 - DIZAJNÉRSKE VZDELÁVANIE

DE SIGN UM 4/2001 - GRAFICKÝ DIZAJN

Milí čitatelia, aj keď oneskorene, o to úprimnejšie vám chcem zaželať zdravý, úspešný a radostný rok 2001! Súčasne vám ďakujem v mene všetkých kolegov za záujem a dôveru, ktorú ste nám v minulom roku prejavili. V novom roku vyvineme čo najviac úsilia, aby sme si váš záujem opäť zaslúžili a vašu dôveru nesklamali. Viem, že to nebude ľahké vzhľadom k neočakávaným, a zdôrazňujem, že mnou neželaným personálnym zmenám, ktoré nastali v našom redakčnom tíme. Chcem sa aj touto cestou poďakovať redaktorky Márii Rihárovej a osobitne Adriene Pekárovej, dlhoročnej šéfredaktorky, za prácu, ktorú vykonali pri príprave nášho časopisu a ďalších neperiodických publikácií SCD. Mrzí ma, že sa rozhodli ukončiť svoje pôsobenie v našej inštitúcii a v redakcii De Sign Um. Nezostáva nám však iné, než toto rozhodnutie rešpektovať a vás, milí čitatelia, požiadať o zhovievavosť, kým sa nám podarí znova dobudovať zohratý redakčný tím. Štvrťročník De Sign Um chceme v budúcom roku vydávať v nezmenenej periodicite, v nezmenenom rozsahu a v nezmenenej technickej kvalite. S pripravovanými zmenami v obsahovej náplni – pozitívnymi – vás oboznámim v prvom čísle roku 2001. Všetkým čitateľom, a predplatiteľom nášho časopisu obzvlášť, sa chcem ospravedlniť za takmer dvojmesačný sklz vo vydaní tohto čísla. Dôvodom, prečo sa vám časopis dostáva do rúk tak neskoro, som ja osobne, konkrétne moja naivná viera v profesionalitu a serióznosť ľudí. Na sklonku minulého roka mi bola uštedrená síce bolestná, zato poučná lekcia o tom, ako ľahko sa môže zmeniť profesionalita a serióznosť na zlobu či dokonca nenávisť, keď stúpnu nároky na pracovnú morálku, keď treba začať uznávať nielen svoje práva, ale aj povinnosti a keď sa vyžaduje nielen za svoje rozhodovanie a konanie zodpovednosť. S nezmyselnými a zbytočne vyvolanými problémami sme si, aj keď to nebolo možné inak než na úkor odbornej práce, poradili. Dúfam, že to do budúcnosti odradí každého, kto by chcel miesto sebareflexie znevažovať a negovať snahu a prácu, za ktorou som nielen ja, ale i celá inštitúcia a jej seriózni pracovníci. Želám nám všetkým v novom roku okrem úspechov, zdravia a radosti aj viac tolerancie, pochopenia a vzájomnej úcty!

Lubica Fábri
riaditeľka SCD

o súvislostiach vecí

Obraz o tom, ako vnímajú posuny v rozvoji dizajnu zo svojho pohľadu dizajnéri, podnikatelia, teoretici, novinári či pedagógovia, by mala vytvoriť anketa, ktorá prebieha od prvého tohtoročného čísla DE SIGN UM. Vyjadrujú sa v nej odborníci z rôznych oblastí, v ktorých hrá dizajn dôležitú rolu. Zaujímajú nás aj reakcie širšej odbornej verejnosti, čitateľov, ktorým sa dostáva náš časopis do rúk. Napíšte nám, aké sú vaše skúsenosti a názory.

Redakcia

V ankete kladieme respondentom tieto otázky:

1. Čo vás zaujalo v súvislosti s dizajnom na našej domácej scéne za posledných 10 rokov? (Môžete hodnotiť vývoj dizajnu na Slovensku všeobecne, posun v chápaní dizajnu u odborníkov, resp. verejnosti – ak sa o tom dá hovoriť, príp. spomenúť produkty, artefakty úžitkového umenia, aktivity, osobnosti...)
2. Potrebuje podľa vás dizajn podporu? Akú?
3. Čo z dizajnu 20. storočia považujete za podstatné a nadčasové (produkty, riešenia, myšlienky, osobnosti...)?

Prof. František Burian, akad. sochár, vedúci Ateliéru produkt dizajnu VŠVU v Bratislave

1. Som už tak trochu pamätník a v tomto kontexte som rozmýšľal, ako odpovedať na vašu otázku. Pred rokom 1989 sme sa my dizajnéri stretávali na rôznych seminároch a diskutovali často len sami medzi sebou, chýbali tam zástupcovia výrobných sfér. Od tých čias sa toho veľa nezmenilo. Výrobcovia starosti okolo dizajnu až tak nevnímajú. Transformačný proces je komplikovanejší, ako sa predpokladalo. V oblasti produktov by som nezdôrazňoval žiadne konkrétne výrobky, zdá sa mi, že za posledných 10 rokov sa v porovnaní s minulosťou neudialo nič výnimočné. No rešpekt si nesporne zaslúžia dizajnérske produkty slovenských firiem, ktoré boli ocenené v súťažiach organizovaných Slovenským centrom dizajnu. Pozitívnym signálom bolo založenie Slovenského centra dizajnu a jeho vtedajšie aktivity – boli iniciované medzinárodné projekty, výstavy, medzinárodné konferencie, ako aj zvolenie prvej riaditeľky SCD PhDr. Zdenky Burianovej za člena výkonného výboru inštitúcie ICSID a ICOGRADA, ďalej založenie časopisu DE SIGN UM s jeho domácim a medzinárodným ohlasom. Pokiaľ ide o školy, treba zdôrazniť iniciovanie a reštrukturalizáciu výučby dizajnérov na vysokých školách. V súčasnosti máme na Slovensku štyri katedry dizajnu, čo predstavuje oveľa bohatší profesionálny potenciál do budúcnosti. Vzniká zdravé konkurenčné prostredie, je možné medzi školami migrovať, študovať v zahraničí – a to je veľmi užitočné.



2. Samozrejme, že v dnešnej spoločnosti, ktorá prechádza transformáciou, by podporu potrebovali aj mnohé iné rezorty. Myslím si, že spotrebný dizajn, ktorý je dnes už aj tak doménou súkromnej sféry, podporu nepotrebuje. Všimnite si, že podniky veľmi dobre vedia, že ak chcú obstáť v konkurencii, musia využiť dizajn. Obrovské peniaze idú na reklamu a berie sa to ako samozrejmosť. Keby sa časť prostriedkov určených na reklamu dala na podporu vývoja dizajnu, tak by možno jeho produkty boli oveľa uspokojivejšie. Podporu by mali dostať zmysluplné projekty, ktoré sa týkajú verejnej sféry a služieb. Bolo by potrebné podporiť a poskytnúť napríklad väčší priestor verejnej doprave, urbánnemu prostrediu alebo projektom, ktoré sa týkajú staršej populácie atď., teda veciam, ktoré majú

za cieľ skutočné skvalitnenie životných podmienok. Na druhej strane sme dnes konfrontovaní s kritikou negatívneho dopadu globálnej nadprodukcie rôznych výrobkov. Vyspelý západný priemysel využíva sily dizajnu, vyrába tisíce produktov a stimuluje ľudí, aby ich kupovali a konzumovali. No je to aj ekologický uhol pohľadu, ktorý práve v tomto vidí veľké nebezpečenstvo. Napokon jedného dňa by ekológovia mohli požiadať o podporu pri odstraňovaní „následkov dizajnu“, pretože dizajn sa svojou podstatou podieľa na enormnej produktivite a konzume. Aj keby všetky produkty boli z hľadiska dizajnu kvalitné, vznikne tak či onak problém, čo s ním. Napríklad autá budú maximálne „vydizajnované“, ale jedného dňa aj tak všetci uviaznu v dopravných zápchach. Optimisti tvrdia, že to vyrieši technológia. No i napriek novým zdrojom energie sa nevyrieši problém miesta, limitovaných zdrojov, populačných zdrojov a túžby vlastníka konzumovať. V porovnaní s mojou generáciou, ktorá pôsobila v období nedostatku atraktívneho spotrebného tovaru, je dnešná mladá generácia dizajnérov vystavená obrovskej konkurencii výrobkov z celého sveta a nie je jednoduché nájsť vo vlastnej tvorbe nezaplnenú „medzierku“. Niektorí naši študenti prirodzene vnímajú kontroverzné postoje v súvislosti s globalizáciou, ekológiou atď. Na druhej strane je vzrušujúce vymýšľať stále niečo iné a nové, aj keď to bude mať krátky život – podobne ako módna kolekcia. Priláha ich aj medializácia dizajnu, glorifikácia výrobkov a ich autorov. No treba aj vytvárať priestor kritike, pochybnostiam, hľadaniu alternatívnych spôsobov a pravdiviejšiemu pochopeniu „života“, ktorý chceme vylepšiť.

3. Otázka smerujúca k dizajnu v 20. storočí by, samozrejme, vyžadovala oveľa väčší priestor. Každá dekáda tohto storočia má svojich skvelých autorov a vynikajúce produkty, ktoré treba chápať v kontexte doby. Napríklad obdobie povojnového produktivizmu, keď sa optimisticky verilo v dizajn ako nástroj, ktorý skvalitní ľudský život a podporí ekonomiku, vyvolalo nadšenie z nových a pohodlnejších produktov. Na druhej strane už v 60-tych rokoch to bol taliansky dizajn, ktorý okrem kreatívnych výrobkov bol aj veľmi provokatívny a kritický. Vezmime si len hnutie okolo Ettoreho Sottsass, ktorý už vtedy vyjadroval odvážne a radikálne názory na reformu dizajnu. Taliansky dizajn aj s takýmto kritickými prúdmi mi bol vždy sympatický. No poďme ďalej, na koniec tohto storočia, keď virtuálna realita nahrádza realitu života, komunikácia cez Internet je už samozrej-

mosťou a na dizajnérske kongresoch sa hovorí o dizajne systémov, kde myšlienka je dôležitejšia ako jej materiálne vyhotovenie. Pokiaľ by som mal menovať výrobok, ktorý ma v poslednom čase oslovil, tak by to bola „fosforeskujúca myš“ alebo „ovečka Dolly“ a iné genetické mutanty... Žeby nové technológie pre dizajnérov, alebo sa dizajnéri rekvifikujú na tvorcov ilúzií a príbehov? Často sa hovorí o zodpovednosti dizajnéra. Dizajn určite nebude v úlohe záchrancu, ktorý skvalitní ľudský život, ten je oveľa komplikovanejší. Ukazuje sa, že konzum vyznačujúci sa trojčlenkou kúpim – spotrebujem – vyhodím neprináša v dnešnej ohrozenej spoločnosti uspokojenie základných ľudských potrieb, ako je láska a šťastie. To sú otázky, nad ktorými sa zamýšľajú nielen dizajnéri. Určitá skupina ľudí dnes už celkom programovo vyznáva filozofiu, že život môže byť skromnejší, a nemusí byť chudobnejší. Pomohlo by, keby sa viacerí zamysleli nad tým, že život nie je len spotreba, ale aj niečo duchovnejšie.

akad. arch. Peter Mesiarik, architekt a dizajnér

1. Slovensko je krajina, ktorá má všetky príznaky chorého organizmu. Organizmu, v ktorom majú silnejšiu pozíciu zhubné nádory, a preto sa mi páči, že v tomto spoločenskom vývojovom období vychádza taký časopis, akým je DeSignUm. Páči sa mi, že na výstave Byvanie v Nitre už každý rok prebieha akcia FÓRUM DIZAJNU a že vôbec existujú také firmy ako MOBILIER, NOVA INTERIER, PLASTED a pod. Dizajn je fenomén (a hlavne priemyselný dizajn), ktorý je zrkadlom úrovne a vzdelania spoločnosti. Vzdelanie spoločnosti sa nedefinuje počtom vzdelaných ľudí, ale prihladá sa, akí ľudia spoločnosť riadia. Takže podľa tohto zrkadla môžeme aj spätne sledovať, akými cestami sa dizajn na Slovensku uberal. Vieme, že v minulom režime o tom rozhodovali nevdzaní ľudia, že títo sa cez



rôzne zlepšovateľské úderky stávali dokonca spoluautormi. Táto vlastnosť sa preniesla aj do dnešných čias, keď o tom, ako daný výrobok bude vyzerať, rozhodujú ľudia v tomto odbore nevdzaní a len z pozície šéfa alebo majiteľa. Tieto vlastnosti ovplyvňujú v podstate celý chod spoločnosti. Určite aj v časoch minulých existovali ľudia, ktorých si dodnes vážim a ovplyvnili aj môj život, napríklad moji pedagógovia pán Ján Kopnický, pán Josef Svoboda a moji kolegovia Jirko Petřivý, Janko Huťan, Magda Sěpová a Milan Lovas.

2 V ekonomicky a spoločensky vyspelej krajine chápem dizajn ako každý iný tovar, ktorý sa ocitá na trhu. Ako som už povedal, úroveň dizajnu odráža úroveň spoločnosti a spätne mieru, akou spoločnosť dizajnu pomáha. Dizajn nepotrebuje pomoc v podobe vreca plného peňazí. Dizajn sa dá pomôcť verejnými masmediálnymi prostriedkami (napríklad, že okrem MISS Slovenska uvedie do života aj udeľovanie ceny za Dizajn roka). Pomôcť sa dá napríklad tak, že firma, ktorá na trh uvedie tovar na dobrej estetickú úroveň a bude dokonca recyklovateľný, sa dostane do nižšej daňovej skupiny, alebo keď niekto dostane cenu Dizajn roka, výrobca bude mať na tento tovar celý rok daňové prázdniny. Keď to zhrnieme, dizajnu pomôže hlavne vzdelaný a inteligentný investor a užívateľ. A tých najviac ovplyvňujú masmediálne prostriedky.

3 Dizajn, ktorý dnes pretrvávajú a dokonca inšpiruje dizajnérov nábytku, je dizajn známej série stoličiek, nazvaných podľa rakúskeho tvorcu nábytku Thonet – tonetiek, ich účelovosť a maximálne využitie možnosti tvarovania materiálu. Samozrejme dizajn nie je len stolička, ale je to možno najviac používaný predmet v akejkoľvek podobe. Obdivujem dizajnérov, ktorí vytvárajú také krásne veci ako AUDI TT, odšľavovač Philippe STARKA alebo hodinky SWATCH. Vývoj dizajnu budú podľa mňa ovplyvňovať mimo už spomenutých kritérií hlavne technologická a materiálová základňa, vzťah k životnému prostrediu a správny rebríček hodnôt.

Doc. Peter Paliatka,
vedúci katedry dizajnu STU
v Bratislave



1 Posledných desať rokov vnímam v úzkej súvislosti so spoločenskou zmenou, ktorá sa udiala po roku 1989. Zásadným spôsobom sa zmenilo myslenie ľudí a v oblasti dizajnu sa dizajnér ocitol v inej polohe k svojmu zákazníkovi, objednávateľovi. Aj keď určité obdobie bolo mŕtve, kým sa priemysel transformoval. Povedal by som, že asi päť rokov po revolúcii bolo vákuum, vôbec sa neinvestovalo do nových výrobkov, výroba stagnovala. Situácia sa v podstate zlepšila, pretože výrobná sféra je pružnejšia, koná samostatnejšie. Ľudia, ktorí majú vo výrobných podnikoch na starosti dizajn, sú promptnejší, dobre sa s nimi jedná. Hoci aj dnes nie je stav v priemysle jednoduchý, mnohé veľké podniky, ako napr. Armatúrka Myjava, s ktorou som dlhé roky spolupracoval, alebo Tesla – sú v konkurencii. Tieto tradičné fabriky, ktoré boli svojou výrobou zásadne postavené na dizajne, odchádzajú.

Positívum je, že tí, čo obstáli v konkurencii, majú záujem o dizajn, idú cestou priaznivou pre dizajn. Negatívnou stránkou tohto vývoja zasa je, že možnosti uplatnenia dizajnéra je stále menej. Sú firmy drobnejšieho charakteru, ktoré sú aktívnejšie. Potom je tu aj možnosť, ktorú poskytujú veľkí zahraniční výrobcovia, napr.

Volkswagen, ktorý je ochotný akceptovať aj našich dizajnérov a ich intelektuálny potenciál, ale za prácu musia ísť von, s čím súvisia rôzne administratívne prekážky, ako je napr. vybavenie pracovného povolenia a pod. To však je veľmi pozitívne, najmä mladá generácia sa začína „chytať“, vydobyla si svoje miesto. Je dravá, životaschopná, tu skutočne chýba len upravenie legislatívnych bariér na jej optimálne uplatnenie sa v praxi.

Podľa mňa je to jeden z najväčších prínosov tohto obdobia. Hovorí to mňa, samozrejme, pedagóg – som rád, že sa mladá generácia uplatňuje. Mladí dizajnéri vstúpili do tejto profesie už ako zrelí podnikatelia, vedia si poradiť, postaviť štúdio, vybaviť ho technicky. Vedú zvládnuť aj manažment a obchodnú stránku podnikania. Okrem toho majú tú výhodu, že dostávajú dobré základy aj z „klasického“ dizajnerského vzdelania – kreslenia, modelovania, narábania s mate-

riálom, a – samozrejme – sú veľmi dobrí aj v počítačoch. Slovenské dizajnerské školy za posledných desať rokov vychovali množstvo odborníkov, aj keď mnohí odišli nenávratne do inej sféry. Dizajnéri hľadajú prácu na svetovom trhu a ak dôjde k zlomeniu spomínaných bariér, tak to bude masovejší jav. Tak ako nám Európa svojím spôsobom „naučuje“ pravidlá ekonomiky, my späťne očakávame, že aj oni otvoria možnosti uplatnenia na svojom trhu práce. Je dobré, že na Slovensku máme už aj inštitúcie, ktoré podporujú dizajn. Mám na mysli Slovenské centrum dizajnu, ktoré nám mnohí kolegovia z oblasti voľného umenia alebo architektúry závidia. Je to odborné dobre postavená inštitúcia, ktorá organizuje dôležitú súťaž Národná cena za dizajn a iné aktivity. Vydáva časopis, ktorý je uznávaný v celom svete a je svojím spôsobom obdivovaný, že niečo také vôbec u nás existuje.

2 Isté existujú rôzne podpory – nadácie, granty, možno by sa mala poskytovať úľava na daniach, ale najlepšou podporou je pre mňa rozvinutá priemyselná výroba a infraštruktúra, pracovný trh. Veď dizajnér je len vtedy ozajstným dizajnérom, ak sa jeho návrh realizuje vo výrobe, zákazník si ho ohmata, zhodnotí.

3 Určite by sa dalo hovoriť o mnohých postavách dizajnu, ktoré človeka nadchli. Skôr sa treba pozrieť na umenie en bloc, ktoré ide v línii postmodernity, ale cítiť tu návrat. Boli už aj bohatšie vlny v dizajne – napr. 60. roky boli skvelé, a nebolo to žiadne retro, boli originálne, v ich čistote vyvrcholil funkcionalizmus. Postmoderna je krásna, aj návraty k histórii sú krásne, ale nedá sa to porovnať s tou revolučnosťou, ktorú priniesol pre dizajn funkcionalizmus. Funkcionalizmus sa objavuje aj v postmoderne. Tradícia vzdelania u nás, ktorá je postavená na princípoch Bauhausu, tu existuje. Naši tvorcovia – architekti aj dizajnéri – sa k nej vracajú. V každej dobe príde niečo nové, ale niečo revolučné, celkom nové, to dnes chýba. Všetko však záleží od vývoja spoločnosti, tam sa musia odohrať hlavné zmeny. Dizajn je len ich špecifickým odrazom.

Ing. arch. **Ľubica Fábri,** dizajnérka a riaditeľka Slovenského centra dizajnu od r. 1999

1 Udivuje ma, teší a povzbudzuje, že napriek tomu, ako a kam sa na Slovensku po roku 1989 uberá hospodárstvo, spoločnosť, kultúra a zdravý rozum, priemyselný dizajn nezmizol úplne a definitívne z jeho mapy. Všetkým, ktorí sa o to zaslúžili, patrí môj obdiv a úcta – zakladateľom Slovenského centra dizajnu a časopisu De Sign Um, pedagógom, ktorí pomohli rozšíriť kvalitné dizajnerské vzdelávanie, autorom píšucim o dizajne, historikom, ktorí zachraňovali aspoň



čo-to z kultúrneho dedičstva, ktoré sa v dizajne pred rokom 1989 vytvorilo, no predovšetkým patrí dizajnérom, ktorí začali (alebo neprestali) neúnavne klopať na zatvorené dvere výrobcov či klientov a dokázali popritom pracovať aj na zlepšení vlastnej profesionalita. Vieme, že napriek nemalému úsiliu sa nám nepodarilo a nedari dosiahnuť primerané spoločenské uplatnenie a uznanie dizajnu ako ekonomického nástroja a kultúrneho fenoménu, ktorý môže prinášať úžitok a zlepšenie kvality života v našej krajine. Je to dôvod na prehnaný pesimizmus, alebo náročná výzva, s ktorou sme nerátali? Kým dizajn prijíma naša spoločnosť, má aj dizajn u nás čo dobíhať – začať si vážiť svoje korene, stavať na nich, čerpať z poznatkov marketingu, nových vedných a technických disciplín, naučiť sa pracovať v prospech klienta a spotrebiteľa, pomáhať budovať firemné stratégie, naučiť sa rešpektovať zákony trhu v súlade so zákonmi prírody

a etiky. A ponúkať čoraz viac dobrých, užitočných a nadčasových riešení. Hrozí nám totiž, že skôr než dizajn u nás presvedčí spoločnosť o svojej potrebnosti, svet okolo nás sa utvrdí v jeho nadbytočnosti. Na menej „filozofickej úrovni“ sa teším, že sme spolu s ostatnými spolupracovníkmi z nášho centra za pomoci dizajnérov i nemnohých nadšencov z radov výrobcov, galleristov a obchodníkov pomohli v posledných mesiacoch prebudíť záujem verejnosti o dizajn podujatiami, ako boli výstava Priemyselný dizajn na Slovensku 1990 – 2000 či projekt Každý deň dizajn.

2 Musím odpovedať protitázkou: Je podpora tým, čo dizajn na Slovensku potrebuje najväčší? Nie, nie je. Po viac než ročnej skúsenosti z riadenia Slovenského centra dizajnu dochádzam k čoraz silnejšiemu presvedčeniu, že dizajn u nás potrebuje predovšetkým pochopenie, a až potom môže očakávať podporu. Ak totiž má ktokoľvek čokoľvek skutočne podporiť – teda nielen slovami, ale zmysluplnými skutkami –, musí najprv vedieť, čo chce podporiť a prečo. Úprimne: ak nerátame odbornú dizajnerskú verejnosť, koľko je v súčasnosti na Slovensku tých, ktorí majú dostatočné poznanie a skutočné presvedčenie, aby mohli a chceli pomôcť širšiemu uplatneniu dizajnu a jeho užitočnosti v prospech všetkých? Koľko je u nás vo veci dizajnu osvietených politikov, uvedomelých manažérov a manažmentov, koľko máme pre domáci dizajn zapálených obchodníkov a nadšencov zákazníkov? Myslím si, že my všetci, ktorí tvoríme nevelikú slovenskú odbornú verejnosť – dizajnéri, teoretici, historici dizajnu, pedagógovia či študenti dizajnu, si málo pripomíname jeden závažný a neodškriepiteľný fakt. Kým vo väčšine okolitého sveta je to, čo robíme zabehnutá prax, na Slovensku to nemožno pomenovať inak ako: priekopnícka práca. Ako všetci priekopníci pred nami, ani my nemôžeme očakávať, že spoločnosť prijme naše myšlienky a presvedčenie zaraz, ba čo viac: nemôžeme očakávať, že ich prijme bez nášho spoločného pričinenia a nasadenia. Správajme sa teda podľa toho. Prestaňme sa neustálym nariekáním, kritikou či intrigami v našom kruhu „nepochopených“. Robme každý predovšetkým to, čo máme a vieme robiť, robme to najlepšie, ako vieme, dôverujme si navzájom, podporujme sa navzájom, spájajme sily. Potom dokážeme presvedčiť iných i získať pre dizajn vôbec nejaký druh reálnej podpory. Náš cieľ – dosiahnuť komplexnú a cielavedomú podporu rozvoja dizajnu zo strany štátu: väčšie investície do dizajnerského školstva, účinné vzdelávanie vo vysokoškolských odboroch úzko súvisiacich s uplatnením dizajnu v praxi, finančnú podporu domácich výrobcov, predajcov či vývozcov dobrého pôvodného dizajnu, humanizáciu spoločenského života a životného prostredia za pomoci dobrého dizajnu – bude vyžadovať nesmierne veľa úsilia a času. Možno oveľa viac, než je väčšina z nás ochotná vynaložiť. Žijeme a pracujeme v krajine s nízkym spoločenským povedomím, uvedomelosťou a zodpovednosťou v mnohých oblastiach nášho života. Nerobme si preto ilúzie o získaní skorej a účinnej podpory pre dizajn – ani morálnej, ani finančnej – zo strany štátu. Veď sa jej nedostáva sféram spoločnosti, ktorú ju potrebujú oveľa naliehavejšie! Osobne si nerobím ilúzie ani o súčasnom stave súdržnosti, profesionalita a vytrvalosti našej dizajnerskej obce, čo pokladám za prvoradé na to, aby nás spoločnosť pochopila a aby „naša vec“ uspela. Toto je súčasne moja odpoveď aj tým, ktorí by sa ma radi spýtali, prečo sa „naše veci“ nehybu dopredu tak, ako by si želali...

3 Z pohľadu dejín: produkty, riešenia a myšlienky Bauhausu. Súkromne: práce britskej dizajnérky Eileen Grayovej.

koniec

každý deň dizajn 2000

VIAC NEŽ MESIAC SLOVENSKEHO DIZAJNU

12. september – 15. október 2000

Celoslovenský projekt na propagáciu dizajnu pod záštitou ministra kultúry SR, ktorý zorganizovalo Slovenské centrum dizajnu, podporili piati mediálni partneri – Slovenská televízia, Rádio TWIST, denník SME, časopis Interiér/Exteriér a tlačová agentúra SITA. Do projektu sa zapojilo 24 subjektov s podujatiami v Bratislave, Trnave, Žiline, Dolnom Kubíne a Košiciach.



1



2



3



4



5

Zakladať v súčasnosti novú aktivitu takého druhu, akým je projekt Každý deň dizajn, predpokladá dostatočné presvedčenie o jeho užitočnosti a značnú vieru v to, že všetci, od ktorých závisí jeho realizácia spoja sily, aby dosiahli spoločný úspech. O tom, že treba sústrediť a skoordinať rôzne podujatia v oblasti dizajnu na Slovensku aspoň raz za určité obdobie tak, aby zarezovali v širšej verejnosti i medzi odborníkmi, sme v Slovenskom centre dizajnu vedeli už dlhší čas. Bezprostredným impulzom na zorganizovanie minuloročného mesiaca slovenského dizajnu bola skutočnosť, že sa na jeseň termínovo stretali tri veľké podujatia: výstava Forma 2000 – Fantázia a disciplína, pripravovaná Asociáciou Forma SVÚ, Trienále plagátu Trnava, organizované Galériou Jána Koniarika, a náš vlastný projekt – retrospektívny pohľad na dizajn v poslednom desaťročí v podobe výstavy Priemyselný dizajn na Slovensku 1990 – 2000. Tie sa napokon stali aj ústrednými podujatiami projektu, ktorý nás samých milo prekvapil počtom a rozmanitosťou podieľajúcich sa subjektov – inštitúcie, školy, galérie, firemné predajne i jednotlivci.

V čom vidíme zmysel projektu Každý deň dizajn, ktorý chceme organizovať aj v budúcnosti, pravidelne vždy v októbri? Jeho cieľom je predovšetkým zoznamovať slovenskú verejnosť so slovenským dizajnom. Informovať o dizajne, prebudiť záujem oň, propagovať pôvodný slovenský dizajn a jeho tvorcov, podporiť ich, prejať im uznanie. Ukázať, že tvorivý potenciál slovenských dizajnérov – tak priemyselných, ako i grafických – si zaslúži pozornosť a využitie. A v neposlednom rade poskytnúť dizajnerskej verejnosti aj priestor na vzájomné stretnutia, diskusiu či tvorivú konfrontáciu. Táto myšlienka sa stretla na našu radosť s ohlasom, ba čo viac – s ochotou prispieť vlastným podielom a prínosom k realizácii jednotlivých



6

1. HAPTICKÁ ZÓNA NA VÝSTAVE FORMA 2000 – FANTÁZIA A DISCIPLÍNA
2. INFORMAČNÉ CENTRUM SCD NA VÝSTAVE PRIEMYSELNÝ DIZAJN NA SLOVENSKU 1990-2000
3. OTVORENIE VÝSTAVY FORMA 2000 A PROJEKTU KDD 2000 V DOME UMENIA V BRATISLAVE – ELENA KÁROVÁ, PREDSEDKYŇA SVÚ, ĽUBICA FÁBRI, RIADITELKA SCD, JOZEF VACHÁLEK, PREDSEDA ASOCIÁCIE FORMA
- 4.5. MÓDNA PREHLIADKA ZIMA 2000 V DVORE REMESIEL, ÚĽUV V BRATISLAVE
- 6.7. VERNISÁŽ VÝSTAVY LÚKA PLNÁ NÁPADOV V PREDAJNI NOVA INTERIER STORE V BRATISLAVE
8. OTVORENIE VÝSTAVY PRIEMYSELNÝ DIZAJN NA SLOVENSKU 1990-2000 – JURAJ MAJTÁN, GENERÁLNY RIADITEĽ NAPRMSP, ĽUBICA FÁBRI, MIROSLAV ŠVAJDA, PLASTED, S. R. O
9. 10. KRST PUBLIKÁCIE KAPITOLY Z DEJÍN DIZAJNU II. – ĽUBICA FÁBRI, ZDENO KOLESÁR, ADRIENA PEKÁROVÁ
- 11.12. OKRÚHLY STÔL SO SANJOU ROCCO, VICEPREZIDENTKOU IČOGRADA
13. OTVORENIE TRIENÁLE PLAGÁTU TRNAVA 2000
- 14.15. VERNISÁŽ VÝSTAVY HRAČKY V ORAVSKEJ GALÉRII V DOLNOM KUBÍNE
16. VERNISÁŽ VÝSTAVY SLOVENSKEJ DIZAJNÉRI NÁBYTKU V INTERIÉROVOM ŠTÚDIU FLADER V BRATISLAVE – BJØRN KIERULF



8



9



10



11



12



13



16



14



15

VIAC NEŽ MESTIAC SLOVENSKEHO DIZAJNU

každý deň
dizajn

podujatí. Slovenské centrum dizajnu ich „už len“ skoordinovalo a zastrešilo mediálnymi aktivitami, vydaním informačného bulletinu, zriadením informačného centra a ďalšími spôsobmi propagácie. Aj keď napokon nie vždy a všetko vyšlo podľa pôvodných predstáv (a dá to ešte veľa práce, kým širšia verejnosť a predstavitelia štátu zistia, kto sme, čo robíme a prečo...), presvedčili sme sa, že vieme navzájom komunikovať, spolupracovať a zasadiť sa za spoločnú vec. Verím, že to dokážeme ešte lepšie a vo väčšom počte aj tento rok a ďakujem všetkým, ktorí sa do projektu Každý deň dizajn 2000 zapojili či ho inak podporili.

K obrazovej „minimozaïke“ pripájame na nasledujúcich stranách podrobnejšie informácie o najzaujímavejších podujatiach KDD 2000. Tešíme sa na spoluprácu a stretnutie pri druhom ročníku projektu Každý deň dizajn, ktorý Slovenské centrum dizajnu organizuje v dňoch 25. až 31. októbra 2001.

Lubica Fábri



DENTÁLNE SÚPRAVY NAVRHNUTÉ **RASTISLAVOM TUREKOM** PRE CHIRANU DENTAL PIEŠŤANY (VĽAVO) A **FERDINANDOM CHRENKOM** PRE CHIRANU MEDIAL STARÁ TURÁ (VPRAVO)

Výstava viac ako 80 výrobkov
a prototypov realizovaných
slovenskými dizajnérmi
v uplynulom desaťročí
Organizátori:
Slovenské centrum dizajnu
a Národné osvetové centrum
Pod záštitou Národnej agentúry
pre rozvoj malého a stredného
podnikania
12. september až 15. október 2000
Dom kultúry (NOC) Bratislava



EXPOZÍCIA S UKÁŽKAMI BYTOVÉHO TEXTILU **KAROLA PICHLEA** (VĽAVO), **PATRIČIE BIARINCovej** PRE QUILTEX LIPTOVSKÝ MIKULÁŠ (V STREDE)
A TATRALANU KEŽMAROK (VPRAVO)

priemyselný dizajn na Slovensku 1990 – 2000

dizajn pre prax

Priemyselný dizajn na Slovensku zatiaľ nemá ustálené mechanizmy vlastnej propagácie, prezentácie a informačnej podpory. Výrobcovia a dizajnéri sa usilujú najmä o obchodný úspech a pozitívny obraz v obchodných kruhoch. Akcie zamerané na širokú verejnosť a mládež sú menej časté, o ich význame ale nie je potrebné pochybovať. Ak sa chceme priradovať ku kultúrne vyspelému svetu, musíme sa začať zaujímať aj o to, čo bude najbližšia generácia u výrobkov považovať za dobrý a prínosný dizajn, v čom bude vidieť kvalitu prostredia, kvalitu vizuálnej komunikácie atď. Otváranie nožnic medzi technickým a technologickým vývojom nových produktov na jednej strane a schopnosťou ich osobnostne filtrovanej kultúrnej spotreby a individuálneho užívania na strane druhej, by malo byť na tomto poli korigované všetkými dostupnými cestami.



EXPOZÍCIA NÁBYTKU - NAJROZSIAHLEJŠIA ČASŤ VÝSTAVY PRIEMYSELNÝ DIZAJN NA SLOVENSKU 1990 - 2000



INFORMAČNÉ CENTRUM SCD A PANELOVÁ VÝSTAVA S VÝSLEDKAMI SÚŤAŽE NÁRODNÁ CENA ZA DIZAJN Z ROKOV 1995, 1997 A 1999

Vystavovať pôvodný slovenský dizajn na ploche viac než 400 m², navyše v centre Bratislavy, bolo pre Slovenské centrum dizajnu pomerne lákavou ponukou. Zrodil sa zámer predstaviť v období od 12. septembra do 15. októbra 2000 výstavu Priemyselný dizajn na Slovensku 1990 - 2000. Rozsahom nie každodenná výstava, podporená ešte súčasne prebiehajúcou výstavou úžitkového umenia FORMA 2000, pritiahla do Domu kultúry na Námestí SNP 12 pozornosť tri a pol tisíce návštevníkov. Záujem dávno nevídaný...

Výstava predstavovala výber prác, ktoré v poslednom desaťročí slovenskí dizajnéri navrhli a realizovali v úzkej spolupráci s konkrétnymi výrobnými podnikmi doma i v zahraničí. Celkovo tak bolo vystavených viac ako 80 výrobkov, prototypov a modelov od 46 autorov. Ukážkami boli zastúpené taktiež práce študentov dizajnu slovenských vysokých škôl, určené pre prax.

Ak voľba padla na priemyselný dizajn, a zvlášť na dizajn s reálnym využitím v praxi, nebola to náhoda. Prvých desať rokov obnovenej trhovej ekonomiky v našej krajine ukázalo, v akom náročnom prostredí sú a budú nútení sa pohybovať priemyselní dizajnéri a všetci výrobcovia, ktorí stavili na pôvodné výrobné programy. Tempo inovatívnych zmien priemyselných výrobkov sa stáva čoraz neúprosnejším a vývoj, ktorý je základom inovácie, bol v uplynulých rokoch v situácii podkapitalizovanej ekonomiky krajne zložitý, ba až riskantný. Desaťročie, ku ktorému sa výstava vracia v podobe vybraných exponátov, bolo v istom zmysle aj obrazom schopností domácich dizajnérov presadiť vlastnú tvorivú vôľu a energiu naproti nepriazni vonkajších okolností. Dizajn na Slovensku sa bezpochyby vyvíjal, vznikli nové firmy a dizajnérske štúdiá, vyrástli nové osobnosti priemyselného dizajnu, o dizajn na Slovensku prejavili záujem aj zahraniční investori. Tak znelo hlavné posolstvo výstavy smerom navonok pre širokú verejnosť. Aké však bolo uplynulé desaťročie priemyselného dizajnu z pohľadu odborného bilancovania? Očividne sa zúžila škála výrobných komodít, pri ktorých sa uplatnil pôvodný domáci vývoj. Medzi exponátmi výstavy boli najviac zastúpené strojárské výrobky a nábytkový dizajn. Tieto tradičné výrobné odvetvia s veľkým zázemím prešli transformáciou, ktorá niektorým výrobcom pomohla, iní v 90. rokoch prežívali nechcený proces svojho zániku.



Stôl z jedálneho súboru POOL, 1999.
Dizajn: BENDIS & KIERULF,
VÝROBA: PLASTED NOVE ZÁMKY



Inovačné iniciatívy nemali vždy len dobrý záver – to je realita hospodárskej súťaže. V meniacom sa prostredí strojárkej výroby na Slovensku boli firmy s dobrou stratégiou dizajnu skôr výnimkou než pravidlom. Výstava dokumentovala systematickú prácu s dizajnom u veľkých výrobcov, napr. u firiem Trens Trenčín či CSM Tisovec. Vo výrobe prístrojov sa vlastným dizajnom presadili v medzinárodnej konkurencii aj menší výrobcovia, napríklad firma Švec a spol. z Vrábľa (mechanické písacie stroje pre nevidiacich) alebo Elcom Prešov (elektronické registračné pokladnice).

Na výstave sa predstavili s atraktívnymi výrobkami tiež obaja súčasní výrobcovia stomatologických zariadení: Chirana Dental Piešťany a Chirana Medical Stará Turá. Dizajnéri spolupracujúci s týmito firmami v 90. rokoch – Rasťo Turek (Chirana Dental) a Ferdinand Chrenka (Chirana Medical) – prešli neľahkou, ale cennou skúsenosťou vytvárania kompletnej identity nových produktov, technologických inovácií projektovania, skúsenosťou včleňovania nových výrobkov do marketingového reťazca atď. atď. Niet pochýb, že práca podobného rozsahu umožnila týmto tvorcom odborne rásť a posilnila ich odvahu púšťať sa do nových zložitých projektov. Všeobecne sa dá povedať, že pripravenosť domácich dizajnérov riešiť náročné úlohy v podmienkach len ťažko porovnateľných s okolitým svetom postavila túto profesijnú skupinu akoby do nového svetla. K umeleckému talentu pribudla dnes už neodmysliteľná dávka manažérskej podnikavosti a vynaliezavosti v hľadaní schodných ciest presadenia nového výrobku určeného na opakovanú výrobu. Dizajnéri a dizajnárske štúdiá začali aj v našej krajine zohrávať vo sfére priemyselnej výroby významnú a špecifickú rolu. Začala sa tým písať akoby nová kapitola dizajnu na Slovensku. Typickým príkladom môžu slúžiť dizajnárske aktivity Ivana Čobeja, tandemu B. Kierulf a A. Bendis, štúdiá UFON DIZAJN. Staška a N. Sládečku, ale aj iných, kde na začiatku bola vízia produktu, a na konci cesty výrobný program pre malého a stredného výrobcu.

V nábytkovom dizajne 90. rokov sa okruh výrazných tvorcov rozširoval, zdá sa, najrýchlejšie. Väčšina z autorov spolupracovala s dnes už renomovanými výrobcami nábytku na Slovensku – Brik, Domark, Mobilier, Nova Interier, Plasted. Popri nich sa profesionálni dizajnéri s dobrým výsledkom presadili aj v menších firmách – Technometal Bytča, Ami Kremnica, MedCom Piešťany, Profint Vrbové.

Ak sa dá plynutie času obrazne zmerať, tak pre slovenský nábytkový dizajn to bolo raketové desaťročie s jasným smerovaním za hranice regionálnej uzatvorenosti.

Dobré tvorivé zázemie mávala na Slovensku sklárska výroba. Dnes túto tradíciu reprezentuje jediný významný exportér strojového a ručného úžitkového skla – sklárň LR Crystal

ABSOLVENTSKÁ PRÁCA ŠTUDENTA VŠVU BRATISLAVA - HOJDACIE KRESLO BI, 2000. DIZAJN: JAKUB JANIGA



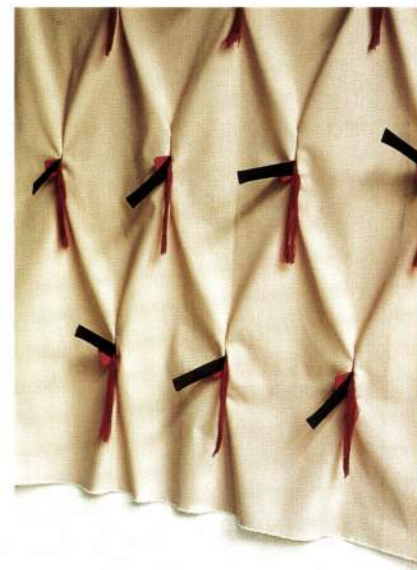
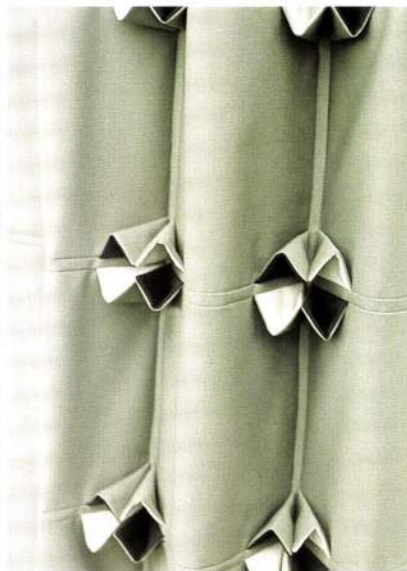
z Lednických Rovní. Skláreň v 90. rokoch zamestnávala a dodnes externe spolupracuje s väčším okruhom dizajnérov. Na výstave boli zastúpení tí z nich, ktorí sa popri autorskej tvorbe priamo podieľali aj na dizajne strojovo vyrábaného nápojového a úžitkového skla – J. Taraba, J. Kolembus, P. Šipoš a P. Illo. Ide vo všeobecnosti o veľmi kultivovanú produkciu (rozšírenú v minulom roku aj o strojovú výrobu veľko-rozmerného sodno-draselného skla), ktorá uplynulému desaťročiu v Lednických Rovniach môže slúžiť ku cti podobne, ako im slúži ku cti ochota už viacero rokov organizovať na pôde firmy medzinárodné sklárske sympóziá.

Keď hovoríme o dizajne pre prax, myslia sa tým dosť často najmä predmety dennej spotreby, predmety na voľný čas a predmety zariadenia domácností. Nábytok a úžitkové sklo sú len malým výsekom množiny predmetov, utvárajúcich náš súčasný životný sloh. Výstava ukázala, že priemyselná výroba zo Slovenska nemá spotrebiteľovi v tejto oblasti veľa čo ponúknuť, ak opomenieme dynamické odvetvie módného priemyslu s jeho vlastnými mechanizmami inovácií a vývoja. Ako pozoruhodní výrobcovia s čitateľnou identitou produktu sa na výstave prezentovali firmy Trek Sport z Mostu pri Bratislave – výrobca kvalitných športových vakov, AMI Kremnica – výrobca antikorových doplnkov pre domácnosť, alebo napr. firma Quiltex Liptovský Mikuláš, vyrábajúca štýlovú posteľnú bielizeň.

Obráz uplynulého desaťročia priemyselného dizajnu na Slovensku by nebol úplný, ak by sme v ňom nezaregistrovali pôsobenie osobností so silnou tvorivou invenciou, oscilujúcou medzi umeleckoremeselným a priemyselným stvárnením témy. Hravosť a intelekt je obsiahnutý v koncepte bytových textílií Karola Pichlera, v drevených hračkách Tibora Uhrína alebo v porceláne Norberta Šmondrka. Aj keď podobnú líniu dizajnerskej práce rozvíjajú u nás aj ďalší autori, nemohla sa im výstava vzhľadom na vymedzenie ústrednej témy venovať podrobne.

Nakoniec je nutné zaznamenať ešte jednu stránku sledovaného desaťročia. Je ňou výrazný nárast úlohy škôl dizajnu pri napĺňaní potrieb praxe. Katedry dizajnu na VŠVU a FA STU v Bratislave, na FÚU TU v Košiciach, na DF TU vo Zvolene a Katedra textilnej tvorby VŠVU sa v podnikateľskom prostredí začali prezentovať a tiež presadzovať ako potenciálne centrá technickej tvorivosti, poskytujúce praxi nielen prvotné námety, ale aj hotové riešenia či celkovú filozofiu produktu. Niečo z toho, čo vzniklo na katedrách dizajnu za účasti študentov v spolupráci s konkrétnym výrobcom, predstavila aj bratislavská výstava. Popri inom aj dva výrobky ocenené v r. 1999 Národnou cenou za dizajn. Symbolicky sa tak naplnilo očakávanie, že priemyselný dizajn na Slovensku zostane v pozornosti nastupujúcej generácie dizajnérov aj v desaťročí nasledujúcom.

Jaroslava Ondruška

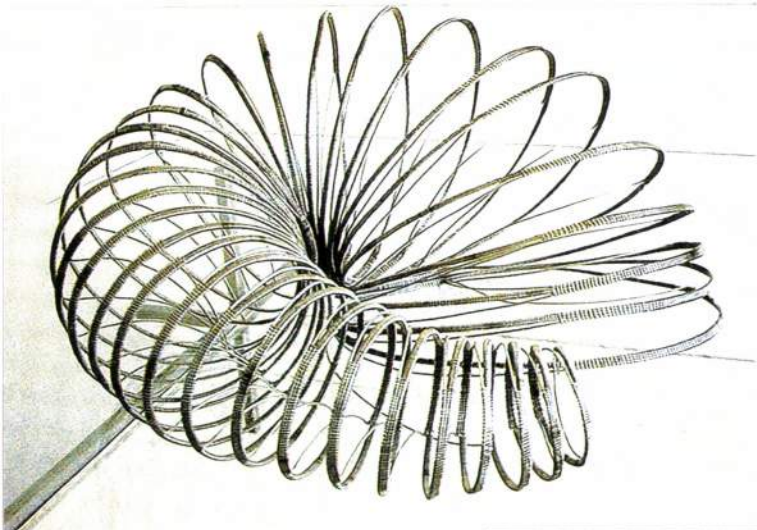


BYTOVÁ TEXTÍLIA FORMULE, 1996.

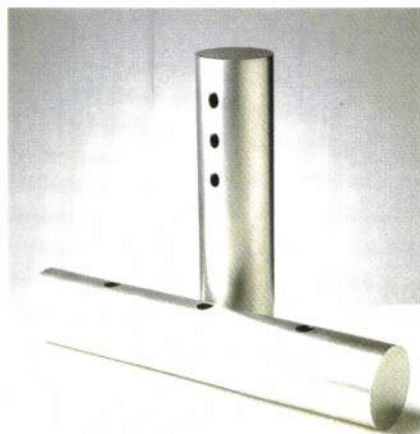
DIZAJN: KAROL PICHLER, VÝROBA: CRÉATION BAUMANN, ŠVAJČIARSKO

SKLÁPACIE KRESLO UFO, 1998. DIZAJN: UFON DIZAJN PRE MOBILIER PLEŠTANY





MIROSLAVA LACKOVÁ: OBJEKT, 1999



JAKUB JANIGA: ANTIKOROVÉ VÁZY

FORMA 2000

fantázia a disciplína



PROJEKT / KAŽDÝ DEŇ DIZAJN 2000

POHĽAD DO ČASTI EXPOZÍCIE S HAPTICKOU ZÓNOU

12/4/2000

Pod názvom Forma 2000 – Fantázia a disciplína sa v Bratislave v dňoch 12. septembra až 15. októbra 2000 uskutočnila prehliadka súčasného slovenského užitočného umenia a dizajnu. Podujatie zorganizovali Asociácia výtvarných umelcov užitočného umenia a dizajnu Forma a Slovenská výtvarná únia v spolupráci s Národným osvetovým centrom.

Forma 2000, nadväzujúca na dlhoročnú tradíciu spravidla v dvojročnom cykle uskutočňovaných prehliadok slovenského užitočného umenia, bola v porovnaní so svojimi predchodkýňami vo viacerých ohľadoch odlišná. Výstava sa konala ako jedno z troch ústredných podujatí projektu Každý deň dizajn – viac než mesiac slovenského dizajnu, ktorý v rovnakom termíne usporiadalo Slovenské centrum dizajnu pod záštitou ministra kultúry SR. V bezprostrednom susedstve retrospektívnej výstavy slovenského priemyselného dizajnu Priemyselný dizajn na Slovensku 1990 – 2000 ponúkla Forma 2000 najmä širokej laickej verejnosti zaujímavú možnosť poznávať a porovnávať rozdielnosť podstaty užitočného umenia a dizajnu – disciplín, ktoré síce majú spoločné korene a tradície, no v súčasnosti predstavujú dve samostatné a odlišné kategórie tvorby. Ďalšou výnimočnosťou minuloročnej, v poradí 14., výstavy je, že bola v histórii doposiaľ najrozsiahlejšia a návštevníkom ponúkla popri súčasných prácach slovenských užitočných umelcov a dizajnérov navyše aj exkurziu do päťdesiatich rokov tvorivej práce slovenských umelcov v oblasti užitočného umenia a priemyselného výtvarníctva. Podtitul Fantázia a disciplína výstižne tlmočí zámer autorky vydarenej koncepcie a kurátorky výstavy PhDr. Agnes Schrammovej vytvoriť v rámci výstavy Forma 2000 dve tematicky späté, no časopriestorom odlišné prezentácie slovenského užitočného umenia. Prvá z nich s názvom Historická panoráma predstavila súhrn diel z predchádzajúcich celoslovenských výstav užitočného umenia a priemyselného výtvarníctva. Expozícia pripomenula významných autorov jednotlivých desaťročí v rozpätí 50-tych až 80-tych rokov, a to tak, aby čo najvernejšie dokumentovala vtedajší stav a postupný vývoj jednotlivých disciplín užitočného umenia, priemyselného výtvarníctva a neskôr i dizajnu. Popri prácach autorov z obdobia rokov 1950 – 1990 bol v tejto časti výstavy venovaný samostatný priestor výberu z celoživotného diela Viktora



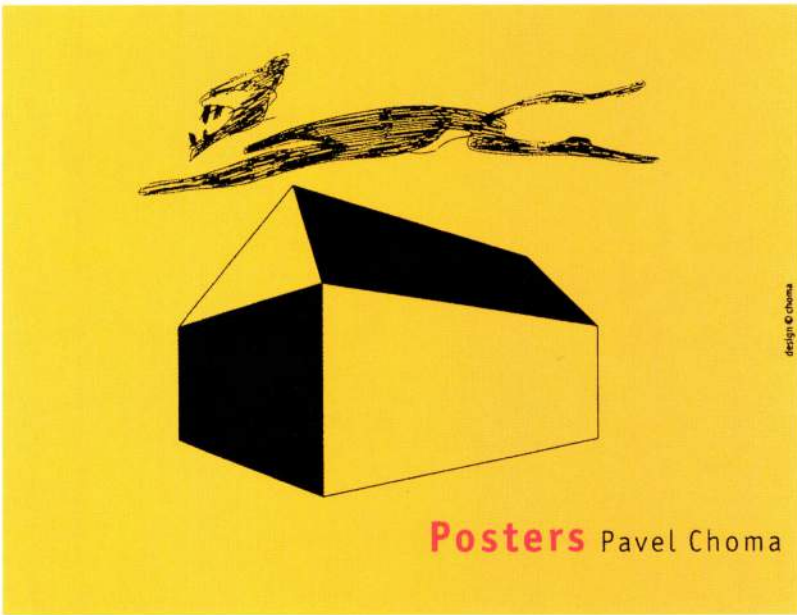
DE SIGNUM

Holeščák-Holubára ako z hľadiska histórie úžitkového umenia na Slovensku významného autora. Viktor Holeščák-Holubár okrem navrhovania v oblasti bytového interiéru zasvätil značnú časť svojej tvorby výstavníctvu a svojimi aktivitami sa podieľal na koncepciách a realizáciách väčšiny celoslovenských prehliadok úžitkového umenia a priemyselného výtvarníctva.

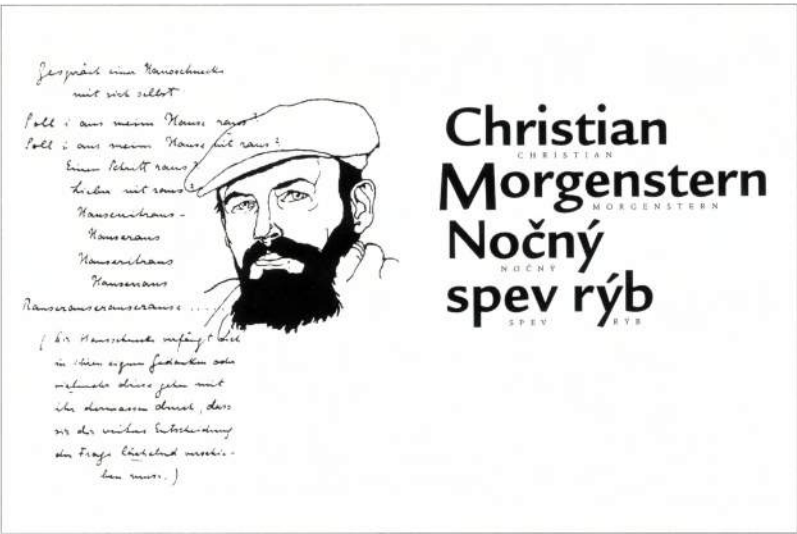
Druhá časť výstavy Forma 2000 bola orientovaná na súčasnosť a vízie budúcnosti. Koncipovaná ako salónový typ prehliadky ponúkla pohľad do tvorby rôznych autorov za posledné desaťročie a viaceré projekty najmladšej generácie tvorcov. Svojimi prácami sa v tejto expozícii predstavili zástupcovia jednotlivých združení Asociácie Forma a rôznych disciplín, počnúc keramikou, sklom cez šperk, textil, drevo a kov až po grafický a priemyselný dizajn, priestorové disciplíny a futuristické návrhy. Osobitnú súčasť tejto expozície tvorila tzv. haptická zóna pre nevidiacich a slabozrakých, v ktorej umelci sprístupnili vybrané vhodné diela pre návštevníkov, ktorí nemôžu vnímať predmetný svet zrakom. Autorom haptickej zóny, rovnako ako architektonickej koncepcie celej výstavy, bol architekt Karol Weisslechner.

Organizátori výstavy Forma 2000 – Fantázia a disciplína vydali s finančnou podporou Ministerstva kultúry SR katalóg, ktorý dokumentuje toto, v oblasti slovenského úžitkového umenia nesporne významné, podujatie. Svojou prierezovosťou cez širokú škálu tvorivých disciplín a tvoriacich autorov ponúklo predovšetkým pomerne objektívny obraz o stave a úrovni súčasnej tvorby v tejto oblasti u nás. Zároveň nepriamo potvrdilo, že dochádza k definitívnemu a jednoznačnému odčleneniu dizajnu – tak priemyselného, ako i grafického – od úžitkového umenia. Dizajn na Slovensku je dnes, napriek omeškaniu za okolitým svetom, už principiálne odlišným a svojbytným tvorivým odborom – z hľadiska ponúkaných riešení, opakovateľnosti i úzkej naviazanosti na podnikové výrobné zázemie, priemyselné technológie a masovú, resp. širšiu spotrebiteľskú základňu. Forma 2000 dokumentovala širokú škálu tvorby v oblasti úžitkového umenia na Slovensku na prelome tisícročí, nie však konjunktúru. Zložitá súčasnosť a neistá budúcnosť sú tým, čo majú úžitkové umenie a dizajn u nás stále spoločné.

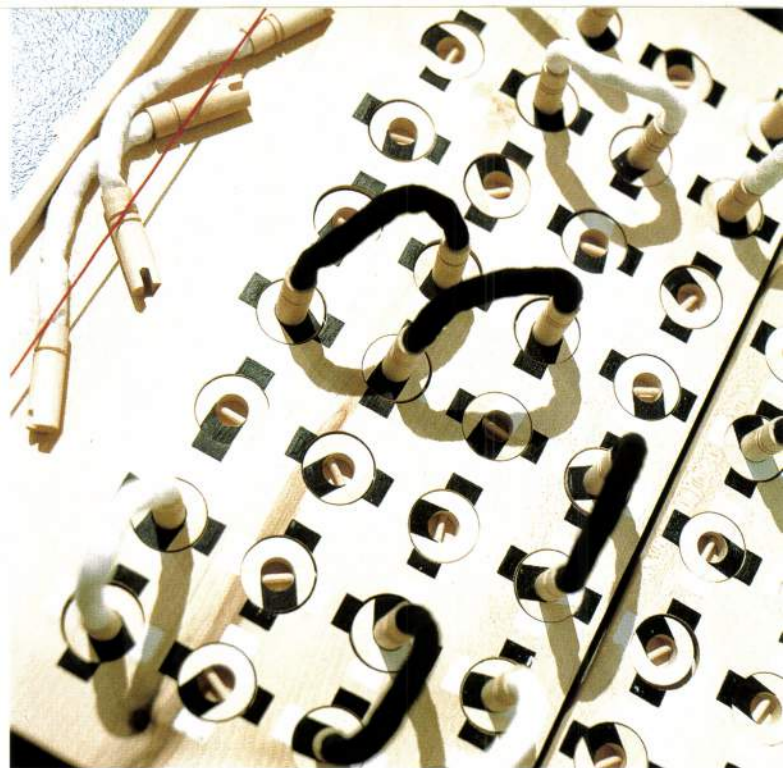
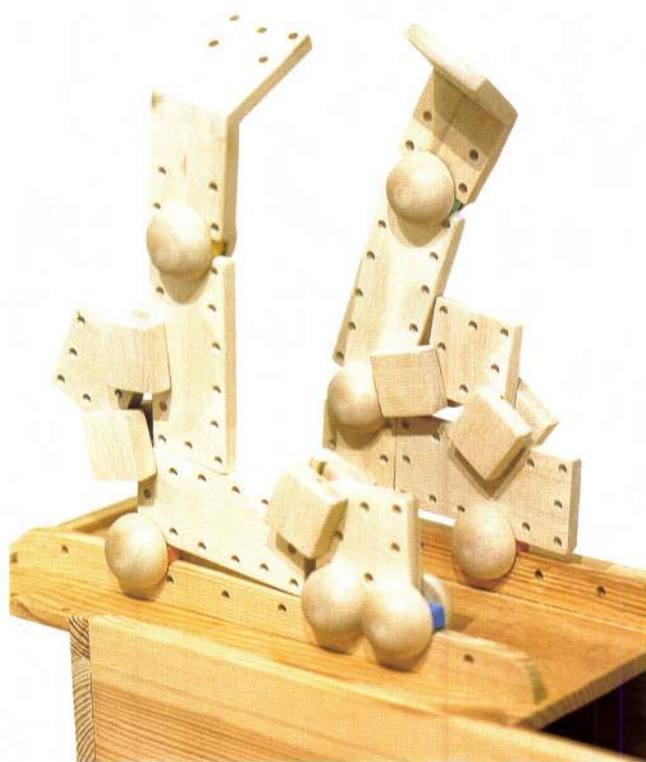
Marina Swan



PAVEL CHOMA: PLAGÁT



ĽUBOMÍR KRÁTKY: KNIŽNÁ OBÁLKA

POZIČNÁ HRA. AUTORKA: **MARTINA ŽUFKOVÁ**, IV. ROČNÍK

hračky

Jedným z najpríťažlivejších podujatí projektu Každý deň dizajn 2000 bola výstava Hračky, ktorá sa konala od septembra do novembra 2000 v Oravskej galérii v Dolnom Kubíne. Výstava predstavila nápady sršiacie práce študentov Školy úžitkového výtvarníctva v Kremnici. Hračka tvorí hlavné zameranie činnosti oddelenia, ktoré začalo fungovať v Škole úžitkového výtvarníctva v roku 1989 pod názvom Tvorba hračiek a dekoratívnych predmetov. Názov aj koncepcia boli prevzaté zo SUPS v Prahe, no postupom času si oddelenie vybudovalo vlastnú tvár, zodpovedajúcu výrobným tradíciám i súčasným pomerom na Slovensku. V súvislosti s výstavou sme položili niekoľko otázok pedagógovi ŠUP, iniciátorovi výstavy a dizajnérovi Tiborovi Uhrinovi.

Ako vznikla myšlienka usporiadať túto výstavu v spolupráci s Oravskou galériou?

Výstavu hračiek našich študentov sme chystali s kolegom Viliamom Pirchalom a pani Evou Luptákovou, riaditeľkou Oravskej galérie, tak, aby sme ňou oslávili 10. výročie založenia oddelenia Tvorby hračiek a dekoratívnych predmetov v škole. Hračka ako objekt hlbšieho záujmu je totiž zaujímavá nielen pre dizajnéra, ale aj pre galeristu. Z vlastných skúseností viem, že výstava hračiek dokáže prilákať divákov širokého vekového spektra. Takto si galéria môže získať aj takých návštevníkov, ktorí nikdy predtým na žiadnej výstave v galérii neboli. Hračka je pre nich zrozumiteľná. To sa potvrdilo aj v Oravskej galérii. Na našu výstavu prišlo okolo 4 000 ľudí.

Sám sa ako dizajnér zaoberáte aj tvorbou hračiek. Čím je pre vás hračka zaujímavá z pohľadu výuky dizajnu?

Ako pedagóg by som si trúfol povedať, že zaoberať sa hračkou ako predmetom tvorby je veľmi dobrý a šťastný spôsob, ako naučiť chápať dizajn práve tú vekovú kategóriu žiakov, ktorá navštevuje strednú školu. Hračka im nie je cudzia, poskytuje im viac slobody, pocitu objavovania nového. Možnosť realizácie prototypu do materiálu ako drevo, textil, drôt a iné a následné overenie funkcie im dáva väčšiu motiváciu ako „iba“ vyhotovenie statického modelu z náhradného materiálu, ktorý len imituje skutočnosť, ako je to bežné pri modeloch návrhov priemyselného dizajnu.

Aký máte názor na uplatnenie návrhov svojich študentov v praxi?

O hračke, a obzvlášť drevenej, jej uplatnení vo výrobe a obchode sa aj na stránkach tohto časopisu napísalo veľa. Realita je taká, že prakticky všetky pokusy o výrobu a predaj originálnych a inovatívnych hračiek zlyhali. Môžeme iba zhrnúť, že príčiny nie sú v zlom dizajne. V časoch „drevohračkárskej“ eufórie si aj u nás výrobcovia podávali kľučku. Nezaujímam praxe však nie je jediným dôvodom, prečo sa nesnažíme otrocky podrobovať možnostiam výroby. Okrem toho, že chýba záujem o nové hračky, komunikácia s výrobcom si vyžaduje ešte veľa času a energie, kým sa výrobok dotiahne. Nakoniec k samotnej výrobe vo väčšine prípadov ani nedôjde. Aj keby tu tá možnosť bola, určitú voľnosť by sme si i tak ponechali. Mohlo by sa stať, že by sa postupne vytvorila určitá schéma a hračky by boli dosť jednotvárne. Preto študentov zbytočne nezaťažujeme sériovou výrobou. To však neznamena, že o nej nediskutujeme.

Aký ďalší osud čaká exponáty z tejto výstavy a ostatné hračky, ktoré vytvoria študenti vášho oddelenia?

Hračky umiestňujeme v rôznych detských zariadeniach. Spolupracujeme aj s ústavmi pre hendikepované deti. Dokonca nedávno nás navštívila celá takáto trieda, z toho asi desať detí pripútaných na vozík. Rád by som na záver doplnil, že sa nevenujeme len hračkám. Nevyhýbame sa ani úžitkovej tvorbe iného druhu. Zvířazili sme napríklad v súťaži o najkrajší úžitkový predmet kolekciou detských peračníkov. Uplatnenie absolventov je tiež rôznorodé, ale o tom inokedy.

Ďakujeme za rozhovor.

Redakcia

zima 2000

Módnú prehliadku pod týmto názvom usporiadal ÚLUV koncom septembra v bratislavskom Dvore remesiel ako jedno z podujatí projektu Každý deň dizajn. Medzi módnymi prehliadkami, ktoré ÚLUV doposiaľ usporiadal bola výnimočná tým, že dala príležitosť predviesť svoje predstavy o využití prvkov tradičného odievania v súčasnej móde mladým adeptkám módného návrhárstva – študentkám odborov textilnej a odevnej tvorby Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave. Táto pekná myšlienka vznikla po tom, čo sa súťaže Kruhy na vode (pozn. redakcie – písali sme o nej v č. 3/2000) zúčastnilo neočakávane veľa študentov dizajnu. Ukázalo sa, že je tu nová generácia autorov, ktorá vo svojej tvorbe rada využije naše kultúrne dedičstvo podľa svojich predstáv a predstáv svojich vrstovníkov.

Módnej prehliadky sa ako autorky zúčastnili študentky Barbara Cvenegrošová, Andrea Hamadová, Ivana Hamšíková, Jana Havlovičová, Katarína Holtánová, Zlatica Hujbertová, Mária Jánošová, Tatiana Kubisová, Andrea Lachová, Zuzana Ondrejková, Martina Ostricová, Petra Poórová, Slávka Semancová, Petra Schmidtmayerová, Réka Szakállóvá, Elena Šišková, Zuzana Tamášová a dlhoročná osobnosť odevnej tvorby ÚLUV-u Jana Menkynová. K vytvoreniu predstavených modelov ich inšpirovali typické tvary a druhy tradičného odevu, ľudové výšivky, technika modrotlač, riasenia či technológia splstovania vlny. Viac autoriek si na realizáciu svojich modelov vybralo práve vlnu – najtypickejší zimný materiál. Tkané a súkenné kabátiky doplnili „strapatým“ efektom kožušiny alebo guby, ktorý dosiahli viazaním alebo zatkaním strapcov. Teplé vrchné oblečenie niektorých ďalších autoriek vychádzalo zase z voľného a jednoduchého strihu mužskej krojovej košele.

Jednou z najzaujímavejších prác bola vtipne extravagantná, mladistvá a pestrofarebná kolekcia so šálom ako ústredným motívom viacerých modelov. Šál na cestovanie, do spoločnosti, pre chudých, pre zimomravých, pre nesmelých, na drobnosti, na prechádzku... Pri realizácii použili autorky Tatiana Kubisová a Petra Schmidtmayerová techniku riasenia, ktorou ako druhým charakteristickým prvkom popri šále umne spojili jednotlivé modely do ucelenej kolekcie. „Nezostali sme iba v tradičnej rovine, na techniku riasenia sme sa pozreli vlastnými očami. Pri strihovom riešení sme chceli zachovať jednoduchosť, no súčasne využiť aj jemné detaily riasenia, ktoré by svojím spôsobom tvarovali postavu.“ Ako vyvrcholenie prehliadky boli na záver zaradené modely, ktoré tradičné prvky ľudového odevu akoby prenášali do budúceho milénia: kukla, ku krku uzavretý kabátik, kontrastná výšivka umiestnená na povrchu hladkého jednofarebného odevu, priliehajúceho k siluete tela. Autorka Jana Havlovičová o svojich návrhoch povedala: „Dávne časy sa k nám opäť vracajú. V práci našich predkov som objavila nesmierny zmysel pre farby, detail a celkovú harmóniu.“

Módnú prehliadku Zima 2000, ktorá sa tešila veľkému záujmu publika a zožala skutočný úspech, zostavila a s mladými autorkami pripravila Jana Menkynová za spolupráce a obetavej pomoci kolektívu ďalších pracovníkov ÚLUV-u.

Zora Valentová

ZIMNÁ ČAPKA S BUNDOU PRE DIEVČATÁ
I PRE CHLAPCOV OD ELENY ŠÍSKOVEJ



DE SIGNUM

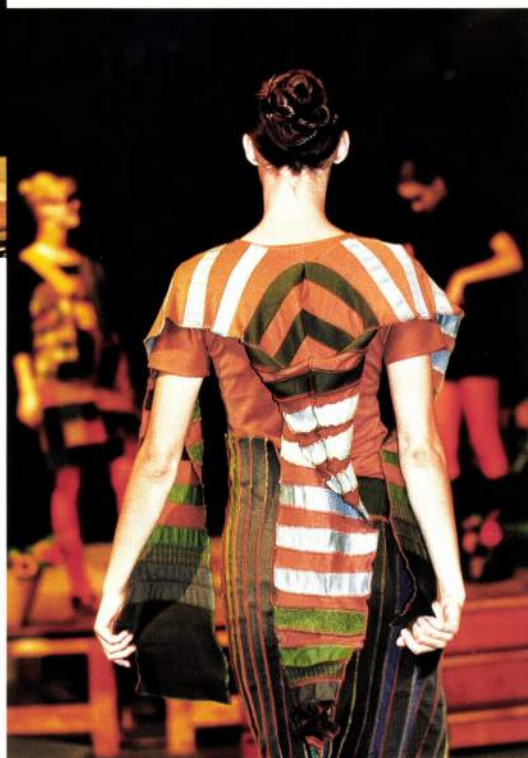
15/4/2000

PROJEKT / KAŽDÝ DEŇ DIZAJN 2000



ODEV ZDOBEHÝ VÝŠIVKOU OD AUTORKY JANY HAVLOVIČOVEJ

Foto: Jozef Gutten, Soňa Sadloňová

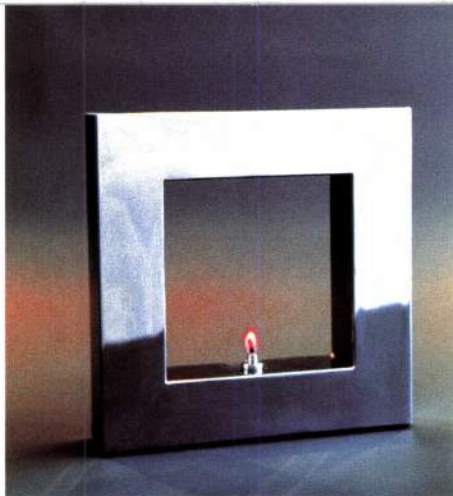


VRSTVOVITÝ ODEV ZUZANY TAMÁŠOVEJ S KABÁTIKOM Z RUČNEJ TKANINY



ŠÁLOVÉ MODELY INŠPIROVANÉ RIASENÍM, NÁVRHY AUTORSKEJ DVOJICE
TATIANY KUBISOVEJ A PETRY SCHMIDTMAYEROVEJ





ANTIKOROVÝ SVIETNIK. DIZAJN: **ANDREA PINKOVÁ**,
VÝROBA: AMI KREMNIČKA S. R. O.

slovenskí dizajnéri nábytku

Popri troch ústredných podujatiach prvého ročníka projektu Každý deň dizajn 2000 bol nesporne najfrekvencovanejšou a autorsky najsilnejšie zastúpenou témou dizajn nábytku a bytových doplnkov. Práce slovenských dizajnérov, ktorí sa v súčasnosti špecializujú na túto oblasť tvorby, predstavili v rámci KDD 2000 tri rôzne prezentácie v troch bratislavských interiérových štúdiách. Všetky tri štúdiá – predajne nábytku a ostatného interiérového zariadenia – majú spoločné aj to, že v ich ponuke dominujú výrobky domácich slovenských výrobcov.

Práce viacerých autorov priblížilo výstavou Slovenskí dizajnéri nábytku Interiérové štúdio Flader. Už od svojho vzniku v roku 1999 sa zameriava na vybavenie interiérov v súčasnom modernom duchu a teda i na predaj nábytku s moderným dizajnom. Základ sortimentu predajne tvorí nábytok vyrábaný na Slovensku a navrhnutý slovenskými dizajnérmi. Štúdio Flader spolupracuje prevažne s firmami, ktoré vznikli po roku 1989 a svoju podnikovú stratégiu založili na systematickej spolupráci s dizajnérmi. Patria medzi ne predovšetkým firma Brik Kremnica, ktorá v súčasnosti vyrába ucelenú kolekciu nábytku na zariadenie obývacích priestorov, jedální a spální, žilinská firma Domark – známa výrobou čalúneného sedacieho nábytku, taktiež žilinská firma Domenica – medzičasom renomovaný slovenský výrobca kuchýň, ako aj firma Plasted z Nových Zámkov, ktorá sa popri výrobe atypického zariadenia pre verejné, spoločenské a kancelárske interiéry začala na trh hlásiť aj sériovou výrobou sektorového nábytku a solitérov do obývacích izieb a spální. Výstava Slovenskí dizajnéri nábytku, ktorú štúdio Flader pripravilo v spolupráci so Slovenským centrom dizajnu však predstavila širší záber zo súčasnej tvorby dizajnu nábytku na Slovensku. Okrem dizajnérskych prác od autorskej dvojice Anton Bendis/Bjorn Kierulf a autorov Petra Bohuša, Ivana Čobeja a Ľuby Fábri, vyrábaných sériovo, zahŕňala aj práce v štádiu autorských originálov alebo prototypov, ako solitéry od štúdia Ufon Dizajn, skrinkový nábytok od Rasťa Tureka, navrhnutý pre piešťanský Mobiliér, stolička od Michala Bergera či spoločenský stolík od Martina Dvořáka. Súčasťou inštalácie boli antikorové bytové doplnky vyrábané firmou Ami Kremnica s. r. o. – autorkou vŕaz a svietnikov, ktoré sú súčasťou štandardnej ponuky štúdia Flader je Andrea Pinková. Výstava v Interiérovom štúdiu Brik bola logicky i po



SÚBOR MOBILNÉHO NÁBYTKU MONDI. DIZAJN: **ĽUBICA FÁBRI**, VÝROBA: PLASTED S. R. O., NOVÉ ZÁMKY

zásluže zameraná na predstavenie tvorby jedného autora. Ivan Čobej je v posledných rokoch nielen kmeňovým dizajnérom firmy Brik v Kremnici, ale aj jednou z najvýraznejších osobností dizajnu na Slovensku. Na tvorbe koncepcie a cieľavedomej stratégie dizajnu vo firme Brik sa podieľal – či lepšie bol jej hlavným iniciátorom – už od momentu, keď sa rozhodla vstúpiť na trh sériovou výrobou nábytkového zariadenia pre bytový interiér. Od začiatkov až dodnes to nebol dizajn vynikajúci ojedinelým tvarom, nevšednou funkciou alebo netradičným materiálom, ale dizajn, ktorý sa plne podriaďuje požiadavkám zákazníkov, ktorým je určený. Dizajn, ktorý je nevťeravý, maximálne funkčný, a najmä – vytvára súbory viacerých funkčných typov s príbuzným vzhľadom, rešpektuje kombinovateľnosť jednotlivých kusov, umožňuje harmonické zariadenie priestoru z prvkov kolekcie. To je aj v súčasnosti najväčšou devízou kolekcie nábytku firmy Brik, ktorá sa vďaka dizajnu Ivana Čobeja a jeho schopnosti „tvoriť v súvislostiach“ rozrástla medzičasom z komôd a stolov na kompletnú ponuku zariadenia do obývacích izieb a spální, zahŕňajúcu rôzne typy skrinkového, stolového, sedacieho nábytku a lôžok. V čase prezentácie počas projektu KDD 2000 bol dostupný aj nový výpravný katalóg Brik s kolekciami 2000 – 2001, pripravený v spolupráci s grafickým štúdiom Mr. Design. Potvrdzuje, že pojem firemný štýl sa vo firme Brik naplno udomácnil aj v oblasti prezentácie ponuky. Pod poetickým názvom Lúka plná nápadov sa konala inštalácia dizajnu nábytku, svietidiel a bytových doplnkov v predajni Nova Design Store firmy Nova Interior s. r. o. Svoje najnovšie práce tu predstavili traja autori – Peter Mesiarik, Karol Weisslechner a Jakub Janiga. Tvorba každého z nich má vlastné charakteristické znaky. Peter Mesiarik, činný aj ako všestranný architekt, sa orientuje na dizajn nábytku vyššieho štandardu pre náročného zákazníka. Oslovuje ho originálnym tvaroslovím s nádychom luxusu, použitím ušľachtilých materiálov a perfektným vyhotovením, ktoré je korunované remeselným detailom. Platí to nielen o autorových návrhoch skrinkového nábytku či solitérov, ale i o jeho dizajne čalúneného nábytku. Karola Weisslechnera pozná odborná verejnosť predovšet-



ČALÚNENÉ KRESLO NIKO. DIZAJN: IVAN ČOBEJ, VÝROBA: BRIK, S. R. O., KREMNICA



KOMODA VLNA. DIZAJN: IVAN ČOBEJ, VÝROBA: BRIK, S. R. O., KREMNICA



POHľad DO INTERIÉROVÉHO ŠTÚDIA BRIK V BRATISLAVE

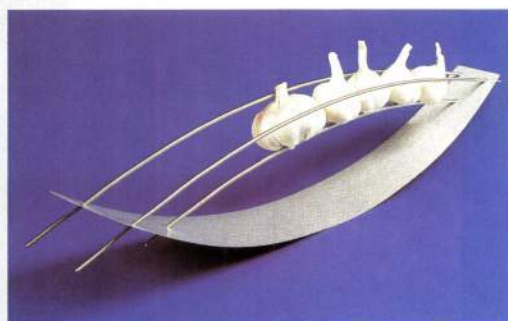
kým ako dizajnéra šperkov a autora architektonických konceptov výstav, dizajnu interiérových prvkov sa venuje prevažne v rovine konceptu. Solitéry – svietidlá a komody, ktoré predstavil v Nova Design Store – sa istým spôsobom podobajú šperkom a súčasne výstavným objektom (expresívny tvar, použitie nezvyčajných detailov a efektov, provokujúce kombinácie materiálov) s ambíciou navyše: zohrať v obytnom priestore popri estetickej funkcii aj úlohu úžitkového predmetu. Celkom protikladné bolo poňatie dizajnu malých interiérových doplnkov od dizajnéra mladšej generácie Jakuba Janíga. Pri tvarovaní antikorových svietnikov, váz a mís sa autor riadil geometrickými princípmi, pričom dôvtipne využil rôzne danosti materiálu. Výsledkom je čistota línií, jasná čitateľnosť myšlienky a chladná estetika – dizajn, ktorý najlepšie vyniká na pozadí minimalistického interiéru a sám je súčasne veľkorysým pozadím pre svoj obsah – ovocie, sviecu či kvet. Spojenie troch spomenutých rozdielnych prístupov k tvorbe do jednej inštalácie ponúklo návštevníkom predajne Nova Design Store dôkaz o pestrosti a myšlienkovvej rozmanitosti interiérového dizajnu u nás. Platí to napokon aj o všetkých troch firemných prezentáciách dizajnu nábytku a bytových doplnkov, ktoré boli súčasťou minulo-ročného projektu Každý deň dizajn.

Na rozdiel od galerijných výstavných podujatí oslovili firemné prezentácie v štúdiách Brik, Flader a Nova Design Store nielen divákov či možných záujemcov, ale priamo zákazníkov, ktorí hľadajú konkrétne naplnenie svojich predstáv o bývaní. Mnohých z nich ešte vždy vyvádza súčasný a domáci dizajn z miery. Treba veriť, že si aj vďaka odvážnym a vytrvalým obchodníkom, ktorí sa zapojili do KDD 2000, zvyknú. Slovenský spotrebiteľ, ktorý sa už dnes odváži bývať svojsky, s duchom doby a s dôverou k domácim výrobcom a dizajnér-om, si má z čoho vybrať.

Marina Swan



VYSTAVA LÚKA PLNÁ NÁPADOV V PREDAJNI NOVA DESIGN STORE V BRATISLAVE. DIZAJN SVIETIDLA: KAROL WEISSELECHNER



ANTIKOROVÁ MISA, DIZAJN: JAKUB JANIGA

Soňa Ďurecová

K.F.A. architektúra a dizajn 1990 – 2000

Štúdio K.F.A. predstavuje zaujímavé spoločenské, kreatívne i finančné prostredie. Už desať rokov. Vzniklo v roku 1990 ako cieľavedomé tvorivé zázemie operujúce na pôde architektúry a dizajnu s prozaickým vývinom od ambiciózneho „pivničného ateliéru“ k sebaavedomému produktívnemu subjektu. Podpisani sú pod tým traja architekti: Norbert a Alexander Šmondrkovi a Katarína Schwarzová. Chcelo to len čas, aby sa „utriasla“ a vyprofilovala vnútorná štruktúra organizácie a stanovili sa tri kreatívne oblasti vplývajúce a kultivujúce širokú a oblažujúcu odbornú verejnosť. Architektúra, interiéry, dizajn. Sfornovali sa dva ateliéry – ateliér architektonickej tvorby a dizajnu a ateliér tvorby interiérovej – venujúce sa tak investičnej výstavbe (byty, vily, rekonštrukcie, prestavby), ako aj zariaďovaniu komerčných interiérov (textilné a odevné predajne, predajne optík, kníh, obuvi, športových potrieb, elektra, drogérii a parfumérii, prevádzky občerstvenia a potravín, predajne automoto, zvlášť čerpace stanice a zariaďovanie administratívnych a spoločenských priestorov vrátane hotelových prevádzok). Neskôr (v roku 1995) sa zakladá a pridružuje Galéria K.F.A., označovaná za prvú galériu architektúry a dizajnu na Slovensku. Od počiatku bolo cieľom jednak ponúknuť, ale na druhej strane i presadiť špecificky vlastnú tvorivú i obchodnú filozofiu a „kľafácky“ pohľad na „vec“ a svet.

Vedúcou tvorivou a stavitelskou osobnosťou je Norbert Šmondrk. Raziac neomodernistickú líniu v slovenskej architektúre, udáva celkové filozofické smerovanie štúdia a zastrešuje jeho výtvarné vyjadrovanie. Šmondrkovej architektonickej tvorbe, jeho ponímaniu jej existencie, opodstatnenia a fungovania skutočne právom prischla charakteristika „očisťujúcej architektúry“ koncipovaná Matúšom Dullom a zaväňajúca „sparťanským duchom“, ktorý jej zas prisúdila Henrieta H. Moravčíková. Manifestom toho je vila – sídlo štúdia K. F. A. Architektúra v štýle K. F. A. je stavitelským umením zásadového „menej je viac“. Majestátna architektonika, čistá vo svojej jednoduchosti, funkčnosti, racionalite a logike, nesie v sebe kus tak chýbajúcej kvality v dnešnom prekomercializovanom zovšeobecňujúcom životnom štýle. Je elegantným zhmotnením viery vo vlastný výtvarný názor a nadčasové stavitelské dielo. A i keď sa tvrdí, že posledným slohom bolo baroko, práve Šmondrkov výtvarný názor je jedným z tých štýlotvorných prvkov, ktoré smerujú k univerzalite v poriadku rozvrhu stavby, jej elementov, konštrukcie i dispozície, náleží tam, kde so zopár inými architektmi podporuje a varíruje funkcionalistický estetický kánon ako najtvárnejší (!), najvhodnejší a najživotoschopnejší v našej blízkej minulosti, súčasnej i budúcej dobe. Samozrejme, sloh aby bol slohom, potrebuje niekoľko storočí. Ako sa však vyznáva sám architekt – prioritné a prvoradé sú pre jeho tvorbu hodnoty odolá-



Stôl M2B. Dizajn: Ing. Arch. Norbert Šmondrk

RETROSPEKTÍVA ARCHITEKTONICKEJ A DIZAJNÉRSKEJ TVORBY, K. F. A. GALLERY, 7. 11. – 27. 11. 2000

BUDOVA BALNEOTERAPIE V KÚPELOCH PIESŤANY.
AUTOR: ING. ARCH. NORBERT ŠMONDRK, ŠTÚDIO K.F.A.



vajúce morálnemu opotrebovaniu, vkusovým zmenám a náladám, čiže hodnoty nadčasovosti, jedinečnosti. Niekoľko raz niekde napísal, že Šmondrk patrí k tým, čo prikladajú veľkú váhu pôsobnosti protikladov. Estetika jeho dizajnerskeho diela sa opiera o iné princípy, než sú tie, ktoré proklamuje jeho architektúra. Pôsobivá výtvarnosť, mäkké dekoratívne línie, vtip a hravosť „šmrknuté“ niečím metafyzicky abstrahujúcim sú kreditom Šmondrkových stolov, stoličiek, postelí, porcelánu... To, čo je možno „upreté“ architektúre, alebo čo sa na nej „ušetrilo“, sa naplno rozvinie v tomto médiu, ktoré sa v Šmondr-

kovom kreatívnom svete mení na fantazirujúce schémy dizajnu vnímané skôr ako vízie. Jeho nábytkové objekty sú predstavami o dizajne foriem iného druhu – ich štylizovaná skulptúrnosť vypovedaná klasickými materiálmi ašpiruje na všetko to, čo označujeme za kultové alebo archetypálne. Za účelom prezentácie domácej dvornej dizajnerskej tvorby a architektonického diela, ale i so zámerom umocnenia komunikácie medzi slovenskými i zahraničnými dizajnérmi a architektmi a zároveň i umožnenia konfrontácie medzi dizajnerskými generáciami, zakladá táto architektonická a stavitelská kancelária Galériu K.F.A. Poslanie bolo naplnené, a tak publikum vyhľadávajúce tento spôsob relaxu, poučenia či obohacovania ducha malo a má možnosť v priebehu posledných piatich rokov stretnúť sa v tomto „útočisku“ architektúry a dizajnu väčšinou s autorským soliterným alebo v malých sériách produkovaným nábytkovým dizajnom a špičkovou slovenskou i zahraničnou architektonickou tvorbou. Pozvanie prijali a medzi hviezdami zažiarili svetové celebrity – Milan Knížák, Bořek Šípek, Imre Makovec, Jiří Pelcl, Olgoj Chorchoj i domáci priekopníci a stálice – Lubomír a Juraj Závodní, Dušan Voštenák, Karol Weisslechner, Karol Pichler, Viera a Daniel Brunovský, Dana Mušecová, Jozef Gašparík, Miroslav Pribiš, Tibor Uhrín, Ľubica Fábri i mladá generácia – UFO design, Patrik Illo, Marián Filkor, Studio Designo a ďalší. Zvláštne, samostatné odprezentovanie je poskytnuté i najmladšej dizajnerskej generácii, a to prostredníctvom každoročne vyhlasovanej súťaže na danú tvorivú dizajnerskú tému pre študentov stredných a vysokých škôl zameraných na nábytkovú tvorbu. Prvý ročník súťaže bol roku 1998, súťažné návrhy posudzuje vždy kvalitne obsadená medzinárodná porota.

S prvým krížikom na chrbte, s početnými realizáciami doma i v zahraničí, s galériou, s dcérskou spoločnosťou v Prahe a s kuchynským štúdiom Haka Küche, Štúdio K.F.A. bilancuje svoju prácu a vytvorené hodnoty uplynulého desaťročia. A nepochybne sa tvrdošíjne chystá započat zopár ďalších pekných desaťročí. Určite sa môžeme tešiť, keď už teraz je na čo spomínať...

trienále plagátu Trnava 2000

28.9.2000 – 30.11.2000

Trienále plagátu Trnava 2000 bolo štvrtým ročníkom medzinárodnej súťažnej prehliadky plagátu, ktorá si získava čoraz väčšiu popularitu medzi tvorcami plagátu a grafickými dizajnérmi všeobecne a radí sa k najvýznamnejším svetovým výstavám plagátu. Hlavným organizátorom trienále je Galéria Jána Koniarka v Trnave a na organizácii sa podieľa mesto Trnava, Slovenské centrum dizajnu v Bratislave a Vysoká škola výtvarných umení v Bratislave. Úlohu kurátora minuloročného trienále prijal renomovaný slovenský historik dizajnu Zdeno Kolesár. Záštitu nad podujatím znovu prevzali minister kultúry SR a najvýznamnejšia svetová organizácia v oblasti grafického dizajnu – ICOGRADA (International Council of Graphic Design Associations). Podujatie finančne podporil Štátny fond kultúry PRO SLOVAKIA.

Súťaž bola vyhlásená v septembri 1999 tradične v dvoch kategóriách: A – profesionálni autori (jednotlivci a kolektívy) a B – študenti výtvarných škôl. Tento rok prišlo do súťaže takmer 1800 plagátov. Výberová komisia zložená z deviatich odborníkov v oblasti grafického dizajnu vybrala na výstavu 1288 plagátov od 378 autorov zo 42 krajín. Z toho v kategórii A bolo vystavených 1028 plagátov od 282 autorov, v kategórii B 260 plagátov od 96 autorov. Trienále nebolo ohraničené témou, vystavené boli plagáty všetkých druhov: umelecké, propagačné, angažované. Pozitívom je vysoká účasť významných zahraničných dizajnérov, vďaka čomu trienále poskytuje prehliadku svetových trendov za posledné tri roky. Na výstave boli zastúpené takmer všetky krajiny Európy, z ďalších napríklad USA, Austrália, Čína, Zimbabwe a už tradične tu bola veľká kolekcia plagátov z Japonska. Vrcholom súťažnej prehliadky je udeľovanie cien, o ktorých rozhoduje medzinárodná porota. Okrem ceny Grand Prix v kategórii A a 1., 2. a 3. ceny v oboch kategóriách sú udeľované (bez rozlíšenia kategórií): Cena Slovenského centra dizajnu a Cena primátora mesta Trnava a osobitná cena VŠVU v kategórii B. Mimoriadnou udalosťou bolo udelenie osobitnej ceny organizácie ICOGRADA. Účasť na odovzdávaní cien prijala na pozvanie Slovenského centra dizajnu viceprezidentka organizácie ICOGRADA, grafická dizajnérka Sanja Rocco z Chorvátska. Špeciálne ocenenie Master's Eye Award udeľujú reprezentanti inštitúcií Galérie Jána Koniarka, Slovenského centra dizajnu a Vysokej školy výtvarných umení podľa štatútu trienále grafickým dizajnérom, odborníkom vizuálnej komunikácie a teoretikom umenia za mimoriadne tvorivé výsledky, organizátorskú aktivitu a propagáciu grafického dizajnu. Organizačný výbor TPT 2000 vybral piatich laureátov ocenenia Master's Eye Award. Boli nimi významné osobnosti grafického dizajnu – Tapani Aartomaa z Fínska, Paul Brühwiler zo Švajčiarska, Jaroslav Šůra z Českej republiky, Mieczysław Górowski z Poľska a Stanislav Stankoci zo Slovenska, ktorí prijali účasť v medzinárodnej porote.

Výstava bola otvorená 28. septembra 2000, vtedy sa uskutočnilo aj slávnostné udeľovanie cien v Trnavskom divadle. Autorom vizuálneho štýlu TPT 2000 vrátane grafického dizajnu katalógu trienále je Robert Paršo zo štúdia Stupidesign, výstavu architektonicky stvárnil Karol Weisslechner. Výstava sa konala na viacerých miestach v meste, nielen vo výstavných priestoroch galérie – Kopplovom kaštieli a pôsobivom interiéri synagógy – Centra súčasného umenia, ale aj v Trnavskom divadle (kde prebiehala nesúťažná výstava členov poroty) a v netradičnom priestore Parného mlyna – sýpky, kde bola popri časti kategórie A vystavená aj kolekcia študentských prác.

Trienále plagátu Trnava 2000 nebolo iba výstavou, ale po prvý raz aj rozsiahlejším projektom so sprievodnými podujatiami, ktorými boli cyklus komorných výstav Okno, medzinárodný workshop pre študentov grafického dizajnu Plagát dnes a akcia Plocha, na ktorých sa organizačne podieľalo občianske združenie POSTER – Klub priateľov Trienále plagátu Trnava.



LECH MAJEWSKI, POĽSKO: INKASISTA

ATELIER D'ARTS PLASTIQUES, COLLEGE BRIZEUX, FRANCÚZSKO: MADE BY CHILDREN, 1999



Ako by ste hodnotili úroveň Trienále plagátu Trnava 2000?

Sanja Rocco (viceprezidentka organizácie ICOGRADA, Chorvátsko):

„Úroveň je nepochybne vysoká, môžete tu nájsť diela mnohých významných svetových dizajnérov.“

Mieczysław Górowski (člen medzinárodnej poroty TPT 2000):

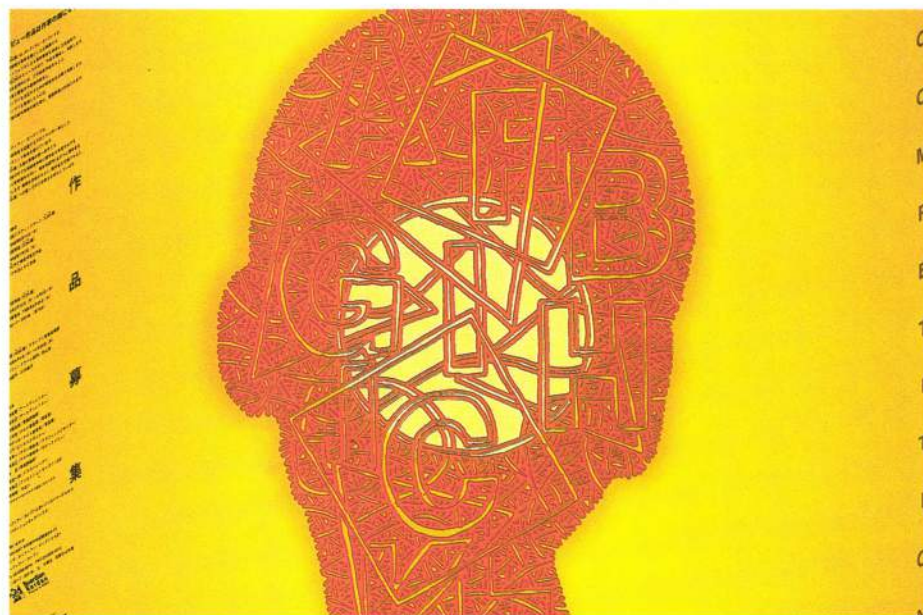
„Trienále plagátu Trnava je výrazne zapísané vo vedomí grafických dizajnérov celého sveta a v kalendári najväčších podujatí spojených s plagátom. Jeho význam je rovnocenný s inými svetovými biennále a trienále. Práce sem posielajú všetci najlepší svetoví tvorcovia plagátu. Katalóg trienále v Trnave dokonca prevyšuje niektoré iné, má dobrý formát a grafické spracovanie.“

Jaroslav Šůra (člen medzinárodnej poroty TPT 2000, Česká republika):

Štvrtý ročník TPT 2000 potvrdil svoje renomé, ktoré si vo svete za uplynulé tri ročníky získal. Už sám úctyhodný výpočet zúčastnených autorov z celého sveta podáva presvedčivý dôkaz o tom, že TPT sa zaradilo medzi významné svetové prehliadky plagátovej grafiky. Som osobne presvedčený, že TPT sa stalo svetovým festivalom plagátového umenia.“

Tapani Aartomaa (člen medzinárodnej poroty TPT 2000, Fínsko):

„V porovnaní s inými výstavami plagátov, ktoré som videl, je trnavské trienále veľmi rozsiahle. Množstvo účastníkov je všade takmer rovnaké ako v Trnave. Ak vystavíte také množstvo plagátov ako tu, prirodzene nie sú všetky najlepšie. Pre návštevníkov by bolo lepšie zdôrazniť kvalitu, nie množstvo.“



MASUTERU Aoba, JAPONSKO: COMPETITION 1998, 1998



SZYMON SALINSKI, POŁSKO: MYŚLIĆ, TĘDĄ SOMI, 1999



ROBERT DÓKA, SLOVENSKO: RED, 2000

Lubomír Longauer (grafický dizajnér, Slovensko):

„TPT je veľká akcia, ktorá si už získala istú pozíciu v pomaly nevládateľnom množstve takýchto výstav. ... Možno nezaškodí väčšia redukcia vo výberovej porote. V tom mori plagátov boli dobré, veľmi dobré i skvelé, ale boli i slabšie. Je to veľká výstava, ktorá po minulom prepade počtu účastníkov zaznamenala vzostup. Pri vynikajúcich autoroch a kolekciách by bolo dobré vystaviť viac plagátov, inde redukovať. S kolegami na workshope sme veľa debatovali o špecifikách tohto trienále a všetci veľmi pozitívne hodnotili existenciu kategórie B.“

Piotr Kunce (grafický dizajnér, Poľsko):

„Úroveň TPT je dobrá, ale samozrejme by mohla byť lepšia. V čom? Myšlienka troch výstavných priestorov nie je najlepšia. Situácia varšavského bienále je v niečom podobná – je v dvoch budovách, ale na jednom mieste. Napriek tomu návštevníci chodia oveľa zriedkavejšie do menšej budovy. To isté môžeme povedať o posudzovaní – porota dáva ocenenia v hlavnej budove. Inú skúsenosť mám z Mexika, kde vystavujú všetko na jednom mieste. V minulosti to tak bolo vo Varšave a bolo to oveľa, oveľa lepšie. Iným problémom je kvantita plagátov – podľa môjho názoru ich tu bolo príliš veľa. Vážne by som navrhoval do budúcnosti maximum 700-750 plagátov a 5-6 plagátov na autora. Je to dosť na prejavenie osobnosti.“

Akým smerom sa podľa vás uberá médium plagátu? Aká bude jeho úloha vo vizuálnej komunikácii tretieho tisícročia?

Sanja Rocco (Chorvátsko):

„V súčasnosti je veľký rozdiel medzi spoločenským/kultúrnym plagátom, ktorý je umeleckejší, na jednej strane a komerčným plagátom na druhej strane. Myslím si, že tieto dve kategórie budú mať v budúcnosti k sebe bližšie. Plagát ako médium bude existovať v 21. storočí.“

Mieczysław Górowski (člen medzinárodnej poroty TPT 2000, Poľsko):

„Vo svete, kde tak rýchlo dochádza k zmenám, kde sa rýchlo objavujú technické novinky je ťažké predpovedať tak ďaleko dopredu. V podobe, v akej plagát existuje, funguje, je potrebný a myslím si, že to tak ešte dlho zostane. V porovnaní s inými informačnými médiami je stabilný, nemení sa v čase a priestore. To sú jeho najväčšie prednosti.“

Piotr Kunce (grafický dizajnér, Poľsko):

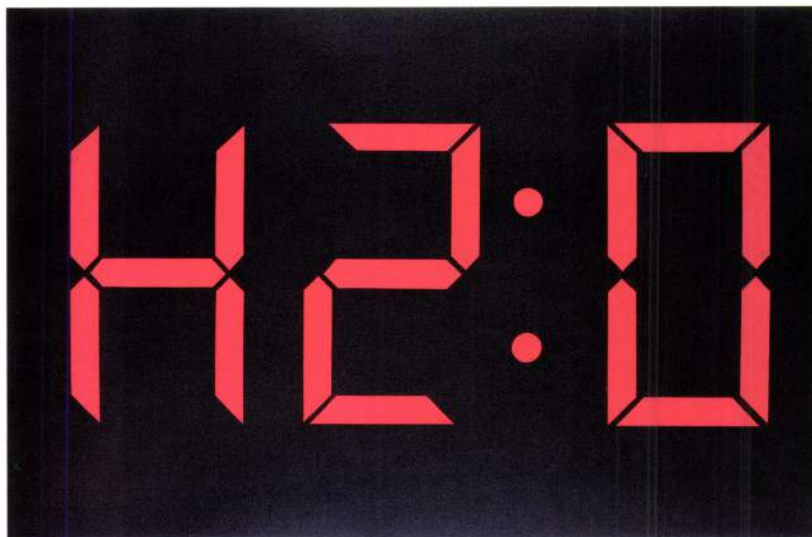
„Plagát vo svojej tradičnej forme sa nebude viac vyvíjať. Formát 120 x 180 je maximum a je rozumný pre ulicu. Na druhej strane je plagát starým médiom reklamy a komunikácie a stráca svoju pozíciu. Dôvodov je veľa – množstvo výtvarnej produkcie je v rukách amatérov. Publikum nechápe už plagát ako fenomén – zmes umenia a komunikácie. ... Na mnohých miestach je plagát v rukách nadšencov, ktorý s ním zaobchádzajú ako s najvyššou formou dizajnu. Často vytvárajú plagáty bez objednávky, len aby udržiavali vysokú úroveň dizajnu plagátu. My – tvorcovia plagátu – sa cítime ako aristokrati medzi dizajnérmi, pretože vieme, že je to iba čiastočne dizajn a viac umenie.“

Jaroslav Šúra (člen medzinárodnej poroty TPT 2000):

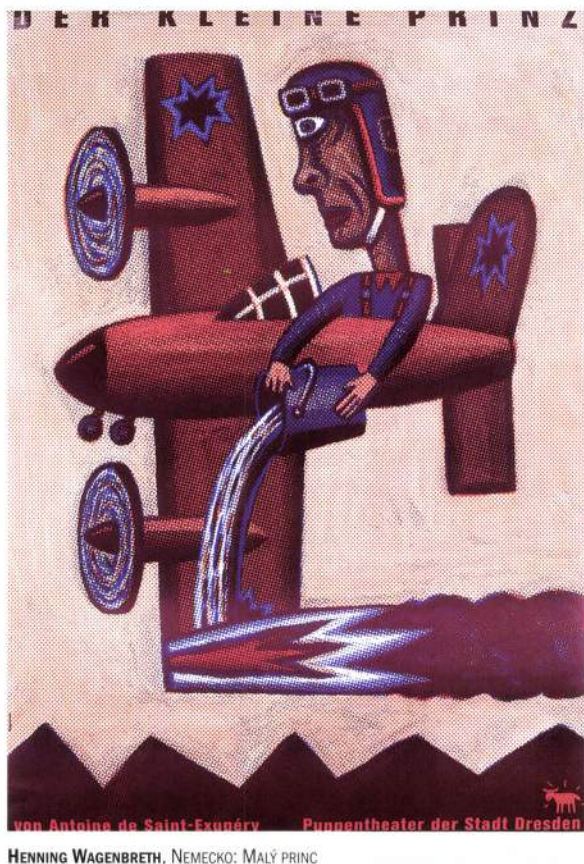
„Pretože sledujem trend plagátu viac ako štyridsať rokov, mám dobrý pocit, že sa uberá smerom od rozprávania k maximálnej umelečkej skratke. V treťom tisícročí sa musí plagát vyrovnáť s určitým handicapom, ktorý spočíva v bezbrehom aranžérstve, bez vtipu, bez nápadu, v prevažnej väčšine na veľmi nízkej úrovni. To sa týka aj grafickej úrovne ostatných médií. Som presvedčený, že plagát, ako svojbytný umelecký prejav, prežije!“



NORVIKA BOVCON, SLOVENSKO: MANN RUNS ON CULTURE



VIERA KOLIBSKÁ, SLOVENSKO: H₂O



HENNING WAGENBRETH, NEMEČKO: MALÝ PRINC

dialóg s prostredím

Sprievodné akcie Trienále plagátu Trnava 2000

V prirodzenom prostredí ulice je plagát vnímaný predovšetkým ako informačné médium. Zároveň je pokladaný za efektívny, kultúrny a spoločensky angažovaný nástroj vizuálnej komunikácie. Prenesením do výstavných priestorov sa jeho informačná funkcia takmer vytráca a plagát sa stáva jednou z foriem autonómnej umeleckej výpovede. Keďže je médium plagátu určené na dialóg s prostredím, organizátori v spolupráci so združením POSTER pripravili akcie, ktoré priblížili Trienále plagátu Trnava 2000 k duchu prvých dvoch ročníkov (1991, 1994), keď boli plagáty vystavené aj vo výkladoch, prístupné náhodnému divákovi.

Okno

O projekte Okno sme podrobnejšie informovali v minulom čísle časopisu. Bol to cyklus „výstav jedného plagátu“ venovaný predchádzajúcim ročníkom trienále. Vo výklade predajne CD na trnavskom námestí boli postupne prezentované niektoré plagáty vystavené počas trienále z rokov 1994 a 1997. Posledným bol plagát ocenený počas TPT 1997 cenou Grand Prix od švajčiarskeho grafického dizajnéra Paula Brühwilera, ktorý bol predsedom medzinárodnej poroty. Cieľom projektu bolo počas niekoľkých mesiacov pred otvorením výstavy upozorniť laickú verejnosť, predovšetkým mladých ľudí, ktorí tvoria prevažnú časť návštevníkov trienále, na existenciu tohto podujatia.

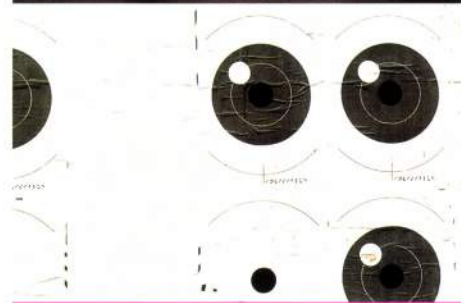
Workshop Plagát dnes

Workshop bol určený predovšetkým odbornej verejnosti. Prebiehal v čase otvorenia trienále (27. – 30. 9. 2000) a zúčastnili sa ho pedagógovia a študenti výtvarných akadémií zo Slovinska, Poľska, Čiech, Švajčiarska, Fínska a Slovenska. Projekt organizovali združenie POSTER a VŠVU a finančne ho podporil grant Ministerstva kultúry SR. Autormi projektu boli Mária Rišková, predsedníčka združenia POSTER, a Zdeno Kolesár, kurátor výstavy.

Myšlienka workshopu Plagát dnes vznikla z potreby oživiť statický charakter výstavy a zároveň poskytnúť priestor na stretnutie a konfrontáciu generácií tvorcov plagátu. Živnou pôdou pre takýto projekt bola prítomnosť svetových grafických dizajnérov, ako členov poroty alebo návštevníkov výstavy, a existencia študentskej kategórie v súťažnej prehliadke, ktorou je trnavské trienále známe a ktorú oceňujú mnohí grafickí dizajnéri.

Témou workshopu bolo médium plagátu a súčasné trendy v tejto oblasti grafického dizajnu. Prebiehal v troch častiach. Prvou bola teoretická časť – prednášky na témy Plagát dnes (Zdeno Kolesár), Fínsky plagát 50. rokov (Ulla Aartomaa, kurátorka múzea Lahti Art Museum), Majstri poľskej školy (Jacek Mrowczyk, asistent Katedry vizuálnej komunikácie krakovskej akadémie) a prezentácie prác lektorov. Na základe prezentácií a tém, ktoré si zvolili lektori, mali študenti možnosť

PLUCHA



ZÁBERY Z CYKLU PLAGÁTOVACÍCH AKCIÍ PLUCHA



ZÁBERY Z CYKLU PLAGÁTOVACÍCH AKCIÍ PLOCHA

vybrať si lektora, s ktorým v druhej časti v menších skupinách absolvovali prehliadky expozícií trienále. Posledné dva dni boli venované vizualizácii myšlienok a konceptov pod vedením lektorov v ateliéroch VŠVU v Bratislave.

Hoci sa krátky čas poskytnutý „fyzickej produkcii“ plagátov môže pokladať za nevýhodu, organizátori považovali za veľmi dôležité poskytnúť študentom priestor na spomínané stretnutia s významnými grafickými dizajnérmi a dost času na prehliadku expozícií, ktoré sú pre mladého tvorca plagátu nepochybne inšpiratívne. Autori projektu chceli posunúť workshop do konceptuálnej roviny zamýšľania nad možnosťami média plagátu. Lektori sa s touto problematikou vyrovnali vynikajúco: viedli študentov k tomu, aby hľadali v plagáte posolstvo a vytvárali víziu, nielen fyzické výsledky.

Dvaja z lektorov boli tiež členmi medzinárodnej poroty trienále: Tapani Aartomaa (Fínsko) a Paul Brühwiler (Švajčiarsko). Tapani Aartomaa si zvolil tému Európske moria, ktoré jeho poľské študentky pochopili ako ekologické posolstvo. Študenti Paula Brühwileru experimentovali a vytvárali návrhy plagátov spoločne tým, že prekryvali predchádzajúce vrstvy materiálov, čo bolo pre nich „lekciami tolerancie a komunikácie“. Lektor zo Slovenska Ľubomír Longauer témou Black & White poskytol nielen formálny rámec tvorby, ako by sa mohlo zdať na prvý pohľad, ale tiež priestor na uvažovanie o limitách, ktoré môžu byť dôsledkom čierno-bieleho myslenia. Typografické plagáty študentov Władysława Plutu (Poľsko) realizované v podobe diapozitívov boli veľmi svieže a vtipné. Zdravko Papič, pedagóg zo slovinskej akadémie, bol úspešný so sociálnou témou o problémoch študentov s bývaním, ktorá im bola blízka.

Plagáty vytvorené počas workshopu a myšlienky spojené s ich vznikom boli prezentované účastníkmi a organizátorom na večernej vernisáži v posledný deň workshopu. Neskôr boli sprístupnené spolu s fotodokumentáciou návštevníkom trienále v Galérii Jána Koniarka v Trnave. Počas workshopu Plagát dnes vzniklo mnoho živých a podnetných kontaktov medzi jeho účastníkmi.

Plocha

Cyklos plagátovacích akcií PLOCHA – „múr plagátov“ prekročil hranicu medzi grafickým dizajnom a voľným umením. Autorom projektu Plocha je výtvarník Milan Mikula (spoluautori Mária Rišková, Robert Paršo, Juraj Balogh, Virpi Kettu). Umelý múr postavený na najfrekventovanejšom mieste Trnavy (Trojičné námestie) poskytoval „plochu“ na komunikáciu a prezentáciu myšlienok. Plagáty na múre, ktoré vytvorili štyria mladí grafickí dizajnéri, boli cyklicky prelepované počas jedného mesiaca po otvorení trienále.

Jednou z myšlienok projektu bolo zdôrazniť pôvodné poslanie plagátu ako komunikačného média priamo pôsobiaceho na diváka v exteriéri v protiklade s jeho prezentovaním v uzavretých galerijných priestoroch. Propagácia trienále bola v konečnom dôsledku podružnou záležitosťou a prebiehala hlavne verbálne počas plagátovacích happeningov – akcia by mohla existovať úplne nezávisle od trienále, nebola v žiadnom prípade opisná. Informácia o trienále sa objavila na múre iba počas akcie Komunikácia.

Plagáty vznikli špeciálne pre trnavskú Plochu (okrem dvoch plagátov „recyklovaných“ z predchádzajúcich plagátovacích akcií Milana Mikulu, na ktoré Plocha voľne nadväzovala) a boli prevažne navrhované na plošný výlep. Dôležitejšou ako samotné artefakty však bola akčnosť celého projektu – plagát (plagátovacia plocha) tu bol použitý ako silný výrazový prostriedok, akýsi stimulant na vyvolanie reakcií divákov, buď priamych, alebo dodatočných. Objavili sa zásahy rôzneho druhu – strhávanie, graffiti, dolepovanie. Performancie skupiny mladých ľudí – lepenie plagátov na múr, ktorý narúšal každodenný stereotyp okoloidúcich, zákonite vyvolávali ich reakcie. Zaujímavé bolo, že tieto reakcie záviseli v istej miere od námetu plagátu a pohybovali sa v škále pocitov, ktoré môže plagát vzbudzovať – zvedavosť, uspokojenie, v niektorých prípadoch až agresivitu. Performancie sa zákonite menili na happening – diváci počas každého výlepu spolupracovali pri lepení plagátov. Najzrozsiahlejší a najsofistikovanejší z anonymných zásahov divákov prebehol počas prvej akcie nazvanej rovnomenne Plocha. Autorom minimalistického plagátu bol Milan Mikula a plagát nemal vyššie ambície ako byť štartovacou „plochou“ v zmysle zámeru projektu. Už počas prvých hodín existencie Plochy vylepil anonymný autor na múr sériu fotografií mentálne retardovaných detí a nasprejoval sem nápis Nie som jediný NA SVETE, a tým potvrdil očakávania autorov. Cyklus akcií Plocha vyvolal pozornosť, nespočetné otázky a záujem trnavského publika nielen o trienále, ktorého bol sprievodným podujatím, ale tiež o médium plagátu a o výtvarné umenie všeobecne.



Kategória A – profesionálni autori

Grand Prix:

- Fang Chen (Čína)
séria plagátov We are one

1. cena

- Lex Drewinski (Nemecko/Poľsko)
kolekcia 8 plagátov

2. cena

- Masuteru Aoba (Japonsko)
plagát Competition 1998

3. cena

- Lech Majewski (Poľsko)
kolekcia 10 plagátov

Cena organizácie ICOGRADA

- Henning Wagenbreth (Nemecko)
plagát Little prince

Cena Slovenského centra dizajnu

- Ralph Schraivogel (Švajčiarsko)
plagát Cinemafrika

Cena primátora mesta Trnavy

- Alain Le Quernec (Francúzsko)
plagát My poster is what I feel,
my poster is what I mean

Kategória B – študenti výtvarných škôl

1. cena

- Atelier D'Arts Plastiques College Brizeux
(Francúzsko)
plagát Made by children. Child sold – child broken

2. cena

- Szymon Saliński (Poľsko)
plagát I think so I am

3. cena

- Viera Kolibská (VŠVU Bratislava, Slovensko)
plagát H2:O

Osobitná cena Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave

- Narvika Bovcon (Academy of Fine Arts Ľubľana, Slovinsko)
plagát Man runs on culture

Ceny udelené medzinárodnou porotou Trienále plagátu Trnava 2000



ZÁBERY Z CYKLU PLAGÁTOVACÍCH AKCIÍ PLOCHA



Foto: Viera Kuracinová, Milan Mikula

furio minuti

Jana Pauly

„Dizajn nie je umenie, musí hľadať v minulosti, žiť v prítomnosti a myslieť na budúcnosť.“ tvrdí taliansky architekt a dizajnér, ktorý viac ako dvadsať rokov projektuje spotrebné výrobky pre vybrané talianske firmy na spracovanie plastov.



Hi-Fi. KÚPEĽNÉVÉ SKRINKY, 1990/1993



KRESLO (PROTOTYP), 1992



Furio Minuti je Talianom nielen svojím sympatickým vzhľadom, ale predovšetkým bezprostredným prejavom, myslením a láskou k Taliansku. Narodil sa roku 1952 v meste Macerate na juhu Talianska, kde dodnes žije a tvorí. Na univerzite vo Florencii študoval na Fakulte architektúry a urbanizmu. V posledných dvoch rokoch štúdia ho väčšmi oslovil dizajn. Architekt v talianskej spoločnosti musí

byť totiž politicky angažovaný, aby získal zaujímavú prácu, a to mu – zjednodušene povedané – zďaleka nevyhovovalo. Z tohto dôvodu sa už v diplomovej práci zamerával na dizajn, zaoberal sa ornamentom v plaste. Po vyštudovaní projektoval vo vlastnom štúdiu dizajn grafický, priemyselný a malú architektúru. Venoval sa tiež problému nových technológií – domom z hliny. Projekty spojené s tvarovaním plastov ho zaujali natoľko, že začiatkom 80-tych rokov nastúpil ako dizajnér do firmy Fratelli Guzzini. Tam dostal veľkú príležitosť oboznámiť sa s rôznymi výrobnými technológiami, a to mu pomohlo dobre sa zorientovať vo výrobných možnostiach. Okrem toho sa stal umeleckým šéfom a rozhodoval o dizajne priemyselných výrobkov firmy. Oplýval nevšednými výtvarnými dizajnerskými nápadmi, ktoré boli úplne nerealizovateľné, pretože nerešpektovali výrobnú technológiu. V roku 1985 sa stáva členom talianskej Asociácie architektov a dizajnérov (ADI).

Po takmer päťročnom pôsobení vo firme odchádza späť do vlastného štúdia a externe tvorí na zákazku pre firmy Fratelli a Rede Guzzini, Tendra Dorica a Itema. Je jedným z mála skutočných dizajnérov, ktorí vychádzajú vždy z konkrétnej výrobnéj technológie – tá ho motivuje pri každom novom projekte. Minuti vždy akceptuje marketingový prieskum firmy, pre ktorú tvorí, lebo nie je platený za predaný projekt ako napríklad Philippe Starck, ale podľa predaného množstva priemyselného výrobku, ktorý navhol. O úspešnosti Minutiho nápadov rozhoduje záujem spotrebiteľov.



SÚPRAVA PAPPILON, 1985/1989.
OCENENÉ CENAMI COMPASSO D'ORO (1991), BIO 13 (1992), ADI TECHNOTEL (1992)

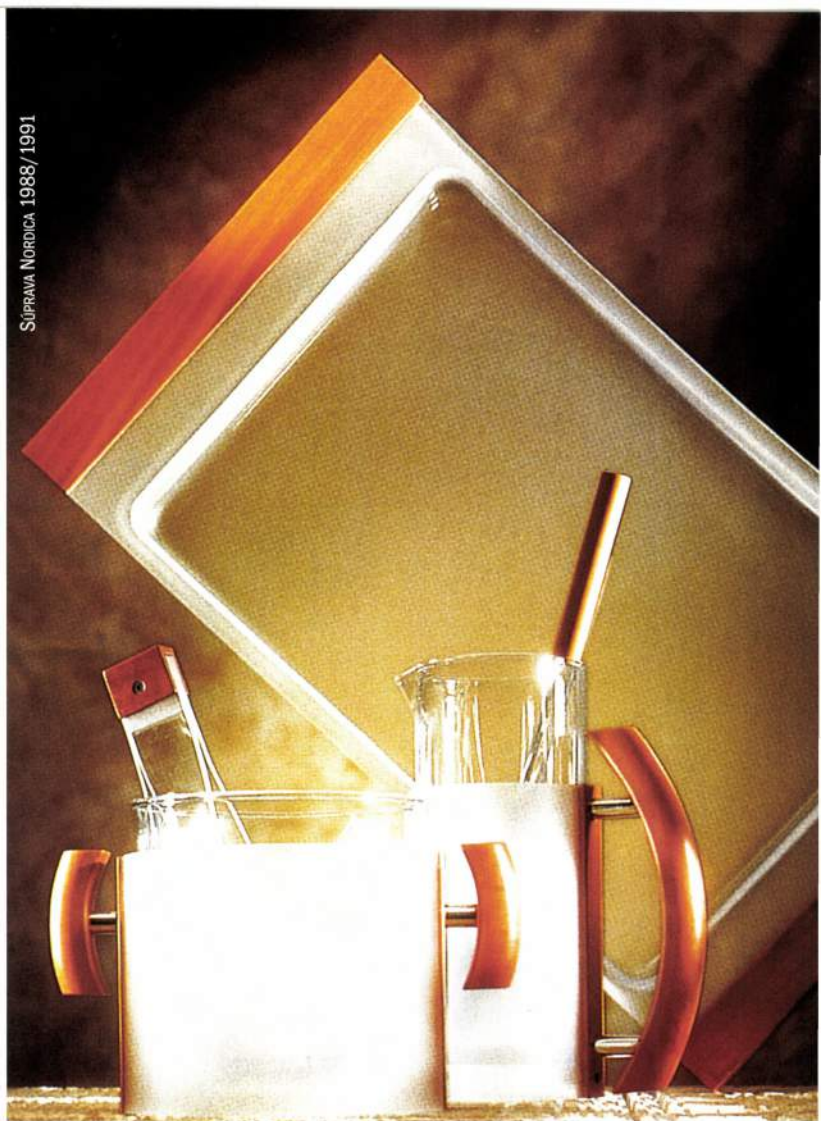
O tom, že jeho nápady sú bystré a realizovateľné svedčí dlhodobá predajnosť ním navrhnutého spotrebného tovaru. Charakteristické sú pre neho čisté a jednoduché línie, vtipný detail a vytváranie predmetov, ktoré možno kupovať a ľubovoľne používať jednotlivo alebo v celej zostave. Furio Minuti dáva svojim predmetom prirodzené ľudský rozmer a zároveň určitú nadčasovosť. Moderný súčasný výraz výrobkov zaručuje nutné akceptovanie práve módnou farebnosťou, ktorá opanuje nadchádzajúcu sezónu spotrebných výrobkov (dvakrát ročne ju určuje Domus Academy v Miláne).

Pre firmu Fratelli Guzzini, kde začínal, stále vytvára návrhy pre technológiu lisovania plastu striekaním, technológiu s vysokými vstupnými investíciami do kovových foriem a rýchlu a lacnú výrobu státisícových sérií. Ide prevažne o tvarovo vkusný a lacný riad a náčinie v mnohých farebných vyhotoveniach. Odlišný charakter má tvorba pre firmu Rede Guzzini. Jej pôvodná produkcia vychádzala z ručného spracovania rohoviny. Vo firme stále ostáva určitý podiel umeleckoremeselnej ručnej práce kombinovaný s novou technológiou tvarovania termoplasticky, pričom sa v špeciálnych peciach predhriate metakrylátové dosky tvarujú vo formách a potom sa ručne opracovávajú brúsením, leštením a dopĺňaním komponentov z ďalších materiálov. Využíva sa aj nová technológia tvarovania vyfukovaním akrylátovej hmoty do foriem. Vytvárajú sa menšie série tvarovo náročnejších výrobkov z drahších materiálov. Odzrkadľuje sa to samozrejme na vzhľade kuchynských koreničkových súprav, strúhadíel na syr a ovocie, nádobiek na ocot, olej a ďalšie pochutiny, vznikajú zaujímavé typy kuchynských váh a hodín v kombináciách dreva alebo kovu s metakrylátom. Tvarovo neobyčajné podnosy v zaujímavých materiálových kombináciách sú dopĺňané sadami misiek a nádobiek. Po úspešnej kolekcii Lumina 1998 to dokazuje nová kolekcia s názvom Nordica 2000.



NOTORIUS. UMÝVADLO, 1993

SÚPRAVA NORDICA 1988/1991



Pre firmu Iteima projektuje vane a sprchovacie kúty v rôznych priestorových variantoch, vyrábané tepelným formovaním plastu. Furio Minuti bol prvým dizajnérom, ktorý dokázal prepojiť nový typ ním navrhutej hydromasážnej vane so sprchovacím boxom tak, aby zaberá malý priestor, 170 x 70 cm, v typizovaných bytoch (pred hydromasážou sa totiž treba dobre osprchovať). Navyše navrhol úspešnú rodinnú sprchovacu kabínu pre tri osoby s možnosťou variabilného umiestnenia v priestore alebo pri stene, ktorá získala cenu na veľtrhu vo Frankfurte nad Mohanom.

Esteticky pôsobivú kúpeľňovú nábytkovú variabilnú zostavu Alente naprojektoval pre firmu Tendra Dorica. Puristicky až technologicky pôsobiace skrinky, police, umývadlo a sanitárne doplnky sú vyrobené z kvalitných, dobre hygienicky udržiavateľných materiálov, ako sú antikoročná oceľ, vodu odpudzujúce MDF dosky, lakované v trinástich možných farebných modifikáciách, dyhované drevo, pochrómovaná mosadz, sklo a akrylát. Navrhnutý systém poskytuje osem rôznych kombinácií zostavenia nábytku na konzolách, alebo zavesením na stenu miestnosti.

Furio Minuti býva hosťom všetkých európskych veľtrhov spotrebného tovaru a pravidelne na nich získava celý rad ocenení, napríklad Compasso d'Oro v Miláne, na Design Innovationen v Essene, na ľubľanskom bienále dizajnu Bio 13, 14, 15 a 16, na Casaidei v Ríme, Grandesigne v Pesare, Techhoteli v Janove a v neposlednom rade aj vo Frankfurte na veľtrhu Design Plus ISH. Práve na veľtrhu vo Frankfurte je inštalovaný pavilón plagiatov, kde renomované firmy predstavujú originálne výrobky, ku ktorým sú priradené zle kopírované výrobky aj s menami produkujúcich firiem. Furio Minuti s úsmevom podotýka, že jeho dizajn výrobkov je na tej správnej strane pavilónu, a teší ho, že jeho výrobky mnohí napodobňujú.

Na tohtoročnom veľtrhu vo Frankfurte predstaví firma Rede Guzzini celkom novú zostavu mobilných regálov. Nové tendencie bývania reflektoval Minuti svojou zostavou ôsmich typov mobilných regálov s názvom Helsinki 2000. Samotný názov svedčí o estetickú kvalite lapidárneho tvarového riešenia s perfektnými riešeniami detailmi spojov. Túto interiérovú variabilne využiteľnú skupinu ľahkého mobiliára (napr. knižnice a odkladacie plochy) vyrába Rede Guzzini.

Dizajnér Furio Minuti ani po dvadsiatich rokoch navrhovania nepoužíva pri tvorbe počítač. Zatiaľ ho ani nevlastní, spolieha sa výlučne na vlastnú kreativitu – jeho najväčším pomocníkom je obyčajná ceruzka. Pri kreslení nových návrhov myslí na ľudí, ktorí budú jeho predmety používať, a vychádza z vnútorného pocitu, akými predmetmi by on sám bol rád obklopený.



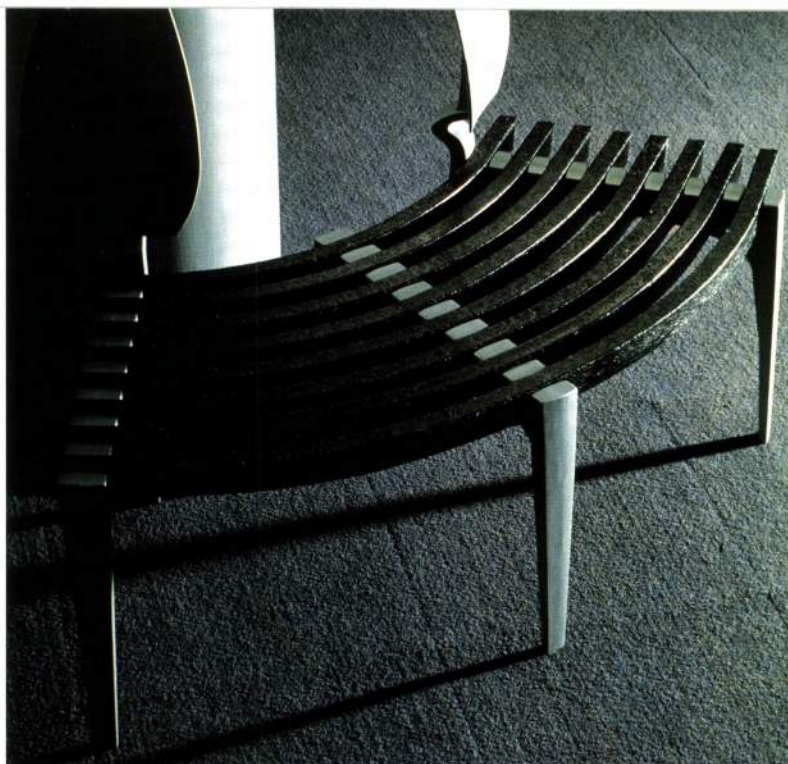
QUENTIN. SVIETIDLO S TIENIDLOM Z PAPIERA. DESIGN: VK&PARTNERSHIP

Alastair S. Macdonald

glasgowská zbierka prvá séria

Glasgowská zbierka je jedno z kľúčových dedičstiev celoročného festivalu dizajnu "Glasgow 1999". Poskytuje trvalý prehľad o potenciáli zúčastnených tvorcov a výrobcov. Vytvára charakteristický imidž mesta, vyjadrujúci hodnoty dôležité pre organizátorov festivalu a dané výrobné možnosti. Hlavným cieľom zbierky bolo ukázať inovatívne a konkurencieschopné produkty, ktoré si razia cestu k silnému spojeniu medzi výrobcami z tohto mesta a jeho jedinečným dizajnerským talentom. Zbierka pomáha tiež vytvoriť profil Glasgowa ako centra vynikajúceho dizajnu v celom Škótsku, vo Veľkej Británii i v zahraničí.

Zbierku založili v roku 1997 s ambíciou poskytovať každoročne počas troch rokov finančné prostriedky na dizajn najmenej pätnástich pozoruhodných a inovatívnych nových produktov, priviesť ich do štádia prototypu, propagovať ich na výstavách a v publikáciách, a tak vytvoriť spolu 45 nových produktov. Ambíciou Glasgowskej zbierky bolo v kooperácii s miestnymi výrobcami zaviesť podstatnú časť prototypov do výroby a vytvoriť tak produkty, ktoré by pomohli zvýšiť konkurencieschopnosť miestnych podnikov. Tento cieľ sa uskutočňoval v partnerskej spolupráci s Glasgowskou rozvojovou agentúrou a Mestskou radou Glasgowa, za účasti dizajnérov z Glasgowa, ako aj z ostatných častí Škótska a zo zahraničia. Glasgowská rozvojová agentúra poskytla finančnú podporu vo výške 750.000 libier pre 45 cieľových produktov, z ktorých 15 sa malo začať vyrábať. V úsilí obísť byrokraciu riaditeľ Glasgowskej zbierky Bruce Wood podnikol rozhodný krok. Ako povedal: „Neexistovali nijaké formuláre na žiadosti, namiesto nich prebiehal dialóg. Každý projekt sa hodnotil podľa jeho významu.“ Ďalším rozhodujúcim faktorom bolo poskytovanie podnikateľského a strategického poradenstva mladým dizajnérom. Wood pokračuje: „Škótska kráľovská banka prejavila značnú odvahu, flexibilitu a ochotu riskovať a podujala sa projekt sponzorovať. Jej pomoc zahŕňala podnikateľské pôžičky s výhodnými úrokovými sadzbami, finančné poradenstvo, ako aj sponzorovanie mnohých projektov. Pôžičky dostali začínajúce firmy a firmy, ktoré nemali prístup k iným zdrojom príjmov.“ Podpora sa poskytovala hlavne mladým talentovaným dizajnérom, čerstvým absolventom vysokých škôl a iným mladým tvorcom, ktorí si chceli založiť firmu v Glasgowe, aby sa zabránilo odchodu talentov do iných častí Veľkej Británie a do zahraničia. V katalógu zbierky Wood ďalej opisuje proces výberu produktov tímom nezávislých poradcov, ktorí mali skúsenosti s vytváraním kontaktov medzi dizajnéromi a výrobcami. Prvá séria zbierky bola nedávno uvedená v glasgowskom Lighthouse, novom škótskom centre dizajnu, architektúry a mesta. Táto výstava predstavila 51 prototypov, z ktorých 18 sa už vyrába. Navyše šesť produktov bolo špecificky označených ako miléniové výrobky. Jedným z nich je Ursula, výsledok spolupráce medzi firmou Associated Metal vyrábajúcou výrobky z nehrdzavejúcej ocele, rodinným podnikom založeným v r. 1907, ktorý vyrábal skôr antikorové väzenské toalety ako luxusné vane, a dizajnerskou skupinou Submarine. Vďaka príkladnej kvalite remeselného vyhotovenia firmy Associated Metal a posadnutosti eleganciou a krásou na strane dizajnérov vznikol nový typ výrobku pre nový trh luxusného tovaru. Veľmi dobre sa predáva na celom svete. V tomto prípade Glasgowská zbierka pomohla s prvými finančnými nákladmi na vývoj dizajnu. Pre svietidlo Quentin z drevitého papiera od firmy VK&C dostali dizajnéri podporu na výrobné zariadenie, ktoré by vraj sami nikdy nedokázali financovať, ako povedal van Koten, jeden z dizajnérov, ktorí spolupracovali s progresívnou miestnou firmou vyrábajúcou obaly na báze buničiny. Tento výrobok zvíťazil v kategórii „najlepšie využitie papiera“ v súťaži Scottish Design Awards a predstavili ho na mnohých výstavách dizajnu.



NÁBYTOK DO EXTERIÉRU Z RECYKLOVANÉHO PLASTU. DIZAJN: VK&PARTNERSHIP, PAUL PERSON, JULES GOSS



ZÁSOBNÍK PRVEJ POMOCI PRI PORANENÍ OČÍ. DIZAJN: WALLACE CAMERON



Sortiment výrobkov v Glasgowskej zbierke je rozmanitý: liso-
vaný nábytok s inovovaným tvarom zhotovený novým výrobným
postupom, nábytok odolný proti vandalom s využitím recyklo-
vaných materiálov, interiérové a exteriérové svietidlá, dôv-
tipne riešený balíček prvej pomoci, elektronický digitálny
bubon, ploché nástenné hodiny, módne doplnky, stolovacia
keramika, bytový textil a mnohé iné. Pôvodné ambície sa spl-
nili a všetci sa zhodujú v tom, že Glasgowská zbierka bola
veľmi úspešná. Možno ju použiť ako akýsi nový druh značky
pre propagáciu mesta, navyše pritiahla domácu aj zahraničnú
pozornosť, čo je dostatočným dôvodom na dlhodobý záväzok
mesta. Pre prvú fázu bola charakteristická energia mladých,
kreatívnych dizajnérov, pričom festival dizajnu v r. 1999 bol
akoby katalyzátorom. Wood teraz plánuje druhú sériu tejto
zbierky. Je dôležité, aby sa zachovala dosiahnutá hybnosť,
ktorá viedla k vytvoreniu prvej série, a aby po skončení festi-
valu "Glasgow 1999" byrokracia nenahradila pôvodné vzruše-
nie a dynamiku. "Tlak dizajnu" musí viac dopĺňať "ťah
výroby". Lokalizovať výrobcov v meste a presvedčiť ich o mno-
hých možnostiach, ktoré im ponúka dizajn, bude jednou
z nasledujúcich hlavných úloh spolu s ďalšími investíciami.
Glasgowská zbierka predstavovala skutočný úspech, vytvorila
zbierku reálnych produktov, z ktorých mnohé sa už vyrábajú.
Je dôležité, aby ekonomickí funkcionári tohto mesta neza-
budli, čo sa naučili, že investície do financovania dizajnu pri-
nášajú skutočné a relatívne lacné zisky v podmienkach ekono-
mickej regenerácie a diverzifikácie výroby.

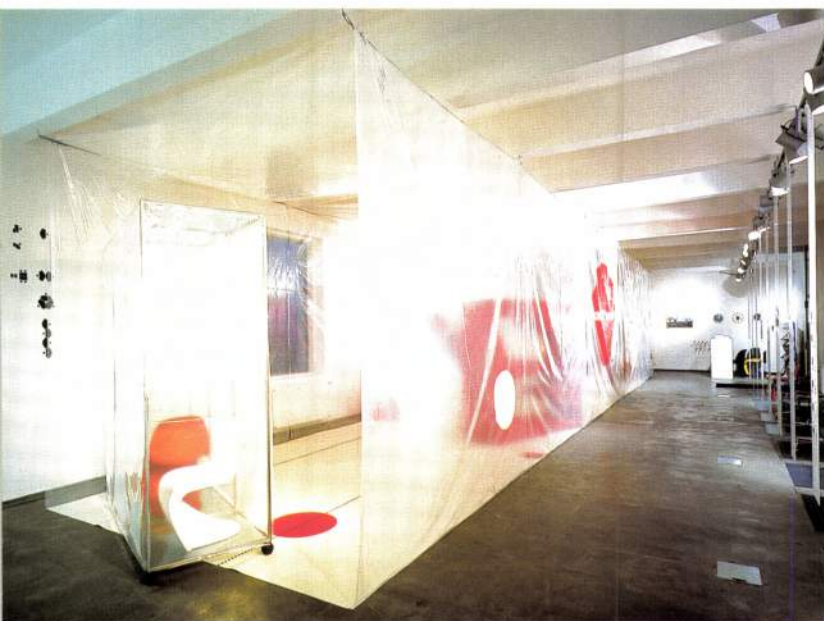
BÝVANIE BUDÚCNOSTI. DIZAJN: ONE FOOT TALLER, IWD, ADRIAN WISZNIEWSKI



List z Prahy

Michaela Kádnerová

Úsilie približovať dizajn, najmä nábytok a bytové doplnky širším vrstvám nie je v Českej republike ničím novým. Firmy, ktoré tu predávajú nábytok špičkového dizajnu



VÝSTAVA VERNERA PANTONA VO VITRE

od zahraničných firiem, ako aj výrobcovia nábytku podľa návrhov domácich dizajnérov pociťujú nápadnú potrebu kvalitnej prezentácie dizajnu. Preto investujú nemálo energie a prostriedkov, aby upozornili na kvalitu, ktorú predstavujú. O čo relatívne lepšie sú na tom predajcovia nábytku zahraničných výrobcov, v o to ťažšej situácii sú tunajší drobnejší producenti (veľké firmy, známe ešte z prednovembrového vývoja, ktoré prežili, smerujú svoju produkciu predovšetkým do zahraničia) a skutočne ťažká je ešte vždy situácia pre dizajnérov hľadajúcich uplatnenie. I keď je zo zahraničných výstavných skúseností zrejmé, že český dizajn, teda jeho kreatívny potenciál, je viac než porovnateľný v medzinárodnom meradle, stále bojuje s neschopnosťou a čiastočne aj neochotou domáceho priemyslu naň reagovať.

Výstavnou akciou, ktorej zmyslom bolo predstaviť na medzinárodnom fóre pri Salone del mobile v Miláne v apríli roku 2000 vysokú úroveň pražskej Vysoké školy umeleckého priemyslu, ale predovšetkým upozorniť výrobcov na najmladšiu generáciu dizajnérov a prehĺbiť spoluprácu medzi podnikmi a školou a uľahčiť tak študentom nástup do praxe, bola prehliadka prague:session. Takmer tridsať študentov vystavovalo svoje práce – doplnky zo skla a porcelánu, stolové i závesné lampy, nábytok – v prestížnej galérii v Miláne pri príležitosti veľtrhu nábytku a doplnkov a v lete v Národnej galérii v Prahe. Rovnako ako exponáty bol ich dielom aj katalóg vydaný k výstave (grafický koncept, fotografie i architektonický návrh inštalácie). Celá akcia (prvá z množstva ďalších), má, dúfajme, vychovávať študentov k potrebe a schopnosti autorsky sa prezentovať, stimulovať ich k ďalšej snahe uvedomiť si pluralitu výtvarných názorov a nájsť si vlastnú cestu. Niektoré výstavné objekty sú výsledkom priamej spolupráce s výrobcami (napríklad so Sklárňami Kavalier), ktorá bola pre študentov najprínosnejšia v práci s konkrétnymi výrobnými a technologickými možnosťami. Na základe prague:session sa v súčasnosti pripravujú niektoré z pôvodných exponátov do výroby.

Distribútori a výrobcovia stále hľadajú najefektívnejšie formy prezentácie. Okrem individuálnych akcií existujú v podstate dva hlavné typy prezentácie:



DVOJSTENOVÝ ČAJNÍK DOUBLE WALL.
AUTORI: MICHAL FRONĚK, JAN NĚMEČEK, JAN ROSICKÝ
(OLGOJ CHORCHOJ), VÝROBCA: SKLÁRNE KAVALLIER

kollektívna v podobe veľtrhu či spojenia mnohých individuálnych prezentácií v rámci jedného podujatia. Tu stojí za zmienku prvý ročník veľtrhu Art & Interior, mapujúci

po celej ČR predávaný zahraničný nábytok a produkciu domácich firiem, s pripojenou výstavou Český interiér a nábytkový design 1989 - 1999, ku ktorej bola vydaná rovnomená publikácia. Druhý typ prezentácie dizajnu predstavuje zatiaľ jediná akcia tohto druhu - designblok. Na rozdiel od veľtrhov, kde sa nábytok prezentuje ako výstavný exponát, cieľom druhého typu je predstaviť dizajn v jeho funkčnej podobe na mieste, kde je možné sa s ním stretávať bežne. Designblok vznikol na základe dobrých skúseností z podobných akcií v zahraničí (v Londýne či v už spomenutom Miláne). Pri týchto príležitostiach sa stretávajú dizajnéri, architekti a zástupcovia firiem so zákazníkmi študentmi, odbornou i širokou verejnosťou.

V októbri roku 2000 sa konal už druhý ročník projektu designblok. Oproti roku 1999 sa ho zúčastnil dvojnásobok vystavovateľov. Spolupracovalo na ňom dvadsaťdva firiem z oblasti špičkového dizajnu, tak distribútorov nábytku (za mnohých Cento, Konsepti, Linea Pura, Ranný Architects, Sirius design alebo Vitra), výrobcov (Sklárne Kavalier, Ruinvest či Tunnel), ako aj dizajnérov šperku (napríklad Jiří Belda - Belda Jewelry, Design alebo módna návrhárka Klára Nadehlínská). Niektoré firmy zorganizovali pre návštevníkov zaujímavé akcie. Okrem vernisáží a každodenných populárnych kokteíl pripravili prednášky, napríklad prednášku a výstavu popredného nemeckého dizajnéra Konstantína Grcica, čestného hosťa tohtoročného bienále v Kortrijku, ktorú zorganizovala firma Konsepti alebo výstavu najžiarivejšej hviezdy dánskeho dizajnu 60-tych rokov Verneru Pantona, ktorú usporiadala vo svojich priestoroch Vitra. Zároveň si bolo možné pozrieť monografickú výstavu tvorby Ludwiga Miesa van der Rohe v Národnom technickom múzeu v Prahe.

Malý priestor nedovolí spomenúť všetko zaujímavé, no isté je, že rok 2000 znamenal ďalší krok na ceste osvojovania kvalitného dizajnu v českom prostredí. Ďalší krok v budovaní tradície „pražských dní dizajnu“, ktorými by sa Praha mohla výraznejšie zapísať do pomyslenej mapy dizajnu v Európe. Cieľom všetkých, ktorí vkladajú čas a energiu do akcií, akými sú Art & Interior či designblok, je naučiť sa vnímať kvalitu vecí, ktoré nás obklopujú ako prirodzenú, informovať a rozšíriť záujemcom o kvalitný dizajn možnosť výberu.



JIŘÍ BELDA, PRSTĚN



JIŘÍ BELDA, PRSTĚN



nová galéria na Dunaji

Nie každý deň sa na Slovensku otvára priestor určený na reprezentovanie umenia. Udalosť, ktorú slovenská kultúrna obec zažila začiatkom septembra minulého roku, bola preto vsuktku nevšedná: otvorenie nového múzea moderného umenia pri čunovskej vodnej hrádzi.

Zuzana Bodnárová

Umenie tu v sugestívnom prostredí prebýva v objekte postavenom podľa návrhov architekta Petra Žalmana, ktorého oslovil autor myšlienky a súčasne hnací motor projektu múzea na Dunaji, Vincent Polakovič. Mnohým milovníkom umenia je osoba Vincenta Polakoviča známa vďaka aktivitám v galérii Žltý dom Vincenta van Gogha v Poprade. V priebehu šiestich rokov pôsobenia galérie dokázal presvedčiť verejnosť, že súkromná galéria mimo centra (rozumej Bratislavu), pod Tatrami, má zmysel. Navyše ako neúnávnému podnikateľovi na poli umenia sa mu počas niekoľkoročnej komunikácie s holandským zberateľom umenia G. Meulensteenom podarilo vybudovať vzťah, vďaka ktorému mohol odvážny sen o galérii na Dunaji s poetickým menom Danubiana prerásť do realizácie.

Danubiana stojí 15 km južne od Bratislavy, mimo hlučných ulíc, obklopená vodným živlom. V sugestívnom prostredí pripomína prímorské objekty postavené nie pri vode, ale priamo na nej. Tvar architektúry vzišiel z prvotnej predstavy lode – rímskej galérie, ktorá, obrazne povedané, uviazla na plytčine. Loď evokujú popri pôdoryse aj detaily na fasáde – drevené rahná, vertikály, ktoré v kontraste k sklenenej ploche pripomínajú veslice, zabárajúce sa do vody. Farebnosť objektu upúta návštevníkov areálu už z diaľky. Čo viedlo Petra Žalmana k použitiu odvážnej hry farieb?

„Červená, modrá, biela, sivá, žltá – to sú farby používané moderným architektonickým hnutím v 20. a 30. rokoch 20. storočia. Múzeum nemá síce pravouhlý tvar, avšak jasnú geometriu. Na severnej fasáde sme navrhli červenú, na južnej fasáde a pri vstupe modrú farebnosť omietky. Návrat k odkazu moderny má logiku v použitom materiáli – hladká omietka.“

Danubiana je na Slovensku ojedinelým galerijným priestorom, v ktorom sa od začiatku myslelo výlučne na to, aby umenie, ktoré v ňom bude vystavované, malo k dispozícii všetko, čo potrebuje. Svetlo ako jednu z podstatných podmienok dobrej inštalácie tu zabezpečuje veľká sklenená stena. Tá dodáva ústrednému výstavnému priestoru dojem priameho kontaktu s okolím, s vodnou plochou a opticky zväčšuje priestor.

Návštevník má pri jednorazovej návšteve k dispozícii celý areál galérie. Po vstupe na polostrov – domovský prístav Danubiana – sa môže prejsť novozaloženým parkom s nainštalovanými sochami súčasných slovenských sochárov – Jankovič, Lukáč, Bojňanský, Rudavský, Kompánek, Ťapák. V interiéri možno navštíviť štyri rôzne výstavy. Úvodným výstavným projektom v najväčšej sále galérie bola výstava Holandskí maliari 1950 – 2000. Predstavila najdôležitejšie osobnosti holandskej výtvarnej scény druhej polovice 20. storočia (Karel Appel, Corneille, Arty Grimm, Jan Shierius a iní). V budúcnosti sa tu uvažuje o usporiadaní výstav nielen klasických médií ako maľby či plastiky, ale aj o prezentácii ostatných výtvarných disciplín – grafiky, keramiky, skla, šperku, inštalácii multimediálnych projektov.

Čím pritiahnuť diváka? Ako ho motivovať, aby v galérii zotrval dlhšie? Vincent Polakovič má pre Danubiana premyslenú koncepciu, ktorú odporoval počas návštev zahraničných centier umenia. „Chceme okrem výstav uskutočňovať rôzne besedy s umelcami, na ktoré by sa pozývali školy v rámci estetickéj výchovy. Myslím, že nič nebráni tomu, aby do pripravovaných priestorov chodili študenti a, samozrejme, aj širšie informujúce sa publikum v tejto oblasti. Plánujeme organizovať napríklad rôzne večerné akcie. Popri kaviarni sme v projekte mysleli aj na Art Shop – obchod s literatúrou o výtvarnom umení a ponukou umeleckých diel. Počas víkendov sa detský divák bude môcť „realizovať“ vo výtvarnej dielni. Chceme vytvoriť podmienky, ktoré by sprijemňovali aj viachodinovú prechádzku celej rodiny a poskytl priestor na oddych v tomto svete šialeného tempa.“



SÚŤAŽE

DESIGN BEYOND EAST & WEST

Spoločnosť Hanssem je popredným distribútorom nábytku špecializujúcim sa na interiérový dizajn v Kórei. V roku 2001 organizuje 1. medzinárodnú súťaž interiérového dizajnu. Témou súťaže – Dizajn za hranicami Východu i Západu – volá po regionálnej vízii nového smerovania industrializácie v Ázii, ale zároveň hľadá univerzálnu víziu nového života v globálnom informačnom veku, poukazujúc na princíp rešpektu k ľudským dôstojnosti na jednej strane, a harmónie medzi človekom a prírodou na strane druhej. Spoločnosť Hanssem vypisuje súťaž so zámerom vyvinúť produktové „bestsellery“ a zároveň chce „vyniesť na svetlo“ nové talenty. Súťaž je otvorená všetkým domácim i zahraničným dizajnérom, ktorí prijímajú výzvu skutočného trhu. Zvláštnosťou súťaže je, že všetky procedúry budú vykonané cez Internet, prostredníctvom oficiálnej webovej stránky súťaže (od vyhlásenia hodnotiacich kritérií cez pravidlá súťaže až po uvedenie zdrojov a referencií a otvorenie diskusie). Súťažné kategórie:

Kategória A:

Architektonický dizajn

Kategória I: Interiérový dizajn

Kategória F:

Dizajn nábytku a domácich potrieb

Prihlášky:

16. júl 2001 – 19. júl 2001

Informácie:

Tel.: (+82 2) 590 3472

Fax: (+82 2) 593 8463

e-mail: compe@hanssem.co.kr

www.designcompe.com

www.hanssemcompe.com

www.hanssem.com

PRIX ARS ELECTRONICA 2001

Tohto roku sa bude konať v poradí už 15. ročník medzinárodnej súťaže kybernetického umenia Prix Ars Electronica.

Kategórie:

Net

Interactive Art

Digital Music

Computer Animation / Visual Effects

Registrácia, pravidlá súťaže a dôležité informácie:

http://prixars.orf.at

Uzávierka: 7. apríl 2001

3th International Triennial of the Stage Poster – Sofia 2001
Toto medzinárodné triénale chce prezentovať zaujímavé práce umelcov, zaoberajúcich sa tvorbou javiskového plagátu z celého sveta.

Podmienky účasti:

Akceptované budú len plagáty vytvorené v období od júna 1998 do apríla 2001.

Formát prác:

minimálny formát A2 (420 x 594 mm)

Počet prác:

každý záujemca môže prihlásiť 1 až 4 práce.

Prihlášky:

musia byť v Bulharsku

30. apríla 2001;

neplatí sa žiadny účastnícky poplatok

Kategórie:

1. Tlačené plagáty pre: drámu, operu, balet, operetu, muzikál, cirkus, bábkové divadlo, pantomimu, koncerty, festivaly, varieté, pop music vystúpenia atď.

2. Plagáty na tému Hudba.

Budú prijaté tlačené plagáty aj originálne návrhy (náčrty). Nie je požadovaný žiadny text.

Kontakt:

Third International Triennial of the Stage Poster, Sofia 2001
6 Shipka Street, 1504 Sofia, Bulgaria

Tel.: +359 2 46 33 53

Fax: +359 2 946 02 12

e-mail: tsposter@omega.bg

www.triennial-sofia.hit.bg

VÝSTAVY

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

Bratislava

Radničné námestie Bardejov (Výstava súťažných projektov) do 17. februára 2001
Galéria architektúry SAS
Panská 15

Martin Martinček:

do 25. februára 2001

Esterházyho palác

Námestie Ľ. Štúra 4

3. poschodie

Christian Ludwig Attersee:

Maľba 1980 - 2000

do 28. februára 2001

SNG

www.sng.sk

INSITA 2000

6. ročník medzinárodného triénale insitného umenia

do 28. februára 2001

Vodné kasárne

www.sng.sk

Jana Vasiliaková: Fotografia

do 2. marca 2001

Goetheho inštitút

Panenská 33

Pribehy Nového zákona

Ikonografia

do 4. marca 2001

Esterházyho palác

Námestie Ľ. Štúra 4

2. poschodie

Ján Kondač, Ján Raška:

plastika, maľba

do 11. marca 2001

Dom plynárov

Drevená ul. č. 4

Andy Warhol

Umenie a život (1928 - 1987)

do 20. marca 2001

Esterházyho palác

1. poschodie

www.sng.sk

Krásna kniha a ilustrácia

do 25. marca 2001

Esterházyho palác

SNG

www.sng.sk

Design for Every Body

/ Dizajn pre každého

Výstava švédskeho dizajnu

6. 3. - 31. 3. 2001

Berlinka

Výstava organizovaná

za mediálnej podpory SCD

Dunajská Streda

Šperk - nová generácia

do 18. marca 2001

SNG

Vermesova vila

Gyulu Szabóa 2

www.sng.sk

Nitra

Agrokomplex - Výstavníctvo

Nitra 27. 2. - 4. 3. 2001

• Nábytok a bývanie 2001

11. medzinárodný veľtrh

nábytku a bytových doplnkov

• Svetlo domova 2001

2. medzinárodná výstava

interiérových a exteriérových

svietidiel

• Bytex 2001

Výstava bytových textílií

a kobercov

• Fórum dizajnu 2001

4. medzinárodná prehliadka

nábytkového dizajnu

SCD vás srdečne pozýva

na návštevu stánku SCD

v pavilóne M3 č. 19

Žilina

Wladislaw Pluta: Reč plagátu

do 28. februára 2001

VARIAS

Priemyselná 2

ČESKÁ REPUBLIKA

Brno

Výstavisko - Brno

21. 3. 2001 - 25. 3. 2001

www.bvv.cz

• MOBIS

Medzinárodný veľtrh nábytku

• DOMO

Medzinárodný veľtrh

elektrospotrebičov

a potrieb pre domácnosť

• TEXPO

Medzinárodný veľtrh bytového

textilu a technických textílií

Jan Wojnar

do 25. februára 2001

Pražákův palác

Husova 18

www.moravska-galerie.cz

Vincent Makovský

do 25. februára 2001

Pražákův palác

Husova 18

www.moravska-galerie.cz

Praha

art & interior

Výberový veľtrh dizajnového

nábytku, osvetlenia a bytových

doplnkov

22. 2. - 25. 2. 2001

Veletřní palác NG

www.carolina.cz

Veletřní palác NG

www.carolina.cz

22. 2. - 18. 3. 2001

• II. Prehliadka českého dizajnu

• II. Prehliadka zahraničného dizajnu

• Designed in Slovakia -

výstava súčasného slovenského

dizajnu nábytku a bytových

doplnkov organizovaná SCD

pod záštitou ministra kultúry SR

a s finančnou podporou MK SR

Výstava ateliéru architektúry

a dizajnu a VŠUP

12. 2. - 28. 2. 2001

Tunnel

Komunardů 32

www.archdesignvsup.cz

FÍNSKO

Lahti

13th Lahti International Poster

Biennial

11. 2. - 29. 4. 2001

www.lahti.fi/kulttuuri/museot

/taide.html

• Slovenský plagát vo Finsku

5. 3. - 29. 3. 2001

Lahti City Library

Výstava Juraja Kráľika a

Vladislava Roztoku organizo-

vaná SCD s finančnou podpo-

rou MK SR

FRANCÚZSKO

Paríž

Étienne Robial:

A Frankly Modern Look

do 24. februára 2001

Galerie Anatome

www.icograda.org

IZRAEL

Ramat Gan

FestiVital 2001

17. 2. - 25. 2. 2001

vital@vital.co.il

MALAJZIA

Kuala Lumpur

Malajzijský medzinárodný veľtrh

nábytku

6. 3. - 10. 3. 2001

Putra World Trade Centre

www.miff.com.my

NEMECKO

Düsseldorf

Kompaktná forma

Sklo 30-tych a 40-tych rokov

do 5. marca 2001

Kunstmuseum

RAKÚSKO

Viedeň

Vanessa Beecroft: VB 45

16. február 2001

18:00 hod.

Kunsthalle Wien

nová budova

Museumsplatz 1

www.KUNSTHALLEwien.at

Preview of the New Building

16. - 18. február 2001

Kunsthalle Wien

nová budova

Museumsplatz 1

www.KUNSTHALLEwien.at

Robert Smithson: Films,

Writings, Drawings

do 25. februára 2001

Kunsthalle Wien

Museumsplatz 1

www.KUNSTHALLEwien.at

Living and Working in Vienna

26 Positions in Contemporary

Art

do 4. marca 2001

Kunsthalle Wien

Karlsplatz

Treitlstrasse

www.KUNSTHALLEwien.at

USA

Boston

Humanizujúci dizajn

do 2. marca 2001

Massachusetts College of Art

www.boston.aiga.org

Cleveland

The Know Show

Predajný veľtrh IT, HW, SW,

Internetu, telekomunikácií,

e-commerce a web dizajnu

5. 3. - 29. 3. 2001

sharmon@knoeshow.com

New York

100 majstrovských diel z Vitra

ICOGRADA

(Medzinárodná rada spoločností grafického dizajnu) v spolupráci s organizáciami KIDP (Kórejský inštitút podpory priemyselného dizajnu), VIDAK (Kórejská asociácia vizuálneho dizajnu) a KECD (Kórejská experimentálna spoločnosť súčasného dizajnu) zorganizovali v dňoch 24. – 27. 10. 2000 medzinárodný kongres v kórejskom Soule venovaný novému tisícročiu. Nosným slovom kongresu bolo oullim, čo v korejčine znamená „harmónia“. Toto historické stretnutie predstavovalo jedinečnú možnosť zhodnotiť postavenie dizajnu v minulom storočí, súčasnosti a načrtnúť vízie do budúcnosti. Kongres sa skladal z hlavného programu, v ktorom boli zahrnuté prednášky významných dizajnérov, umelcov a filozofov z celého sveta. Medzi prednášajúcimi boli napríklad Michel Bouvet (Francúzsko), Vladimír Čajka (Rusko), Stasys Eidrigevicius (Poľsko), Shigeo Fukuda (Japonsko), Alain Le Querrec (Francúzsko), Květa Pacovská (ČR), Santiago Poi (Venezuela), Henry Steiner (Hongkong), David Tartakover (Izrael) a iní.

Prvý deň bol venovaný téme Východ a Západ, druhý deň sa diskutovalo o prepojenosti prírody, človeka a technológií, a tretí deň sa hodnotila minulosť a súčasnosť, a priestor bol aj na predloženie úvah o budúcnosti.

„V čase, keď technologický pokrok minimalizuje opodstatnenosť hraníc a vzdialeností, denne sa zvyšuje dôležitosť základných otázok týkajúcich sa osobnej, kultúrnej a národnej identity. Grafickí dizajnéri obzvlášť v oblasti vizuálnej komunikácie odrážajú a generujú tento trend. Možno práve ich tvrdo zasiahne expanzia ekonomiky založená na zákazníkovi a službách spolu s revolučnými zmenami v komerčno-transakčných a informačno-transakčných technológiách a zvykoch, ktoré sú základnými kritériami grafických dizajnérov,“ vysvetľuje David Grossman, prezident ICOGRADy.

Ahn Sang-Soo, predseda komisie manažmentu hovorí:

„V dvadsiatom storočí sa dizajn rozvinul na základe industrializácie. Vyznávanými hodnotami boli hodnoty masovej pro-

Miléniový kongres ICOGRADy Oullim 2000, Soul

dukcie, vychádzajúce z predpokladu konkurencie, ktoré však z estetického hľadiska pôsobili protikladne. Viedlo to k dualizmu nadradenosti a podradenosti, dobrého a zlého.

V nedávnej minulosti sme boli svedkami ekologickej deštrukcie, hrozby vzrastajúcej nefudskosti a iných negatívnych efektov. Takže, v tomto kritickom okamihu hľadáme iné spôsoby napredovania spoločnosti. A „oullim“ nám sľubuje zosúladiť prírodu, človeka, stroje, priblížiť východ, západ, sever a juh a taktiež minulosť, prítomnosť a budúcnosť.“

Počas kongresu prebiehali tri významné výstavy. Výstava Designit bola usporiadaná v spolupráci s premiérom Veľkej Británie a kórejským prezidentom za účelom podpory kreativity mladých dizajnérov. Výstava plagátov východnej Ázie predstavovala výber prác umelcov z Číny, Japonska, Kórey a Taiwanu. Výstava plagátov Aperto bola prierezom tvorby študentov grafického dizajnu.

Medzi sprievodné podujatia patrili Manifest vzdelávania v oblasti grafického dizajnu. Manifest by mal predstavovať odrazový mostík do ďalšieho tisícročia z hľadiska filozofie a chápania dizajnu. Regionálne stretnutie ICOGRADy bolo zasa príležitosťou na nadviazanie kontaktov v rámci ázijského kontinentu a súťaž grafických dizajnérov zameraná na vizuálnu komunikáciu umožnila prekonať tradičné hranice grafického dizajnu.

Súčasťou kongresu bol aj projekt na vytvorenie databázy štúdiá dizajnu na celom svete podporený ICOGRADou a univerzitou Hong-Ik, ktorá má poskytnúť potrebné informácie dizajnérom, učiteľom, študentom a ostatnej verejnosti. Má pomôcť pri definovaní politiky vzdelávania v oblasti dizajnu. Spomedzi rozličných podujatí organizovaných ICOGRADou sú najvýznamnejšie práve medzinárodné kongresy. Uskutočňujú sa vždy bienále. Nosnou myšlienkou je ponúknuť príležitosť na celosvetové stretnutia, na výmenu informácií a skúseností v rámci svetovej grafickej komunity. Najbližší kongres je plánovaný v roku 2001 v juhoafrickom Sandtone a potom v roku 2003 v japonskej Nagoji.

Stretnutie zástupcov asociácií grafických dizajnérov na Regionálnom stretnutí inštitúcie ICOGRADA v Soule.

Za účelom oboznámenia so situáciou v oblasti grafického dizajnu a vizuálnej komunikácie sa zúčastnili na oficiálnom stretnutí 24. a 25. októbra 2000 delegáti z 15 ázijských krajín, vrátane Austrálie a Ruska, v kórejskom Soule.

Jedinečnosť tohto stretnutia spočíva v tom, že sa vôbec po prvýkrát zišli predstavitelia týchto krajín, aby si porovnali možnosti a príležitosti v oblasti dizajnu a vizuálnej komunikácie.

Diskusie priniesli mnoho zaujímavých poznatkov a umožnili načrtnúť niektoré problémy. Napríklad, čo sa týka počtu dizajnérov, tak v Laose je ich iba 10 oproti Číne, kde ich pracuje až 100 000.

Niektoré krajiny nemajú univerzity, prípadne stredné školy, kde by sa vyučoval grafický dizajn, na druhej strane v Japonsku ročne vyštuduje 10 000 dizajnérov.

Avšak všetky tieto ázijské krajiny si pevne zachovávajú kultúrne dedičstvo a dokážu čeliť globálnej mediálnej explózií. Profesor Katsui Matsuo z Tokia sa vyjadril: „To, čo robí krajinu a spoločnosť silnou, je kultúrna jednota a intelektuálna čistota. A dizajn je súčasťou kultúry.“

Don-Ryun Chang, organizátor tohto medzinárodného stretnutia, dizajnér a profesor z Kórey, dopĺňa: „Žijeme na najväčšom kontinente na svete. Rovnaké kultúrne, technologické a profesijné poznatky nám umožnia spoločný rozvoj v tejto oblasti. Dnešok je jedinečným štartom. Tak nech sa náš dialóg rozvíja v harmónii, úprimnosti a porozumení.“ Walterovi Jungkindovi, profesorovi z Albertskej univerzity v Kanade, toto stretnutie pripomínalo situáciu pred 30 rokmi, tesne po založení inštitúcie ICOGRADA. Hovorí: „Keď sa stretnú dizajnéri z viacerých krajín, aby sa podelili o skúsenosti, tak vzniknú úžasné veci.“ Všetci účastníci sa zhodli na pokračovaní podobných stretnutí aj v budúcnosti. ICOGRADA usporadúva podobné stretnutia na celom svete. Zámerom ázijského stretnutia bola jeho nadväznosť na stretnutie ICOGRADA Millennium kongres v dňoch 25. až 27. októbra 2000, organizovaného taktiež v Soule.

Najbližšie regionálne stretnutie inštitúcie ICOGRADA sa uskutoční v januári 2001 v Amsterdame a ďalšie v dňoch 12. 4. – 15. 4. 2001 na tému Etika v grafickom dizajne a v spoločnosti v Záhrebe.

Miriam Mihalkovičová

MANIFEST

FIRST THINGS FIRST 2000

NAJPRV TO HLAVNÉ

My, dolupodpísaní, sme grafickí dizajnéri, umeleckí riaditelia a umelci v oblasti vizuálnej komunikácie, vychovaní vo svete, v ktorom nám aparát reklamy a jej techniky boli ustavične predkladané ako najvýnosnejší, najúčinnnejší a najvhodnejší spôsob využitia nášho talentu. Rada profesorov dizajnu a ďalších odborníkov tento postoj podporuje, trh ho odmeňuje, množstvo kníh a publikácií ho posilňuje.

Pri propagácii tejto orientácie potom dizajnéri používali svoj um a fantáziu na predaj psích suchárov, značkovej kávy, diamantov, čistiacich prostriedkov, tužidiel na vlasy, cigariet, kreditných kariet, športovej obuvi, krémov proti celulitíde, nealkoholického piva a terénnych vozidiel. Komerčné zákazky boli vždy nutné na zaplatenie účtov, ale mnoho grafických dizajnérov dopustilo, aby sa teraz stali tým najhlavnejším, čomu sa grafickí dizajnéri venujú. A takto potom vníma dizajn i svet. Čas a energia dizajnerskej profesie teraz slúži na výrobu dopytu po veciach, ktoré sú prinajmenej nepodstatné. Mnohým z nás tento prístup k dizajnu nevyhovuje. Dizajnéri vkladajúci všetko svoje úsilie do služieb reklamy, marketingu a vývoja značiek podporujú a implicitne schvaľujú mentálne prostredie natoľko nasiaknuté komerčnými sloganmi, že ovplyvňuje dokonca i to, ako občan - konzument - hovorí, myslí, cíti, reaguje a koná. Do istej miery sa tak všetci podieľame na zavádzaní reduktívneho a nevýslovne škodlivého kódu verejnej komunikácie.

Poznáme ciele, ktoré sú pre našu schopnosť riešiť problémy cennejšie. Hlboká kríza životného prostredia aj kríza spoločenského a kultúrneho vývoja si žiadajú našu pozornosť. Mnoho spoločensky prospešných činností, kampaní, kníh, časopisov, výstav, vzdelávacích programov, televíznych relácií, filmov, dobročinných akcií a ďalších informačných projektov spojených s dizajnom nutne potrebuje naše znalosti a pomoc. Navrhujeme obrátiť priority v prospech užitočnejších, trvalejších a demokratickejších foriem komunikácie, myšlienkovito sa posunúť od marketingu k skúmaniu a zavedeniu nového významu dizajnu. Rámec debaty je však priveľmi úzky; musí sa rozšíriť. Konzumnosť momentálne nemá nijakého súpera, preto ju treba konfrontovať s inými perspektívami, vyjadrenými - okrem iného - vizuálnym jazykom a prostriedkami dizajnu. V roku 1964 podpísalo dvadsaťdva vizuálnych umelcov pôvodnú výzvu, aby sme svoj talent využívali zmysluplným spôsobom.

Pri narastajúcej expanzii globálnej komerčnej kultúry je spojenutá výzva omnoho naliehavejšia. Dnes ich manifest obnovujeme a dúfame, že neuplynú ďalšie desaťročia, kým si ho umelci a dizajnéri vezmú k srdcu.

MANIFEST

FIRST THINGS FIRST 2000

STRUČNÁ HISTÓRIA

Keď Ken Garland pred tridsiatimi piatimi rokmi v Londýne uverejnil svoj manifest First Things First (Najprv to hlavné), znamenalo to pre grafických dizajnérov a vizuálnych umelcov výzvu, ktorá pretrváva dodnes. Na konci storočia je toto krátke posolstvo, načrtnuté za okamih a podpísané dvadsaťjeden Garlandovými kolegami, ešte naliehavejšie ako predtým a situácia, ktorú kritizovalo, oveľa vyhrtenejšia.

Nebudem preháňať, keď poviem, že dizajnéri sa nezaoberajú ničím menším než vytváraním súčasnej reality. Dnes žijeme dizajnom, dýchame ho. Len málo zážitkov z domova, voľného času, mesta či nákupného centra neobsahuje jeho alchymistický dotyk. Dizajn sme vstrebali tak hlboko, že si už neuvedomujeme nekonečné množstvo spôsobov, ktorými nás vyzýva, prehovára, obťažuje a vzrušuje. Je úplne prirodzený. Tak to jednoducho je. Podľa našich predstáv nás priamo zaujme „obsah“ časopisu, televízne reklamy na omáčky, špagety alebo parfum, no obsah je vždy sprostredkovaný dizajnom a dizajn ovplyvňuje spôsob, akým obsah vnímame a aké z neho máme pocity. Majstri reklamných značiek a guruovia marketingu to vedia až prídobro. V skutočnosti sa produkt môže len málo líšiť od konkurentov. To, čo nás priťahuje, je jeho imidž. Imidž nás najprv zasiahne ako vizuálny celok - tvar, farba, obraz, písmo. Ak však má byť účinný, musí sa stať pojmom: NIKE! V tom spočíva obrovská moc dizajnu.

Pôvodný manifest vznikol v časoch rozmachu britskej ekonomiky. Ľuďom všetkých spoločenských tried sa žilo lepšie než kedykoľvek predtým a práca sa dala ľahko zohnať. Spotrebné výrobky ako televízor, práčky, chladničky, gramofóny a autá, ktoré Američania ako prví začali pokladať za samozrejmé, menili všedný život zámožnejších európskych národov - a navždy zmenili postoj občanov k spotrebnému tovaru. Aj grafický dizajn sa vymanol zo strohosti povojnových rokov, keď bola štvorfarebná tlač raritou a keď dizajnéri mohli len snívať o štedrých rozpočtoch amerických zákazníkov a vizuálnej vycibrenosti ich zákaziek. Mladí dizajnéri boli čínorodí a optimistickí. Organizovali stretnutia, debaty a výstavy, ktoré propagovali hodnoty dizajnu. Zakladali sa profesionálne umelecké združenia a svoju kariéru začal rad vedúcich osobností činných i dnes.

Ken Garland študoval začiatkom päťdesiatych rokov dizajn v Ústrednej škole umení a remesiel v Londýne, šesť rokov bol umeleckým riaditeľom časopisu Design, oficiálnej tlačoviny Rady priemyselného designu. Roku 1962 založil vlastnú spoločnosť Ken Garland & Associates a v tom istom roku začal úspešnú spoluprácu („poradenstvo typu Urob to z lásky,“ ako to raz nazval) s organizáciou Campaign for Nuclear Disarmament (Kampaň za jadrové odzbrojenie). Aktívne sa zúčastnil kampaní proti atómovým zbraňam a jeho plagát Aldermaston to London Easter 62 (Aldermaston - Londýn, Veľká noc 62, v Aldermastone sa vyrábali jadrové zbrane, pozn. prekl.) s obrovským pochodujúcim symbolom organizácie CND je klasickým príkladom protestnej grafiky tohto obdobia. Bol otvorený ako človek aj pri rozhovoroch s novinármi a stal sa taktiež aktívnym členom socialistickej Labour Party.

Garland spísal svoje historické vyhlásenia 29. novembra 1963 počas hojne navštevanej schôdze Spoločnosti umelcov priemyselného dizajnu v londýnskom Inštitúte súčasného umenia. Na konci schôdze požiadal predsedu, či by ich mohol prečítať nahlas. „V zápale prednesu som si všimol, že vlastne ani nečítam, skôr deklamujem,“ spomínal neskôr, „a všetci súčasne sme si uvedomili, že moja výzva sa stala onou vonkoncom nemoderou záležitosťou - manifestom.“ Nasledoval dlhotrvajúci potlesk a rad ľudí sa hneď na mieste hlásil na podpis.

V januári 1964 vyšlo štyristo výtlačkov manifestu First Things First. Medzi signatármi boli aj známe osobnosti: Edward Wright (v svojej štyridsiatke najstarší podpísaný) učil experimentálnu typografiu v Ústrednej škole, významný typograf Anthony Froshaug pracoval v tej istej škole. Zvyšní signatári boli študenti, učitelia, začínajúci dizajnéri. Manifest podpísalo aj niekoľko fotografův.

Manifest získal okamžitú podporu z nečakanej strany. Jeden zo signatárov ho poslal Caroline Wedgwoodovej-Bennovej, manželke labouristického poslanca Anthonyho Wedgwooda Bennu (dnes si hovorí Tony Benn). 24. januára vytlačil Benn úplné znenie manifestu v svojom pravidelnom týždennom stĺpci v denníku Guardian. „My všetci sme zodpovední za plytvanie talentom, ktoré manifest odsudzuje,“ napísal. „Dôkazy sú všade okolo nás, v ošklivosti, s ktorou musíme žiť. To by sa dalo ľahko zmeniť, keby sme sa vedome rozhodli využívať niektoré zo schopností, ktoré teraz slúžia na výzdobu konzumnej spoločnosti.“ Po vyjdení stĺpca v Guardiane Garlanda ešte v ten večer pozvali

do spravodajskej relácie televíznej stanice BBC, aby prečítal úryvok z manifestu a zúčastnil sa diskusie. Manifest sa napokon objavil aj v časopisoch Design a SIA Journal (ktorý mu venoval samostatné číslo), v časopise Ark Kráľovskej umeleckej akadémie a v ročenke Modern Publicity 1964/65, kde vyšiel aj preklad do francúzštiny a nemčiny. Vďaka rozsiahlej publicite sa o manifeste First Things First dozvedeli zástupy ľudí vo Veľkej Británii i v zahraničí. Garland má v svojom archíve listy od dizajnérov, profesorov dizajnu a ďalších priaznivcov manifestu, napr. z Austrálie, USA či Holandska, v ktorých ho žiadajú o výtlačky First Things First a uisťujú ho o podpore jeho posolstiev, alebo ho požívajú na prednášky o manifeste.

Je zrejme, že manifest sa dotkol citlivého miesta. Zjavil sa v okamihu, keď sa dizajn začal profilovať ako sebavedomý profesionálny odbor. Rýchly rozvoj bohatej konzumnej spoločnosti priniesol talentovaným vizuálnym umelcom množstvo príležitostí v reklame, propagácii a obalovej technike. Reklama už mala za sebou takzvanú „kreatívnu revolúciu“ v New Yorku a na začiatku šesťdesiatych rokov pracovalo v londýnskych agentúrach niekoľko vplyvných amerických predstaviteľov grafického dizajnu založeného na nových koncepciách. Túto skvelo platenú prácu obklopovala aura exotiky a vzrušenia. Na konci päťdesiatych rokov sa však skupina skeptickejších dizajnérov začala verejne pýtať, čo má tento nekonečný príliv prázdnej vaty spoločné s potrebami a problémami spoločnosti. Niektorým z nich sa zdalo, že ocenenia, ktorými sa radi popýšili ich kolegovia, odmeňujú len tie najpovrchnejšie a najpomínuteľnejšie formy dizajnu. Podľa Garlanda a ďalších signatárov manifestu hrozilo nebezpečenstvo, že dizajn zabudne na svoju zodpovednosť v boji za lepší život pre všetkých. Manifest rozlišoval dizajn ako komunikáciu (poskytovanie potrebných informácií) a dizajn ako presvedčanie (snaha ovplyvniť zákazníka, aby si kúpil určitý výrobok). Podľa názoru signatárov bola nepomerne väčšia talentu a úsilia návrhárov investovaná do reklamy na triviálne výrobky, od perlivej vody k zoštieňovacím diétam, zatiaľ čo „užitečnejšie a trvacejšie“ zákazky ako pouličné nápisy, knihy a časopisy, katalógy, návody na použitie, vzdelávacie pomôcky a podobné boli až na druhom mieste. Britský dizajnér Jock Kinnear (ktorý mimochodom nebol signatárom manifestu) súhlasí: „Návrhári zamerajú na tento (komerčný) smer sa zaujímajú skôr o informácie ako o presvedčanie, skôr o fyziológiu ako o výšku príjmov, skôr o výkon než o vkus a skôr o pohodlie než o módu. Chcú ľuďom pomôcť nájsť cestu, pochopiť, čo sa od nich žiada, porozumieť novým postupom a uľahčiť používanie rôznych strojov a nástrojov.“ I keď niektorí umelci odmietli manifest ako naivný, jeho signatári vonkoncom správne odhadli smer, ktorým sa dizajn ubera.

V nasledujúcich rokoch z úst ďalších signatárov zazneli podobné pochybnosti o úlohe dizajnu, väčšina sa však usilovala nevybočovať z radu a sústrediť sa na otázky formy a remesla svojej profesie. Reklamné mašinerie poznamenané dizajnom sa krútili ďalej. V uvoľnenejšej, oveľa menej agresívnej komerčnej atmosfére počiatku šesťdesiatych rokov si ešte bolo možné predstaviť, že keby sa len zopár dizajnérov presunulo na druhú stranu váh, rovnováha by sa obnovila. Manifest sa v svojej formulácii nezaoberal mierou, do akej by sa mohla táto otázka stať reálnym politickým problémom a sám Garland potvrdil, že manifest nespochybňuje jestvujúci politický ekonomický systém. „Nehlásame zrušenie nátlakovej komerčnej reklamy,“ napísal, „nie je to možné.“

Rozhodnutie dizajnéra zamerať sa na firemné projekty, na reklamu alebo iný druh dizajnu má však politický rozmer. „Dizajn nie je neutrálny bezhodnotový proces,“ hovorí Katherine McCoyová, americká lektorka dizajnu, ktorá tvrdí, že aj najnevinnejšie firemné zákazky sú vždy nejakým politickým zaujatím. Dnes je ona nevyváženosť, pomenovaná manifestom First Things First, väčšia než kedykoľvek predtým. Značná väčšina dizajnerských projektov – a dozaista tých najštedrejšie financovaných a naj-

viac rozšírených – sa týka potrieb spoločnosti a maximálne vyzdvihuje spotrebný spoločenský sektor, ktorý pohltí najviac času, talentu a kreativity dizajnérov. McCoyová zdôrazňuje, že voľba práce v spotrebnej sfére je voľbou ekonomických záujmov pred všetkými ostatnými, vrátane sociálnych, výchovných, kultúrnych, duchovných a politických potrieb spoločnosti. Inými slovami, ide o politické vyhlásenie podporujúce daný stav.

Podstata problému spočíva v očarení dizajnu formou až po hranicu všetkého ostatného. Na začiatku deväťdesiatych rokov si reklama rýchlo osvojila pôvodne „radikálny“ grafický a typografický štýl niekoľkých najoslovovanejších a neegocentrickejších hviezd dizajnu. Títo umelci samozrejme privítali príležitosť osloviť publikum doma i vo svete a radi prijali peniaz reklamy. Štýly dizajnu testované v časopisoch pre mládež a málo známych videoklipech sa stali jadrom reklamy na športovú obuv, nealkoholické nápoje a banky. Reklama a dizajn majú dnes k sebe bližšie než kedykoľvek predtým od šesťdesiatych rokov. Pre mnoho mladých dizajnérov, ktorí dokončili štúdium v deväťdesiatych rokoch, dnes znamenajú jedno a to isté. Sú očarení tým, aká „cool“ môže reklama byť, nezaujíma ich, o čom skutočne hovorí, alebo aký je význam kontextu, v ktorom to hovorí. Akoby títo dizajnéri naozaj verili, že len zlepšenie formy môže pozitívne ovplyvniť charakter a obsah komunikačného oznámenia. Nikomu sa však nedarí presne vysvetliť ako.

A zatiaľ sa dnes v senzáciiectvív dizajnerských časopisoch, pri posudzovaní dizajnerských súťaží, z vyhlásení dizajnerských organizácií, zo slov nestorov a hovorcov dizajnu (pri tých zriedkavých príležitostiach, keď môžu osloviť verejnosť) a dokonca ani od väčšiny vzdelávacích inštitúcií dizajnu nedozvedáme takmer o ničom inom, ako o komerčnom využití dizajnu. Väčšina menovaných zdrojov iba zriedka zaujme konkrétne stanovisko, okrem nie priveľmi objavného názoru, že dizajn môže zvýšiť konkurencieschopnosť našej firmy. Ak sa nenápadne spomenie skutočnosť, že dizajn môže mať aj širšie využitie, potenciál a význam, dizajnéri odchovaní komerčným prostredím tomu často nemôžu uveriť. „Vychovali sme dizajnérov, podľa ktorých sú politické alebo sociálne záležitosti našej práce cudzie, lebo sú pre ňu nevhodné,“ hovorí McCoyová.

Nadšená podpora, akou poctili obnovenú verziu manifestu First Things First po jej vyjdení v časopise Adbusters (Vymetači reklamy) noví signatári, svedčí o jeho trvácnej platnosti a je vítanou príležitosťou na diskusiu o týchto problémoch, kým nebude príliš neskoro. Podľa výtvarníčky a kritičky Johanny Druckerovej nie je v súčasnom dizajne ani tak v stávke zväzok alebo forma výsledného produktu ako skôr život a vedomie dizajnéra (a vlastne i všetkých ostatných). Druckerová tvrdí, že celý proces odhalenia a opísania ideologického základu spotrebnej kultúry sa dá zhrnúť do jednoduchej otázky, ktorú musíme neúnavne klásť: „V záujme koho a za akým účelom? Komu takto vytvorená realita a zobrazenie tohto - prirodzeného - stavu priniesie zisk?“ Spomenutá problematika sa týka dizajnérov a vizuálnych umelcov minimálne pre dva dôvody. Po prvé, ako nás všetkých ako členov spoločnosti, občanov (slovo, ktoré by si zaslúžilo častejšie používať), ako otupených divákov na druhom konci záplavy komerčných obrazov. Po druhé ako niekoho, koho odborom je zobrazovanie, dvojrozmerné obrazy a vytváranie premenlivého vizuálneho povrchu reality, ich rozhraní a výrazu. Ak majú mysliaci jedinci zodpovednosť odolávať ustavične sa množiacim technikám presvedčania, tak majú dizajnéri, školení v profesionálnom ovládaní týchto techník, dvojnásobnú zodpovednosť. Aj dnes, v hodine dvanástej, v kultúre divej honby za prepychom, so všetkými jej slabosťami, deformáciami, tlakmi, posadnutosťami a šialenstvom, je možné v dizajne nájsť alternatívne spôsoby práce.

V podstate ide o demokraciu. V časoch vzrastajúceho vplyvu komercie na všedný život je demokratický odpor dôležitejší ako kedykoľvek predtým.

Prednesené na Medzinárodnom sympóziu Design ako otvorený priestor, konanom pri príležitosti otvorenia 19. Medzinárodného bienále grafického designu Brno 2000 v júni roku 2000.

Rick Poyner je spisovateľ, zaoberá sa dizajnom, médiami a výtvarným umením. Založil a redigoval časopis Eye, The International Review of Graphic Design (Okno, Medzinárodná revue grafického dizajnu). Obsahom jeho poslednej knihy Design Without Boundaries: Visual Communication in Transition (Dizajn bez hraníc: prechodné obdobie vizuálnej komunikácie) sú novinárske práce a kritiky.

On the Interdependency of Things

A picture of how changes in design development are perceived by designers, business-people, theoreticians, journalists or design teachers will shown a poll starting from the first issue of DE SIGN UM in this year. Respondents will be professionals from various design related fields. Welcomed are also reactions from our readers. Please write us about your experience and opinions.

The editor

The poll has asked respondents the following questions:

1. What has been of interest in relation with design in our domestic scene during the last 10 years? (You can speak about Slovak design developments in general, about the change in design understanding by professionals and the public, if any, or you can mention some products, artefacts of applied art, activities, personalities, etc.).
2. Do you believe that design needs support? If yes, what kind of support?
3. What of the 20th century design do you consider special and timeless (products, designs, ideas, personalities ...)?

Prof. František Burian, academic sculptor, Head of the Product Design Studio at the Academy of Fine Arts in Bratislava

1. I am a kind of eyewitness, and in this context I want to answer your question. Before 1989, designers used to meet in various seminars, discussing topical issues only among themselves, without any representatives of manufacturers. However, there has been no great change in this respect since then. Manufacturers are not very interested in design. The transition process is more difficult than expected. As far as products are concerned, I think that no product is worthy to be mentioned; it seems to me that nothing particularly important has happened in comparison with the past. However, the products of Slovak companies, awarded in competitions organized by the Slovak Design Center, deserve our respect without any doubt. A positive signal was given by the foundation of the Slovak Design Center and by its activities - initiation of international programs, exhibitions, international conferences, and the appointment of PhDr. Zdenka Burianová as the first Director of the SDC and a member of the executive committees of ICSID and ICOGRADA, as well as the foundation of the DE SIGN UM magazine, with its domestic and international response. As far as schools are concerned, I appreciate the restructuring of pre-graduate design education. At present time we have four design departments at the universities in Slovakia, representing a rich professional potential for the future. There is a sane competition between design schools, students can migrate between them, or they can study abroad - and that is very useful.

2. Certainly, in the present society going through transition process there are many other support needing sectors. I think that design of consumer goods, which is now a domain of private sphere, does not need any support. You can see that companies are aware of the need for design if they want to be competitive. A lot of money is spent for advertisement, and nobody wonders. If a part of that money would be spent for design, the products might be much better. Support should be given to reasonable projects related to the public sector and services. More support and greater space should be given, for instance, to public transport, urban environment or to projects for elderly people, etc., that means to projects aimed at actual improvement of living conditions. On the other hand, we are now confronted with criticism of negative impacts of global over-production. Developed western industries use design to manufacture thousands of products stimulating

to buy and consume. However, it is also very dangerous from the ecological point of view. Finally, ecologists might ask for support to fight against "the impacts of design", as design in fact participates in the immense production and consumption of goods. Even if all products were excellently designed, we had a problem what to do with them. For instance, cars have extremely sophisticated designs, but one day all of us get stuck in a traffic jam. Optimists say that such issues will be solved by technology. But no new energy sources can solve the problem of space, limited resources, population resources, and desire for consumption. Compared to my designer generation, working at times of short supply in attractive consumer goods, the contemporary young designer generation is faced with an immense competition of products from all over the world and it is not easy to find a free design "niche" on the market. Of course, some students are sensitive to controversial attitudes to globalisation, ecology, etc.. On the other hand, it is exciting to design still new and new things, even if they have a short life - like a new fashion collection. What also attracts them is design medialisation, glorification of products and their authors. But it is necessary to create space for criticism, to pose questions and to look for alternative ways and for deeper understanding of "life" that we want to make better.

3. An answer to the question on the 20th century design would certainly require much more space. Every decade of the century had outstanding authors and excellent products which are to be understood in the context of their time. For instance, the period of after-war productivism, optimistically believing in design as a tool to improve the quality of human life and to enhance economy, had brought enthusiasm for new and more comfortable products. On the other side, already in the 1960s Italian design, besides making creative products, had been also very provocative and critical. Let's mention just the movement around Ettore Sottsass, expressing bold and radical ideas about design redefinition. I have always liked Italian design, even with such critical approach. But let's go further to the end of the century, when virtual reality has replaced the reality of life and communication via Internet has become a common thing, when designer conferences have been speaking about design of systems, where idea is more important than the material product itself. If I had to say which product addressed me recently, I would mention the "phosphorescent mouse" or the "sheep Dolly" and other genetic mutants... Perhaps they represent new technologies for designers, or designers may rather requalify themselves to designers of illusions and stories? We often speak about designer responsibility. Design will surely play no role of rescue tool, improving the quality of human life, which is much more complicated. It is obvious that consumption obeying the rule of three (buying - consumption - disposal) does not meet basic human needs, such as love and happiness. Similar questions are being considered not only by designers. There is a certain group of people professing the philosophy that life can be more modest and still even more rich. It would be nice if more people reflected the fact that life is not only consumption but also something more spiritual.

Assoc. Prof. Peter Paliatka, Head of the Design Department at the Slovak Technical University in Bratislava

1. I have perceived the last decade as closely related to the social change after 1989. Thinking of people in the field of design has profoundly changed and designers have found themselves in a completely different position regarding their clients. The transition period in the industry was very difficult. I should say that for about five years after the revolution there had been a vacuum with no investments into new products and a production stagnation. Now the situation has basically improved, because the manufacturing sphere is more flexible and independent. People, responsible for design in companies, are more effective and communicative. Even now, however, the situation in industry is not simple. Many great companies, for instance, Armatúrka Myjava, which I had been in cooperation with for many years, or Tesla - have gone bankrupt. Such traditional

manufacturing companies with design based production have gone. It is positive that the ones successful in the competition are design oriented. A negative aspect of this development, however, are still decreasing opportunities for designers. There are designer jobs in small companies, which are quite flexible. Then there are opportunities provided by great foreign manufacturers, e.g. Volkswagen, being ready to accept also our designers and their intellectual potential, but they must work abroad, what is connected with various administrative barriers, like the necessity of work permit etc.. However, it is very positive to have such opportunities, and particularly young generation is starting to be successful there. Young designers are determined and vital, but it is necessary to do away with legislative barriers for their optimum employment in practice.

In my opinion, this is one of the greatest achievements of this time. Of course, I am speaking as a teacher - I am glad that young generation is successful. Young designers enter this profession already as mature business-people able to find solutions, to establish a studio, to find technological equipment. They are also skilled in management and marketing. Moreover, their advantage is in good "classical" design education (drawing, shaping, material knowledge) and computer literacy. During the last ten years Slovak design schools have prepared a great number of designers, though many of them are working in other professions. Designers are looking for jobs on the global labour market, and if the above mentioned barriers break, it will be a mass movement. So as Europe has "forced" us to accept their economic rules, we expect that they will open their labour market to us. It is good that we have already design promotion institutions in Slovakia. I mean the Slovak Design Center, which some colleagues in other disciplines of art and architecture are envious of. It is an institution on high professional level, organizing the important National Prize for Design competition and other activities, and issuing a worldwide recognized design magazine.

2. Surely, there are various forms of support - foundations, grants, perhaps there should be some tax allowances, but the best support in my opinion is well developed industrial production, infrastructure, and labour market. Indeed, real designer is only the one whose designs are manufactured, sensed, and appreciated by customers.

3. Certainly, I could speak about many inspiring design personalities. However, we should rather look at art en block, going in lines of post-modernism, but we can feel also a sort of come-back. There have been already more flowering periods in design - for instance, the 1960s had been excellent - no retrospective, but original, with culminating functionalism. Post-modernism is beautiful and also come-backs to history are beautiful, but it cannot be compared to the revolution in design brought about by functionalism. Functionalism occurs also in post-modernism. Tradition of education in our country, based on principles of Bauhaus, still exists. Our architects and designers always return to that tradition. Every period of time brings something new, but today there is nothing revolutionary and completely new. However, everything depends on the development of society, there must be a major change. Design is only a specific reflection of it.

Acad. arch. Peter Mesiariik, architect and designer

1. Slovakia is a country with all symptoms of a sick body. A body where malignant tumours have strong position, therefore, I am pleased that such magazine like DE SIGN UM is issued. I am pleased that the DESIGN FORUM takes place at the Living exhibition in Nitra each year, and that such companies like MOBILIER, NOVA INTERIER and PLASTED still exist. Design (and particularly industrial design) is a phenomenon reflecting the standard and education level of the society like a mirror. Education level of the society is not defined by the number of educated people, but by the sort of people leading the society. So in this mirror we can follow back the ways of design in Slovakia. We know that in the former regime decisions concerning design had been made by uneducated people, who even used

various tricks to become co-authors. This feature was transferred also to the present time, when decisions about design of products are made by people having no education in this field, and they decide only from the position of manager or company owner. This characteristic has an influence on the whole life of the society. Surely, even in the previous time there have been people, whom I still respect and who influenced my life, for instance, my teachers Mr. Ján Kopnický, Mr. Josef Svoboda, and my colleagues Jirko Petřivý, Janko Hufan, Magda Sěpová, and Milan Lovas. 2. In an economically and socially developed country I see design as any other goods on the market. As I have already said, the level of design reflects the level of society and also the level of support for design provided by the society. Design does not need support in the form of a bag full of money. Design can be supported by public mass media (e.g. publishing besides MISS Slovakia also Design of the Year awards). It can be supported also by tax allowances to companies launching well designed and recyclable products, or to winners of the Design of the Year prize. In summary, design is best supported by educated and intelligent investors and users, and both of them can be influenced by mass media. 3. A timeless design, still inspiring furniture designers, has been the famous chair designed by the Austrian furniture designer Thonet, practical and maximally using material shaping. Of course, design is not only a chair, but it is perhaps the most frequently used object in any form. I admire designers creating such beautiful things like AUDI TT, Philippe STARK juicer or SWATCH watch. In my opinion, design development will be influenced besides the above mentioned criteria particularly by the technological and material basis, by ecological issues, and by a proper system of values.

Ing. arch. Ľubica Fábri, designer and Director of the Slovak Design Center since 1999

1. It is amazing, pleasant and encouraging for me to see that in spite of how and where economy, society, culture and common sense have gone in Slovakia since 1989, industrial design has not completely disappeared from our map yet. I want to express my admiration and respect for all people who contributed to it - founders of the Slovak Design Center and the DE SIGN UM magazine, design teachers extending opportunities of high quality design education, authors writing about design, historians saving as much as possible from the cultural heritage created in design before 1989, but particularly for designers who started (or didn't stop) to knock on closed doors of manufacturers or clients and along with that have managed to work and further improve their own professional skills. We know that in spite of considerable efforts we have not been able to achieve appropriate social acknowledgement and acceptance of design as an economic tool and cultural phenomenon, which could bring profit and improve life quality in our country. Is it a reason to be extremely pessimistic or rather an unexpected challenge? Before design will be accepted by our society, we have to make up for lost time - starting to have respect for our own roots and building on them, using the know-how of marketing and new scientific and technological disciplines, working for the benefit of clients and consumers, helping to create company strategies, and learning to respect market laws along with laws of nature and ethics. And offering still more and more good, useful and timeless solutions. Because we are threatened by a danger that before design in our country persuades the society that it is necessary, the world around us will be persuaded that it is superfluous. On a less "philosophic level" I am glad that together with my colleagues from The Slovak Design Center and with the assistance of designers and a few enthusiasts from among manufacturers, gallery employees, and business-people we have helped to draw interest of the public to design through such events like the Industrial Design in Slovakia 1990 - 2000 exhibition or the Design Day-by-Day project. 2. I must answer using a counter-question: Is support what design in Slovakia needs most of all? No, it is not. After having worked for more than one year as the Director of the Slovak Design Center, I am still more

and more persuaded that design in our country needs first of all understanding, and only then we can expect to be given support. Namely, if anybody is expected to actually support something - not only in words, but also with reasonable action - he must know what does he want to support and why. Let's be honest: if we omit design professionals, how many people in Slovakia have sufficient knowledge and belief to be ready and willing to support wider application and implementation of design for the benefit of all our people? How many design aware companies, managers and managements are in our country, how many business-people and customers are enthusiastic about design? I think that all of us representing the small group of Slovak design professionals - designers, theoreticians, design historians, design teachers and students, are not quite aware of an important and indisputable fact. While in most countries around us the work that we do is a common practice, it is nothing else but a pioneer work in Slovakia. As all pioneers before us we cannot expect that the society will accept our ideas and beliefs at once, without our joint and orchestrated contribution and effort. So let's behave according to that. Let's stop endless lamentation, criticism or intrigues in our circle of "misunderstood". First of all, let's do what we should do and what we can do, let's do it as well as we are able to, let's believe each other, let's support each other, let's join our forces. Our aim - to get a complex and focused support for design development from the government: greater investments in design schools, effective education in pre-graduate specializations closely related to design implementation in practice, humanization of social life and environment through good design - will require lot of efforts and time. Maybe even more than most of us are ready to do. We live and work in a country with low social awareness, security and responsibility in many areas of our life. Therefore, have no illusions about getting an effective support for design - either moral or financial - from the government. Indeed, neither such spheres of society which need it much more urgently have not obtained it! Personally, I have no illusions about the current situation of solidarity, professional approach and endurance in our designer community, what I consider a priority if the society is expected to understand us and if "our business" is to succeed. This is also my answer to those people who would like to ask me why "our business" does not advance as well as desired... 3. From the view-point of history: products, designs and ideas of Bauhaus. Personally: works by the British designer Eileen Gray.

Industrial Design in Slovakia 1990 - 2000

An exhibition of more than 80 products and prototypes by Slovak designers. Organised by the Slovak Design Centre and the National Education Centre, endorsed by the National Agency for Development of Small and Medium-Sized Enterprises. From September 12th to October 15th, 2000 at the House of Culture (National Education Centre) Bratislava

Design for Practice Jaroslav Ondruška

Industrial design in Slovakia has no fixed mechanisms of promotion, presentation and information support. Manufacturers and designers try in the first instance to achieve commercial success and positive image in business. Activities focused on broad public and youth are rather scarce, although their importance is beyond doubt. If we want to integrate into the culturally advanced world, we must start to be interested in what the next generation will appreciate as good design, high quality environment and excellent visual communication, etc.. The increasing gap between technical and technological development of new products on one side and the capability of personally selective cultural consumption and individual use of products on the other side should be spanned by all available means. The opportunity to exhibit original Slovak designs in rooms of more the 400 m² floor area in Bratislava

downtown has been very lucrative for the Slovak Design Centre. So they came with the idea to make an exhibition under the title Industrial Design in Slovakia 1990 - 2000 from September 12th to October 15th, 2000. This exhibition of extraordinary scope, supported by a collateral exhibition of household art FORMA 2000, has attracted more than 3500 visitors to the House of Culture, Námestie SNP 12. Such an interest was quite unusual ... The exhibition has shown a selection of designs by Slovak designers, prepared and manufactured in close cooperation with domestic and foreign companies. There have been altogether 80 exhibited products, prototypes and models by 46 authors, including several designs by students of Slovak design schools. The decision to make an exhibition of industrial design, focused particularly on designs with actual use in practice, has not been made by chance. The first decade of market economy in our country has shown how difficult the situation would be for industrial designers and manufacturers trying to implement original production programs. The speed of product innovation is still higher and higher, while research and development has been difficult and even risky in our under-capitalized economy during the last years. In a sense the decade, represented by selected exhibits, reflected the capability of domestic designers to overcome unfavourable conditions thanks to their creativity and energy. No doubt design in Slovakia has developed, new companies and design studios have been established, new personalities of industrial design have occurred, and even foreign investors have shown their interest in Slovak design. This was the major message of the exhibition to the broad public. But what was the last decade of industrial design like from the professional view-point? The scale of manufactured commodities with original domestic design has obviously narrowed. The exhibition has shown especially machine industry products and furniture design. Those traditional industries with a great production basis have undergone transformation, which helped some of them, but others were made to go bankrupt in the 1990s. Innovation initiatives had not always good aims - this is a reality of competition. In the changing environment of machine industry in Slovakia the companies with good design have been rather an exception. The exhibition has documented systematic design efforts of great manufacturers, like for instance Trenčín or CSM Tisovec. Implementation of original design helped even small manufacturers to make a break-through in the international competition, e.g. Švec & Co. from Vrábce (mechanical type-writers for blind people) or Elcom Prešov (electronic cash registers). Attractive products have been exhibited also by two current manufacturers of dental surgery equipment: Chirana Dental Piešťany and Chirana Medical Stará Turá. Designers cooperating with the above mentioned companies in the 1990s, Rasťo Turek (Chirana Dental) and Ferdinand Chrenka (Chirana Medical) had to go an uneasy way creating corporate identity of new products, technological innovation, integration of new products into marketing chains, etc.. No doubt the work of such scope has fostered their professional growth and courage to go for new challenging projects. In general, we can say that the capability of domestic designers to solve difficult tasks in conditions hardly comparable with those in advanced industrial countries has shown them in a new light. Besides the artistic talent they have acquired necessary management skills, a spirit of enterprise and invention in looking for possible ways to implement new designs in repeated production. Designers and design studios started to play an important and specific role in the sphere of industrial production in our country. They started to write a new chapter in the history of design in Slovakia. As a typical example can serve the design activities of Ivan Čobej, the tandem B. Kierulf and A. Bendis, the UFON studio led by M. Stašek and N. Sládeček and others, whose way usually started with the vision of a new product and ended in a production program of some small or medium-sized manufacturer. In the 1990s there had been a quickly increasing group

of outstanding designers in furniture design. Most of them have cooperated with such renowned furniture manufacturers in Slovakia like Brik, Domark, Mobilier, Nova Interier, Plasted.

Besides them, some professional designers have achieved good results also in smaller companies - Technometal Bytča, Ami Kremnica, MedCom Piešťany, Profint Vrbové. We can say that the last decade has rocketed Slovak furniture design to break the regional isolation.

Also the glass industry has always had a good creative background in Slovakia. Today this tradition is represented by the only major exporter of machine-made and hand-made glassware, the LR Crystal glassworks at Lednické Rovne. In the 1990s the glassworks had employed a greater group of designers, who are still working there in external cooperation. The exhibition has introduced works by some of them, who besides their author's creation designed also machine-made glasses and another glassware - J. Taraba, J. Kolumbus, P. Šipoš, and P. Illo. They designed a very smart production program (extended even to machine-made large-size sodium silicate glass objects in the last year), which has been to the honour of Lednické Rovne, along with the international glass-maker symposia organized by the glassworks in the last decade. When we speak about design for practice, we often mean particularly objects of daily use, objects for leisure, and household objects. Furniture and household glassware represent only a small part of wide variety objects, creating the contemporary life styles. The exhibition has shown that the offer of Slovak industries for customers is relatively poor, if we don't consider the dynamic field of fashion with its specific mechanism of innovation and development. Noteworthy manufacturers with a fair product identity, introduced in the exhibition, included the companies: Trek Sport from Most at Bratislava - the manufacturer of high-quality sports bags; AMI Kremnica - the manufacturer of stainless steel household accessories; or Quiltex Liptovský Mikuláš, manufacturing fashionable bed linen.

The picture of industrial design during the last decade in Slovakia would not be complete without mentioning the personalities with great creative invention, oscillating between artistic handicrafts and industrial design. Playfulness and intellect have characterized the concept of household textiles by Karol Pichler, wooden toys by Tibor Uhrín, and pottery by Norbert Šmodrk. Although similar design concepts have been developed also by other authors in our country, the exhibition topic has not provided space enough to introduce their work in detail. Finally, it is necessary to mention another side of the last decade, namely the considerably increased role of design schools in meeting the needs of practice. Departments of design at the VŠVU and the FA STU in Bratislava, the FÚU TU in Košice, the DF TU in Zvolen, and the Department of Textile Design at the VŠVU have started to present themselves as potential centres of technical creativity, providing not only original ideas but also complete solutions or product philosophy for the practice. Some designs made at design schools with participation of students in cooperation with particular manufacturers have been introduced also in the Bratislava exhibition, among them two products awarded the National Prize for Design in 1999. So in a symbolic way the expectation has been fulfilled that industrial design in Slovakia should keep the attention of new designer generation also in the following decade.

Trnava Poster Triennial 2000

28th Sept. - 30th Nov. 2000

Trnava Poster Triennial 2000 has been the fourth year of the international poster competition and exhibition, which is becoming more and more popular with poster authors and graphic designers in general, and which is among major world-wide poster exhibitions now. The main administrator of the triennial has been the Ján Koniarek Gallery in Trnava, with participation of the magistrate of Trnava, the Slovak Design Centre in Bratislava, and the Academy of Fine Arts and Design in Bratislava. The curator of this year's triennial has been

the renowned Slovak design historian Zdeno Kolesár. The event was endorsed by the Minister of Culture of the Slovak Republic and by the leading world-wide organization in the field of graphic design - ICOGRADA (International Council of Graphic Design Associations) and sponsored by the State Fund of Culture PRO SLOVAKIA.

The invitation for the competition was issued in September 1999, as traditionally in two categories: A - professional graphic designers (individuals, collectives), and B - students of art. This year the competition was entered by almost 1800 posters. The selection committee selected for the exhibition 1288 posters by 378 authors from 42 countries. Out of that the A category included 1028 posters by 282 authors and the B category included 260 posters by 96 authors. The triennial has not been limited by any topic, it exhibited posters of any kind - artistic, advertisement, and political posters. A positive feature was the participation of many renowned foreign designers, so that the triennial has shown world-wide trends for the last three years. The exhibits have represented authors from almost all European countries and also from overseas, for instance from USA, Australia, China, Zimbabwe, and already traditionally there has been a great collection of posters from Japan. A top event of the competition is the prize awarding by an international jury. Besides the Grand Prix in the A category and the 1st, 2nd, and 3rd prize in both categories, there have been two additional prize awards in both categories (with no differentiation between categories) - the Prize of the Slovak Design Centre and the Prize of the Mayor of Trnava; and a special prize of the Academy of Fine Arts and Design in the B category. An extraordinary event of this year has been the award of a special ICOGRADA prize. The invitation from the Slovak Design Centre to the prize presentation was accepted by the vice-president of ICOGRADA, the graphic designer Sanja Rocco from Croatia. The special Master's Eye Award is presented by representatives of the Ján Koniarek Gallery, the Slovak Design Centre, and the Academy of Fine Arts and Design in compliance with the rules of the triennial to graphic designers, professionals in visual communication, and art theorists for extraordinary creative results, organizational activities, and graphic design promotion. The organizational committee of the TPT 2000 suggested five laureates of the Master's Eye Award, the graphic design personalities - Tapani Aartomaa from Finland, Paul Brühwiler from Switzerland, Jaroslav Šůra from the Czech Republic, Mieczysław Górowski from Poland, and Stanislav Stankoci from Slovakia, who accepted the membership in the international jury. The exhibition was opened on September 28th, 2000, when the prize award ceremony took place at the Trnava Theatre. The author of the TPT 2000 corporate design and graphic design of the catalogue was Robert Paršo from the Stupidesign studio; the architectural design of the exhibition was made by Karol Weisslechner.

The exhibition was installed at several places in the town, not only in the gallery exhibition rooms at the Koppl Palace and in the impressive interior of the synagogue - the Centre of Contemporary Art, but also at the Trnava Theatre (the exhibition of works by the jury members), and in non-traditional spaces of the Steam Mill - the granary, where a part of A category works had been exhibited together with the collection of student works. The Trnava Poster Triennial 2000 was not only an exhibition, but for the first time a more extensive project with collateral activities, including a cycle of chamber exhibitions "Window", an international workshop for graphic design students under the name "Poster Today", and the activity "Surface", administered with participation of the non-governmental association POSTER - the Club of Friends of Trnava Poster Triennial.

Expert Opinions

How would you evaluate the level of Trnava Poster Triennial 2000?

Sanja Rocco (vice-president of ICOGRADA, Croatia):

"Surely the level is high, you can find there works

by many world-wide renowned designers."

Mieczysław Górowski (member of international jury TPT 2000, Poland):

"Trnava Poster Triennial is known by graphic designers world-wide, and it is written down in the calendar of the greatest poster-related events. Its reputation is equal to other world-wide biennials and triennials. The entries include works by all leading poster designers. The Trnava Triennial catalogue is even better than some others, it has a good format and graphic design."

Jaroslav Šůra (member of international jury TPT 2000, Czech Republic):

"The fourth year of TPT 2000 has confirmed the world-wide reputation, established during the previous three years. A great number of participating authors from all over the world is a strong evidence of the fact that the TPT is already among the leading poster design exhibitions. I am personally persuaded that the TPT has become a world-wide festival of poster art."

Tapani Aartomaa (member of international jury TPT 2000, Finland):

"Compared to other poster exhibition which I have seen, the Trnava Triennial is very extensive. Everywhere the number of participants is nearly the same as in Trnava. But if you exhibit such a great number of posters as here, of course, not all of them are of the best quality. It would be better for the visitors if you put stress on quality rather than quantity."

Lubomir Longauer (graphic designer, Slovakia):

"The TPT is a great event which has already got a certain position within the almost uncontrollable amount of such exhibitions... Perhaps, the number of posters should be more reduced by the selection committee. The immense amount of exhibited posters includes good, very good and excellent ones, but we have seen also some of rather poor quality. It is a great exhibition which has increased again, after the decrease in the last year. It would be good to exhibit more posters by excellent authors, and to reduce the numbers elsewhere. With my colleagues in the workshop we had many debates about specific features of this triennial, and all of them considered the existence of the B category to be very positive."

Piotr Kunce (graphic designer, Poland):

"The level of TPT is good, but it surely could be better. What do I mean? The idea of three exhibition spaces is not the best one. The situation of the Warsaw biennial is similar - it takes place in two buildings. Though they are situated at the same place, the smaller building is less visited. The same is true about the judgements - the jury gives awards to works in the main building. And I have different experience from Mexico, where everything is exhibited in one place. It used to be like that in Warsaw before, and it was much better. Another problem is the quality of posters - in my opinion there have been too many of them. For the future I seriously propose to exhibit at maximum 700-750 posters and only 5-6 posters by one author. It is enough to represent any personality."

What direction is the medium of poster going in your opinion? What will be its role in visual communication of the third millennium?

Sanja Rocco (vice-president of ICOGRADA, Croatia):

"At present there is a great difference between social/cultural posters, which are more artistic, on one side, and commercial posters on the other side. I think that those two categories will be closer to each other in the future. Poster as a medium will still exist in the 21st century."

Mieczysław Górowski (member of international jury TPT 2000, Poland):

"In the rapidly changing world, where new technologies occur, it is difficult to foresee the future development. The current form of poster is good and necessary and I believe that it will remain like that for a long time. Compared to other information media it is stable, it does not change in time and space. Those are its greatest strengths."

Piotr Kunce (graphic designer, Poland):

"Poster in the traditional form will not develop anymore. The size of 120 x 180 is the maximum, which is appropriate for city streets. On the other side, poster is

an old medium of advertisement and communication and it is losing its position. There are many reasons - abundant artistic production, often managed by amateurs. The audience does not perceive poster as a phenomenon anymore - a mix of art and communication. In many places the poster creation is in hands of enthusiasts, considering poster to be the highest form of design. They often create posters to no order, just to keep a high level of poster design. Most of us - poster designers - feel like aristocrats among other designers, because we know that poster design is rather fine art than design."

Jaroslav Šůra (member of international jury TPT 2000):

"As I have followed the trends of poster for more than forty years, I have a good feeling that it is going the right way from narration to maximum artistic symbolism. Poster of the third millennium will have to overcome a handicap consisting in abundant decorations, the lack of humour and ideas, usually at a very low level. It concerns also the level of graphic design in other media. I believe that poster will survive as an independent art!"

Dialogue with the Environment

(Collateral events to the Trnava Poster Triennial 2000)
Poster in the natural environment of streets is perceived particularly as an information medium.

At the same time it is considered to be an effective, culturally and socially engaged tool of visual communication. Through its transfer to exhibition rooms, the information function is getting lost and poster becomes an autonomous art. Because poster as a medium is designed for a dialogue with the environment, the competition organizers in cooperation with the POSTER association prepared some activities to bring the Trnava Poster Triennial 2000 closer to the spirit of the first two triennial years (1991, 1994) when posters had been exhibited in shop windows, accessible to accidental passers-by.

Window

Details about the Window project have been reported in the last issue of our magazine. It was a cycle of "one poster exhibitions" devoted to earlier years of the triennial. In the CD-shop window at the Trnava Square some posters were gradually presented, which had been exhibited in the triennials 1994 and 1997. The last poster was the one awarded the Grand Prix of TPT 1997 by the Swiss designer Paul Brühwiler, who has been the chair-man of the international jury this year. The aim of the project was to draw attention of the general public, and particularly of young people, representing a major part of the triennial audience, to the existence of this event for several months in advance.

Workshop "Poster Today"

The workshop has been targeted particularly at the professional public. It had taken place during a period of time close to the triennial opening (27. - 30.9.2000) and it was attended by teachers and students from academies of arts from Slovenia, Poland, Czech Republic, Switzerland, Finland, and Slovakia. The project has been administered by the POSTER association and the Academy of Fine Arts and Design and financed by the Ministry of Culture of the SR. The authors of the project were Mária Rikšová, chair-woman of the POSTER association, and Zdeno Kolesár, curator of the exhibition. The idea of the Poster Today workshop originated from the need to revive a static character of the exhibition and to provide for various generations of poster designers a space for meeting and confrontation. Fertile ground for such project has been provided by the presence of internationally renowned graphic designers as the jury members or exhibition visitors, and by the existence of the student category in the competition, which is characteristic of the Trnava Triennial and was appreciated by many graphic designers.

The topic of the workshop was: poster as a medium and current trends in this field of graphic design. The workshop consisted of three sessions. The first session was a theoretical one and included the following lectures: Poster today (Zdeno Kolesár); Finnish poster

in the 1950s (Ulla Aartomaa, curator of the Lahti Art Museum); Masters of the Polish school (Jacek Mrowczyk, lecturer at the Department of Visual Communication of the Cracow Academy); and presentations of works by the lecturers. Based on the presentations and lectures, the students could choose a lecturer to guide them in the in small groups through the triennial expositions during the second workshop session. The last two days had been devoted to the visualization of ideas and concepts under the leadership of lecturers at studios of the Academy of Fine Arts and Design in Bratislava. Though the short time available for a "physical production" of posters may seem to be a disadvantage, the workshop organizers considered it very important to provide for the students a space to meet renowned graphic designers, and time enough to see the expositions which surely have been very inspiring for them. The authors of the project wanted to move the workshop to a conceptual level, considering opportunities of poster as a medium. The lecturers have managed this task excellently, leading the students to look for a message in poster, and to create a vision rather than only a physical result.

Two of the lecturers (Tapani Aartomaa from Finland, and Paul Brühwiler from Switzerland) have been also members of the triennial international jury. Tapani Aartomaa has chosen the topic of European seas, which was perceived by his Polish students as an ecological message. Students led by Paul Brühwiler have experimented and created poster designs by covering old material layers with new ones, what has given them a "lecture on tolerance and communication". The lecturer from Slovakia, Ľubomír Longauer with the topic of Black & White provided not only a formal framework of creation, as it might seem at a first glance, but also a space to see the limits resulting from black and white thinking. Typographic posters by students of Władysław Pluta (Poland), made in the form of slides, were bright and witty. Zdravko Papič, teacher from the Slovenian academy, has been successful with a social topic of students' dwelling, which has been of great interest to the students. Posters created during the workshop and ideas related to their origin were presented to the participants and organizers in a presentation evening on the last day of the workshop. Later the posters together with photographic documentation were made accessible to the triennial visitors at Ján Koniarek Gallery in Trnava. During the workshop Poster Today many vivid and inspiring contacts have been established between the participants.

Surface

The cycle of poster covering activities under the name "SURFACE - a wall covered in posters" has challenged the border between graphic design and free art. The author of the Surface project was the artist Milan Mikula (with co-authors: Mária Rišková, Robert Paršo, Juraj Balogh, Virpi Ketu). An artificial wall, erected at the Trinity Square in Trnava, has provided a "surface" for communication and presentation of ideas. Posters on the wall, created by four young graphic designers, have been regularly replaced by new ones during the first month after the Triennial opening. One of the project objectives was to stress the original purpose of poster as a communication medium with direct influence on the audience in the exterior, in contrast to poster presentations in interior gallery spaces. The triennial promotion finally seemed to be only a matter of secondary importance, done particularly verbally during the poster covering happenings. This activity could exist quite independently of the triennial. Information about the triennial had occurred on the wall only during the Communication happening.

The posters have been designed specially for the Trnava Surface covering project (except for two posters recycled from previous covering activities by Milan Mikula). However, the dynamic action of the whole project has been more important than the artefacts themselves. Poster (covered wall) was used as a strong tool of expression, a sort of stimulant of immediate or additional reactions of the audience. There have been various reactions - tearing, graffiti, additional poster

covering. Performances by a group of young people, covering the wall with posters disturbing the everyday stereotypes of the passers-by, naturally provoked their reactions. It was interesting to see that the reactions depended to some extent on the poster subject, ranging within a scale of emotions which can be evoked by a poster - curiosity, satisfaction, and even aggression in some cases. Performances naturally turned to happenings - the viewers have always assisted with wall covering.

The most extensive and sophisticated anonymous hit on the audience had been the one during the first performance. The author of a minimalist poster, Milan Mikula had no higher ambition than to launch the "surface" in the sense of the project. Already in the first hours of the Surface existence, an anonymous author covered the wall with a set of photographs showing mentally handicapped children and sprayed there the text "I am not the only one DIFFERENT IN THE WORLD", and so he confirmed the expectations of the project authors. The cycle of Surface performances has attracted attention of the audience, numerous questions, and interest not only with respect to the Triennial, but also to the poster medium and to fine arts in general.

Photo:

Viera Kuracinová, Milan Mikula

Prizes awarded by the international jury in the Trnava Poster Triennial 2000

The A category - professional authors

Grand Prix

Fang Chen (China)
poster series "We are one"

1st Prize

Lex Drewinski (Germany/Poland)
collection of 8 posters

2nd Prize

Masuteru Aoba (Japan)
poster "Competition 1998"

3rd Prize

Lech Majewski (Poland)
collection of 10 posters

Prize of ICOGRADA

Henning Wagenbreth (Germany)
poster "Little Prince"

Prize of the Slovak Design Centre

Ralph Schraivogel (Switzerland)
poster "Cinemafrika"

Prize of the Mayor of Trnava

Alain Le Querrec (France)
poster "My poster is what I feel, my poster is what I mean"

The B category - students from schools of art

1st Prize

Atelier D'Arts Plastiques Collège Brizeux (France)
poster "Made by children. Child sold - child broken"

2nd Prize

Szymon Saliński (Poland)
poster "I think so I am"

3rd Prize

Viera Kolibská (VŠVU Bratislava, Slovakia)
poster "H2O"

Special Prize of the Academy of Fine Arts and Design in Bratislava

Norvika Bovcon (Academy of Fine Arts Ljubljana, Slovenia)
poster "Man runs on culture"

Zdá sa, že grafický dizajn patrí na Slovensku na rozdiel od väčšiny kategórií priemyselného dizajnu k šťastnejším disciplínam. Nepochybne má väčšie tvorivé i firemné zázemie v podobe silných osobností v každej generácii tvorcov, v množstve grafických štúdií či agentúr i v počte klientov a spoločenskom dopyte po grafickom dizajne. Zďaleka to však neznamena ani konjunktúru grafického dizajnu na Slovensku, ani uspokojivú kvalitu grafickej produkcie, ktorá nás obklopuje, nehovoriac o osvietenosti či etike klientov vo vzťahu k práci grafického dizajnéra či k samotným tvorcom. Práca grafického dizajnéra naráža v súčasnosti – a iste nielen na Slovensku – na mnoho úskalí, no stále má i veľa pôsobov, a čo je na nej zrejme najvzrušujúcejšie – každým dňom sa rozrastá o nové dimenzie. Potvrďuje to aj naša malá sonda do názorov viacerých slovenských grafických dizajnérov v podobe ankety, doplnenej o ukážky ich aktuálnych prác.

V ankete sme položili vybraným autorom nasledujúce otázky:

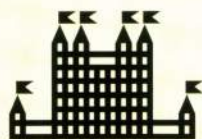
- ❶ Ľudia z rôznych profesií sa sťažujú, že im chýba užší kontakt s kolegami, majú málo informácií o tom, čo sa v rámci ich profesie deje a o čom sa uvažuje. Pociťujete podobný problém?
- ❷ Grafický dizajn okrem sviatočných prezentácií na výstavách žije v reálnom prostredí – časopisy, reklama, firemný štýl, katalógy, obaloviny... Čo vás z tejto oblasti v poslednom čase zaujalo?
- ❸ Ktorú grafickú disciplínu považujete v súčasnosti za najperspektívnejšiu? Aký vplyv na estetický vkus ľudí má?
- ❹ Má podľa vás zmysel zaoberať sa etickými problémami vo sfére vzťahov grafik – reklama – konzument? Je aj grafik zodpovedný napríklad za reklamu, ktorá podporuje ekologické problémy sveta?
- ❺ Ktorú zo svojich aktuálnych prác si ceníte a prečo?

grafický dizajn dnes a tu

ANKETA SO SLOVENSKÝMI GRAFICKÝMI DIZAJNÉRMÍ

Vladimír Jurkovič

- ❶ Nie, nepociťujem. Štádium existencie v izolácii mám dávno za sebou. Všetko je v ľuďoch. Niet sa na čo sťažovať. Každý si vytvára sám vlastný svet. Celkom slušný prehľad o tom, čo sa deje v odbore, sa dá získať prostredníctvom odborných periodík a Internetu. Zoznam v mojom mobile je stále beznádejne plný. Ak je niekomu smutno, odporúčam telefónny zoznam.
- ❷ Úvodné titulky k filmom. Napríklad titulky k filmom Seven alebo 60 sekúnd s Nicolasom Cageom. Skvelý úvod z pohľadu grafického dizajnéra mal nakoniec i klasický Votreclec. Som rád, že sa veci vyvíjajú takto.
- ❸ Najperspektívnejšou disciplínou súčasnosti je určite dizajn. Ťažko hovoriť o disciplínach, ak dizajn vnímam integrálne ako súčasť, pre niekoho i spôsob, života. O tom, že naša práca môže zasahovať ľudí veľmi hlboko sa ubezpečujem vždy, keď sa oddám spomienkam na detstvo. Tieto spomienky voňajú maminým pečivom, tatkovou čerstvou oholenou tvárou a vždy sa v nich mihne téglík Miláčika z voskového papiera v červeno-bielom vyhotovení s papierovým deklíkom. Takisto nezabudnuteľný je sparfanský obal na detské piškóty, plechová škatuľka na indický čaj alebo mystické logo Wilkinson sword s dvoma prekríženými mečikmi...
- ❹ Nemá. Grafik je zodpovedný alebo spoluzodpovedný za všetko, čo predá alebo zverejní. Etika v tomto prípade je vecou vnútorných pocitov jednotlivca. Čo sa jednému javí ako neetické, druhý šmahom ruky zopakuje bez zaváhania niekoľkokrát za sebou.
- ❺ Každú svoju poslednú, pretože vždy robím naplno. V poslednom období spoluprácu s pražským vydavateľstvom ZIPO film na projekte Poslední kniha století. Je to obrazová publikácia mapujúca jeden deň v živote Českej republiky. 10. októbra 2000 sa po celej krajine rozletelo 120 fotografů, ktorí celých 24 hodín toho dňa využili na záznam výjavov z bežného života v krajine. Bol to projekt realizovaný v šialených termínoch a v nesmierne tvorivej atmosfére s plným nasadením. Mám z tej knihy radosť. Akoby sa 17. 11. 2000 po mesiaci tvrdej práce celého tímu narodilo dieťa. Apropo, nemôžem zabudnúť na kalendár pre firmu LEICA.



Viem ako na to, teda som

ECCE LABYRINTHUS IQ DESIGN STUDII

(Scenár dramatickej jednoaktovky s úspešným koncom)

...Harris sa ma spýtal, či som už niekedy bol v hamptoncourtskom bludisku. Povedal, že jeho zvládnutie je veľmi jednoduché, až hlúpe a sotva hodné tých dvoch pencil, ktoré požadujú ako vstupné. „No iba to tu prebehne,“ povedal Harris, aby si mohol rozprávať, že si tu bol. Je to totiž nesmierne jednoduché. Musíš iba na každom nasledujúcom rohu zahnúť doprava. Obídeť to za desať minút, a potom pôjdeme na obed. Len čo sme vošli dnu, stretli sme zopár ľudí a tí vraveli, že sú tam už tri štvrté hodiny a že už toho majú dosť. Harris im povedal, že môžu ísť za ním, ak chcú, práve vraj vošiel dnu, obíde to dookola a vyjde von. Ľudia povedali, že je to od neho veľmi pekné a šli za ním. Harris stále zahýbal doprava, no keď sme prešli poriadny kus cesty, poznamenal som, že je to nesmierne veľké bludisko. Aj Harrisovi sa to zdalo trochu čudné. Navrhoval, že najlepšie bude, ak sa vrátíme ku vchodu a začneme znova. Uplynulo ďalších desať minút a procesia sa ocitla v prostriedku bludiska. Harris najprv predstieral, že je to presne to, čo zamýšľal, ale zástup vyzeral nebezpečne, a tak povedal, že sa pomyľil. Vyrázili sme na cestu a o tri minúty sme boli opäť v prostriedku. To sa nakoniec stalo pravidlom a niektorí tam už zostali a čakali na ostatných, kým sa prejdú a vrátia. Nakoniec sa

všetci (úplne zblbnutí) snažili krikom privolať zriadenca. Náhoda chcela, že to bol zriadenec mladý a vo svojom odbore neskúsený, preto sa k nám nemohol dostať a sám zablúdl. Zazreli sme ho hneď tu, hneď zasa tam, ako pobehuje po druhej strane živého plota. Museli sme teda počkať, kým sa nevrátil z obeda jeden zo starších zriadenecov, a iba potom sme sa dostali von. Harris povedal, že podľa neho je to veľmi pekné bludisko, a tak sme sa dohodli, že na spätočnej ceste pokúsime dostať tam Georgea.

Scenár: Voľne spracovaný podľa knihy Traja v číne a pes od autora **Jerome Klapka Jerome**

Réžia: IQ DESIGN Studio

Miesto deja: Hamptoncourtské bludisko - čiže kdekoľvek

Osoby a obsadenie:

Harris - Jeden z mnohých sebaistých podnikateľov

Zablúdený dav - veľa perspektívnych klientov

Mladý, neskúsený zriadenec - grafické štúdio

Starší, vo svojom odbore skúsený zriadenec - iné grafické štúdio

IQDESIGN
studio

Mám meno, teda som

Viete o mne, teda som



Mám značku, teda som

Milan Machajdík

① Je to viac v rovine osobnej než profesnej, alebo ešte skôr otázka nedostatku času, ktorý pociťujú pravdepodobne všetci moji kolegovia. Kto však má skutočnú potrebu stretávať sa viac a častejšie s kolegami, ten si cestu nájde. Ja osobne mám možnosť a potešenie stretávať sa s kolegami v našom štúdiu, kde nás je päť grafických dizajnérov prakticky troch generácií. Je to dosť alebo málo? Ak málo, zájdem za kolegami do Klubu grafických dizajnérov (žiaľ, iba raz do mesiaca). Tam je možnosť porozprávať sa, vládne v ňom stále priateľská a kolegiálna atmosféra, máme neformálne vzťahy. Chápeme ho ako platformu pre výmenu informácií, zábavu i spoločné aktivity. Najväčší problém však vidím v nedostatku času.

② Vizualný štýl pre Múzeum moderného umenia Danubiana pokladám za skvelý čin, lebo sa uskutocnil v dobe, v ktorej je zdanlivo miesto iba pre hypermarkety s lákavými cenovými akciami alebo pre reklamu na mobilnú komunikáciu, Internet atď. Prekvapuje a teší ma, že ľudia ešte majú záujem o výtvarné umenie a kvalitný dizajn. A to aj napriek predstavám väčšiny marketingových „odborníkov“ o špecifickom (zlom) vkuse našich „konzumentov“ a ich tlaku na dizajnérov prispôbiť sa mu.

③ Ako grafický dizajnér musím často spolu so zadávateľom uvažovať o použití určitého média, jeho vplyve a význame pre dané zadanie. Je to súčasť našej profesie a ukazuje sa to rovnako dôležité ako výber písma, fotografií, kresieb, papiera a pod. Ak sa však pýtate z hľadiska budúcnosti a všeobecných trendov, tak je mi ťažko odpovedať, pretože nie som jasnovidec. Samozrejme, zdá sa, že perspektívu má dizajn webovských stránok, pretože vplyv Internetu stále rastie.

④ Každý je zodpovedný za to, čo robí.

⑤ Už dlhší čas pracujem na projekte multimediálneho prezentačného CD ROM-u. Je to pre mňa nová skúsenosť, i keď ma dosť vyčerpáva jeho zložitnosť a šírka, predovšetkým odborných a technických problémov. Budem rád, keď sa mi ho podarí úspešne dokončiť.

Milan Mravčák

① Myslím si, že stretávanie je osobná vec. Ak sa niekto s niekým chce stretnúť a porozprávať, tak sa s ním stretne a porozpráva. Alebo ak má potrebu stretnúť sa s viacerými spriaznencami, zorganizuje míting na námestí. Ja tento problém nepociťujem, lebo denne sa pri práci stretávam s kolegami a riešime neakademické úlohy, a občas zájdem do klubu GDC, kde je vynikajúca atmosféra. Adresu klubu nemôžem uviesť, aby to redakcia neposudzovala ako neplatenú reklamu.

② Vždy ma asi zaujíma najviac to, na čom práve pracujem...

③ Keďže som grafický dizajnér, za najperspektívnejšiu grafickú disciplínu z môjho pohľadu považujem grafický dizajn.

④ My grafici za nič nemôžeme, lebo sme v područí imperialistov, ktorí ťahajú za nitky, riadia túto zemeguľu a bohatnú na našej práci. Myslím si, že jedného dňa sa oslobodíme a staneme sa slobodnými umelcami na dôchodku (už sa na to teším).

⑤ Tie posledné sú lepšie, lebo za dlhé desaťročia som sa niečo naučil...

Juraj Králik

① Nie.

② až ④ Obchody v newyorskej štvrti SOHO. Každý má svoj výtvarný názor. V mnohých prípadoch cítiť skutočnú spoluprácu dizajnéra s dizajnérom. Myslím tým zladenie riešenia interiéru s grafickým vizuálom – od riešenia nápisu na fasáde obchodu až po papierovú nákupku. Fenomenálne! U nás nereálne? Toto považujem za dôležité pri pôsobení na konzumenta – tak ako móda ovplyvňuje vzhľad celých generácií, tak aj grafický dizajn doplnkov, ktoré sa týmto dostávajú na verejnosť, vplýva na estetické, ale aj etické cítenie ľudí. Tým pádom nemá význam trápiť sa etickými problémami – teoreticky. Prostredie a pocity, ktoré v ňom dokáže dizajnér?, výtvarník? (neviem nájsť zodpovedajúci názov) vytvoriť, musia byť také silné, že samy prinútia konzumenta rozmýšľať nad takýmito problémami. Tým pádom aj grafický dizajnér výrazne spoluzodpovedá za tento proces.

⑤ Žiadnu! Všetky veci, ktoré sa podarilo zrealizovať sú v tieni toho, čo som urobil nestihol a chcel! Verím, že sa to v najbližšom čase podarí zmeniť.

Vladislav Rostoka

① Dnešné časy grafickým dizajnérom na Slovensku nežijú. Toto konštatovanie treba brať ako moju analýzu konkrétnych výstupov našej práce do praktického života. V dnešnej dobe „informačnej explózie“ musím, paradoxne, vynaložiť viac úsilia, aby som bol informovaný o práci kolegov a ich pripravovaných projektoch ako kedysi, v predigitálnej ére. Zdá sa mi, akoby sa každý z nás počas desiatich rokov slobody od seba permanentne vzdaloval úmerne s narastajúcim tlakom svojich existenčných problémov. Je to možno i obranný manéver voči konkurenčnej bezohľadnosti, ktorú infikoval do sféry grafického dizajnu spôsob činnosti reklamných agentúr. Typickým prejavom tohto vplyvu je: 1) anonymita – alibistické nesignovanie realizovaných prác; 2) utajenie nových aktivít a projektov ako ochrana voči ich prisvojaniu a vzájomnému kopírovaniu (čo niekedy môže dizajnéra dokonca aj existenčne ohroziť); 3) podľahnutie enormnému tlaku trhu a konzumnosti – čiže rozdrobenie talentu v ich službách. Následkom takejto erózie postupne zanikajú spoločné menovatele našich záujmov a tým nutnosť vzájomnej komunikácie, čo ešte znásobuje prehliabujúca sa kríza nášho spoločenského a hlavne kultúrneho vývoja.

② Výsledky práce grafických dizajnérov je nutné raz za čas prezentovať v diametrálne odlišnom prostredí, teda nie v tom, do ktorého je určené – mimo vizuálneho chaosu každodennosti, aby sa mohli naplno vychutnať a prípadne oceniť jeho špeciálne chute a vône. Zaujímavé a prekvapivé pre mňa je, že stále nevidím razantnejší nástup nových absolventov oddelení grafického dizajnu Vysokej školy výtvarných umení. Kde inde by výhodnejšie a lepšie mohli prezentovať (a predajť) svoju prácu ako na dvoch pre nás najlepšie dostupných výstavách? Je zahanbujúce, že Slovensko Bienále grafického dizajnu 2000 v Brne reprezentuje päť (!) grafikov, z ktorých vlastne jeden žije v zahraničí (P. Biľak). Kde sú absolventi z posledných desiatich rokov si ľahko môžeme domyslieť.

Allianz  - viac ako poistenie



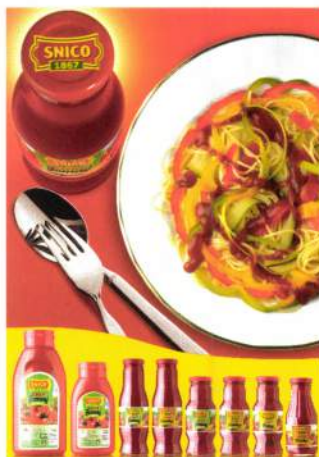
Agapurin®
Proteínový

„nový pohľad do cievy“

včera – vazodilatátor
dnes – hemoreologikum
zajtra – imunomodulátor?



zaujímavá molekula s budúcnosťou
individuálne dávkovanie aj
s možnosťou Agapurin® 600 retard



rajo
Premium



Červený výber
hore: Z kalendára pre Allianz
dole: Inz. pre SlovakoFarmu, inz. pre St.Nicolaus,
obal KBŠ pre MUP Pezinok, obal pre Rajo.
Mrauták, Čisárik, Mr. Design

Podobne to dopadlo na Trienále plagátu v Trnave, najvýznamnejšej slovenskej akcii v tejto oblasti, kde som napočítal 14 našich autorov! Svedčí to o žalostnom, alarmujúcom stave nášho súčasného grafického dizajnu.

③ Jednoznačne je to dizajn webovských stránok, najdynamickejšie sa vyvíjajúca oblasť grafického dizajnu. Virtuálny priestor Internetu má už dnes asi najväčší, a hlavne okamžitý vplyv na estetickú kultiváciu (alebo aj deformáciu) človeka v celosvetovom meradle.

④ Áno, v narastajúcej globálnej expanzii komerčnej kultúry, hlbkej kríze životného prostredia a neriešení ekologických katastrof má veľký zmysel obrátiť celú našu pozornosť týmto smerom. Rád by som v tejto súvislosti znovu upozornil na obnovený manifest 22 významných grafických dizajnérov sveta (prvýkrát bol publikovaný v roku 1964), ktorí tohto roku znova naliehavo vyzývajú kolegov na riešenie týchto problémov. Lebo naše životné prostredie, totálne nasiaknuté agresívnymi komerčnými sloganmi reklám, výrazne ovplyvňuje dokonca už i spôsob komunikácie, čítania, myslenia a reakcií ľudí. V zmysle tohto manifestu sa nesmieme podieľať na zavádzaní a rozširovaní takéhoto, nevýslovne škodlivého, spôsobu vzájomnej komunikácie. Svoj talent by grafickí dizajnéri mali využívať zmysluplnejším spôsobom!

⑤ Som typ grafika, ktorý o kvalitatívnej úrovni svojej aktuálnej, ešte čerstvej práce stále pochybuje. Nevie posúdiť jej parametre, lebo mi chýba nutný časový odstup, ktorý odbúra emócie, ktoré ma k nej logicky viažu. Okrem toho si myslím, že je pomýlené a neetické sám seba ohodnotiť a toto hodnotenie dokonca verejne prezentovať. Hanbil by som sa sám pred sebou, je to predsa len súkromná, intímna vec.

P e t e r H u b a

① Keďže moja práca sa krúti hlavne okolo Internetu, nemôžem sa sťažovať na nedostatok informácií. Trochu iný problém je priamy kontakt s tvorcami. V nezávislosti od geografickej polohy sa tento uskutočňuje hlavne prostredníctvom e-mailu, existujú mnohé diskusné fóra na rozličné témy, sú používané skryté odkazy v zdrojových kódoch skriptov, stránok. Zanechávanie textových stôp v internetových harddiskoch a ich priebežné nachádzanie spíňa do určitej miery úlohu kontaktu a vzájomnej informovanosti medzi tvorcami v tejto sfére.

② Všeobecne ma zaujíma a teší vzostupná tendencia grafickej činnosti na Internete. Obrazové možnosti sú síce oproti tradičným disciplinám CMYK značne obmedzené, zároveň však ponúkajú výsady digitálneho sveta ako použitie priamej interaktivity v mnohých formách. Už nie je dôležité iba byť prítomný v sieti, ale v silnej konkurencii zaujať a hlavne udržať si návštevnosť. Obsahom alebo grafickým spracovaním, spôsobom interakcie či aktuálnosťou, najlepšie všetkým dohromady.

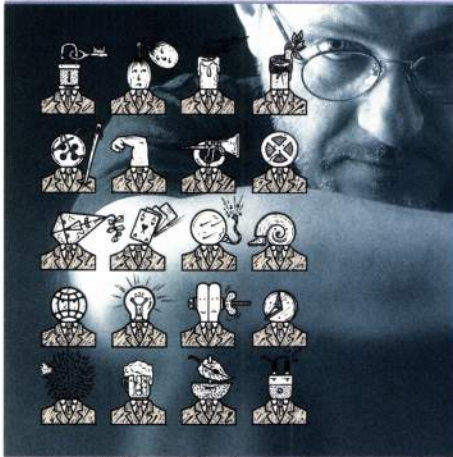
③ Webdesign. Rozširuje chápanie symbolov a piktogramov, chápanie jednoduchosti a skratkovitosti. Zvyšuje vizuálnu ostrážitosť pri vnímaní obrazov, pomáha podvedome orientovať sa v hierarchii a štruktúrach.

④ V horizonte svojho dohľadu (som silno ďalekozraký) sa vždy oboznámim s konkrétnou komerčnou zákazkou. Podľa dostupných informácií vždy AUTOMATICKY zohľadním ďalší postup v súlade so svojím svedomím. Nemyslím si však, že by to mala byť etická povinnosť grafika. Nemôžete vedieť celý kontext danej práce. Je dôležitá cesta, akou sa grafik k danej práci dostane.

⑤ Projekt nazvaný podľa troch hlavných smerov, ktorými sa zaoberá: Spirit – Senzus – Matéria. Je to čisto internetový projekt, v ktorom som oslovil ľudí z najmladšej generácie výtvarných umelcov, aby sa vyjadrili k dôkladne štruktúrovaným elementárnym témam ako napr. láska, šťastie, viera, blaho... Projekt je vytvorený pomocou technológie Macromedia Flash, teda značne podporuje interakciu diváka. Projekt sa stále nachádza vo verzii beta, avšak technicky (programovo a hierarchicky) je pripravený na rozširovanie o ďalších autorov a ich príspevky. Táto práca skúma relácie medzi vybranými témami v mnou definovanej štruktúre a som mu za to veľmi vďačný...



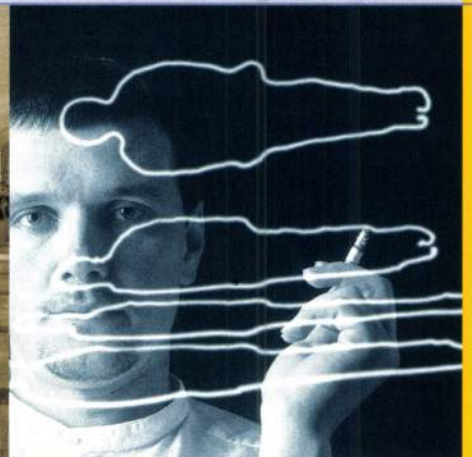
ROBERT PARŠO, STUPIDesign: BEZPEČNOST JE AJ TVOJA VEC
– LOGOTYP PRE KAMPAŇ FIRMY VOLKSWAGEN BRATISLAVA



Vladislav Rostoka



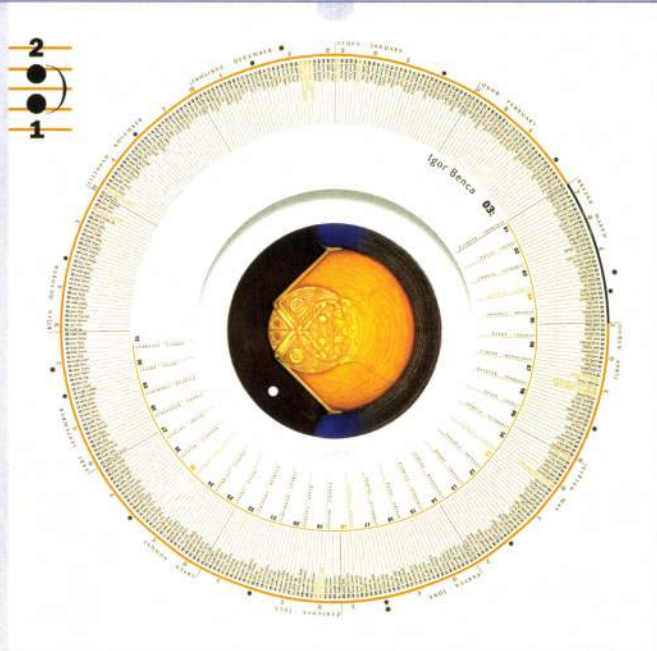
Výstava Rabbit & Solution Studio
Moravská galerie
Brno : 1998



Juraj Králik



Rabbit & Solution
STUDIO

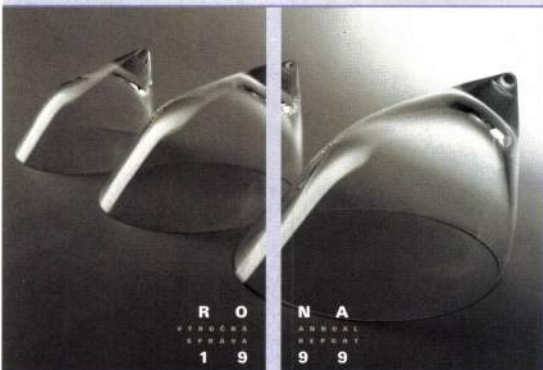


Bibiofílský kalendář : 2000



Výroční správa poistovne Kooperativa : 2000

Aquatinto



Výroční správa sklárne LR Crystal : 2000



Technická
univerzita
značka
1990



Grand Prix
Ludovej banky
značka
1998



SlovŠrot
značka
2000

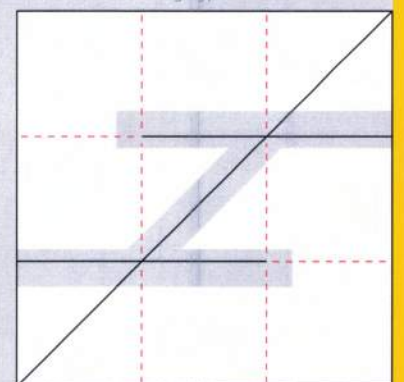


Filmový festival
značka
1999



News for investors
značka
1999

SlovZink : značka a logotyp : 2000



SlovZink

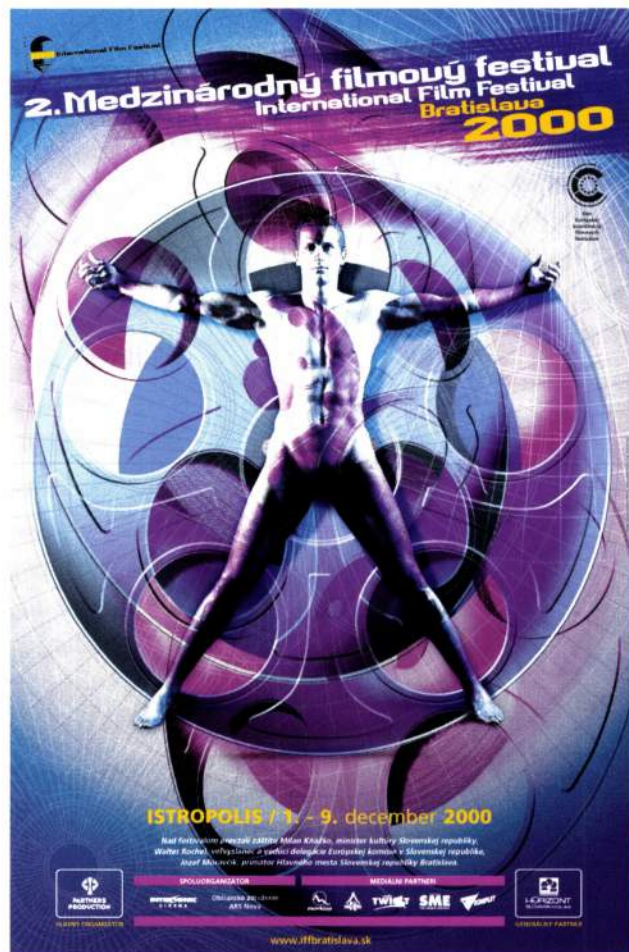
Robert Paršo

- 1 Nikto sa v dnešnej dobe nemôže sťažovať na nedostatok informácií z akejkoľvek oblasti. Netreba ani vstávať od počítača. Stačí otvoriť oči, uši, ústa. Pre užší kontakt s kolegami treba otvoriť srdce. To je ťažšie.
- 2 Prostredie Slovenska je všeobecne úplne nereálne. A dejú sa tu veľmi zaujímavé veci. Akoby nikto nepotreboval skutočný dizajn. Choďte do stánku, pozrite sa na billboardy, počúvajte rádio, pozerajte televízor. Zapojte sa do hry.
- 3 Otázkou o perspektíve zrejme smerujeme k internetovej grafike a grafike pre elektronické médiá. Tieto médiá neupravujú iba vkus vnímateľov, ale aj tvorcov. Grafík, ak ho tak ešte môžeme nazývať, sa dostáva do takého úzkeho kontaktu s vnímateľom, že pokiaľ nie je dostatočne silný, ľahko sa prispôsobí jeho vkusu. Jednoducho silnejší vyhráva. A monitor znesie všetko.
- 4 Grafík je zodpovedný za svoje konanie ako každý iný človek. Musí zohľadniť všetky dostupné informácie o danej problematike a potom sa môže slobodne rozhodnúť. Chybám sa však zrejme nedá vyhnúť ani pri najlepšej vôli. Veď napríklad reklama na cigarety, tabak a kultúru fajčenia bola na západe po desiatky rokov súčasťou učebných osnov grafických škôl.
- 5 Každú svoju prácu si cením, vrátane tých, čo už dávno nie sú aktuálne alebo skončili v koši či šuflíku. Ešte dnes sa teším zo svojej účasti na plagátovej akcii PLOCHA na Trojičnom námestí v Trnave. Zdravím všetkých vidiacich aj nevidiacich Trnavčanov.

Rasťo Uličný

- 1 Nie, nepociťujem tento problém. Som často v kontakte s ľuďmi, ktorí majú podobnú profesiu, a tak mám možnosť diskutovať, porovnávať a povedzme aj hodnotiť to, čo vytvorím alebo vytvoríme. Na druhej strane je aj mojím osobným záujmom vypočuť si názor druhej strany a prísť tak naozaj k tomu najideálnejšiemu riešeniu. Čo sa týka nových informácií a trendov, v mojom prípade, v oblasti grafického dizajnu a reklamy, existujú časopisy, knihy, rôzne súťaže (i zahraničné) a Internet, ktoré dávajú dostatočný prehľad o tom, čo sa deje vo svete.
- 2 Ak v grafickom dizajne zaregistrujem niečo, čo dokáže upútať moju pozornosť, som veľmi rád a teší ma fakt, že je nás, ktorým záleží na tom, čo robia, čoraz viac.
- 3 Samotný grafický dizajn v reklame. Myslím si, že má dosť silný vplyv na estetický vkus ľudí, a to aj preto, že je najviac prezentovaný. Tvorba plagátov, billboardov a inzercie je určená pre ľudí. Čím lepší bude vkus tvorcov, tým lepší bude vkus verejnosti.
- 4 Určite áno. Vzájomné akceptovanie týchto troch subjektov smeruje väčšinou k pozitívnemu výsledku. Grafík svojím spracovaním pomáha pochopiť myšlienky, takže istú časť zodpovednosti by znášať mal.
- 5 Momentálne pracujem na grafickej koncepcii pre 2. ročník Medzinárodného filmového festivalu Bratislava 2000. Pripravujeme prezentáciu od plagátu až po televízny spot, ktorá dáva možnosť ozajstnej výtvarnej a možno menej komerčnej realizácii.

Ďakujeme za účasť v ankete a poskytnutie ukážok prác.
Redakcia



RASTISLAV ULIČNÝ: PLAGÁT MEDZINÁRODNÝ FILMOVÝ FESTIVAL 2000

INCOGNITO



audio
SIE



„Pri miešaní firemného drinku významne ovplyvňuje chuť ingrediencií, ako aj chuť výsledného nápoja predovšetkým Corporate Identity.“

(Hans Meffert)

Čo je Corporate Identity?

Pojem Corporate Identity sa udomáčuje nielen v odborných kruhoch, ale pomaly sa dostáva do povedomia širšej verejnosti. Skratka CI sa objavuje v slovníku predstaviteľov firiem a organizácií čoraz častejšie. Čo vlastne znamená?

Ustálený a najpoužívanejší preklad anglického Corporate Identity je zvyčajne firemná alebo podniková identita, ale rovnako môže ísť o identitu nekomerčnej organizácie, spolku, regiónu či podujatia. Skrýva sa za ňou podstata toho, čo tvorí základ existencie každého subjektu alebo organizácie – jej minulosť a história, jej „osobnosť“, hodnoty, ktoré vyznáva, princípy, na základe ktorých vznikla a vízie, ktoré si vytýčila a chce uskutočniť. Jej vizuálny štýl je najviditeľnejšou formou, ako sa CI prejavuje. Corporate Identity je niečo, bez čoho firma alebo organizácia prakticky nemôže existovať, pretože by stratila identitu.

Názory sa líšia v obsahovom vymedzení samotného pojmu Corporate Identity. Často sa pod ním chápú výlučne vizuálne charakteristiky firmy alebo organizácie. Potrebný je však komplexnejší pohľad a Corporate Identity vnímame ako zastrešujúci, integrujúci základ, výraz osobnosti subjektu (Corporate Personality), zmysluplné prepojenie materiálnych aj nemateriálnych zložiek samotnej jeho podstaty. O pojme identita možno uvažovať z hľadiska psychológie osobnosti človeka – potom je CI analogickým konštruktom k takto definovanej identite.

Vytváranie identity je vždy riadený proces prebiehajúci hierarchicky smerom zhora nadol, je pomerne dlhodobý a dá sa realizovať len postupne.

Corporate Identity je akumuláciou dejín subjektu a jeho hlavnou stratégiou. CI zväčša podlieha postupným vývinovým zmenám, ale dôležitá udalosť môže mať za následok radikálnu zmenu CI.

Prečo je vlastne CI dôležitá pre subjekty alebo organizácie z pohľadu ich celospoločenského účinkovania, budovania svojho postavenia a komerčnej i nekomerčnej úspešnosti?

V súčasnosti je totiž bežné, že v mnohých odvetviach (napr. bankovníctvo) ponúkajú takmer všetky subjekty rovnaký produkt (bankové služby) za rovnakú cenu (úrokové sadzby), za približne rovnakých technologických podmienok (možnosť bezhotovostného styku, platobné príkazy), za asistencie približne rovnako odborne vyškoleného personálu. Čo teda rozhodne o úspešnosti tej-ktorej banky (alebo akejkoľvek inej firmy či organizácie)? Som presvedčený, že správnym riešením je práve cielene vyprofilovaná Corporate Identity. Je nositeľkou dôveryhodnosti produktov, poskytovanej služby, vytvára pevné väzby k organizácii zo strany klientov i vlastných zamestnancov, a najmä vtlačí obrazu firmy či organizácie svojskú pečať, ktorá ju bude sprevádzať počas celej existencie a z ktorej môže získať mnohé výhody.

Nie je jednoduché odpovedať na otázku, čo tvorí podstatu identity subjektu, organizácie, firmy či regiónu. Malo by to byť kľúčové poslanstvo, hodnoty či priority, ktorých sa nemožno vzdať v nijakom prípade a ktoré by mali byť čitateľné v jednotlivých prejavoch správania subjektu a jeho reprezentantov.

Niekedy môže byť jadrom identity samotný produkt firmy (IBM), inokedy profesionalita jej zamestnancov (letecké spoločnosti) alebo vzťah k prírode a okoliu (mnohé škandinávské firmy). Samotná identita môže byť usporiadaná rôzne – existuje napr. tzv. monolitický typ identity, keď celá organizácia reprezentuje jeden celok, ktorý je zosobením jej identity. Iným príkladom je napr. značková identita – značky jednotlivých výrobkov sú nosičmi samostatných identít a materská firma, ktorá ich vyrába, je v úzadí. Príkladom takto profilovanej identity je napr. potravinársky priemysel. Iným prípadom je tzv. delegovaná identita, materská firma je reprezentovaná prostredníctvom svojich produktov, ktoré sú však na ňu naviazané (napr. jednotlivé značky koncernu General Motors – Pontiac, Cadillac a pod.).



Samotný pojem Corporate Identity nemusí platiť iba pri subjektoch komerčného charakteru. Corporate Identity neznamená len úzko špecifickú firemnú identitu, ale v širšom význame ju možno prekladať ako identitu akéhokoľvek spoločenstva, regulovaného istými sociálnymi alebo kultúrnymi normami. Podstata problematiky CI spočíva v ľuďoch, resp. v symboloch a hodnotách, ktoré vytvorili. Preto je aktuálne uvažovať o CI nielen v súvislosti s klasickými trhovými

subjektmi, ale aj so štátnymi organizáciami, športovými, regionálnymi či kultúrnymi inštitúciami – teda všade tam, kde existuje spoločenstvo ľudí spojených určitými cieľmi, hodnotami či víziami.

Corporate Personality

Dôležitým pojmom v oblasti CI je Corporate Personality – osobnosť firmy. Aký je vzťah medzi oboma pojmami?

Znovu použijeme paralelu medzi ľudskou individualitou a subjektom vytvoreným človekom umelo (firma, organizácia, podujatie, sídlo). Základom identity každého človeka je jeho osobnosť, t. z. jeho dispozície, schopnosti, zručnosti, charakter, prejavy správania, hodnoty, ktorými sa riadi v živote, ako aj jeho fyzický zjav. K osobnosti človeka ako integrujúcej kategórii jeho existencie však patrí aj jeho minulosť, aktuálne prežívanie, ako aj ambície, ciele a vízie do budúcnosti.

Podobne je tomu aj v prípade firmy – každá firma má svoju minulosť, svoj aktuálny výkon či momentálny stav aj budúce vízie. Hoci je to na prvý pohľad možno ťažšie predstaviteľné, môže mať aj svoj charakter, temperament, hodnoty, ktorými sa riadi jej správanie, a určité vlastnosti.

Hodnotové priority firmy by mali byť akýmsi základným azimutom pre jej smerovanie na trhu a orientáciu v mnohých, často zložitých spoločenských či ekonomických situáciách. Firma, ktorej hodnoty a prejavy sú pevne ukotvené a transparentné pre jej komunikačných partnerov (vrátane vlastných zamestnancov), sa stáva čitateľnou, a to je prvý krok k nadviazaniu dôvery. Táto dôvera jej umožňuje neskôr spoľahnúť sa na podporu tých, bez ktorých by nemohla existovať – návštevníkov, investorov, obchodných partnerov a predovšetkým vlastných zamestnancov. Význam takejto dôvery sa neoceniteľne prejaví najmä v krízových situáciách, keď je každý krok pod drobnohľadom verejnej mienky a je neobyčajne ťažké získať komunikačných partnerov a verejnosť na svoju stranu aj v prípadoch, keď firma samotná nenesie hlavnú časť zodpovednosti za vzniknuté problémy. Práve vtedy sa často ukáže, či sú hodnoty Corporate Personality len deklarovanou frárou, alebo vyvierajú zo skutočnej osobnosti firmy a sú teda autentickou reflexiou jej Corporate Identity.

Priblížme si prejavy Corporate Personality v praxi. Tak ako neexistujú dve rovnaké osobnosti, neexistujú ani dve rovnaké Corporate Personality firmy alebo organizácie. Variabilita týchto Corporate Personalities závisí od veľkosti subjektu, jeho histórie, momentálnej situácie, ako aj mnohých vonkajších okolností. Napriek tomu, že Corporate Personality je abstraktný konštrukt vytvorený predstavami ľudí, býva bežné, že hlavné črty tejto osobnosti sú kodifikované v istom základnom dokumente – napr. manuáli CI (nemýľme si ho však s klasickým Design Manual). Sekundárne sa potom hlavné črty tejto osobnosti prejavujú aj v ostatných výstupoch kodifikujúcich jej CI – napr. v etickom kódexe, stratégii externej komunikácie, zásadách krízového manažmentu a najmä v Design Manual. Avšak rozhodujúcim faktorom toho, či je osobnosť vnímaná v súlade s predstavami svojich tvorcov, býva samotná realita – teda to, či sa subjekt naozaj správa podľa deklarovaných zásad a hodnôt, či je jeho vystupovanie spájané s obrazom onej osobnosti a pod. Výsledným zrkadlom Corporate Personality je totiž imidž. Iba dlhodobou stabilne vnímaný imidž vo všetkých segmentoch komunikačných partnerov dá definitívnu odpoveď na otázku, do akej miery sa podarilo vyprofilovať Corporate Identity subjektu v súlade s predstavami jej tvorcov.

corporate identity (1)

Matej Jaššo

Bienvenue au Centre Pompidou



„Ikona architektúry“ v srdci Paríža nás víta po viac ako dvojročnej rekonštrukcii. Tentoraz sa na nej podieľal iba architekt Renzo Piano (Richard Rogers z pôvodného tandemu odstúpil) a novú vizuálnu identitu riešilo štúdio Intégral z Paríža na základe predchádzajúcej pozitívnej spolupráce s agentúrou Piano Paris (projekty Cité internationale de Lyon a Centre culturel Jean-Marie Tjibaou, Nová Kaledónia).

Novinkou je zväčšenie priestoru Centra o 8 000 m², ktoré sa získalo presunom administratívnej časti mimo budovy, obnovené je Fórum – „centrum Centra“ – s kníhkupectvom Flammarion, s výťahom spájajúcim tri úrovne a s eskalátormi vedúcimi k rozľahlému butiku zameranému na dizajn, ku kaviarni, kinosále, knižnici a výstavnej galérii. Nová koncepcia je odlišná v tom, že zamedzila voľný prístup na vonkajší vyhladkový eskalátor prepájajúci všetky poschodia, ktorý poskytoval turistom panorámu na celý Paríž. Tým sa cielene limituje počet návštevníkov len na záujemcov o kolekciu Múzea moderného umenia alebo iné aktivity Centra. Interiér Múzea moderného umenia a knižnice BPI navrhol architekt Jean-Francois Bodin, veľmi módna reštaurácia Georges na 6. poschodí je dielom mladej dvojice architektov Jacob a Mac Farlane (treba však vopred rezervovať a rátať s vysokým účtom za luxusný servis a jedinečnú panorámu).

Projekt vizuálnej identity Centra viedli Ruedi Baur (zakladateľ štúdia Intégral) a Denis Coueignoux (jeden z jeho partnerov), k spolupráci prispel aj malý medzinárodný tím mladých ľudí. Treba pripomenúť, že základným kritériom starého orientačného systému bola modernistická funkčnosť a čitateľnosť, ale jeho čiastočný neúspech zapríčinila zlá organizácia informácií. Dôležitú funkciu malo jednoduché, ale výstižné logo, navrhnuté Jeanom Widmerom, a písmo CGP v štýle písacieho stroja od Hansa-Jürga Hunzikera; obaja sú Švajčiari pôsobiaci od päťdesiatych rokov v Paríži. Nový vizuálny štýl Centre Pompidou potlačil dominantnosť loga ako jednotiacieho prvku a vďaka protestnej petícii verejnosti sa ho podarilo zachovať v kombinácii so skráteným názvom „Centre Pompidou“. Dôležitým kritériom novej identity je „nebyť neutrálny“, ale naopak – upútať pozornosť návštevníka a až následne informovať. Tentoraz sa autori rozhodli hľadať také vyjadrovacie prostriedky, ktoré logicky vychádzajú z typických prvkov architektúry. Novým identifikačným prvkom nie je tradičné logo, ale zložitý typografický raster, ktorý vznikol vrstvením informácií v ôsmich jazykoch vysádzaných písmom s industriálnym charakterom DIN (Deutsche Industrienorm) a v štyroch základných farbách: žltá, červená, modrá a zelená, ktoré sú odvodené od architektúry budovy.

Raster s navrstveným farebným textom má vyvolávať dojem medzinárodnej a multidisciplinárnej dimenzie miesta. Nový orientačný systém nie náhodou pripomína akúsi farebnú fantáziu slov, neónových šípok a piktogramov (autor H.-J. Hunziker), ktoré visia zo stropu ako medovníčky na medovníkovom domčeku. Je evidentné, že autorom sa podarilo vytvoriť ilúziu hravého sveta a príjemnej atmosféry, o ktorej hovoril už Renzo Piano,

nová vizuálna identita Centre Pompidou



Ilustrácie k textu:

1. pôvodné logo Centre Pompidou (autor Jean Widmer)
2. pohľad na Fórum
3. závesné orientačné tabule s piktogramami (autor H.-J. Hunziker)
4. použitie typografického rastra na orientačných paneloch
5. použitie typografického rastra na obálke brožúrky, detail
6. štvorfarebná verzia typografického rastra

keď prezentoval v roku 1977 nový Beaubourg ako „veselý mestský stroj“. Podľa slov Ruediho Baura dlhodobý pracovný proces zaviedol dizajnérov do odvetvia scénografie a táto nová dimenzia ovplyvnila aj mnohé rozhodnutia. Je však raster vhodným prostriedkom na vyjadrenie charakteru inštitúcie ako Centre Pompidou? Je ilustrácia obsahu dostatočne podnetná na to, aby sa človek zamyslel nad samotným obsahom? Autori argumentujú tým, že riešenie typografického rastra má poskytnúť flexibilný systém na vyjadrenie všetkých informácií a aktivít a byť nástrojom na vytvorenie jasnejšej hierarchie medzi jednotlivými oddeleniami. Konceptiu vidia ako otvorenú, schopnú vývoja a adaptovateľnú na všetky situácie, môžu na ňu nadviazať aj iní grafici (po januári 2000 prevzal koncepciu Christian Beneyton, interný grafik Centre Pompidou).

Ak si však overíme túto, v zásade dobrú, myšlienku v skutočnosti, všimneme si, že pôvodný zámer nie je zreteľný a raster objavujúci sa v širokej škále produktov od tlačných dokumentov až po orientačné plochy sa stáva slabým identifikačným prostriedkom alebo účelovou dekoráciou. Škála nástrojov sa stáva hrou bez pravidiel. Farebné ohňostroje písma si síce získajú našu pozornosť, ale nie nadlho, a po získaní napríklad vstupenky, brožúrky s programom, igelitovej tašky a darčekového baliaceho papiera v kníhkupectve si uvedomíte, že táto invázia rastra sa stáva únavnou.

Zaujímavý názor zaoberajúci sa identitou môžeme nájsť v eseji „Generic City“ od Rema Koolhaasa: „Čím silnejšia je identita, tým väčšmi uväzňuje a horšie sa šíri, interpretuje a obnovuje. (...) Takáto identita centralizuje, nalieha na podstatu, smerujúc do jedného bodu.“

Profesia grafického dizajnéra nemá ešte vo Francúzsku dobre vyšliapaný chodník v porovnaní s krajinami ako Holandsko alebo Anglicko a dizajnéri tu musia vyvinúť väčšie úsilie na presadenie svojho návrhu. Podobne to bolo aj v prípade novej vizuálnej identity Centre Pompidou, ktorá sa rodila za intenzívnej výmeny názorov medzi klientom a kreatívnym tímom.

Pripomeňme si, že Beaubourg bol v období vzniku pre svoju odvážnosť najviac diskutovanou stavbou na svete. Jeho architekti sa snažili neohliadať do minulosti, ale použiť svoje znalosti a dokázať kontinuitu ľudského pokroku. Očakávalo by sa teda, že nová vizuálna identita Centre Pompidou by mala byť tiež – ako jej architektúra – novátorská a mala by odrážať dnešný posun v myslení a nových technológiách. Mám však pocit, že je v perfektnom duchovnom súlade s architektúrou 80. rokov a svoju hravosť si požičala z pop-artu. Veľký stroj na kultúru však zase funguje, a to je hlavné! Nič neubralo na kvalite jeho nespočetných aktivít. Príďte a vyberte si!

Johanna Balušíková

Johanna Balušíková spolupracovala na projekte novej vizuálnej identity Centre Pompidou v štúdiu Intégral-Ruedi Baur v Paríži v období jún–august 1999.

V súčasnosti žije v Holandsku a je druhý rok na postgraduálnom pobyte na Jan van Eyck Akadémii, Maastricht.

Andrej Krátky p í s m o a otvorený priestor času

K úvahu ma inšpirovala téma sympózia: Dizajn ako otvorený priestor. Ako grafický a písmový dizajnér pokladám písmo za základný materiál priestoru dizajnu. A tak som sa pokúsil nájsť niektoré vzťahy medzi pojmami priestoru a písma. Neurčitý pojem „otvoreného priestoru“ môžeme chápať doslovne v jeho fyzikálnom význame, ale aj ako metaforu pre otvorenú budúcnosť. To ma nakoniec priviedlo na myšlienku pokúsiť sa zo vzťahu písma a jeho priestoru odhadnúť najbližšiu budúcnosť písmového dizajnu v priestore času. Nedávna zmena letopočtu je tiež dobrou príležitosťou na to, obrátiť sa k budúcnosti a pokúsiť sa nájsť v nej inšpiráciu. Účel takejto úvahy sa môže zdať pochybný, ale má aj praktické dôsledky.

Písmo je element, ktorý môže napínať a spolutvoriť „otvorený priestor“ v oboch naznačených významoch. V doslovnom zmysle napríklad ako písmo na stránke knihy, v abstraktnom zmysle ako písmo, ktorým sa píše dejiny, alebo tiež ako písmo, ktorého formy sa menia v čase. Je pravdepodobné, že úvahami nad možnou budúcnosťou písma sa zaoberali aj naši predkovia a z takýchto úvah pramenili aj praktické riešenia, napríklad keď z času na čas niektorý z mocných presadil reformu písma. Karol Veľký, napriek tomu, že sám vraj nevládol písmom, presadil reformu karolínskej minuskuly v snahe o lepšiu a praktickejšiu formu písma. Stalo sa to v dobe, keď znalosť písma a tým aj moc nad jeho budúcnosťou bola v rukách hrstky vzdelaných.

Dnes na svete pôsobia stovky písmových dizajnérov a každý z nich tuší, že môže byť spolutvorcom budúcnosti. Pokúšajú sa vytvárať nové písma s ambíciou viac alebo menej uhádnuť budúcnosť. Písmový návrh sa stáva svojbytným, opúšťa svojho tvorca a často ho prežije, existujúc ďalej ako súčasť budúcej kultúry. Písmari sú šťastnejší ako ktorýkoľvek iný dizajnér, pretože úspech ich návrhu nie je vyjadrený len okamžitým úspechom, ale môže časom získať ako víno. Vývoj písma však nie je lineárny a je ťažké ho predvídať. V tomto zmysle je možné pokladať budúcnosť písma za otvorený priestor. Akí úspešní boli teda dizajnéri pri predpovedaní budúcnosti?

V dvadsiatych rokoch dvadsiateho storočia sa niektorí intenzívne zaoberali ekonomikou a funkčnosťou čítania v snahe vytvoriť písmo pre budúceho, moderného človeka. Písmo Universal Herberta Bayera, úzko späté s tradíciou Bauhausu,

je ukážkou funkcionalistickej racionalizácie, zjednodušenia tvarov písma na najjednoduchšie geometrické formy, a to z funkčných aj estetických dôvodov. Písmové súbory mali byť zjednodušené na minusky. Dnes vieme, že i na bežné rozšírenie boli tieto pokusy príliš nekonzervatívne, nerešpektovali dostatočne tisícročnú históriu komunikácie a boli viac vyjadrením vlastnej doby ako možnosťou pre budúcnosť.

Vyrastal som v dobe, ktorá chlapčensky snívala o ďalekých kozmických letoch, vesmírnych mestách budúcnosti a mimozemských civilizáciách. Mimochodom, z perspektívy dieťaťa sa mi letopočet 2000 zdal neskutočne ďaleko (v tom roku som mal mať neuveriteľných 34 rokov) a predstavoval teda sám osebe symbol budúcnosti, nových možností a ovládnutia vesmírneho priestoru (ďalší z významov slova priestor). Komunikácia mala v tej ďalekej budúcnosti prebiehať hádam telepatiou, čítanie malo byť zastaranou metódou získavania informácií, písmo budúcnosti teda v našich predstavách figurovalo len na digitálnych termináloch. Číslice takéhoto digitálneho displeja by mohli symbolizovať vtedajšie predstavy o písme ďalekej budúcnosti. Písmo v „digitálnej forme“ reprezentovalo slobodného ľudského ducha, ktorý ovládne priestor, kolonizuje nové planéty a využije na to nové, ešte nepoznané technológie.

V ére prvých počítačov sme predpokladali, že písmo budúcnosti sa bude musieť prispôbiť technológii, a tak sa hľadali

formy abecedy, ktoré by boli čitateľné aj pre ľudí, aj pre digitálne stroje. Človek sa mal prispôbiť stroju, aby s ním mohol komunikovať.

Dnes by takéto digitálne písmo mohlo byť symbolom romantickej nedokonalosti každej predpovede budúcnosti, a formálne je jednoznačne súčasťou dizajnu sedemdesiatych rokov. Stáva sa často vďačným motívom interpretácie a ironie.

Skutočné digitálne písmo sa však vyvíjalo úplne inak. Moderné technológie totiž už neobmedzujú formu písma takým hrubým spôsobom, ale naopak, oslobodzujú dizajnéra a ponúkajú mu nekonečný priestor na jeho tvorivosť.

Práve nové možnosti technológií a všeobecná prístupnosť nástrojov na tvorbu písma znamenali v deväťdesiatych rokoch prakticky pre každého nový impulz na hľa-

danie písma budúcnosti. Vznikla myšlienka, že písmo môže byť vytvorené na mieru pre každý dokument alebo užívateľa, a dizajnéri vygenerovali závažné množstvo nových abecied. Expresívna hodnota písma sa stala prvoradou aj na úkor čitateľnosti. Čitateľnosť, alebo skôr miera čitateľnosti, bola pokladaná za súčasť prenášanej informácie a prestala byť absolútnym kritériom kvality dizajnu. Pre niektorých znamenala len akúsi konvenciu. Základné formy písma môžu prejsť v krátkom čase prudkými zmenami a písmo má otvorenú budúcnosť. Rôzne nekonvenčné abecedy sa môžu stať bežnými pre rôzne subkultúry a postupne získať vlastný význam. Zuzana Ličková na argument nečitateľnosti v roku 1993 povedala: „Možno niektoré z mojich abecied nakoniec dosiahnu tento bod akceptovateľnosti a tak sa stanú viac čitateľné... Možno o dvesto rokov, ktovie? Napriek tomu, že nechcem popierať význam takýchto trendov súčasného ponímania grafického dizajnu, hlavne v zmysle jeho novej zodpovednosti a jeho chápania ako svojbytného média, samotné písma zostávajú opäť viac dobovým artefaktom ako výzvou do budúcnosti.“

Zdá sa totiž, že v konzervatívnom prostredí písmovej kultúry sa skutočnými písmami budúcnosti stávajú tie, ktoré sú prirodzeným výústením pomalého vývoja. Projekty, ktoré vznikali ako pokus o predpoveď budúcnosti, sa naopak stávajú len dobovou záležitosťou.“

Znamená to, že priestor písma je uzavretý? Alebo to budú práve nové technológie, ktoré zmenia našu písmovú kultúru spôsobom, ktorý by nikto z nás nepredpokladal?

Priestor v doslovnom význame je médium aj súčasťou písma. Starorímske nápisy boli tesané do kameňa v priestorovom reliéfe, ktorý je čitateľný zásluhou svetla, čo sa na ňom láme. Aj vytlačené písmo je len sústavou dvojrozmerných znakov, ktoré umiestnené podľa istých pravidiel do priestoru stránky prenášajú informáciu. Len vo vzťahu medzi písmenom a okolitým priestorom vzniká kontrast, ktorý je sprostredkovateľom informácie. Formu písma, spôsob jeho použitia, mieru čitateľnosti, ale aj štruktúru podkladu, svetlo a mnohé iné vplyvy môžeme pokladať za šum, ktorý významne vplýva na prenos informácie a pridáva k nej ďalšie významy. Takže písmo nielen existuje v priestore, ale priestor sa sám stáva jeho súčasťou a súčasťou informácie.

Matthew Carter v roku 1990 napísal: „Písmoví dizajnéri vnímajú písmo ako biele medzery oddelené čiernymi znamienkami.“

Takto môžeme vnímať písmo, ktoré existuje na papieri. Dnes, o desať rokov neskôr, sa priestor písma podstatne zmenil. Je to priestor rôznorodý, digitálny, virtuálny. Písmo čoraz väčší existuje, alebo skôr neexistuje, ako nehmotná definícia, svetlo a tieň na obrazovke počítača alebo televízneho prijímača, sústava svetielkujúcich bodov, alebo častejšie práve nesvetielkujúcich bodov vo svetielkujúcom priestore. Preto by som sa odvážil predchádzajúcu myšlienku komentovať a doplniť takto: Písmo je pulzujúci priestor oddelený inak pulzujúcim priestorom. Pokúsím sa tiež odhadnúť, čo táto zmena môže znamenať pre budúcnosť písma.

Súvislosť medzi technológiou písania a formou písma bola rozhodne v doterajších dejinách najdôležitejšou dizajnerskou školou. Každý vie, ako úzko súvisela forma asýrskeho klinového písma s použitým klinovým nástrojom a máme tiež predstavu o tom, ako použitie šikmo zrezaného brka vplývalo na formy latinského písma. Na druhej strane máme príklady, že naši predchodcovia sa každou novou technológiou vždy snažili najskôr verne napodobňovať formy písma predchádzajúcej epochy v snahe uchovať informačnú hodnotu a čitateľnosť písma. Stoja tu teda proti sebe tradične dva princípy, nová technológia sa najprv usiluje čo najpresnejšie reprodukovat písmo v jeho formách zodpovedajúcich predchádzajúcej technológii (v záujme zachovania čitateľnosti), ale zároveň z dlhodobého hľadiska je práve zmena technológie rozhodujúca pre zmeny vo forme písma.

Písmová kultúra je pritom pravdepodobne najkonzervatívnejšou kultúrou ľudstva. Žiadne iné kultúrne dedičstvo nie je tak odolné času ako písmo. Dnes bežne používame písmo päťsto rokov staré. Toto má jednoduchý dôvod: písmo je dohodnutý kód, ktorý je zrozumiteľný iba vtedy, ak sa presne dodržiava. A nielen to, kód sa postupne štandardizuje a jeho zmeny sú tým menej akceptovateľné, čím väčšia skupina ľudí ho naraz používa.

Hlaholika ako prvé slovanské písmo bola vytvorená ako nové písmo pre nepočtené obecnstvo. Bolo jednoduchšie zmeniť a vytvoriť nový kód, keď sa začínalo z ničoho. Zmena najpoužívanejšej formy latinského písma v ranom stredoveku (z majuskulového alebo uncialového rímskeho písma na minuskulové stredoveké formy) bola uľahčená faktom, že znalosť písma sa prechodne obmedzila na úzku vrstvu vzdelancov.

Humanistické renesančné obdobie naproti tomu prinieslo prudké rozšírenie znalosti písma a vzdelanosti, preto znamenala zároveň aj najväčší krok k štandardizácii písma. Preto aj dnes ešte vždy bežne používame renesančné písmo.

Ak zoberieme do úvahy dnešné obrovské rozšírenie kultúry latinského písma podporené postupujúcou prevahou angličtiny ako spoločného jazyka digitálneho veku, vidíme, že podstatná a náhla zmena písmového kódu je asi vylúčená. Naopak obrovské rozšírenie domácich počítačov a Internetu by teoreticky mohlo znamenať, že väčšina informácií bude v budúcnosti zobrazovaná v dvoch-troch generických štan-

dardných písmach, nejakej málo kvalitnej, ale voľne dostupnej forme Timesu alebo Helvetiky.

Skúsme však uvažovať nad vplyvom technológie ešte detailnejšie. Mnohé vynálezy skutočne splnili, alebo aj prekročili, sny zo science fiction. To sa týka nielen digitálnej technológie samotnej, ale aj takzvaného užívateľského rozhrania. Počítače ovládateľné hlasom budú čoskoro v každej domácnosti.

Rozvoj samotnej počítačovej technológie vlastne úzko súvisí s grafikou a typografiou. Prvé počítače boli vytvorené

na objednávku americkej armády za účelom grafickej simulácie na výcvik pilotov. Prvé osobné počítače s jablíčkom v logu využili geniálny nápad s grafickým interfejsom, metaforou pracovného stola. Vo chvíli, keď bol na svete prvý Macintosh, vznikla otázka, na čo by taký domáci počítač mohol byť dobrý, samozrejme okrem počítačových hier. A odpoveďou bol DTP. Celý ďalší vývoj osobných počítačov bol hnaný úsilím vytvoriť dokonalejší systém na vydávanie dokumentov na písacom stole. A až donedávna sa pokrok a vývoj technológií osobných počítačov riadil aj potrebami grafických dizajnérov. Vznik a vývoj Internetu a multimédií potom zmenil

nástroj na médium. V budúcnosti sa veľká časť čítania presunie z klasických médií na médiá elektronické.

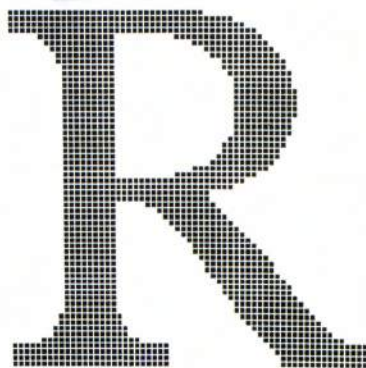
Keďže osobné počítače boli vyvinuté aj na základe objednávky grafikov, ich hlavným technickým cieľom bolo čím lepšie a vernejšie reprodukovat obraz a písmo. Lenže aj napriek vynikajúcim novým technológiám, ktoré reprodukovujú tvary písma pomocou matematicky presných kriviek PostScriptu a zaručujú neobmedzené zväčšenie písma bez straty kvality, všetky koncové zariadenia, ktoré zobrazujú písmo, sú stále založené na pravidelnej štvorcovej sieti.

Peter Bilak v súvislosti s formami súčasného písma napísal: „V posledných desaťročiach sme boli poučení, ako vnímať prirodzené formy. Teraz nastalo veľké znepokojenie našich zmyslov. Všetko je stvorené zo štvorcov (pixelov).“

Priestor, v ktorom bude existovať písmo digitálneho veku je nehomogénny. Nič na obrazovke nie je plynulé. Obraz je tvorený nehomogénnymi svetelnými bodmi premenlivej intenzity. Dlho sme technológiu učili stierať túto nehomogenitu prostredia. Adobe Type Manager zaviedol anti-aliasing, technológiu, ktorá koriguje zubaté okraje písma škálou sivých bodov. Najnovšie grafické prostredie systému MacOSX pôjde ešte ďalej, na pracovnú dosku počítača zavádza priesvitnosť. Ďalší optický klam, ktorý pomáha vyhladzovať svet. Ale to nič nemení na skutočnosti, že priestor je už navždy nehomogénny. Z príkladov v minulosti sa dalo odvodiť, že nová technológia po počítačovom zvládnutí napodobenia minulých vzorov ponúka vlastné nástroje zmeny budúcej formy písma. Myslím, že budúce písmo bude silne ovplyvnené práve novou nehomogenitou prostredia a nakoniec ju využije pre svoje nové formy.

Typickým prostredím, priestorom, v ktorom sa odohrával vývoj klasickej kníhtlače bol svet čiernej a bielej, dvojrozmerná plocha listu papiera. Obrys písma je plynulý, spojený. Pri detailnejšom pohľade zblízka však vidíme, že hranica medzi čiernou a bielou je skutočnou fyzikálnou matériou. Prejavuje papier a profil kužeľky písma do nej vtlačenej. Okraj písmen preto získava istú neurčitost, rozstrapatenosť, vzhľad textu je typicky mäkký. Toto je veľmi dôležitý prvok estetiky kníhtlačového písma. Najlepší tvorcovia ryli svoje matrice s citom pre túto technickú nedokonalosť tak, aby dosiahli čo najlepší výsledok konečnej tlače, nie matrice. Jedným z atribútov dobrého písmového dizajnu bola aj trvanlivosť a odolnosť písma. Rytec sa prirodzene vyhýbal príliš jemným detailom a ťahom, ktoré boli najcitlivejšie a najrýchlejšie sa opotrebovali. Robustnosť dizajnu ho chránila pred znehodnotením.

Keď prišla éra fotosadby, ktorá naraz umožňovala relatívne dokonalý odtlačok predlohy na papier, dizajnéri chceli napo-



Simplified, diagrammatic representation of a digitized character. The two sizes are both constructed to the same resolution. The bigger the size the more pixels are available to draw the shape so the definition can be more detailed.

18

dobnité mäkký charakter kníhtlače. Relatívne bez úspechu. Priestor sa stal plochým a technicky neosobným. Najlepšie písma pre fotosadzbu sa však odpútali od presnej reprodukcie predlohy, zmenili základné proporcie písmového učaria, využili nové možnosti, napríklad neobmedzenú písmovú kužeľku. Typografi ďalej skúmali možnosť prispôbiť dizajn písma tak, aby sa ani pri horšej reprodukcii alebo optickej deformácii nezalievali jemné negatívne detaily. Skoro pravidlom sa stala otvorená písmová kresba, skrátenie dofažnic a zväčšenie minuskovej výšky písma. Písmari osemdesiatych rokov však stále považovali niektoré nové možnosti fotosadzby, možnosť deformovať proporcie písma a možnosť ľubovoľne meniť medzery medzi literami, za hrozbu dobrej typografie.

Potom sa začala digitálna éra a okrem technických obmedzení čoskoro priniesla typografom aj ďalšiu možnosť – neobmedzenú deformáciu samotného písmového materiálu. Noví tvorcovia si deformáciu zobrali za pracovnú metódu, ktorá prinášala do písma nové možnosti expresie a výrazu. Mnohé úspešné písma boli rozobraté na súčiastky a znovu poskladané, inde sa tvorcovia pokúsili napodobiť živosť starej kníhtlače roztráseným obrysom alebo dokonca deformovali písmo v snahe znížiť čitateľnosť a tým pozmeniť významy textu. Takéto pokusy majú z dlhodobého hľadiska len malý význam. Za príklad istého pozitívneho príkladu futuristického dizajnu by som však pokladal Brodyho Blura, ktorý ako nástroj na skreslenie písma použil jeho rozostrenie. Vysvetlím neskôr prečo.

Ak sa v súvislosti s digitálnou typografiou zaoberám deformáciou, dôležitejšia sa mi zdá iná deformácia, čisto technologická. Písmo je nutne deformované pri každom transformovaní ideálneho (virtuálneho) písmového obrysu, napríklad definovaného krivkami PostScriptu, do fyzikálneho priestoru bit-mapy zobrazovacieho zariadenia. Pri nižších frekvenciách rastra tak vzniká celkom významná deformácia, ktorá môže písmo úplne znehodnotiť.

Písmovní dizajnéri si v priebehu deväťdesiatych rokov uvedomovali, že dobré digitálne písmo by malo byť použiteľné rovnako úspešne na ľubovoľnom zariadení, vytlačené alebo zobrazené ktoroukoľvek zobrazovacou jednotkou. Toto znamenalo na jednej strane potrebu veľmi pokročilých technických rie-

šení, napríklad hinting a anti-aliasing, na druhej strane snahu dizajnéra vytvoriť univerzálnejší návrh, ktorý by dopredu anticipoval možnosť skresľovania písma a tak zabránil jeho rýchlemu znehodnoteniu. Hinting v písmovom dizajne znamená prakticky to, že dizajnér vedome rezignuje na presnú kontrolu nad tvarom a proporciou písma a sám programuje počítač tak, aby zdeformoval dané písmo do ľubovoľnej pravouhlej mriežky.

Vynález anti-aliasingu (vyhladzovania písmovej formy s použitím odtieňov sivej) bol nedoceneným krokom k dokonalejšiemu zobrazovaniu písma. Zároveň však znamená definitívnu relativizáciu písmového dizajnu – rovnaký znak je vždy zobrazovaný rozdielne v záujme vizuálneho vnemu. Písmená už nikdy nebudú pevne definované. Relativizáciu písmového dizajnu prinášajú aj ďalšie technológie, napríklad Multiple Master font je nekonečnou množinou dizajnov, ktoré môže užívateľ voliť pomocou definovateľných parametrov.

Nakoniec prišiel Internet a ohrozil typografiu v celej podstate, pretože zrušil kontrolu nad sadzbou textu a presnosť nahradil približnosťou. Písmo existuje len približne, jeho voľba závisí od náhodných vplyvov, nastavení prehliadača, rozmeru zobrazeného okna a podobne. Ak sa typografi od začiatku kníhtlače snažili o čím dokonalejšiu reprodukciu detailu, tak Internet vložil všetky jej nástroje do rúk náhody.

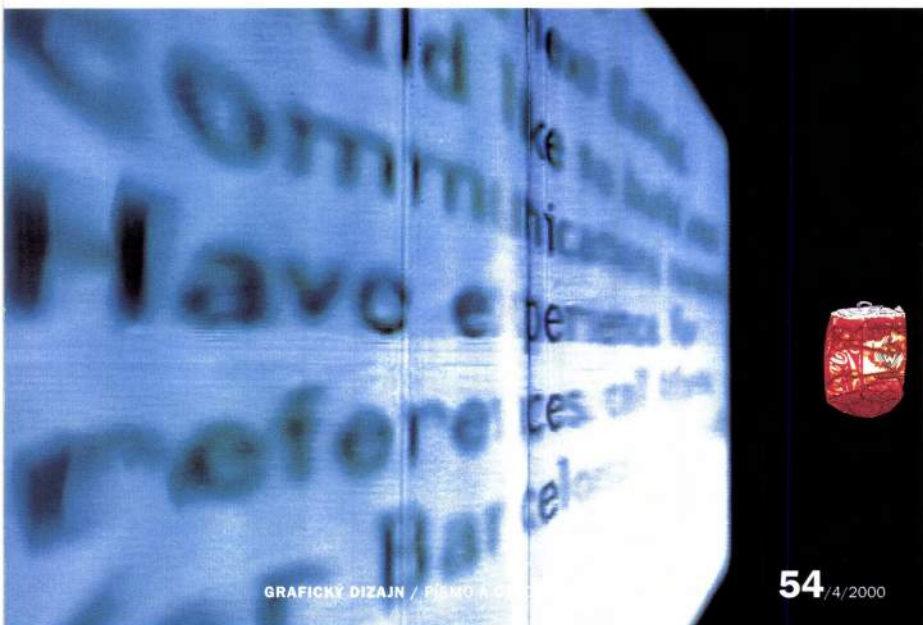
Dalo by sa povedať, že ak kníhtlač priniesla pohyblivé litery, fotosadzba deformáciu proporcií, tak digitálne technológie znamenajú zrodenie amorfného písma s nekonečnými možnosťami skreslenia. Písmo, ktoré sa presadí ako písmo týchto nových technológií, bude asi to, ktoré najlepšie využije všetky spomenuté nedokonalosti vo svoj prospech. Alebo lepšie povedané využije vlastnosti prostredia, priestoru, v ktorom existuje.

Z čoho teda pozostáva nové prostredie digitálnej typografie? Je to priestor nespojitý, pozostávajúci z pulzujúcich bodov. Zároveň však na rozdiel od predchádzajúcich technológií nie je čierno-biely, ale obsahuje nekonečné množstvo odtieňov. Odtiene môžu reprezentovať rozmazané okraje písmen, ale tiež vytvárať ilúziu priestoru, vrstvenia a prekrývania, priehľadnosti, tretej dimenzie. A keďže je to priestor vo svojej podstate premenlivý, vnáša do vizuálnej skúsenosti reálny pohyb a dynamiku, čo ešte väčšmi prispieva k neurčitosti samotného písma.

Pohyb je dôležitým atribútom modernosti. Už v roku 1928 Jan Tschichold predvídal: „... dnes už nečítame pokojne riadok za riadkom, ale prebehne rýchlo celý text, a iba keď je naša pozornosť niečím zaujatá, študujeme detailne.“ O sedemdesiat rokov neskôr, v ére digitálnej televízie a multimédií, je pohyb reálnou zložkou vizuálneho vnemu.

Adrian Frutiger napísal v roku 1989. „Biela plocha papiera je pokladaná za prázdny, neaktívny podklad, napriek viditeľným štruktúram, ktoré obsahuje. S prvým zjavením bodu, čiary je prázdny priestor aktivovaný... Týmto spôsobom sa prázdnota stáva bielou, alebo svetlom, poskytujúc kontrast pre zjavenie čiernej.“ Pokiaľ sa odpútame od papiera ako podkladu písma a uvedomíme si štruktúru zobrazovacieho média, môžeme ísť ďalej. Prázdny priestor obsahuje pulzujúci a živý potenciál a napätie, ktoré je aktivované živým a pulzujúcim znakom. Najvyšší kontrast vzniká na rozhraní týchto dvoch pohyblivých elementov. Pohyblivý svetelný bod je pre oko výraznejší ako bod statický. Stačí si uvedomiť pulzujúci maják alebo chvejúce sa svetlo hviezd.

Neurčitý pulzujúci svetelný bod je súčasťou neostrosti. Ako som už spomínal, neosť písmych obrysos je už pevne



udomácnená na obrazovkách počítačov, pričom paradoxne tento optický klam vyvoláva pocit presnejšej a ostrejšej formy ako zubatý nerozmazaný okraj. V princípe tu teda neostrosť prispieva k čitateľnosti. Rozšírenie Photoshopu ako bežného nástroja grafika prinieslo zaujímavé príklady zámerného rozostrovania písma vo väčšej miere, nad rámec vynúteného technologického riešenia. Neostré písmo, ktoré sa stáva súčasťou živého priestoru, nepochybne nesie v sebe napätie a potenciál, spolu s vrstvením a zmnožením, prievitnosťou a pohybom. Rýchlo preblikujúce nápisy hudobného videa, pohyblivé alebo pulzujúce písmo je nielen formálnym atribútom súčasnosti, ale má tiež čisto funkčné využitie ako svetelný pútač, upozornenie, výzva, upriamenie pozornosti. V dnešnej rýchlej dobe nestačí poskytnúť jasný a čitateľný text, musíme čitateľa prinútiť čítať, vyberáme to podstatné, selektujeme informáciu a tú potom čo najvýraznejšie umiestňujeme do priestoru. V tomto zmysle je teda využitie vlastností digitálneho priestoru nevyhnutné pre dobrú čitateľnosť informácie.

Budúci písмовý dizajnér teda bude pravdepodobne nielen akceptovať možnosť deformácie písma, bude ju sám predvídať a písmo upravovať tak, aby bolo pokiaľ možno najlepšie schopné zniesť deformáciu, rastrovanie a neurčitost'. Pohyblivé písmená budú mať pevnejší duktus, tvary, ktoré najlepšie znesú skreslenie. Prídu nové nástroje, ktoré uľahčia tvorbu takýchto abecied, pretože poskytnú okamžité zobrazenie možných deformácií a automatickú korekciu tvarov písma. Ako porastie význam konečného zobrazenia písma, tak bude klesať dôraz na krásu vykres-

lených kriviek a ich čierno-bielych definícií. Možno tak ubudne čosi z manierizmu predchádzajúceho obdobia. Novým dizajnérsym problémom bude skôr funkčnosť a čitateľnosť písma v nových podmienkach, čo je dobrým znamením, že písмовý dizajn sa priblíži späť k remeslu.

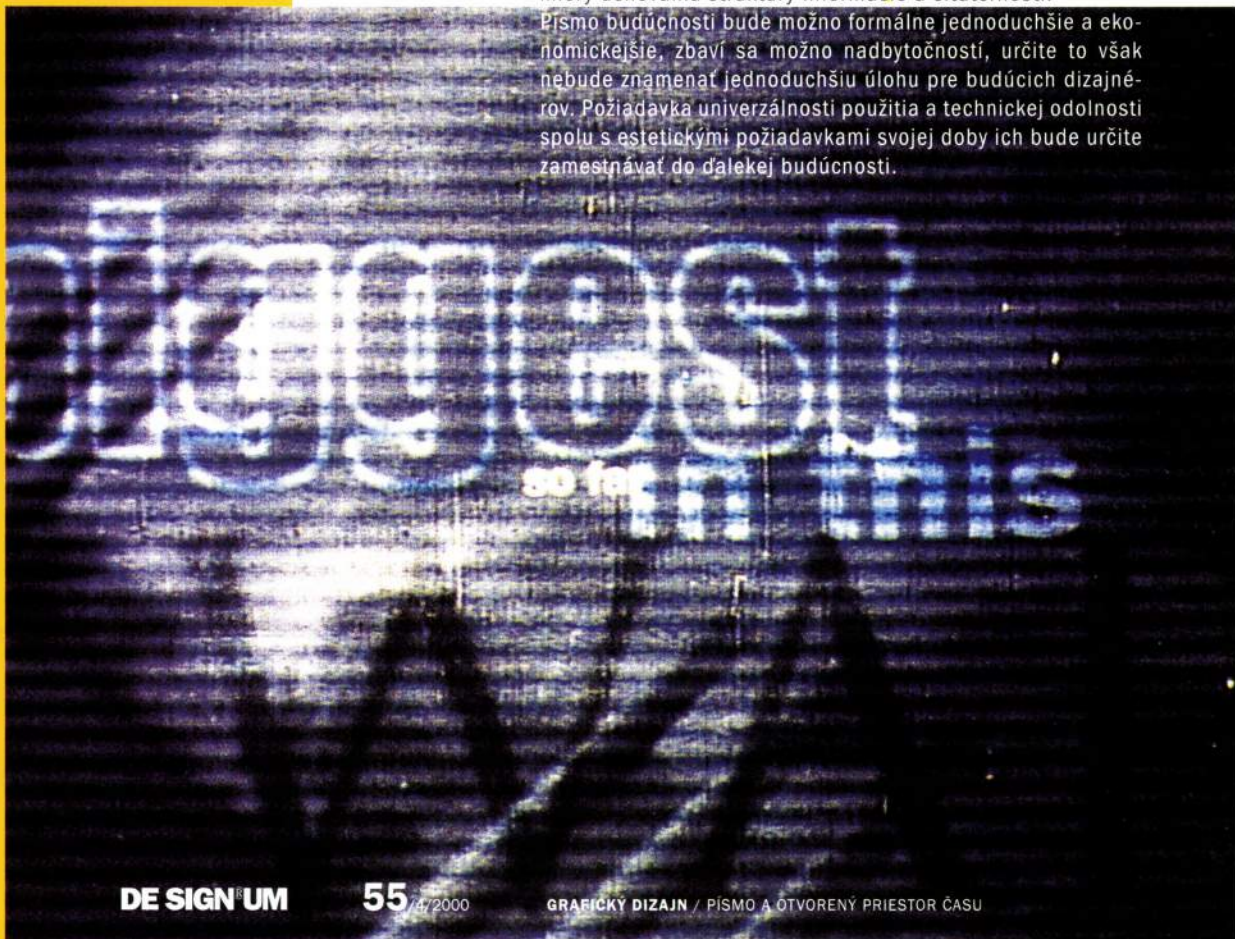
Pre výraz a expresivitu písma sa už dnes stáva dôležitejším spôsob jeho použitia v priestore ako samotná expresivita jeho dizajnu. Jedným z dôvodov by mohlo byť, že svet je čím ďalej vizuálnejší a pre komunikáciu používa viac obrazov ako textu. A keďže obrazy sú pohyblivé, aj text sa stáva pohyblivým popiskom pod obrázkom. Čítanie je rýchlejšie a vyžaduje zrozumiteľné písmove formy. Takže nakoniec je možno rýchla doba na čosi aj dobrá. Zbavuje prebytočného. Pohyblivé písmená strácajú detail, ale získavajú tretí rozmer. Subtílné formy sa ľahko rozrušia rozostrením, preto serify strácajú význam. Kompaktnosť a súdržnosť riadku textu sú v spoločnom pohybe, v rozmazaní. Možno je pohybové rozmazanie písma jeho budúcim serifom, predĺžením jednotlivého znaku, ktorý sa tak lepšie spojí s celkom. Pokiaľ serify zostanú, budú možno zmenené tak, aby tvorili vizuálny akcent, ktorý zabráni rozpadnutiu tvaru písmena pri rozmazaní.

Budúce písmo musí mať dve základné vlastnosti: kompaktnosť, aby ho pohyb a rozostrenie príliš nerozrušili, a otvorený dizajn voči vysokej odolnosti k zmenám vizuálneho rozlíšenia. Tieto dve vlastnosti sa vlastne navzájom podporujú, pretože rozmazanie a pohyb sú najlepším spôsobom na zakrytie nedostatočného rozlíšenia zobrazenia.

Budúce písmo bude vytvárané s predstavou jeho pohybu, neostrosti, prievitnosti ako základných kvalít. Dizajnér bude konštruovať písmo ako schému na vykreslenie v mnohých podobách, nie ako definitívnu a konečnú kresbu.

Dnes už môžeme predpokladať, že moderná digitálna technológia prestane klásť akékoľvek technické prekážky reprodukcií písma na tlačenej strane alebo na obrazovke. Napríklad dizajnér bude môcť vnútiť aj internetovej stránke presne to písmo, ktoré bude chcieť... Otázkou ostáva, či ešte bude chcieť. Zažívame zrelativizovanie vzťahu dizajnéra a výsledného produktu, dizajnér si zvyká na to, že jeho dielo môže nadobúdať rôzne formy a typy písma napríklad na rozličných koncových zariadeniach. Personalizácia (customisation) vnímania sa stane samozrejmosťou. Preto možno uvidíme, že čitateľ samotný si bude vyberať písmo a formu zobrazenia informácie. Dizajnér sa pokúsi vytvoriť prostredie, priestor, ktorý mu umožní takúto personalizáciu so zaručením vysokej miery uchovania štruktúry informácie a čitateľnosti.

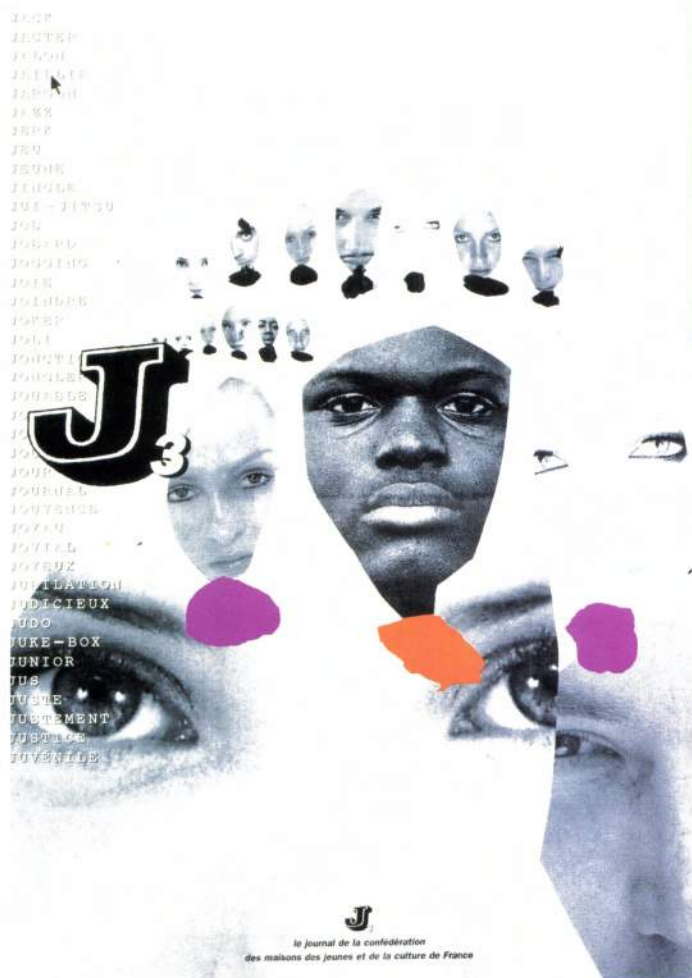
Písmom budúcnosti bude možno formálne jednoduchšie a ekonomickejšie, zbaví sa možno nadbytočností, určite to však nebude znamenať jednoduchšiu úlohu pre budúcich dizajnérov. Požiadavka univerzálnosti použitia a technickej odolnosti spolu s estetickými požiadavkami svojej doby ich bude určite zamestnávať do ďalekej budúcnosti.



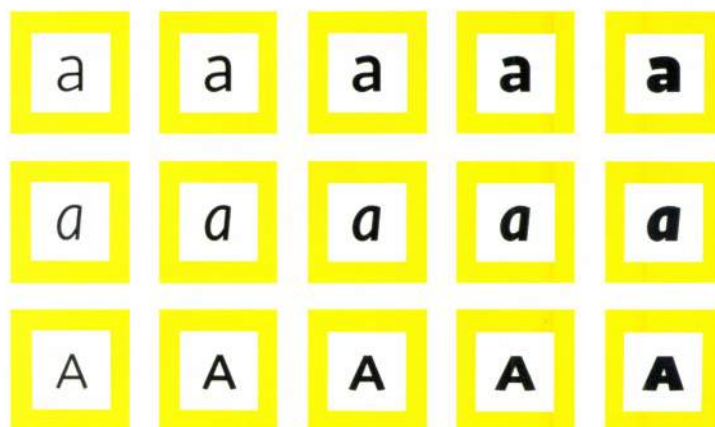
V poradí už 19. ročník renomovanej medzinárodnej súťažnej prehliadky grafického dizajnu Bienále Brno 2000 sa uskutočnil v dňoch 21. 6. – 24. 9. minulého roku. Podujatie zorganizovala brnianska Moravská galéria v spolupráci s Ministerstvom kultúry ČR, Združením Bienále Brno, Design centrom ČR, Úniou výtvarných umelcov ČR, Domom umenia mesta Brna a magistrátom moravskej metropoly. Podujatie sa konalo pod záštitou Medzinárodnej rady asociácií grafického dizajnu ICOGRADA.

Ročník 2000 bol zameraný na prehľad najnovších trendov v oblasti grafického dizajnu a písma v knihách, časopisoch, novinách a nových médiách. Výstava, sústredená do jediného objektu Moravskej galérie – Miestodržiteľského paláca, prezentovala vďaka oveľa koncentrovanejšiemu a prísnejšiemu výberu, ktorý urobil nový organizačný výbor na čele s Alešom Najbrtom, práce 290 autorov a autorských kolektívov zo 41 krajín sveta.

dizajn ako otvorený priestor



CYRIL COHEN, FRANCÚZSKO. OBÁLKA ČASOPISU, 1998 – 1999



PETER BILAK, SLOVENSKO. PÍSMO EUREKA, 1995 – 2000

JIA YING HAN, ČÍNA. PAPIEROVÁ TAŠKA PRE ČASOPIS FRONTIERS, 1999





Electric Speedway, Rig-a-Finger

Train in winter

In summer I play
**Rolly, Gass Lamp, Run-away-
Train, Popolo, Dolo, The
Snakers, Romplo, Dinky
Doodle, The Jumper,
Hide-and-Seek,
Ride-a-Billy-
Jig,
Bumble-
Bleekers-**

3. In winter we wear warm clothes. In summer we wear few clothes. We have to wear warm clothes in winter because it is cold.

2. In winter the birds fly away to foreign lands. Only a few birds stay here. The ones stay in the shelter. The horses stay in stables. The rats and mice stay in their holes.

1. In winter the weather is very cold. The clouds are dark and grey. In winter the nights are long, but in summer they are short. The sun shines very little. The ground is very hard in winter. There is no grass in the field. All the trees have lost all its leaves.

4. Jug.



DE SIGN[®]UM **57** /4/2000

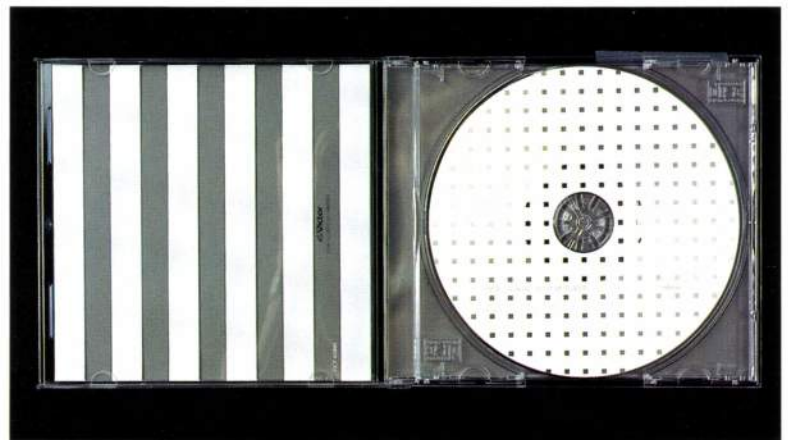
VISUAL | CULTURE | DOCUMENT

VOL. 3 | NO. 2

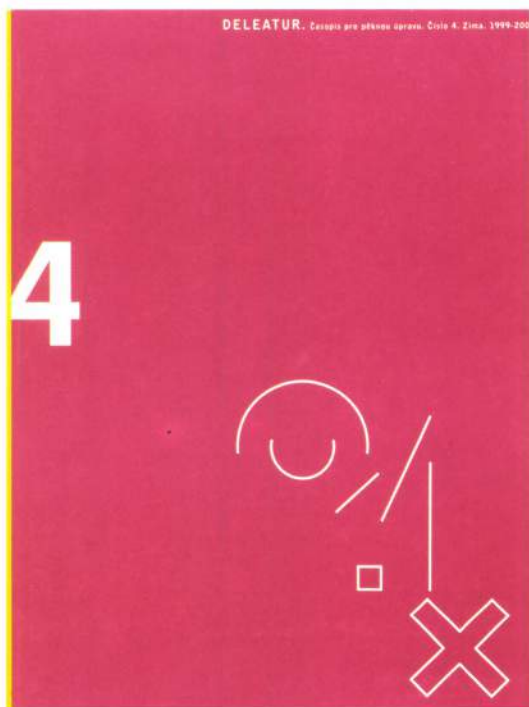
2wice



- **Stefan Sagmeister, USA**
Grand Prix Bienále Brno 2000
- **Hideki Nakadžima, Japonsko**
Najlepší dizajn v kategórii Knihy
- **J. Abbott Miller, USA**
Najlepší dizajn v kategórii Noviny a časopisy
- **Peter Biľak, Slovenská republika**
Najlepší dizajn v kategórii Tvorba písma
- **Cyril Cohen, Francúzsko**
Zvláštna cena medzinárodnej poroty
- **David Jury, Veľká Británia**
Cena ICOGRADA
- **Radana Lencová, Česká republika**
Cena Ministerstva kultúry ČR
- **Heiko Hirano, Japonsko**
Cena primátora mesta Brna
- **ŽIVEL, Česká republika**
Cena Únie výtvarných umelcov ČR
- **Studio Machek & Babák, Česká republika**
Cena Alfonsa Muchu
- **Jia Ying Han, Čína**
Medzinárodná cena za dizajn Design Prestige
- **Kazuja Kondo, Japonsko**
Cena Typo Design Clubu Praha



HIDEKI NAKADŽIMA, JAPONSKO: 5 BROŽŮR V PUZDRĚ, 1999



STUDIO MACHEK & BABÁK, ČESKÁ REPUBLIKA: KONCEPCE ČASOPISU, 1997 – 2000



ŽIVEL, ČESKÁ REPUBLIKA: OBÁLKA ČASOPISU, 1998



STEFAN SAGMEISTER, USA: HUDOBNÉ CD, 1997



RADANA LENCOVÁ, ČESKÁ REPUBLIKA: KNIHA, 1998

KAZUJA KONDO, JAPONSKO: 8 KNÍH V PUZDRÁCH, 1998



V kategórii Nové médiá nebola udelená žiadna cena. Mimo súťaže získali ocenenia Jan Rajlich st., ČR (Čestná Grand Prix zakladateľovi Bienále Brno), a Josef Týfa, ČR (Zvláštna cena bienále za celoživotný prínos pre českú tvorbu písma a typografiiu). Popri hlavnej výstave Bienále Brno 2000 boli v rovnakom čase otvorené výstavy Práce z Holandska (vo výbere Petra Bífaka), Studia Najbrt, Josefa Týfu, Adriana Frutigera a Marcela Duchampa. Nerozlučným podujatím bienále sa stalo medzinárodné sympóziu, v tomto roku venované téme Dizajn ako otvorený priestor. Vystúpili na ňom viacerí známi svetoví grafickí dizajnéri, o. i. Rick Poynor, Gert Dumbar, Micuo Kacui, Ootje Oxenaar, Tadeusz Piechura, z Čiech Aleš Najbrt, zo Slovenska Andrej Krátky (jeho prednášku publikujeme v tomto čísle DE SIGN UM na str. 52).

(red.)

V Lubľane prebiehalo od 5. októbra do 5. novembra minulého roku BIO 2000, 17. bienále priemyselného dizajnu. Sedemnást zúčastnených krajín, 365 exponátov, päť zlatých medailí, deväť čestných uznaní, štyri ocenenia za dobrý námet a ICSID + ICOGRADA, BEDA Excellence awards – to je legitimácia minuloročného BIO.



BIO 2000

Lenka Bajželj

Aj keď sa mi zdá, že počas rokov môjho pôsobenia v tejto inštitúcii, i keď som, nielen ja, ale aj iní, často upozorňovala na základné charakteristické vlastnosti výstavy BIO, sa v tejto súvislosti dôsledne zjavuje celý rad nejasností, preto bude možno správne, ak ich opäť predostriem.

BIO funguje v Lubľane už od roku 1963 a podarilo sa mu stať bienále selekcií dobrého dizajnu. Na ňom sa spravidla zúčastňujú odborné inštitúcie jednotlivých krajín s výberom v domácom prostredí odmenených alebo dizajnérsky dobre riešených priemyselných výrobkov, celkových grafických podôb a dizajnérskych námetov. Ide teda o preverený výber a nikto sa na bienále nemôže zúčastniť bez súhlasu niektoej z odborných inštitúcií alebo domáceho odborníka, ktorý je touto úlohou poverený. To znamená, že už samotná účasť na BIO je uznaním. Úroveň vystavovaných exponátov je jednotnejšia, rozdiely vznikajú len pre rôzne interpretácie dizajnérskeho a nerovnaké možnosti a východiská pri realizácii. Ide o príležitosť skutočnej konfrontácie, ktorá má pre dizajnérov v praxi výnimočný význam. V odborných kruhoch neraz odznela otázka, prečo vôbec výrobky vystavovať. Keďže je dnes k dispozícii veľké množstvo spôsobov prezentácie prostredníctvom rôznych masových médií, je potrebné o tom prehodiť pár slov. Vo svete je čoraz viac odborníkov, ktorí v poslednom čase opäť obhajujú tézu výstav s výrobkami. Len v skutočnej podobe a v porovnaní s príbuznými výrobkami sa výrobok môže prezentovať taký, aký je. Prezentovaný prostredníctvom vizuálnych médií je až príčasto prostriedkom manipulácie so spotrebiteľom, je postavený do ideálneho, najčastejšie virtuálneho prostredia, a to takým spôsobom, že sa jeho nedostatky, ba dokonca aj pomer k iným výrobkom šikovne zakryjú. Prezentovaný na výstave sa výrobok zjaví v reálnej podobe v porovnaní s príbuznými výrobkami. Podmienkou pre to je pravdaže taká inštalácia exponátov, ktorá nie je ani samoučelom, ani pamätníkom inštalátorovi, ale korektným rámcom, ktorým sa vystavené výrobky najvhodnejším spôsobom prezentujú a vyzdvihnú. Hovoríme teda o inštalácii, ktorá exponátom prospieva.

V kategórii dizajnérskych námetov majú príležitosť predstaviť idey a kreativitu jednotlivci, ktorí realizáciu ešte len hľadajú. Zdá sa mi, že v tejto oblasti sa dizajnérsky potenciál demonštruje najpresvedčivejšie, lebo východiská pre stvárnené exponáty sú jednotnejšie. Na dosiahnutie výsledkov v tejto kategórii nie sú potrebné veľké finančné prostriedky, zložitá technológia a drahé náčinie. Prezentáciou prác študentov sa súčasne predstavujú nielen učebné programy a zamerania jednotlivých škôl, ale aj



EXPOZÍCIA PRÁC KATEGÓRIE C – PROJEKTY V PRIESTOROCH LUBĽANSKEHO HRADU



JEDNÝM Z NAJZAJAŤMAVEJŠÍCH SPRIEDOVÝCH PODJATÍ BIO 2000 BOLA VÝSTAVA PRÁC DIZAJNÉRA ROSSA LOVEGROVE

schopnosť pedagógov zdôrazňovať vlastnú kreativitu a vynálezaivosť, ako aj víziu študentov.

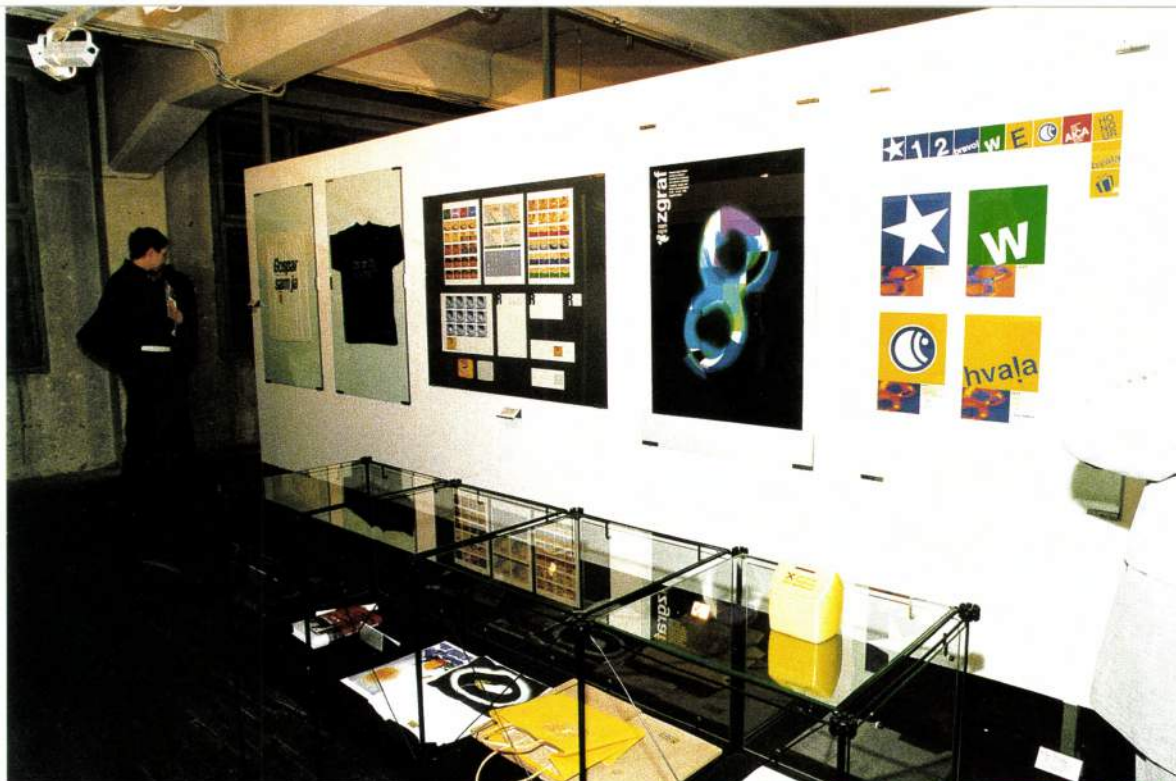
BIO je podporované najuznávanějšími medzinárodnými združeniami ICSID, ICOGRADA a BEDA. Do medzinárodnej poroty menujú svojich zástupcov a udeľujú uznania za vynikajúci námet. Tentoraz boli členmi medzinárodnej poroty Theo Groothuizen, ICSID, Sanja Rocco, ICOGRADA, Severin Filek, BEDA a Jani Bavčer, DOS (Zväz slovinských dizajnérov) a Stane Bernik, BIO. Podpora medzinárodných inštitúcií neznamená len uznanie organizátorom, ktorí často za krajne nepriaznivých okolností podujatie vytvárali a zachovali, ale znamená aj uznanie, že kritériá, aké BIO na účastníkov vyžaduje, kladú do rovnosti s uznávanými a globálne prijatými kritériami pre pojem dobrého tvaru. Na každom bienále sa zúčastňuje do dvadsať krajín, čo však pri celkovej globalizácii nie je ani takým dôležitým údajom, veď celý rad dizajnérov tvorí pre podniky v mnohých krajinách. Avšak dôležité je, že sa zakaždým vystavuje od trisťdesiat do päťsto vybraných exponátov (čo znamená ešte podstatne viac výrobkov, lebo jeden exponát často znamená celú sériu výrobkov) a že ide o spoluprácu s odbornými inštitúciami, ktoré za výber preberajú zodpovednosť.

Svojou metódou a výsledkami si BIO uchováva pomerne konzervatívny smer. Hoci chce upozorňovať na zmeny v spoločnosti, obhajuje predovšetkým tradičné hodnoty, pre ktoré by bola škoda, ak by ich rýchle zmeny odsunuli na okraj alebo dokonca ignorovali. Predovšetkým ceny na BIO by mali znamenať aj poklonu týmto hodnotám.

Tradičný okruh európskych dizajnérskejších inštitúcií, zúčastňujúcich sa na BIO, a ďalšie nové, ktoré sa k nim pridružujú, sú zárukou, že si už väčší kruh odborníkov uvedomuje potrebu inštitúcií, ktoré okrem názoru, že ešte vždy pričasto deklarovaného axiómu dizajn = ekonomický úspech, zdôrazňujú aj etické hodnoty dizajnu, upozorňujú na zodpovednosť všetkých, ktorí sú akýmkoľvek spôsobom zapojení do tohto procesu. Takéto inštitúcie môžu slobodne, bez závislosti od objednávateľov, trvať na vysokých kritériách ohľadom hodnotenia kvality a môžu si zachovať aj



V KATEGÓRII C – PROJEKTY BOLI ZASTÚPENÉ PRÁCE AUTOROV – PROFESIONÁLOV I ŠTUDENTOV – Z RAKÚSKA, ČR, CHORVÁSKA, JUHOSLÁVIE, POĽSKA A SLOVINSKA



INŠTALÁCIE PRÁČ KATEGÓRIE B – INFORMAČNÉ SYSTÉMY A PROJEKTY CORPORATE IDENTITY V BÝVALEJ TOVÁRNI NA BICYKLE V CENTRE LUBLYNY.

potrebnú dištanciu voči všetkým experimentom a výkyvom, ktoré v dizajnerskom odbore nie sú takým zriedkavým zjavom. Ako už bolo povedané, na zachovanie takého stanoviska treba veľa odvahy, vytrvalosti a odbornej nezávislosti, ktorú môže zabezpečiť len financovanie štátnymi inštitúciami (ministerstvami rôznych rezortov) alebo nezávislými hospodárskymi združeniami (komory). Minulého roku boli kategórie A a B (Priemyselná výroba a Projekty vizuálnych štýlov) inštalované do priestoru ušľachtilej architektúry – do opustenej, zanedbanej a spustnutej továrne bicyklov ROG. Ešte jedno poslanstvo BIO! Náš vzťah ku kultúrnemu dedičstvu, keď v honbe za novými výzvami zabúdame na to, čo už bolo vybudované a dosiahlo istú úroveň a čo potrebuje len trochu korektného vzťahu a dôvtipnosti, aby znovu ožilo s novým poslanstvom.

Často pociťujeme, najmä v krajinách bývalého socialistického bloku, úplný nedostatok kladného vzťahu alebo dokonca aj nedostatok vedomostí o minulej histórii, kultúrnom dedičstve našich národov. Nedostatok tohto vedomia priamo súvisí s nedostatkom kladnej predstavy o sebe skoro pri všetkých národoch, s nejasnou predstavou o identite národa, čo je veľmi dôležité vo chvíli, keď vyvíjame snahy stať sa rovnoprávnymi účastníkmi rozhovoru s národmi, ktoré dôležité hodnoty počas minulých desaťročí udržiavali, kým my sme tieto hodnoty považovali za marginálne a ignorovali sme ich. Kamkoľvek sa obrátíme, vidíme, že takých pozostalostí je ešte veľa, potrebné ich je len vyzdvihnúť a oživiť.

Naše skúsenosti hovoria v prospech inštitúcií, ktoré vedome zbierajú dobre dotvorené výrobky a zakladajú zbierky, čo je často jediným spôsobom trvalejšieho dokumentovania udalostí a predstavuje aj "pedagogickú látku" na vzdelávanie terajších a budúcich dizajnérov, slúži ako dokument o predchádzajúcich výdobytkoch a ako informácia pre spotrebiteľov a výskumníkov, preto sa na každom bienále snažíme získať odmenené exponáty do zbierky BIO. Dodnes sa nám podarilo získať vyše 150 katalógových jednotiek, ktoré čakajú na vhodné priestory za účelom verejnej prezentácie.

Dôležitou novinkou minuloročného BIO bol celý rad sprievodných podujatí, na ktorých sa predstavili dôležité tematické autorské výstavy, jednotliví autori vybraných návrhárskych výrobkov a niektoré projekty. Vďaka týmto udalostiam sa Lubľana niesla v znamení dizajnu počas celého mesiaca trvania BIO. Škoda však, že toto podujatie, ktoré si rozhodne našlo svoje miesto v stredoeurópskom kultúrnom priestore, ťažko nájde ústretovosť v mediálnom priestore toho istého prostredia. Znamená to tak trochu povýšenecký vzťah k výrobku, ktorý prichádza z okrajovej krajiny s počtom obyvateľov jedného predmestia stredne veľkého európskeho mesta, vane z toho jemná pochybnosť, že by snahy "tam na okraji" mohli splodiť niečo pozoruhodné, alebo je to len znakom povrchnosti, akou sa často zaoberáme "výrobkami" jeden druhého. Alebo je to len jeden z vedľajších dopadov globalizácie, kde má hodnotu už len to, čo sa ukazuje v miliónových počtoch?

Lenka Bajželj



NJROZSAHLEJŠIA EXPOZÍCIA VENOVANÁ PRÁCAM V KATEGÓRII A – VÝROBKY, V BÝVALEJ TOVÁRNI NA BICYKLE ROG



AUTORKA ČLÁNKU **LENKA BAJŽELJ** JE OD R. 1971 GENERÁLNOU TAJOMNÍČKOU BIO (BIENÁLE PRIEMYSELNÉHO DIZAJNU) V LUBLYANE



1.



2.



3.

Ešte pred dvoma rokmi bolo banícke mesto Saint-Étienne ležiace neďaleko Lyonu zakotvené v kultúrnom povedomí len novovytváraným Múzeom moderného umenia a jeho kvalitným programom. Avšak od roku 1998 sa dostalo aj do pozornosti širokej obce dizajnérov. V tomto meste sídli Akadémia výtvarných umení – École des beaux-arts s oddelením dizajnu. Z nej vzišiel podnet usporiadať prehliadku, ktorá by mapovala súčasné dianie v oblasti dizajnu v medzinárodnom meradle. Po úspechu úvodného prvého ročníka sa v minulom roku vďaka mimoriadnemu nasadeniu organizátorov zrodilo z pôvodného projektu ojedinelé podujatie. Okrem hodnotiacich prehliadok dizajnu s určeným tematickým aspektom, obvyčajne geopoliticky a geokultúrne viazaných, vo svete doposiaľ neexistovala platforma, na ktorej by sa mohli manifestovať a vzájomne konfrontovať aktuálne vývojové tendencie jednotlivých lokalít v transnacionálnom kontexte. Bienále v Saint-Étienne túto jedinečnú možnosť dizajnerskej komunity sveta poskytlo.

Hlavná expozícia

Sumarizujúci názov minuloročnej prehliadky znel Civilizácia objektu, čo bolo zároveň krédom celej výstavy. Každá krajina svojím príspevkom poskytla pohľad do tvorivých „laboratórií“, predstavujúc a proklamujúc najnovší stupeň vývojovej etapy a aktuálny status dizajnu. Vzniklo fórum, ktoré ukazuje spoločné tendencie vo vývine a to, čo je v koncepčnom ponímaní rozdielne, čo sa dopĺňa a čo si odporuje. Zároveň toto svedectvo mnohorakosti otváralo kolegiálnu konfrontáciu medzi účastníkmi krajinami – tými, ktoré majú za sebou bohatú tradíciu a skúsenosť s využívaním dizajnu, a takými, v ktorých sa dizajn začína len zavádzať do sociálnych a výrobných štruktúr. Kaleidoskopická panoráma zahŕňala celú škálu polôh, počnúc idealizmom objektov a projektov – prototypov a vízií, končiac realizmom priemyselných výrobkov už funkčných v našom životnom priestore. Spoločného menovateľa celej prehliadky tvorili kreativita, hľadanie inovatívnych prístupov, prehodnotenie tradičných aspektov. Na väčšine prác bolo čitateľné sústredenie na hľadanie „etiky“ objektu či projektu, zameranie na jeho substanciu až výskum existenčnej opodstatnenosti jeho bytia v širšom kultúrno-sociálnom kontexte, než len hľadanie estetických riešení problému tvaru a materiálu. U mnohých riešení boli v pozadí ich vzniku badateľné stopy vážnosti výskumu. Na druhej strane im nechýbal zmysel pre kultivovaný humor a „ľahkosť bytia“. Ani jeden z projektov však neponúkol odvážne futuristické riešenie, ktoré by si vyžadovalo od užívateľa zmeniť spôsob života, či len čiastočne preorganizovať správanie.

Na bienále sa predstavili nezávislí dizajnéri a agentúry tvoriace v rozličných odvetviach dizajnu, výrobcovia, vydavatelia, i vo sfére dizajnu pôsobiace inštitúcie, vrátane škôl s prácami študentov či čerstvých absolventov. Určité sklamaním boli expozície vyspelých priemyselných krajín, akými sú Anglicko a USA, ktoré predstavili skôr štandardné než nejakým spôsobom vzrušujúce príspevky. Medzi zaujímavejšie patrila projekt švédskych študentov Beckmans School of Design. Ponúkol jednu z možných odpovedí na súčasný postoj globalizáciou sociálne izolovaného jednotlivca v projekte Middag for Two (Obed pre dvoch). V komplexnom „riešení“ sa v ponúkanom balíku nachádzalo kompletne pripravené (vydizajnované) instantné menu pre jednu osobu – prestieranie, prísady a „spolustolovník“ v podobe videokazety s naprogramovaným monológom. Spotrebiteľ si môže vybrať menu a k tomu spolustolovníka spomedzi viacerých typov rozdielnych vekových a sociálnych kategórií. Syntetické resumé – 250 projektov ako výsledok každoročnej súťaže mladého dizajnu prezentovala galéria OPOS z Milána. Predstavila riešenia, ktoré dôvtipom a prekvapivou, často až asketickou jednoduchosťou ponúkli alternatívny pohľad na drobnosti každodenného života. Ďalej treba spomenúť školský projekt z lausanskej École Cantonale d'Art, ktorý si stanovil za úlohu prehodnotenie dizajnu chleba a pekárenských výrobkov z aspektu transportu, skladovania, ale i kultúry stolovania. V japonskej kolekcií prezentovala skupina FLASK nábytok pomenovaný 36 stupňov (C) – stôl a stoličku jednoduchého a minimalistického tvaroslovie – , ktorý na prvý pohľad neprezrádza nič mimoriadne. Jeho ďalšia dimenzia sa otvorila až pri kontakte a samotnom dotyku užívateľa, keď jeho povrch, pokrytý termoluminiscenčným materiálom, začne reagovať a meniť farbu podľa tepelnej intenzity dotyku. Po ukončení styku sa farebná stopa pomaly stratí a nábytok nadobudne opäť pôvodnú tmavofialovú farbu.

Módne prehliadky

Statická prehliadka predmetov bola počas celého trvania výstavy animovaná v priestore jednej z hál prehliadkami odevných kreácií. Nemôžeme hovoriť len o odevnom dizajne, pretože škála predvádzaných odevov na móle siahala od konfekčných modelov pret-a-porter cez unikátne autorské kolekcie až po modely objektového charakteru, akými sa napríklad prezentovala tvorba odevného ateliéru VŠVU v Bratislave. Aj tu boli rovnocenne predstavené, rovnako ako na výstave, práce profesionálov a zároveň práce študentov. Choreografia jednotlivých prehliadok bola veľmi rôznorodá: od mani-

4.



Biennale Internationale

festácie klobúkových kreácií, keď sa manekýnky bicyklovali na móle, až po netradičnú divadelno-choreografickú kreáciu v súlade s netradičným odevným objektom, vzišiu z kooperácie študentiek VŠVU a VŠMU.

Sprievodné výstavy

Organizátori pripravili rozsiahlu paletu sprievodných výstav na mnohých miestach v meste Saint-Étienne i mimo neho. Väčšina z nich sa však nachádzala priamo vo výstavných halách, napríklad nábytok od sochárov – popredného predstaviteľa Minimal artu Donalda Judda, ale i o niečo viac rozohraný nábytkový program z oxygénom rezaných oceľových plátov kolegu Bernara Veneta. Retrospektívne pohľady na celoživotnú tvorbu boli venované tvorcom Maxovi Huberovi, Brunovi Munarimu a štýlovo ťažko zaraditeľnému Francoisovi Bauchetovi, jednému z mála dizajnérov zaradeného do prehliadky súčasného umenia Documenta 8 v nemeckom Kasseli. Predstavenie exemplárnej spolupráce medzi priemyslom a tvorcom dokumentovala výstava CRAFT-u – Centra pre vývoj keramiky v Limoges, ktorej rozpätie siahalo od sochárskych kreácií W. Delwoyeho až po futuristické hygienické zariadenie R. Arada. Najvtipnejšou výstavou bola azda prezentácia drobných objektov, ktoré dvaja mladí dizajnéri Jorg Adam a Dominik Harborth vytvorili tak, že upravili a doplnili už známe a používané predmety každodenného používania, vykazujúce funkčné nedostatky. Tak sa dožila jedna z najznámejších ikon dizajnu 80-tych rokov – trojohý citrusový odšľavovač „Juicy Salif“ od Ph. Starcka – svojej funkčnej kompletizácie či zdokonalenia v podobe malej „zásterky“, ktorá zachytáva jadierka a zároveň usmerňuje tok šťavy do pohára.

Múzeum moderného umenia pripravilo v súlade s programom bienále dve výstavy. Prvá z nich niesla prozaický názov Storočie dizajnu – kolekcie múzea. Za strohým názvom sa skrývalo poetické stretnutie vývojových dráh voľného a úžitkového umenia v chronologickom slede času. Výstava poukázala na vzťah týchto dvoch disciplín, zmazávala hranice medzi nimi a poopravila dlho zaužívaný názor o vedúcej úlohe voľného umenia v štýlotvornom procese. Porušila tabu, ktoré bolo tak dlho zakorenené v povedomí spoločnosti, a predstavila nábytok a úžitkové predmety ako inšpiračné prvky v procese budovania štýlu. Druhá výstava pripomenula tvorbu francúzskej skupiny TOTEM z nedávnych 80-tych rokov, ikonograficky veľmi blízkej talianskej Alchymii a Memphisu.

Ostatné podujatia

Počas celého týždňa paralelne prebiehal aj cyklus prednášok a seminárov. Tematicky sa venovali mentálnej i fyzickej „topografii“ architekta a dizajnéra. Ďalšie ťažisko spočívalo v riešení otázok ekologického obsahu, zodpovednosti dizajnéra i výrobcu pri jej integrácii do výrobného procesu. Minuloročné bienále malo aj svoj OFF – festival, poistku pre oficiálnu prehliadku pred zostarnutím a kostnatením. Takéto akcie bývajú obyčajne iskrivým zdrojom nekonvenčných nápadov a manifestáciou vymenenia spod područia zažitých klasických foriem. Minuloročnej prehliadky OFF s názvom La Vogue sa zúčastnilo 75 mladých tvorcov z 9 krajín – dizajnéri, štýlisti, ale i výtvarníci koketujúci s presahmi do sféry dizajnu. Nepodarilo sa im však vytvoriť revoltujúcu alternatívu k oficiálnemu bienále ani priniesť prekvapujúce momenty.

Záver

Oproti iným známym bienálnym podujatiam v oblasti výtvarného umenia a dizajnu, ktoré trvajú i niekoľko mesiacov, bienále v Saint-Étienne trvá len jediný týždeň. Organizátori ani nezamýšľajú predĺžiť jeho trvanie, práve naopak. Aj v budúcnosti chcú ostať pri takejto časovej koncentrácii, čo azda vyznieva ako malý imperatív pre dizajnérsku obec. Na druhej strane sa takto vytvorí časový bod pre sústredené fórum profesionálov a stretnutia s úzkym a živým kontaktom. Počas doby trvania dizajnérského festivalu 2000 zastihla organizátorov dobrá novina – francúzska vláda schválila zriadenie nového Národného centra pre dizajn so sídlom v Saint-Étienne, ktorého úlohou, medziiným, bude už aj spolupráca na príprave ďalšieho festivalu v roku 2002.

Karol Pichler

P. S.

Zo Slovenska sa bienále zúčastnili: D. Augustin, M. Astary, P. Bako, M. Balogová, P. Blažej, I. Bolaneková, T. Brichta, F. Burian, R. Celeda, I. Čobej, M. Debnár, M. Dubajová, M. Dvořák, P. Eliáš, B. Friedrichová, K. Fulinová, R. Grebáč, G. Gunis, J. Horniak, F. Chrenka, B. Kierulf, S. Klein, E. Kleinová, J. Kunovská, D. Lauková, M. Lešková, R. Lorant, I. Mihoková, D. Pálenčík, K. Pichler, I. Poláková, M. Riabic, M. Ružička, Z. Sidliková, M. Struss, A. Torok, V. Tomco, R. Turek, M. Turzik, T. Uhrín, A. Vagner, F. Veselý, K. Weisslechner, F. Záborský, M. Zachesová a nepriamo aj Johanna Balušíková, autorka vizuálneho štýlu bienále.



5.



6.



7.



1. ZÁBER Z PREZENTÁCIE PRÁC, KTORÉ VZNIKLI V RÁMCI WORKSHOPU VEDENÉHO DOC. ŠTEFANOM KLEINOM, PEDAGÓGOM KATEDRY DIZAJNU VŠVU BRATISLAVA
2. ZÁBER Z EXPOZÍCIÍ V HALE B VO VÝSTAVNOM AREÁLI PARC EXPO
3. POHĽAD NA EXPOZÍCIU SLOVENSKA V HALE A VÝSTAVNÉHO AREÁLU PARC EXPO
- 4., 6., 7., 8., 9. ZÁBERY Z EXPOZÍCIÍ V MUSÉE D'ART MODERNE, KTORÉ PRIPRAVILO JEDINEČNÚ PREZENTÁCIU VÝVOJA DIZAJNU V 20. STOROČÍ V KONTEXTE S VOĽNOU UMELECKOU TVORBOU JEDNOTLIVÝCH OBDOBÍ
5. EXPOZÍCIA AUSTRÁLIE. STOJAN NA NOVINY. DIZAJN: DAVID ROBERTS, UNIVERSITY OF DESIGN OF TASMANIA
10. EXPOZÍCIA ŠVAJCIARSKA. SVETIDLÁ. DIZAJN: ŠTÚDIO ATROX

10.



Design 2000 Saint-Étienne

Margita Michlíková

GOLD PACK

Pri príležitosti konania medzinárodnej výstavy polygrafie, obalov a baliacej techniky Printing 2000 v Bratislave pripravil jeho organizátor – reklamná agentúra A21 – niekoľko sprievodných podujatí. Jedným z nich bola už tradične prestížna súťaž o najlepší obal roka GOLD PACK, ktorá v roku 2000 vstúpila do 6. ročníka.

Súťaž každoročne vyhlasuje agentúra A21 v spolupráci s Ministerstvom hospodárstva SR, Slovenským centrom dizajnu a Obchodnou fakultou Ekonomickej univerzity v Bratislave.

Jej cieľom je podnecovať zlepšenie úrovne balenia na Slovensku a poskytnúť konfrontačný priestor pre tvorcov, dizajnérov, výrobcov, ako i užívateľov obalov a baliacej techniky. GOLD PACK má štatút národnej súťaže a ocenené exponáty spĺňajú podmienky pre postup na svetovú súťaž WORLDSTAR.

V zmysle propozícií súťaže GOLD PACK posudzovala odborná porota prihlásené exponáty v dvoch kategóriách: obalové prostriedky (spotrebiteľské, skupinové predajné, výstavné, prepravné obaly, prototypy a funkčné modely) a baliaca technika. Predpokladom úspešnosti prihláseného exponátu a zárukou kvality obalu je dosiahnutie parametrov, ktoré súvisia so zabezpečením ochrannej funkcie a úžitkových vlastností, splnením logistických funkcií, ako sú optimálna možnosť prepravy, skladovania a manipulácie. Rovnako významnú úlohu zohrávajú marketingové a propagačné funkcie, dizajn a v neposlednom rade ekologická vhodnosť a možnosti recyklácie. Všetky tieto požiadavky sú z hľadiska posudzovania obalov a baliacej techniky dôležité a sú formulované v kritériách súťaže.

V tomto ročníku sa súťaže zúčastnilo 23 obalov, resp. súborov a 2 prototypy na báze rôznych materiálov – papiera, kartónu, lepenky, skla, kovu a plastu. Baliaca technika bola zastúpená 1 exponátom.

Na základe stanovených kritérií odporučila odborná porota udeliť cenu GOLD PACK v kategórii obalové prostriedky 6 výrobkom a 2 prototypom. V kategórii baliaca technika získal cenu 1 výrobok.

Súťaž GOLD PACK poskytuje záujemcom už niekoľko rokov možnosť sledovať trendy v oblasti balenia na Slovensku. Podujatie je tiež ukážkou dizajnérskeho, konštrukčného a ekologického prístupu v riešení obalov a baliacej techniky. Všetky prihlásené exponáty sú každoročne prezentované na medzinárodnej výstave PRINTING. V minulom roku boli po prvý raz vystavené vedľa seba všetky ocenené exponáty z predchádzajúcich ročníkov súťaže, a to v galérii obalov a balenia Pack Square, ktorá bola súčasťou veľtrhu.

S témou obalov súvisela aj minuloročná prezentácia Slovenského centra dizajnu na výstave PRINTING. Vo svojom stánku v priestore galérie Pack Square predstavilo ocenené a porotou vybrané práce zo súťaže mladých dizajnérov s medzinárodnou účasťou Mladý obal 2000.

6. ROČNÍK PRESTÍŽNEJ SÚŤAŽE O NAJLEPŠÍ OBAL ROKA



JEDNODIELNA SKLADÁČKA MARYŠA, ADUT PLUS, A. S., SKALICA, JE URČENÁ NA BALENIE BONBÓNOV. INOVOVANÝ TVAR JE VHDNÝ AKO DARČEKOVÉ BALENIE A PO OTVORENÍ MÔŽE PLNIŤ FUNKCIU SERVÍROVACIEHO PRVKU.



SADA SPOTREBITEĽSKÝCH OBALOV DEMÁNOVKA, ST. NICOLAUS-TRADE, A. S., BRATISLAVA, PREDSTAVUJE NETRADIČNÉ RIŠENIE FLAŠ NA BYLINNÝ LIKER. FLAŠE V TVARE PRAVOUHLEHO HRANOLA Z FAREBNÉHO SKLA SÚ NA PROTIHLÝCH BOČNÝCH STENÁCH OZNAČENÉ PLASTICKÝM NÁPISOM VYTVORENÝM V MATERIÁLI. TOTO OZNAČENIE NEPLNÍ LEN INFORMAČNÚ A ESTETICKÚ FUNKCIU, ALE SÚČASNE ZVYŠUJE TREVNÉ PRIEPU FLAŠE A ZABRANUJE PRIEPU JEJ VYKŹNUTIU. TVAR A FARBA FLAŠE, AKO I GRAFICKÉ RIŠENIE ETIKETY ZODPOVEDÁJÚ OBSAHU. SKLENÉNE OBALY SÚ V DVOCH VEKOSTIACH, PODĹA OBJEMU (0,5 A 0,7 L), ODĹŠENÉ ETIKETAMI V DVOCH FAREBNÝCH VARIANTOCH, PODĹA DRUHÚ LIKÉRU.



FIRMA AL-KO KOBER SLOVAKIA, S. R. O., BRATISLAVA PRINIESLA DO SÚŤAŽE SADU OBALOV NA VODNÝ PROGRAM. OBALY SPŇAJA JEDNOTNÝ VIZUÁLNY ŠTÝL A FIRMENÁ FAREBNOSŤ. OKREM PREPRACOVANÉHO SPÔSOBU OTVÁRANIA JE MOŽNÉ VYZDVIHNUŤ KVALITNÉ VYROBZENÉ VÝROBKOV, KTORÉ ZODPOVEDÁ SKUTOČNOSŤI, A NAJMA VYNIKAJÚCE SPROSTREDKOVANIE PREHĽADNEJ INFORMÁCIE O DŮLEŽITÝCH TECHNICKÝCH PARAMETROCH.



Z UŽIVATELSKÉHO HĽADISKA ZAUJAL POROTU PREDAJNÝ DISPLEJ DELISSA, GRAFIAS, S. R. O., BRATISLAVA. SAMONOSNÝ PREDAJNÝ STOJAN NA OBLÁTKY JE URČENÝ NA UMIESTNENIE V PRIESTORE PREDAJNE ZA ÚČELOM PONÚKNUTŤ TOVAR ZÁKAZNÍKOVI. OPTIMÁLNY DIZAJN A DOBRÉ GRAFICKÉ RIEŠENIE SPŇAJÁJÚ FUNKCIU SPROSTREDKOVANIA INFORMÁCIÍ A PŮTAČA S VÝROBKAMI NA SAMOOBSLUŽNÝ PREDAJ. NOVINKOU JE PLASTOVÁ OCHRANA PROTI OKOPU A POŠKODENIU V SPODNEJ ČASTI DISPLEJA.

Zoznam výrobkov ocenených cenou GOLD PACK:

A. Obalové prostriedky

- Jednodielna skladačka MARYŠA, 200 g – Adut Plus a. s., Skalica
- Sada obalov na vodný program – AL-KO KOBER Slovakia s. r. o., Bratislava
- Predajný displej na čokoládovú oblatku DELISSA – Grafias s. r. o., Bratislava
- Kolekcia fliaš na liehoviny MILENIA – Imperator s. r. o., Drietoma
- Etikety CRICOVA na značkové vína – Purgina s. r. o., Bratislava
- Flaše (0,5 a 0,7 l) na bylinný likér DEMÄNOVKA – St. Nicolaus-trade a. s., Bratislava

Prototypy a funkčné modely

- Kolekcia darčkových obalov Jeseň 2000 – Karol Krčmár Bratislava (škatuľky so zasúvacou časťou, taštičky)
- Kolekcia obalov CAPPUCCINO – Remark/WWP s. r. o., Bratislava

B. Baliace stroje

- Systém prepravného balenia radiátorov, baliaci automat – Obal-Servis a. s., Košice
- Ocenenie GOLD PACK je rovnocenné bez ohľadu na uvedené poradie. Víťazné obaly spĺňajú podmienky na postup do svetovej súťaže Worldstar.

JESEŇ 2000 JE NÁZOV KOLEKCIE PROTOTYPOV A OBALOV AUTORA KAROLA KRČMÁRA. KOLEKCIA OBSAHUJE 6 DRUHOV OBALOV Z VLNITEJ LEPENKY NA DARČKOVÉ BALENIE PRÍRODNÝCH VÝROBKOV. POUŽITÝ MATERIÁL (NEUPRAVOVANÁ VLNITÁ LEPENKA) JE V SÚLADE S BALENÝM OBSAHOM. Z CELEJ KOLEKCIE ODPORUČILA POROTA NA OCENENIE TAŠTIČKY A ŠKATUĽKY S VYSÚVACOU ČASŤOU.



svet priateľov

Zaujímavý a svojím spôsobom ojedinelý projekt v oblasti grafického dizajnu so špičkovou odbornou úrovňou a veľkým ľudským rozmerom uzel svetlo sveta v júli minulého roku. V Oravskej galérii v Dolnom Kubíne bola verejnosti premiérovu sprístupnená výstava takmer 200 plagátov od 166 renomovaných autorov z piatich kontinentov s názvom Svet priateľov – Hommage a Jan Rajlich st. O podstate projektu, ktorý sa medzičasom predstaví verejnosti v Brne a Prahe, v tomto roku zavíta do Bratislavy a má ambíciu navštíviť viaceré európske metropoly, sme sa zhovárali s jeho tvorcom a realizátorom Dušanom Jehom.

Ako vznikla myšlienka vytvoriť takúto jedinečnú kolekciu plagátov?

● Nápad vznikol z môjho kolegiálneho a priateľského vzťahu k Janovi Rajlichovi staršiemu. Premýšľal som, ako by som človeku, ktorý je jednou z najväčších medzinárodne uznávaných osobností českého grafického dizajnu, mohol nekonvenčným spôsobom zablahoželať k osemdesiatinám a ako do toho zapojiť ďalších jeho kolegov a priateľov, ktorých má po celom svete. Oslovil som takmer 180 autorov s prosbou, aby spolu s blahoželaním zaslali k umelcovmu jubileu aj svoje plagáty. Reakcia bola vskutku neuveriteľná, a tak mohol vzniknúť výstavný projekt Svet priateľov.

Výstava je vo viacerých ohľadoch mimoriadna, ako ju vidíte očami autora a realizátora?

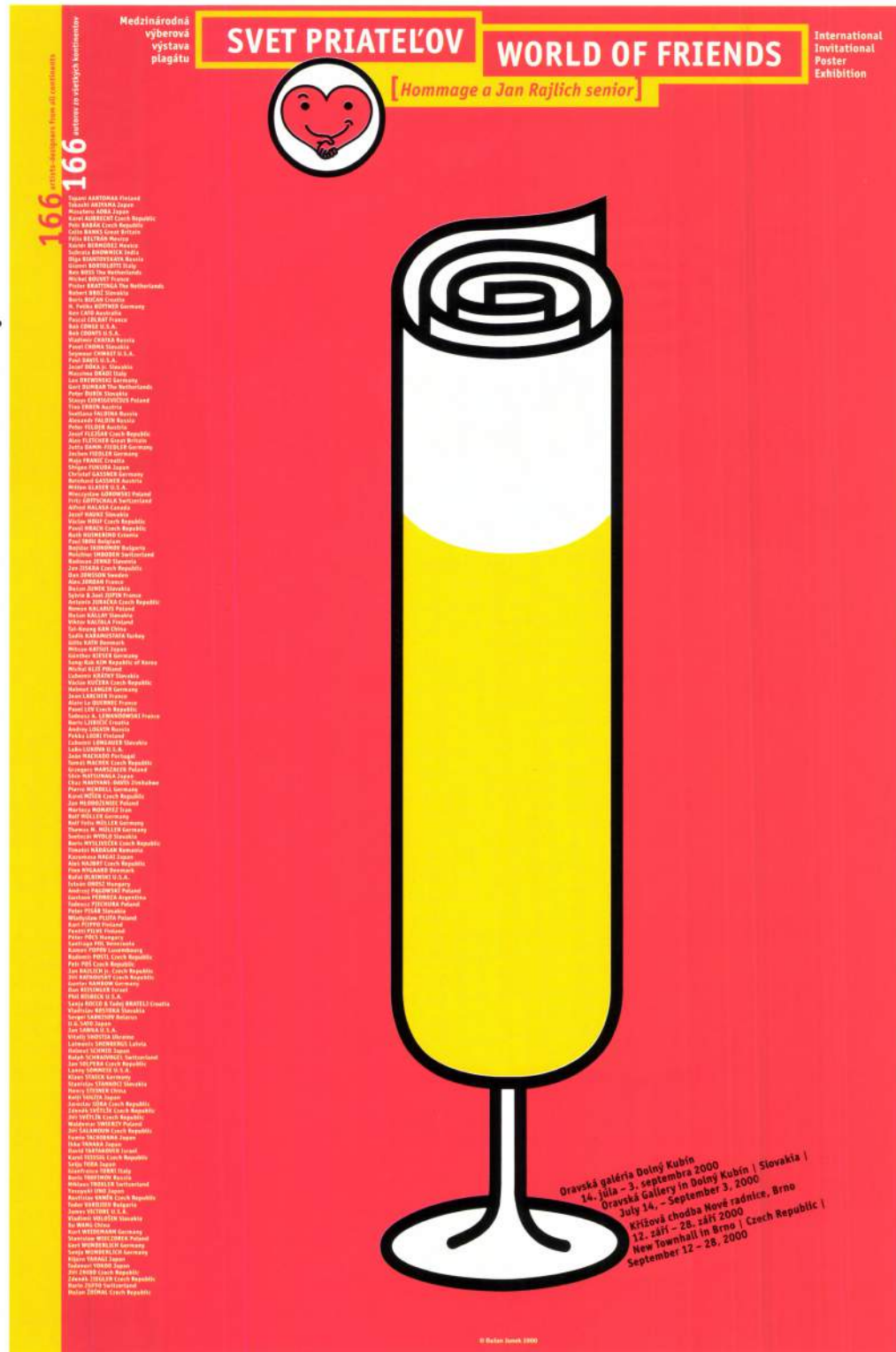
● Z hľadiska zúčastnených autorov a dlhodobej spíčkovej kvality ich tvorby, ktorá v mnohých prípadoch predstavuje zásadné smerovania súčasného grafického dizajnu vo svete, dovoľm si zaradiť kolekciu Svet priateľov medzi to najlepšie, čo sa u nás doteraz v tejto oblasti prezentovalo. Podľa mnohých zahraničných ohlasov, ktoré mimochodom stále prichádzajú, je myšlienka projektu natoľko originálna, ľudsky i profesionálne priťažlivá, že ju možno aj v medzinárodnom kontexte označiť za unikátnu. Osobne si najviac cením, že kolekcia dokumentuje nielen profesionálne kvality zúčastnených autorov, ale vypovedá aj o ľudskosti, úcte, kolegalite, priateľstve. Jan Rajlich celý život šíri vôkol seba pozitívnu energiu a tá sa mu vrátila, myslím si, v jednej z najkrajších podôb, aké si možno želať...

K projektu ste v Grafiq Studiu vydali publikáciu s gratuláciami zúčastnených autorov, ktoré samy osebe sú originálnymi grafickými posolstvami. Uvažujete aj o vydaní katalógu, ktorý by predstavil všetky plagáty kolekcie?

● Publikáciu s gratuláciami sme v GRAFIQ Studiu vydali z vlastných zdrojov a za nezištnej spolupráce kolegov Pavla Chomu a Františka Krupu, ktorí publikáciu vytlačili. Realizácia reprezentatívneho katalógu kolekcie by si vyžadovala značné finančné prostriedky, ktoré momentálne nie sú k dispozícii. Chcelo by to rozľadených a perspektívne uvažujúcich sponzorov. Myslím si, že zbierka plagátov Svet priateľov, ktorú zúčastnení umelci venovali Oravskej galérii, skutočne stojí za to.

Ďakujeme za rozhovor.

Redakcia



Krzysztof Dydo: **Polski Plakat Teatralny 1899 – 1999.**
Polish Theater Poster 1899 – 1999.
 Krzysztof Dydo Galeria Plakatu Krakow 2000.
 320 strán, 824 farebných a 37 čiernobielych ilustrácií.
 Poľsko-anglické vydanie.

SKVELÁ STOROČNICA POĽSKÉHO DIVADELNÉHO PLAGÁTU

Mickiewicz, Słowacki, Wyspiański, Witkacy, Gombrowicz, Różewicz, Mrożek – výkvet poľských dramatikov – a Shakespeare, Molière, Kafka, Beckett, Pinter, Brecht, Čechov, Dostojevskij, Dürrenmatt, A. Miller, Ibsen, Bulgakov a ďalší zo sveta plus elita poľských majstrov plagátu Mrózsczak, Tomaszewski, Lenica, Ciesiewicz, Młodzeniec, Świerzy, Starowieyski, Hilscher, Pałka, Hołdanowicz, Sawka, Czerniawski, Get-Stankiewicz, Pluta, Sadowski, Górowski, Eidrigevičius, Wałkuski a mnohí iní – z tohto tvorivého spojenia nemôže vzísť nič iné, len výsledok najvyšších kvalít. Adekvátnym dokumentom je publikácia *Polski Plakat Teatralny 1899 – 1999*. Najvýznamnejší zberateľ, galerista a samozrejme znalec a propagátor poľskej školy plagátu Krzysztof Dydo z Krakowa navštívil minuloročné Trienálie plagátu v Trnave a pri našom stretnutí mi venoval spomenutú publikáciu, ktorú autorsky pripravil a vydal v júni minulého roku. Rozsiahle dielo svedčí o tom, že v oblasti kultúrneho plagátu práve poľský divadelný plagát tvorí jeho najvýznamnejšiu zložku. Mimoriadne kvality poľského divadla a plagátového umenia sú základom obdivuhodného výsledku a táto skutočnosť rezonuje aj v obsiahlej textovej časti knihy, ktorej jednotlivé state – je ich jedenásť – sú od domácich a zahraničných odborníkov. Ewa Kruszevska pod príznačným názvom Zlaté roky plagátu podrobne rozoberá autorské prístupy protagonistov poľského afišu, ktorí ovplyvnili tvorbu poľskej i svetovej scény divadelného plagátu: J. Mrózsczak, H. Tomaszewski, J. Lenica, R. Ciesiewicz, J. Młodzeniec, W. Świerzy, F. Starowieyski, H. Hilscher, W. Górk, L. Hołdanowicz, W. Zamecznik, J. Pałka a ďalší. Zdôrazňuje, že poľský plagát mal šťastie na dobrých sponzorov aj v ťažkých časoch: v druhej polovici 40-tych rokov to bol Film Polski, od roku 1955 Państwowa Operetka Warszawska, od roku 1957 Teatr Wielki vo Warszawe, od roku 1958 Teatr Dramatyczny. Profesor Ryszard Otreba v stati Moje ABC... vtipne vytvára galériu najlepších autorov s ich najznámejšími divadelnými plagátmi a so slovami „vidiac plagát, pamätám si autora a, pamätajúc si autora, vidím pred očami plagát“ ich zoraďuje ako vybrané plagáty – pamätníky poľskej kultúry. Noboru Matsuura, iniciátor medzinárodného múzea plagátu v japonskom Ogaki, uvažuje na tému, „či umenie plagátu má šancu prežiť ďalšie storočie“, a ako znalec i priazni-vec poľského plagátu vystriha pred amerikanizáciou žánru. Profesor Raymond Vézina z Montrealu analyzuje „teratologický aspekt poľských plagátov“.

Obľubu vyjadrovať tému hrôzostrašnou, často surrealistickou metaforou rozoberá na pozadí tvorby autorov, ktorí sa podľa neho stali hlavnými promotérmi poľského plagátu vo svete (Starowieyski, Aleksun, Kalarus, Sadowski, Górowski, Wałkuski a i.). Exkurz do dejín poľského divadelného plagátu možno absolvovať s Annou Szpor-Węglarskou a Maria Kurpiková prevedie čitateľa zbierkami Múzea plagátu vo Wilanowe – kolekciou medzivojnového divadelného afišu. Pohľad „na scénu poľského divadelného plagátu na konci storočia“ uzatvára Krzysztof Dydo skvelou panorámou umenia poľského plagátu, reflektujúceho na bohatý divadelný život v krajine. Vyše osemsto plagátov od 181 autorov dokumentuje takú širokú špičkovú kvalitu, akú sotva nájdeme inde na svete. Táto publikácia objektívne svedčí nielen o mimoriadnej kreatívnej sile tvorcov poľskej školy plagátu, ale veľa prezrádza aj o nevšednom dynamizme kultúrneho diania – v tomto prípade hlavne divadelného, operného, operetného, hudobného, kabaretného, baletného, pantomimického – v živote našich severných susedov. Podotýkam, že aj napriek – v porovnaní s nami – rovnakému obdobiu tlaku komunistickej čizmy.



Dušan Junek



Mermoz, Gérard – Gabrielová, Bronislava – Hlušíčka, Jiří
 – Junek, Dušan – Kundera, Ludvík
 – Jan Rajlich – Plakáty, grafika.

Jan Rajlich – Posters, graphics; Akcent Brno 1999.
 184 strán, 194 farebných a čiernobielych ilustrácií.
 Česko-anglické vydanie,
 francúzsko-nemecko-ruské rezumé.

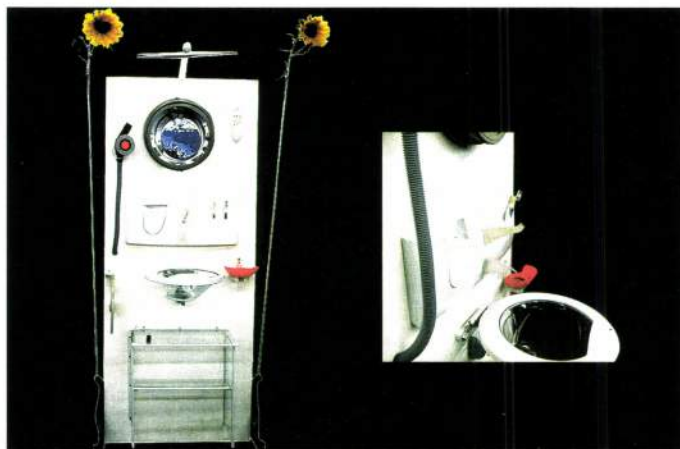
JAN RAJLICH: GRAFICKÝ DIZAJN – ČINNOST SO ZMYSLOM PRE ČLOVEKA

Grafický dizajn v bývalom Československu má vo svojej histórii niekoľko významných autorov, formujúcich disciplínu tohto širokého odboru. Český grafik, dizajnér a publicista Jan Rajlich st. (1920) patrí k najvýznamnejším osobnostiam československého grafického dizajnu druhej polovice 20. storočia. Z tohto pohľadu je jeho monografia vydaná v Brne len splateným dlhom, ktorý sa mal realizovať už dávnejšie. Úvod so znalosťou problematiky i tvorby autora napísal Gérard Mermoz, profesor dizajnu vizuálnych komunikácií na univerzite v Coventry, širšie state sú od dôverných znalcov Rajlichovho diela, historikov a teoretikov umenia, Bronislavy Gabrielovej a Jiřího Hlušíčku. Pohľad „spoznať“ – tak J. Rajlichu osobne i umelecky pozná kolega a spolupracovník, ako napísal autor tejto recenzie. Precíznosť skúmaného objektu – plagátu, skvelá hra slov v rýdzej poetickej výpovedi je báseň Chvála plakátu, ktorú umelcovi venoval básnik Ludvík Kundera. Textovú časť monografie dopĺňa obsiahla, priam vzorová biografia a bibliografia, dokumentujúca mimoriadne široké tvorivé, organizačné, pedagogické a publicistické aktivity J. Rajlichu st.. V obrazovej časti je prezentovaná bohatá plagátová tvorba autora a ukážky z disciplín grafického dizajnu, ktorým sa intenzívne a dlhodobo venuje – znaky, logá a symboly, dokumentácia Corporate Identity – jednotného firemného štýlu, grafika výstav, expozícií a ukážky redakčnej grafiky, grafické a typologické úpravy publikácií, katalógov, časopisov. Tvorba J. Rajlichu slovami G. Mermoza „je ukotvená vo vysoko individualizovanej výtvarnej praxi, ktorá kombinuje slobodný experiment s analytickým prístupom k riešeniu problému, k stanoveniu formy a prenosu informácie“. Rajlichova schopnosť koncepčne myslieť, zobrazíť ideu jednoznačným a vizuálne účinným tvarom, skĺbiť v tvorbe racionálnu polohu s emotívnosťou i dramatickosťou vytvára osobitú výtvarnú poetiku výrazne individuálneho umeleckého prejavu. K medzinárodnej autorite, ktorej sa umelec teší, prispela tiež jeho rozsiahla organizačná a odborná činnosť v úlohe zakladateľa a dlhoročného prezidenta medzinárodného Bienále grafického dizajnu v Brne, odborná publicistika vo významných periodikách, prednášková činnosť doma i vo svete, členstvo v rade medzinárodných umeleckých organizácií i ocenenia mnohými prestížnymi cenami a uznaniami. Je nepochybné, že Ladislav Sutnar, Oldřich Hlavsa a Jan Rajlich st. patria k najuznávanejším českým umelcom vo svete grafického dizajnu. Rajlichova monografia toto postavenie dokumentuje a potvrdzuje, že publikácie významných domácich tvorcov si zaslúžia pozornosť vydavateľov. Znalcov však bude iste mrziť, že tlačiarenská kvalita knihy zaostáva za dnes už požadovaným vysokým štandardom pri takomto type publikácie. A to je pri autorovi Rajlichovho formátu dvojnásobná škoda.

Dušan Junek



ZÁHRADNÝ ZAVLAŽOVACÍ SYSTÉM SPIDER VYUŽÍVA SÚČASŤ Z OPOTREBOVANEJ UMYVÁCKY RIADU. AUTORMI NÁVRHU, KTORÝ ZÍSKAL PRVÚ CENU, SÚ ŠTUDENTI DOMUS ACADEMY V MILÁNE.



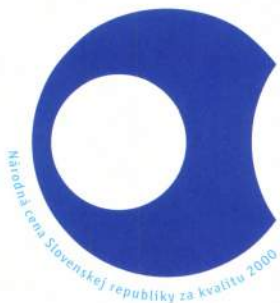
KÚPEĽNÁ STENA LEONARDO POZOSTÁVA Z ČASTÍ PRÁČKY, CHLADIČKY A UMYVÁCKY RIADU.

Študentská súťaž EX-ECO

Nevšednú súťaž na recyklovanie domácich spotrebičov zorganizovali začiatkom roka talianska ADI (Asociácia priemyselného dizajnu) spolu s firmou Electrolux Zanussi. S výsledkami súťaže sa verejnosť mohla zoznámiť na milánskom veľtrhu nábytku a svetidiel v apríli. Úlohou pre účastníkov súťaže bolo navrhnuť predmety s novou funkčnou hodnotou pozmenením pôvodnej funkcie elektrospotrebiča a jeho formálnej kompozície, respektíve využitím niektorých jeho súčastí. Organizátori takto získali štúdiu, poukazujúcu na problémy materiálnej priemyselnej výroby, akým je napríklad šetrenie primárnych látok, materiálu či energie na výrobu využitím priemyselného odpadu. Súťaž bola otvorená všetkým talianskym vysokým školám, inštitútom a univerzitám zaoberajúcich sa dizajnom, bez ohľadu na študijné zameranie dizajnérov. Mladí návrhári takto získali možnosť vyjadriť sa svojimi projektmi k riešeniu otázok recyklácie domácich spotrebičov a vytvoriť kreatívne impulzy na obohatenie inšpiračnej bázy v oblasti dizajnu.

Firma Electrolux Zanussi po schválení predbežných konceptov obsahujúcich konkrétne predstavy o výslednom výrobku poskytla na realizáciu prototypov prístroje alebo ich súčastí, ktoré študenti špecifikovali vo svojich návrhoch. Porota zložená z piatich členov ADI a zástupcov firmy Electrolux Zanussi pod vedením viceprezidenta ADI Giulia Castellioho odmenila najúspešnejšie prototypy prémiami v celkovej hodnote desať miliónov lír.

Katarína Dudáková



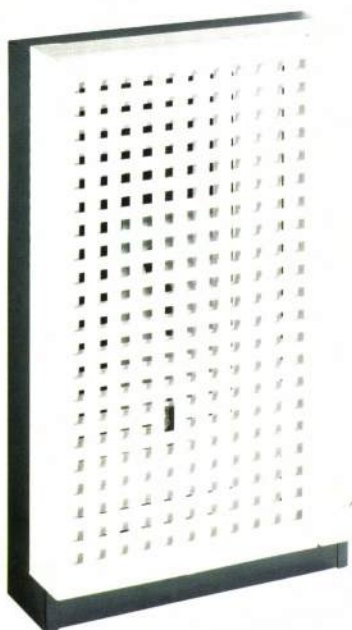
Národná cena Slovenskej republiky za kvalitu

Za prítomnosti podpredsedu vlády SR Ivana Mikloša boli v novembri v Bratislave po prvý raz udelené Národné ceny SR za kvalitu. Vyhlasovateľom súťaže, rovnako ako u jej predchodkyne s osemročnou tradíciou – Ceny SR za kvalitu, bolo Ministerstvo hospodárstva SR, organizátorom podujatia bola Slovenská spoločnosť pre kvalitu so sídlom v Žiline. Súťaž Národná cena SR za kvalitu vychádza zo všeobecne uznávaného modelu excelentnosti EFQM, ktorý je akceptovaný Európskou úniou ako podklad udeľovania Európskej ceny za kvalitu. Tento model je akceptovaný špičkovými firmami ako optimálny spôsob komplexného manažérstva kvality, ktoré je v súčasnosti považované za najosvedčenejší prostriedok efektívneho riadenia. Činnosť firmy sa pri tomto modeli posudzuje podľa deviatich základných kritérií a 32 podkritérií, skúmajúcich všetky interné a externé činnosti firmy, pričom kvalita samotného výrobku sa pokladá za samozrejmosť. Držiteľmi Národnej ceny SR za kvalitu v roku 2000 sa stali firmy Plastcom s. r. o., Bratislava, v kategórii malé a stredné výrobné podniky, Slovnaft a. s., Bratislava, v kategórii veľké výrobné podniky a Vipotest s. r. o., Partizánske, v kategórii veľké organizácie služieb. V kategórii malé a stredné organizácie služieb cena nebola udelená. Hodnotiteľská komisia ocenila titulom Ocenený finalista ďalších sedem firiem.

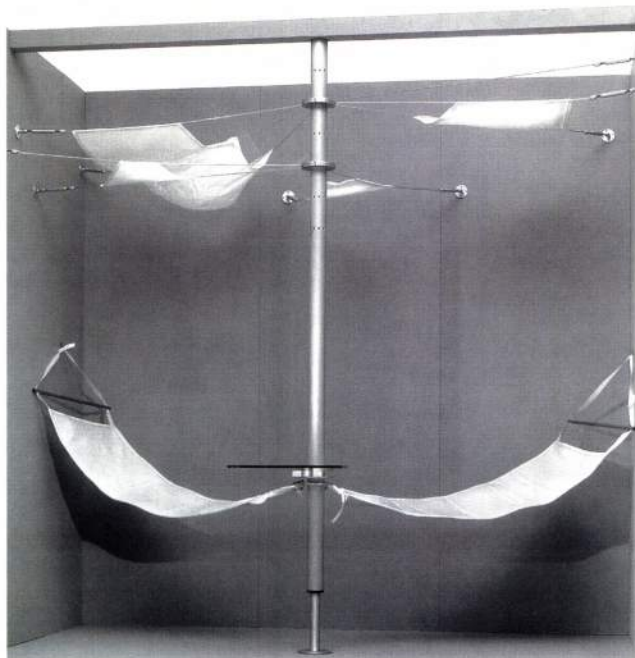
Na tvorbe vizuálneho štýlu súťaže sa podieľali renomovaní slovenskí autori. Grafický dizajn logotypu súťaže a série tlačovín k nej vytvoril Pavel Choma, národné ceny v podobe sklenených plastík navrhol a realizoval Oliver Leššo.

Nový dizajn pre Moru Slovakia

Nový dizajn plášťa budú mať plynové vykurovacie telesá, ktoré na Slovensku vyrába Mora Slovakia s. r. o. V apríli 2000 sa uskutočnilo na pôde dcérskej spoločnosti tradičného výrobcu v Bratislave výberové konanie, ktorého sa na odporúčanie SCD zúčastnili traja slovenskí riešitelia: autorská dvojica Anton Bendis a Bjorn Kierulf, Ferdinand Chrenka a Marek Škripeň. Od vyzvaných autorov sa očakávala tvarová štúdia dizajnu nového kovového plášťa vykurovacieho telesa. Konečné rozhodnutie výberovej komisie, do ktorej bol prizvaný aj zástupca SCD, znelo v prospech dvoch autorských riešení. Už v roku 2000 sa začala sériová výroba vykurovacích telies MORA 6121 a MORA 6131, určených širším vrstvám spotrebiteľov. Ich dizajn vytvorilo štúdio Bendis & Kierulf, prototyp výrobku mohli vidieť návštevníci výstavy Priemyselný dizajn na Slovensku 1990 – 2000 na jeseň minulého roku v Bratislave. V tomto roku bude ukončený prototyp ďalšieho vykurovacieho telesa MORA Slovakia s dizajnerským riešením Ferdinanda Chrenku, orientovaným na náročnejších zákazníkov.



1. CENA EX-AEQUO V ŠTUDENTSKEJ KATEGÓRII: TECHNOLOGICKÝ STROM HIMMELI OD **H. RUOHA** A **A. OLINU**. STROM JE TRANSFORMOVATELNÝM SYSTÉMOM, KTORÝ V JEDNOM SPÁJA VIACERÉ ZÁKLADNÉ FUNKCIE BÝVANIA. PONÚKA NOVÉ MOŽNOSTI UKLADANIA A USPORIADANIA RÔZNYCH PREDMETOV.



Bývanie tretieho tisícročia

Podoby bývania v treťom tisícročí si zvolili talianski organizátori ako tému súťaže Home design competition. Cieľom súťaže, ktorú usporiadalo spolu s ďalšími partnermi Centrum dreveného nábytku v Cantú, bolo využiť súťažné dizajnérske návrhy na rozvoj inovačnej schopnosti stredných a malých podnikov v regióne Cantú, zameraných na výrobu dreveného nábytku. Výrobcovia sa prostredníctvom súťaže podrobnejšie oboznámili s novými poznatkami v oblasti estetiky a morfológie, s novými materiálmi i s novými výrobnými technikami. Účastníkom z radov dizajnérov súťaž umožnila konfrontovať návrhy medzi sebou a najlepším poskytla jedinečnú príležitosť realizovať svoje projekty prostredníctvom prototypov. To bola veľmi obohacujúca skúsenosť nielen pre dizajnérov, ktorým sa naskytla možnosť zdokonaľiť svoj projekt, ale aj pre perspektívnych zákazníkov spomedzi výrobcov, ktorí mali možnosť vidieť zrod nového nábytku od skice až po jeho definitívnu podobu. Súťaž bola vypísaná v troch kategóriách – profesionálni dizajnéri, študenti a vyzvaní autori. Na základe súťažných projektov realizovali talianski výrobcovia celkovo 15 prototypov. Súťaž prekročila regionálny rozmer, lebo oslovila dizajnérov aj za hranicami Talianska, najmä v susednom Švajčiarsku, a tým obohatila spoluprácu medzi talianskymi a švajčiarskymi podnikmi.

Porota vedená Augustom Morellom, predsedom ICDS, posudzovala 162 projektov v kategórii profesionálov a 123 projektov v študentskej kategórii. Kategória pozvaných hostí nebola oceňovaná, napriek tomu sa do nej zapojilo niekoľko uznávaných dizajnérov ako Tito Agnoli, Perry King, Santiago Miranda, Gianni Ottolini a iní.

Ako podľa účastníkov súťaže vlastne vyzerá domov roku 2000? Nezaberať priveľa priestoru, je veľmi dôvtipne zariadený variabilným nábytkom, ktorý na zdôraznenie detailov dopĺňa už len minimum ďalších kusov nábytku. Návrhy zdôrazňujú vznik nových rodinných jednotiek a spoločenských typov, vývoj nových pracovných schém, akou je napríklad Home to Home service. Viaceré práce riešia otázku multifunkčného fungovania domácností, nahrádzania tradičných deliacich prvkov v architektúre obydla a navrhujú neštandardné spôsoby riešenia. Domov roku 2000 má optimálne spĺňať požiadavky na príjemné bývanie aj u ľudí so psychickými handicapmi.

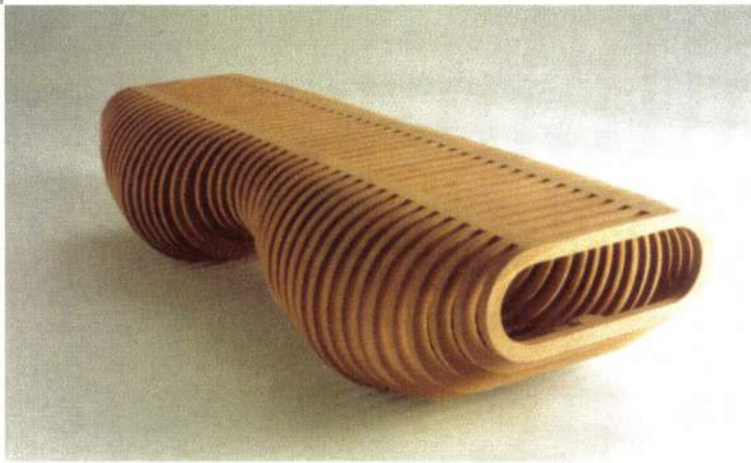
Výsledky súťaže boli prezentované v podobe ucelenej výstavy vrátane realizovaných prototypov v apríli minulého roku na veľtrhu nábytku v Miláne a taktiež v rámci Medzinárodného bienále dizajnu v Saint Étienne vo Francúzsku.

K súťaži bol vydaný katalóg, ktorý je záujemcom k dispozícii v knižnici SCD.

Katarína Dudáková



ŠPECIÁLNU CENU ZA KOMUNIKÁCIU ZÍSKALA ŠTVORICA ŠTUDENTOV **A. CIMENTI, E. DOMPÉ, A. ROSSO** A **G. GIAMMARCO**, KTORÍ SVOJÍM PROJEKTOM LA STECCA NAHRÁDZAJÚ KLASICKÉ PREDELY A UŽÍVATEĽOVI PONÚKAJÚ VÝTVARNE ZAUJÍMAVÚ MOŽNOSŤ ROZDELENIA OBYTNÝCH PRIESTOROV. LAMELY Z VIACVRSTVOVÉHO BAMBUSU NA OTOČNÝCH KLBOCH SÚ UPEVNENÉ MEDZI PODLAHU A PODHEAD TAK, ŽE Z NICH MOŽNO VYTVARÁŤ RÔZNE OBRAZCE – ŠTRUKTÚRY.



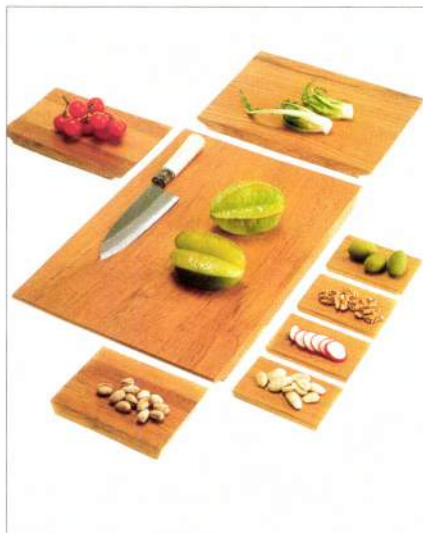
3. CENA V KATEGÓRII PROFESIONÁLOV: INFINITY BENCH OD **C. F. SVENSTEDTA** (PARÍŽ). LAVICU ALEBO PRÍLEŽITOSTNÝ STOLÍK VYTVARAJÚ KONCENTRICKÉ OVÁLY, KTORÉ VZNIKAJÚ PRESNÝMI GEOMETRICKÝMI REZMI DO PREGLEJKY. REBROVITÉ PRVKY SÚ SPOJENÉ A ZABEZPEČENÉ LINEÁRNymi LAMELAMI NA VRCHNEJ STRANE. PROJEKT JE PRE VÝROBCOV ZAUJÍMAVÝ AJ Z HĽADISKA EFEKTÍVNEJ VÝROBY S MINIMÁLNOU SPOTREBOU MATERIÁLOV.



2. CENU V KATEGÓRII PROFESIONÁLOV ZÍSKALA SKUPINA TALIANSKÝCH NÁVRHÁROV V ZLOŽENÍ: **S. TESTA, M. CHIABRANDO, M. RASO A F. ROAITA** (TURÍN) ZA PROJEKT MOBILI INTERNI MOBILI. TENTO PROJEKT NAVRHUJE VYUŽITIE SYSTÉMOVÝCH OBJEKTOV – MODULÁRNYCH VÝKLENKOV. VEĽMI VARIABILNÝ, LÁHKO TRANSFORMOVATEĽNÝ SYSTÉM MODULÁRNYCH VÝKLENKOV PREDSTAVUJE FLEXIBILNÉ RIEŠENIE PRI NEUSTÁLE SA MENIACICH POŽIADAVKÁCH UŽÍVATEĽOV, S MOŽNOSŤOU VOĽBY ZARIADENIA (NAPRIKLAD AKO KUCHYNSKÝ KÚT, SKRIŇA, KNIŽNICA), POVRCHOVÝCH ÚPRAV, MATERIÁLOV A SOLITÉROV.



VÁZY NO BASE, DIZAJN: Ed ANNIK



SADA DOSÁK NA KRÁJANIE, DIZAJN: Ed ANNIK



SVETIDLO HOME OFFICE, DIZAJN: DAVID CHIPPERFIELD

POHOVKA TAMU, DIZAJN: MARCO ZANUSO ML.



Cena časopisu ARCH 2000

ARCH – časopis o architektúre a inej kultúre – udeľoval v októbri už po tretí raz cenu za výnimočné slovenské architektonické dielo. Redakčná rada časopisu ARCH nominovala v tomto roku do súťaže spolu 10 prác. O cenu sa uchádzali: víkendový dom v Hornej Potôňi-Lúkach, interiér predajne Mixer v obchodnom centre Olympia v Brne, rekonštrukcia trafostanice v Prahe-Barrandove a realizácie v Bratislave – Rímskokatolícke pastoračné centrum Kráľovnej rodiny na Teplickej ulici, interiér K. Gallery na Ventúrskej ulici, nadstavba Vysokej školy výtvarných umení na Drotárskej ceste, polyfunkčný dom na Námestí Martina Benku, bytový dom na Búdkovej ulici, rekonštrukcia Royko Passage na Obchodnej ulici a rodinný dom Na Revíne. Sedemčlenná medzinárodná porota v zložení Jurij Kobe (Lubľana), architekt a scénograf; Josef Pleskot (Praha), architekt a pedagóg; Martin Mašek, zakladateľ časopisu ARCH a riaditeľ vydavateľstva Meritum s. r. o.; Henrieta H. Moravčíková, šéfredaktorka časopisu ARCH; Matúš Dulla, teoretik; Ján Stempel, architekt, a Norbert Šmondrk, architekt a dizajnér, posudzovala kvalitu nominovaných stavieb s dôrazom na uskutočnený architektonický zámer, komplexnosť diela a na jeho reálnu využiteľnosť. Cenu ARCH 2000 získalo Rímskokatolícke pastoračné centrum Kráľovnej rodiny, postavené v roku 1999 na Teplickej ulici v Bratislave. Podľa poroty vytvorila trojica autorov, Georg Bliznakov, Matej Siebert a Ľubomír Závodný, veľmi harmonické dielo. V prostredí panelového sídliska pôsobí ako veľmi pozitívny prvok, ktorý svojou elegantnou architektúrou pretvoril strohé pochmúrne prostredie a výrazne prispel k jeho humanizácii. „Stavba sa mi javí ako ucelená a pochopená práca, ktorá žije. Ten kostol neodíde zo sveta, lebo má svojich užívateľov, opatrovateľov,“ povedal o víťaznom diele jeden z členov poroty, renomovaný český architekt Josef Pleskot.

Viktória Krivošíková

Driade a „easyliving“

Kto bližšie sleduje firemnú stratégiu talianskeho výrobcu nábytku a bytových doplnkov Driade vie, že táto firma sa o priazeň na trhu uchádza viacerými značkovými kolekciami. V kolekcii Driade Aleph ponúka nábytok s dizajnom od medzinárodne uznávaných tvorcov (Ron Arad, Philippe Starck, Enzo Mari a ďalší). Pod názvom Driade Folies sa skrývajú exkluzívne stolovacie predmety s prvkami remeselnej výroby od nemenej renomovaných dizajnérov (Bořek Šípek, Oskar Tusquets, Ross Lovegrove). Driade Chef je názov kolekcie kuchynského nábytku, pod značkou Driade Sistemi firma predáva ľahké regálové a skrinkové systémy do všetkých druhov interiérov. Najmladšou značkou je Driade Store (od r. 1995), ktorá zahŕňa skupinu nábytku (Atlantide) a skupinu stolovacie predmety a bytové doplnky (D. House). Driade Store je určená najmä na mladé a dynamické bývanie v duchu filozofie „easyliving“. Tento, v západnej časti sveta čoraz populárnejší, pojem označuje bývanie vytvorené prostými a na pohľad všednými predmetmi. „Easy living znamená otvoriť oči pre krásu každodenných vecí, ktoré sú dielom prírody alebo rúk človeka“ – tak znie definícia „jednoduchého bývania“, ktorú vo svojej knihe Easy living – mimochodom úspešnom bestselleri – formuluje Terence Conran. Medzi tohoročnými novinkami na zariadenie bytu v duchu „jednoduchého bývania“ ponúka Driade škálu rôznych úžitkových predmetov od malého nábytku, cez svietidlá po vázy, či dosky na krájanie.



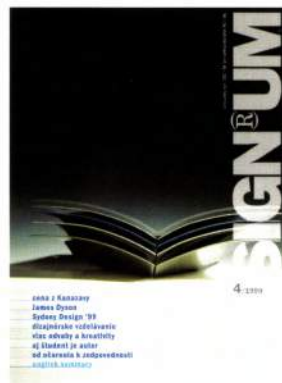
RÍMSKOKATOLÍCKE PASTORAČNÉ CENTRUM NA TEPLICKEJ ULICI V BRATISLAVE
Foto: Pavel Meluš



• • • • •



DE SIGN UM 4/98 za 55,- Sk



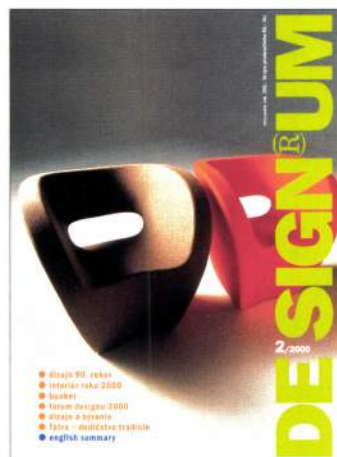
DESIGN UM 4/99 za 60.- Sk

Pia: zatvorené

dátum a podpis:



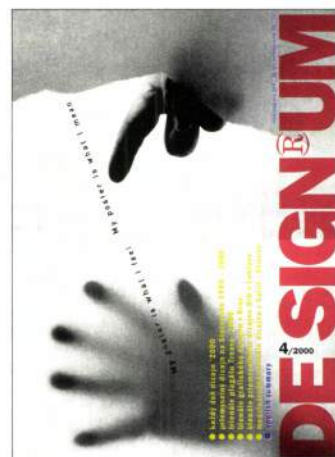
DE SIGN UM 1/2000 za 80,- Sk



DE SIGN UM 2/2000 za 80,- Sk



DE SIGN UM 3/2000 za 80,- Sk



DE SIGN UM 4/2000 za 80,- Sk

Všetky čísla si môžete zakúpiť aj osobne v knižnici SCD.
Pri nákupe v knižnici SCD dostanete kompletný ročník 1999 za 200,- Sk

Ročník 2001

Predplatné na rok 2001

→ Výška predplatného je 360,- Sk vrátane poštovného (v SR).
Predplatné za doporučené zasielanie je 440,- Sk (v SR).

→ Predplatné do ČR je 424,- Kč pri obyčajnom zasielaní
a 460,- Kč pri doporučenom zasielaní.

→ **Výhody predplatného:** nižšia cena
(na každom výtlačku ušetríte min. 30 Sk).

→ **a navyše:** každý predplatiteľ DE SIGN UM v roku 2001
dostane zdarma jeden výtlačok katalógu
Národná cena za dizajn 2001 a malé prekvapenie k číslu 1/2001

DE SIGN UM i neperiodické publikácie sú vo voľnom predaji v týchto
galériách a kníhkupectvách v SR

Bratislava:
Gump, Uršulínska 9
Sipa, Sedlárska 2
Galéria X, Zámočnícka 5
Galéria Médium, Hviezdoslavovo nám.18
Ex-libris, Michalská 5
Artfórum, Kozia ul.
LaReduta, Palackého 2

Ževa, Jesenského 12, Bratislava
Nitra:
Art Galéria JVM Mikra, Kupecká 7
Žilina:
Považská galéria umenia, M. R. Štefánika 2
Košice:
Východoslovenská galéria, Hlavná 27
Artfórum, Mlynská 6

Objednávku časopisu DE SIGN UM
pošlite na adresu:

L. K. Permanent, spol. s r. o. (pani K. Leváková)
P. O. BOX 4, 834 14 Bratislava
tel.: 07/44 45 37 11
fax: 07/44 37 33 11
e-mail: lkperm@lkpermanent.sk

Objednávky pre ČR vybavuje: A.L.L. Production, s. r. o.
P. O. Box 732
111 21 Praha 1
tel.: 02/683 58 21
fax: 02/684 77 31

svetlo

bytex



fórum
designu



nábytok a bývanie

11. medzinárodný veľtrh nábytku a bytových doplnkov **nitra**
27. 2. – 1. 3. 2001

KONTAKT: Agrokomplex - Výstavníctvo, Obchodná skupina č. 2, Výstavná 4, 949 01 NITRA (SK)
Tel.: 00421/87/6572 201 - 5, Fax: 00421/87/733 59 86, e - mail: nabytok@agrokomplex.sk

art & interior[®] 22. - 25. 2. 2001

Veletržní palác, Dukelských hrdinů 47, Praha 7

Výběrové výstavy nábytku, osvětlení a bytových doplňků
Exhibitions of Quality Furniture, Lighting and Furnishing Accessories

II. Přehlídka českého designu / Czech Design Show

22. 2. - 19. 3. 2001

Hlavní mediální partner časopis **ARCHITEKT**

II. Přehlídka zahraničního designu / International Design Show

22. 2. - 19. 3. 2001

Hlavní mediální partner časopis **STŘEHA**

Zahraniční mediální partner časopis **DESIGNUM**

AC AGENTURA
CAROLINA

moderní byt