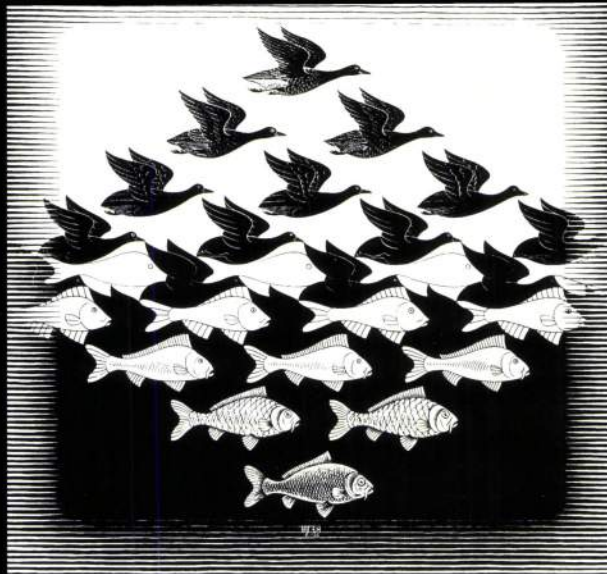


80,- Sk (pre predplatiteľov 60,- Sk)

BRUNO MAGLI

2/1998

..... medzi humorom a vážnosťou
..... súťaž Audi
..... francúzske skúsenosti na Slovensku
..... grafické štúdiá:
Rabbit&Solution
..... kvalitný dizajn - aký, pre koho, kedy?
..... Ingo Maurer
..... english summary



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

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

- Komplexná príprava tlačových podkladov vrátane grafických návrhov
- Skenovanie transparentných a odrazových predlôh na bubnovom skeneri Chromagraph S 3800 od firmy Linotype - Hell (maximálna veľkosť snímanej predlohy 650 x 510 mm)
- Stránková a hárková montáž na počítačoch Apple Macintosh a PC
- Osvit zo systémov Apple Macintosh a PC, na osvitových jednotkách Linotype - Hell:
 - Herkules PRO - maximálny formát osvitu B2 (730 x 550 mm), raster do 160 l/cm
 - Linotronic 630 - maximálny formát osvitu B3 (470 x 430 mm), raster do 80 l/cmOsvity môžu byť dodané na pamäťových médiách pre počítače Apple Macintosh a PC: externý HD SCSI, SyQuest 88 a 200 MB, Iomega disky Bernoulli, Jaz a Zip, magnetooptické disky 650 MB a 1,3 GB, CD-ROM disky
- Nátlačky Matchprint 3M na maximálny formát B2 (686 x 508 mm)
- Digitálne nátlačky 3M Rainbow na maximálny formát A3+
- Nahrávanie dát na CD-ROM disky
- Veľkoformátová digitálna tlač pre vnútorné aj vonkajšie použitie až do šírky 1,5 m
- Veľkoformátová laminácia a kaširovanie až do šírky 1,5 m

TYPOCON[®]
s.r.o.
COMPUTER GRAPHICS STUDIO

Obsah Contents

VÝSTAVY EXHIBITIONS

Mária Kovalčíková: Medzi humorom a vážnosťou
Between Humour and Seriousness 3

Lubica Pedersen: Outside inside
Outside Inside 7

SÚŤAŽE COMPETITIONS

Jana Pauly: Mc Donald's
Mc Donald's 8

mr: ETA VIZE 1998
ETA VISION 1998 10

Lubica Pedersenová: Dánska cena za priemyselný dizajn
Danish Prize for Industrial Design 12

mr: Audi
Audi 15

DIZAJNÉRSKE ŠTÚDIÁ DESIGN STUDIOS

Adriena Pekárová: Francúzske skúsenosti na Slovensku
French Experiences in Slovakia 18

Vojtech Gossányi: Dizajn nie je „estetická nadstavba“
Design Isn't "Aesthetical Superstructure" 20

GRAFICKÉ ŠTÚDIÁ GRAPHIC DESIGN STUDIOS

Dagmar Poláčková: Rabbit&Solution
Rabbit&Solution 22

DIZAJN PRE VŠETKÝCH DESIGN FOR ALL

Hubert Froyen: Poetická dimenzia univerzálneho dizajnu
Poetic Dimension of Universal Design 28

NÁBYTKOVÝ DIZAJN FURNITURE DESIGN

Luba Fábri: Oživená tradícia nestarnúceho dizajnu
Revived Tradition of Timeless Design 30

KAPITOLY Z DEJÍN DIZAJNU CHAPTERS FROM DESIGN HISTORY

Zdeno Kolesár: Internacionálna moderna
International Modernism 32

Štefan Holčík: Hoffmann v Bratislave
Hoffmann in Bratislava 35

English Summary 36

ÚVAHY REFLECTIONS

Edward Toran: Kvalitný dizajn?
Quality in Design? 41

PREDSTAVUJEME INTRODUCTION

Katarína Hubová: Mobilier
Mobilier 44

PROFIL PROFILE

Jarmila Račeková: Možnosti svetla a priestory fantázie
Possibilities of Light and Fantasy Spaces 48

GRAFICKÝ DIZAJN GRAPHIC DESIGN

Mária Riháková: Listovanie v albume
Browsing in the Scrapbook 52

DIZAJNÉRI DESIGNERS

mr: Prirodzená ľahkosť formy
Natural Lightness of Shape 55

AUTODIZAJN AUTOMOBILE DESIGN

Tomáš Hladný: Alternatívne zdroje pohonu - záruka „čistejšej“ budúcnosti?
Alternative Propulsion Sources - Guarantee of "Cleaner" Future? 58

MOZAIKA INFORMÁCIÍ INFORMATION MOSAIC

Európsky regionálny deň ICSID / *European Regional ICSID Day*. Grif '98. Český dizajn v Miláne / *Czech Design in Milan*. Talenty '98 / *Talents '98*. 30 rokov Italdesign / *30 Years Italdesign*. Storočie chorvátskeho dizajnu / *A Century of Croatian Design*. Volkswagen - Minox. Predmety z detského sveta / *Objects from a Child's World*. Stoneage. Menej je viac / *Less Is More*. Nová kolekcia Pizzitutti / *Pizzitutti New Collection*. Cosmit '98. Vico v Dánsku / *Vico in Denmark*. Podpora študentského dizajnu / *Support for Students' Design*. Novinky z knižnice SCD / *Novelties from SDC Library*. Aktuálna tradícia / *Topical Tradition*. Písací stôl ako súťažná téma / *Desk As a Competition Subject*. Industrie Forum Design Hannover '98



DE SIGN UM

revue dizajnu ■ design review

V. ročník ■ volume V.

vychádza 4-krát ročne ■ a quarterly
číslo 2/98 ■ number 2/98

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.

Riaditeľka SCD ■ Director of SDC

Lubica Nagyová

Redakcia ■ Editorial team

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

Grafická úprava ■ Graphics

Zuzana Chmelová
RA&SO (strany 22-27)

Zahraniční spolupracovníci

■ Foreign correspondents

Maria Korbel (Frankfurt),
Alastair S. Macdonald (Glasgow),
Jan Michl (Oslo), Jana Pauly (Praha),
Lubica Pedersen (Kodaň),
Edward Toran (New York)

Poštová adresa ■ Postal address

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

Sídlo redakcie ■ Address

Jakubovo nám. 12, Bratislava

telefón ■ phone:

+421 (0)7 536 15 64

fax: +421 (0)7 536 18 38

e-mail: sdc@sdc.sk

http://www.sdc.sk

Nevyžiadané rukopisy, fotografie
a diapozitívy sa nevracajú.

PrePress:

Typocon Bratislava

Tlač ■ Printing

BTB Bratislava

© SCD

ISSN 1335 - 034X

Registrované MK SR č. 889/93

Rozširuje

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

Distribuuje ■ Distribution

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

Objednávky prijíma

■ Subscription orders

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

Cena jedného čísla je 60,- Sk

pre predplatiteľov, odporúčaná cena
na voľný predaj je 80,- Sk.

Celoročné predplatné 240 Sk/300 Kč,
cena pre zahraničie 40 DM

+ poštovné.

Price per one copy abroad: 10 DM.

Annual subscription abroad:

40 DM + postage.

Invenčia, humor, odvaha... tieto črty možno objaviť u všetkých osobností dizajnu, ktorým sme dali príležitosť prezentovať sa v tomto čísle. Nie sú to len prirodzené sprievodné znaky veku označovaného ako mladosť, hoci by sme toto tvrdenie ľahko mohli dokumentovať napr. kresielkom Ufo zo štúdia Ufon dizajn alebo aj cieľavedomou tvrdohlavosťou, s akou sa Miroslav Horňák pokúša „presadiť“ svoje praktické poznatky z Francúzska v zahmlenom a nevyspytateľnom slovenskom hospodárskom prostredí. Práve dôvtip, kurióznosť a predstavivosť Inga Maurera dáva jeho svietidlám, výsostne užitočným predmetom, magické čaro príťažlivosti. Podobný je aj prístup klasika talianskeho dizajnu Achille Castiglioniho neomylnne sa pohybujúceho v priestoroch invencie i remesla a smerujúceho k užitku, ale i potešeniu. O čo viac nekonvenčného myslenia je treba pre navrhnutie predmetu, ktorý nie je funkčný len v rukách človeka vybaveného štandardnými priemernými zručnosťami a schopnosťami, ale pre všetkých. Prípad Huberta Froyena a jeho príboru je len jednou z množstva situácií, ako môže univerzálny dizajn odhaliť poéziu života aj tým ľuďom, pre ktorých je len nedostupnou chimérou v dôsledku hendikepu, fyzického či mentálneho limitu. Ak je tvorivosť, slobodné myslenie a potešenie - z procesu i výsledku - neodmysliteľnou súčasťou prínosu dizajnéra, u producenta sa k tomu pridáva ešte očakávanie ekonomického efektu. Že sa tieto princípy vzájomne dopĺňajú, presvedča príklad Mobilieru, jednej z mála úspešných slovenských firiem, ktoré poznajú silu a váhu dizajnu z vlastnej skúsenosti.

EDITORIAL



Invention, humour, courage - these features occur in all designer personalities, presented in this issue. These features are not only natural characteristics of youth, though this statement could be easily supported for instance by the small armchair Ufo, designed by the Ufon Design studio, or by Miroslav Horňák's determination to "apply" his knowledge and skills acquired in France in the Slovak obscure and ambiguous economic environment. Just the ingenuity, the curiosity, and the imagination of Ingo Maurer gives his lighting fixtures - objects of high utility - a magic charm and attractiveness. A similar approach is the one of Achille Castiglioni, a classic of the Italian design, who infallibly applies his invention to achieve utility, comfort... and pleasure as well. How much more unconventional thinking is needed to design an object, which is functional not only in hands of people with standard average skills and capabilities, but in all people's hands. The case of Hubert Froyen and his cutlery is only one of many situations, when universal design can reveal the poetry of life even to those people, for whom it is an inaccessible desire due to their handicap, their physical or mental limits. If creativity, free thinking and pleasure - within the process and the result - are indispensable contributions of a designer, the expectation of an economic effect is characteristic for a producer. The fact that these principles are complementary to each other is manifested by Mobilier, one of successful Slovak companies, knowing the strength and importance of design from their own experience.

ADRIENA PEKÁROVÁ

Na obálke: z výstavy Inga Maurera na veľtrhu nábytku Kolín '98.

„Nie je ťažké robiť veci nové, ale dobré.“ (Romain Rolland)

Michal Staško (1972)

a architekt **Norbert Sládečka** (1971)

sú mladí slovenskí dizajnéri.

Od roku 1997, keď ich vzájomná spolupráca nadobudla založením spoločného dizajnerskeho štúdia UFÓN dizajn v Piešťanoch konkrétnu podobu, vytvorili nejednu zaujímavú dizajnersku vizualizáciu a zrealizovali niekoľko zaujímavých dizajnerských projektov.

UFÓN DIZAJN

M

E

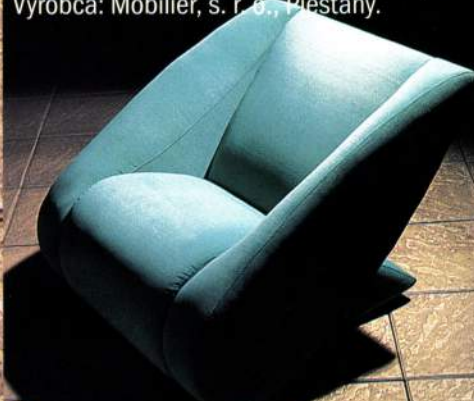
D

HUMOROM A VÁŽNOSŤOU

Z

I

Celočalúnené sklápacie kreslo Ufo,
dva varianty rozloženia. V: 800, š: 850, h: 900.
Výrobca: Mobilier, s. r. o., Piešťany.





Stolička Evergreen.



Konferenčný stolík Ossa ležiaca.



Konferenčný stolík Kotel. Výrobca: Vista, s. r. o., Piešťany.



SPOLUPRACOVALI S FIRMAMI ERIN, MEDIPROGRES, VISTA. NAJVÝRAZNEJŠIE VŠAK S FIRMOU MOBILIER, PRE KTORÚ UROBILI SKLADACIE ČALÚNENÉ KRESLO A POSUVNÝ BOXOVÝ SYSTÉM. PRE FIRMU ERIN NAVRHLI VARIABILNÝ REGÁLOVÝ SYSTÉM, PRE FIRMU MEDIPROGRES VYRIEŠILI INTERIÉR ORDINÁCIE VŠEOBECNÉHO LEKÁRA A ŠTÚDIU STOMATOLOGICKÉHO A VODOLIEČEBNÉHO PRACOVISKA, ĎALEJ KOLEKCIU KONFERENČNÝCH STOLÍKOV PRE FIRMU VISTA, SKLADACÍ REGÁLOVÝ SYSTÉM PRE FIRMU TECHNOMETAL, NÁVRHY NA KOLEKCIU FLIAŠ PRE LEOPOLD FERM, S. R. O., A VEĽA DROBNÝCH, PRIEMYSELNE VYRÁBANÝCH PRODUKTOV.

Ich tvorivý potenciál sa pohybuje v oblasti širokého spektra užitočných predmetov, nábytkového a grafického dizajnu, interiérov, a tiež v oblasti potravinárskeho priemyslu, v ktorom inovujú tvarovú podobu niektorých potravinárskych výrobkov.

Dominantné postavenie v ich tvorbe však zaujíma nábytkový dizajn, v ktorom uprednostňujú jednoduchosť a čistotu tvarov spojenú s maximálnou funkčnosťou a variabilitnosťou. Rešpektujú pritom požiadavky bežného spotrebiteľa: „Snažíme sa vyrábať aktuálne veci, použiteľné v každodennej praxi. Usilujeme sa o to, aby bol náš nábytok pekný, aby sa dobre predával a vyhovoval požiadavkám súčasného človeka. Dnes sa vyžaduje od dizajnu maximálne pohodlie a všetko, čo s tým súvisí. Podľa nášho názoru nábytok u nás dlho stagnoval. My sa preto snažíme pokrývať tento deficit.“

Dôležité miesto zohráva pri inšpirácii automobilový dizajn, ktorého prvky sú obsiahnuté hlavne v čalúnených kresielkach UFO a Jazýček. „Automobilový dizajn nám je veľmi blízky, pretože sa inšpiruje aj interiérovým dizajnom, a toto pravidlo platí aj opačne. Na kresielkach Jazýček sme vedome vychádzali z tvarovej typológie bočníc uplatňovaných v automobilových karosériách.“

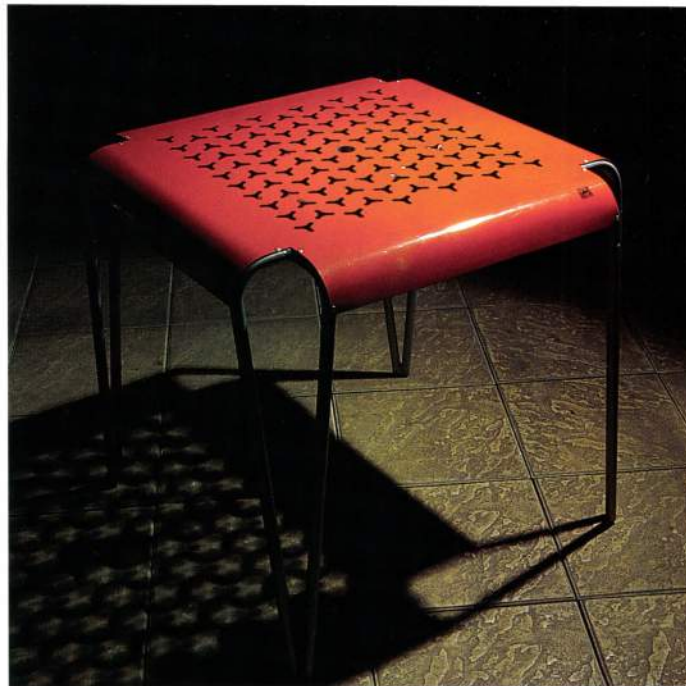
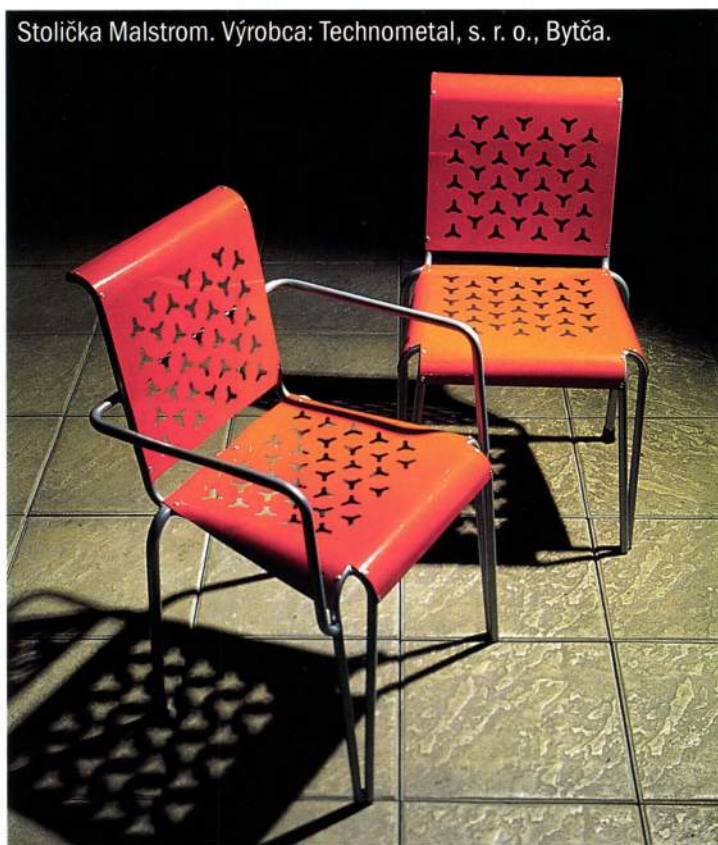
Pohyb a jeho maximálna štylizácia, jeho usmernenie prostredníctvom autorskej invenčnosti sú hlavným prínosom dizajnerskej produkcie štúdia Ufón dizajn.

Druhou dôležitou zložkou je dostupnosť použitých materiálov. Inšpirácia prichádza priamo zo skutočnosti, z bežnej reality, zo súčasnej architektúry a z jej požiadaviek, v ktorých obidvaja autori uplatňujú strohý funkcionalizmus a typickú pluralitu postmoderného myslenia. Často to nie je iba presadzovanie prvoplánovej jednoduchosť, užitočnosti a ekonomickej efektívnosti industriálne dostupných materiálov, ale aj presadzovanie určitého názoru na konkrétnu tvarovú typológiu predmetov, na určitý životný štýl.

Kolekcia svietnikov Gotik rock.



Stolička Malstrom. Výrobca: Technometal, s. r. o., Bytča.



Stôl Malstrom. Výrobca: Technometal, s. r. o., Bytča.

Vzory a potvrdenie svojich tvorivých názorov nachádzajú aj v tvorbe známych svetových dizajnérov, napr. v tvorbe Philippe Starcka. Tieto vplyvy a podnety vedome priznávajú a považujú ich často za meradlo overenej kvality. „Starckom sa neinspirovujeme konkrétno. Všímame si určité významy jeho tvorby: jeho názory, teóriu, s akou pristupuje k tvorbe dizajnu úžitkových predmetov. Naše barové stoličky, ktoré momentálne pretláčame do výrobného procesu, sú tiež inšpirované jeho menom - „Starckraft“. Kopírovanie nám je cudzie, zaujíma nás nápad, vnútorná dimenzia vznikajúca z ojedinelého názoru na život a jeho úžitkovosť.“

Obidvaja autori sú racionálni a flexibilní, napr. v odvahe, s akou uplatňujú industriálne prvky. Táto črta vychádza priamo z ich dizajnérskeho kréda, ktorým je sériovo vyrábaný, maximálne úžitkový dizajn.

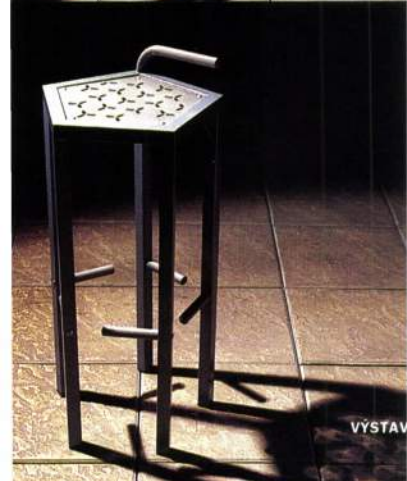
Z dizajnérskej dielne Michala Staška a Norberta Sládečku sú v predaji kresielka Ufo a Jazýček. Ich výrobou sa zaoberajú nábytkárske firmy Mobilier v Piešťanoch a Bodnár v Prievidzi. Roku 1997 na Medzinárodnom veľtrhu nábytku v Kolíne nad Rýnom upútali pozornosť zahraničnej verejnosti práve kresielka Ufo. Sú vyhotovené v niekoľkých materiálových mutáciách, aj v koži. Objem týchto kresielok je možné zmenšiť až o 50 %, ak to vyžaduje skladovanie, transport alebo iná účelová manipulácia. Kresielko UFO sa dá prispôbiť aj ako relaxačná pohovka, podobne ako kreslo Jazýček. „V Kolíne n. Rýnom boli naše kresielka Ufo porovnateľné so zahraničnými výrobkami. V oblasti technologického spracovania je však ešte stále čo doťahovať, vylepšovať. Veľký záujem o kresielka prejavili obchodníci. My však chceme spolupracovať priamo s firmami. Pokiaľ ide o cenové relácie, tie si určuje firma, ktorá kresielka vyrába. Tu zohrávajú úlohu viaceré činitele: počet výrobných kusov, typ použitého materiálu, resp. konštrukcia výrobku.“

Predmetom záujmu štúdia Ufón nie je len exkluzívny dizajn, ale aj bežné kuchynské zariadenie: záhradné stoly a stoličky z dekoratívne perforovaného plechového materiálu, alebo masívne stoličky do exteriéru z recyklovaného plastu simulujúceho solídnu drevenú hmotu.





Celočalúnené sklápacie kreslo Jazýček, dva varianty rozloženia.
V: 850, š: 800, h: 900. Výrobca: Bodnár, s. r. o., Prievidza.



Barové stoličky Starckraft. Výrobca: Medcom, Piešťany.



„V našom dizajne využívame jednoduché, dostupné materiály. Hľadáme stálejšie farby a snažíme sa zjednodušiť spôsob opracovania a spracovávania materiálov. Používame jednoduché technológie. Nechceme robiť drahé veci. Recyklovaný plast zaraďujeme medzi lacné technológie. Zatiaľ sme ho použili len na stoličkách Evergreen, ktoré sme v apríli tohto roku prezentovali po prvýkrát na našej spoločnej výstave v Galérii dizajnu a architektúry K.F.A. v Bratislave.“

Okrem inšpirácie v nových technológiách, v technickom dizajne, architektúre a konkrétnom životnom štýle, sú v tvorbe dizajnerskeho štúdia UFÓN dizajn prítomné aj podnety z prírody, z jej tvarovej pestrosti a krehkosti. Touto sférou sú inšpirované konferenčné stolíky typu Ossa vyrobené z nosnej kovovej konštrukcie, skla a bukového masívu, alebo tvarovo jednoduché a funkčne variabilné stolíky Kotol a Pasta. Vo farebnosti dizajnu M. Staška a N. Sládečku prevládajú jasné optimistické pastelové farby, potláčajúce každodenný stres a psychickú depresiu.

Ak by sa dala teoreticky zhrnúť charakteristika tvorby týchto dvoch dizajnérov, mohlo by sa povedať, že sú bezprostredne hraví a súčasne nekonvenčne optimistickí. Svet humoru a nadsádzky sa tu prelína so zodpovednou profesionálnou vážnosťou a prirodzeným ľudským temperamentom.

V súčasnosti sa začína sľubne rozvíjať aj tvorivá spolupráca štúdia UFÓN dizajn so zahraničnými firmami. „Na veľtrhu v Kolíne n. Rýnom sme nadviazali kontakty s talianskymi nábytkárskymi firmami, naším ďalším cieľom je Miláno. Tešíme sa na túto spoluprácu, pretože taliansky nábytok je považovaný za jeden z najšpičkovejších vo svetovom meradle.“

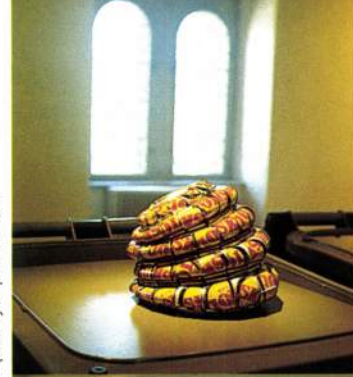
Mária Kovalčíková

Foto: Robert Kočan

Z výstavy Upside Down - Inside Out. V popredí hojdacia sieť Marianne Riberovej z Dánska vypltená zo starých novín, bicyklových duší a i.



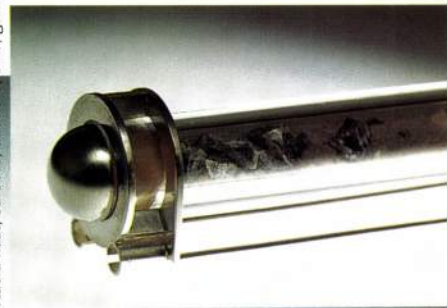
Objekt Zovretie Ive Hagena z Nórska z použitých plechoviek.



Luster Madeleine Boulesteixovej z Veľkej Británie vyrobený z pohárov, skla, ponorného siete a i.



Brošňa Petra Janíka Zem môjho srdca - Skovsetten, Dánsko. Materiál: čierna muškovina, piesok z pláže, vtáčia kosť, striebro, antikoro, sklo, guma.



Lubica Pedersenová

Okrúhla veža je nielen jednou z hlavných pamätihodností Kodane, ale aj miestom pravidelného konania výstav. Umiestnené sú v krásne presvetlenej bývalej povale univerzitného kostola, ku ktorému bola Okrúhla veža, slúžiaca kedysi ako astronomické observatórium, v 17. storočí prístavená. V máji sa tu konala výstava s názvom Upside down - inside out, ktorej témou bola recyklácia - umelecké využitie použitého materiálu. Usporiadatelia (dánski umelci a zväzy umeleckých remeselníkov) inzerovali okrem iného prostredníctvom Internetu, vďaka čomu sa stretli s odozvou vo veľkom počte krajín. Zo 150 záujemcov medzinárodná porota vybrala približne jednu tretinu. Potešiteľné je, že zastúpené bolo aj Slovensko, a to Petrom Janíkom. Výtvarníci, dizajnéri a umeleckí remeselníci mali reflektovať na problém nadmernej spotreby a nadmerného odpadu, ktoré narušajú ekologickú rovnováhu. Dať použitým veciam či materiálu nový život premenením neznámeho materiálu v známy objekt a naopak (odtiaľ názov výstavy), alebo vytvoriť predmet na základe ekologického prístupu. Vystavené predmety preto odrážali - v zmysle organizačných pokynov - veľmi voľný prístup k myšlienke recyklácie. Inšpiračnými bodmi, ktoré usporiadatelia ponúkli záujemcom, boli humor - fantázia - prevrpenie - poézia. Tie boli prítomné prakticky v každom predmete, preto výstava zaujala široké publikum, v neposlednom rade deti a mládež. Použitý materiál nie je možné uviesť v úplnosti. Zastúpené boli prakticky celé zberné suroviny - papier, guma, kov, sklo atď., pôvodne slúžiace na najrozmanitejšie účely. Predmety boli vyrobené napríklad z pneumatík, novín, plastov, vrchnákov z fliaš, vypálených zápalek, obalovín, prírodného odpadu, kancelárskych pomôcok a i. Rôznorodý bol aj účel novovytvorených predmetov. U niektorých dominovala ich funkčná hodnota, u iných bola táto podružná a prevažovala estetická alebo dekoratívna poloha, kým ďalšie objekty boli čistým zhmotnením idey alebo konceptu vyzývajúcim k zamysleniu. Boli tu nábytkové objekty (kreslá a stoličky z konzerv, plastových obalov od filmu, z hrdzavého záhradného náradia, hojdacia sieť z novín, bicyklových duší a drôtu a i.), početné rohože, koberce a deliace závesy, niekoľko odevov (napríklad šaty z gumených rukavíc alebo invenčne pozošívajúcich textilných čajových vreciek, ale aj funkčnejšie odevné súčasti, o. i. s použitím kôry a papiera) a celý rad predmetov blížiacich sa k voľnému umeniu (obrazy, reliéfy). Viacerí autori sa venovali osvetleniu, zaujímavý bol svietnik z ostnatého drôtu, nástenné svietidlá - objekty z kovovej konštrukcie matraca alebo plastových obalov na vajíčka, ako aj luster na kahance poskladaný anglickou autorkou z množstva predmetov používaných pri podávaní čaju. Nápaditá a väčšinou humorná bola početná skupina šperkov, predovšetkým náhrdelníkov. V nich sa uplatnili najrozmanitejšie drobné predmety - spinky, drôtky, plastikové obaly na ihly, obyčajné gumičky, nastrihané káble, dokonca tabletky proti boľeniu hlavy pripevnené na náprstky do podoby margaréty (náhrdelník bol inšpirovaný dánskou kráľovnou Margrethe, ktorá často nosí šperky s týmto kvetinovým motívom, vystavený náhrdelník mal podtitul Kráľovský šperk - sada Urob si sám). Šperkom, hoci iného charakteru, sa prezentoval aj Peter Janík. Pod

názvom Šperk 21. storočia - Zem môjho srdca vystavil tri drobné kontemplatívne objekty vytvorené zo sklenených trubíc, do ktorých boli zatavené kúsky prírody (piesok, drevo, lastúry, štrk a i.) z konkrétnych miest na Slovensku a v Dánsku.

Za zmienku tiež stojí nápaditý prvok inštalácie, ktorým boli dva rady kontajnerových nádob poskytnutých kodaňskou firmou na odvoz a spracovanie odpadu (zároveň jeden zo sponzorov podujatia), v ktorých boli vystavené drobné predmety, napríklad minikomoda zo sardinkových konzerv, funkčný budík z plechovky alebo šperky P. Janíka.

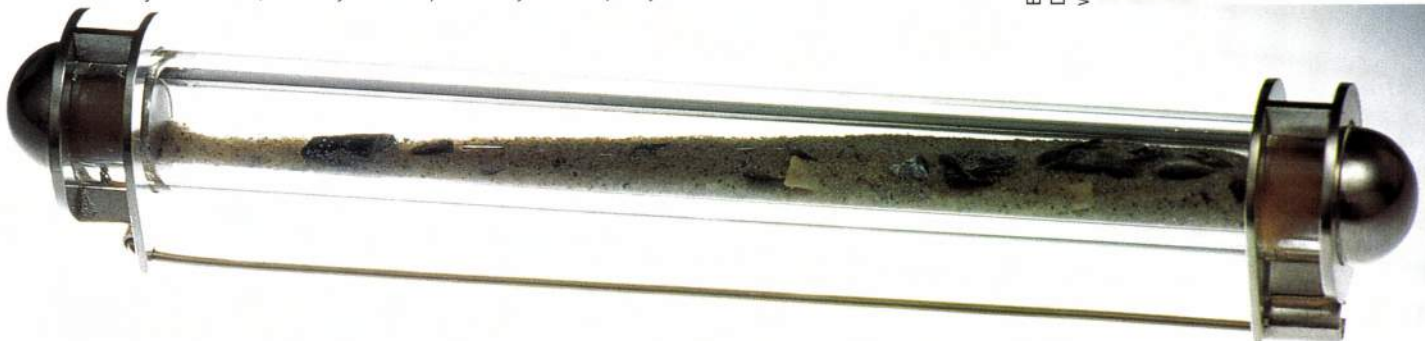
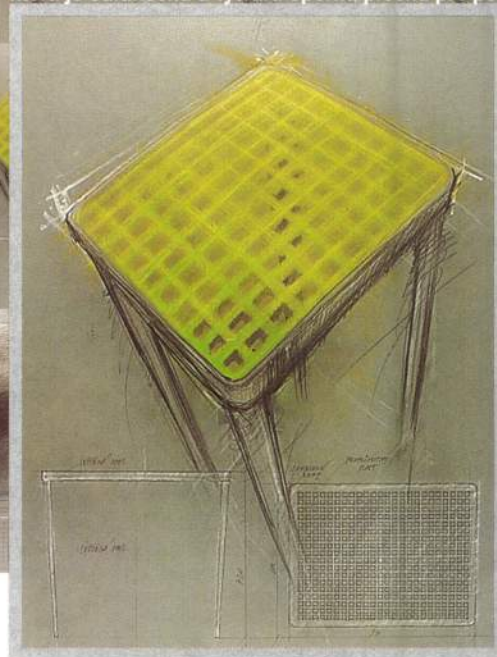


Foto: archív redakcie a Martin Marenčin

Výdajový pult má byť spojovacím prvkom medzi technikou kuchyne a zákazníkmi. Je z antikora, plochu tvoria otočné valčeky, po ktorých sa podnos s jedlom plynulo posúva bez toho, aby sa musel zdvíhať. Aké premyslené a jednoduché!



Stôl - kovová konštrukcia z antikora alebo kompozitných materiálov je doplnená vrchnou doskou z plastu, ktorá je odľahčená a vytvára opornú plochu pre podnos.



súťaž Mc Donald's

Jana Pauly

NIE, NAOZAJ NEŠLO O NOVÚ SÚŤAŽ O NAJLEPŠÍ, NAJVÄČŠÍ A MOŽNO AJ NAJCHUTNEJŠÍ HAMBURGER ČI KORNÚT S POMFRITAMI POLIATY AKOISI NEZDRAVOU GEBUZINOU, KTORÚ TAK MILUJÚ DETI A TÍNEJDŽRI. BOLA TO SÚŤAŽ ZAMERANÁ NA NOVÉ, VTIPNÉ RIEŠENIE PROSTREDIA REŠTAURÁCIÍ, KDE SA PREDÁVAJÚ TYPICKÉ MCDONALDOVSKÉ POKRMY.

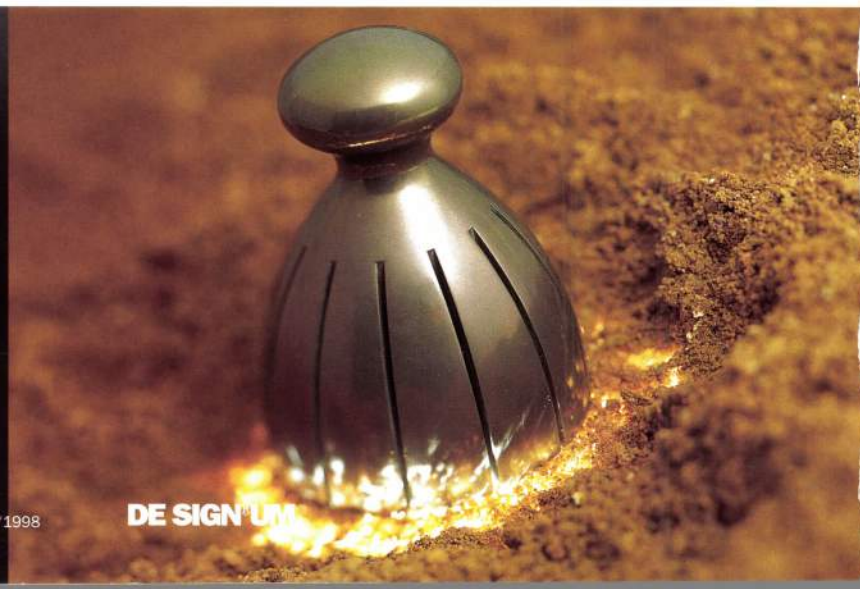
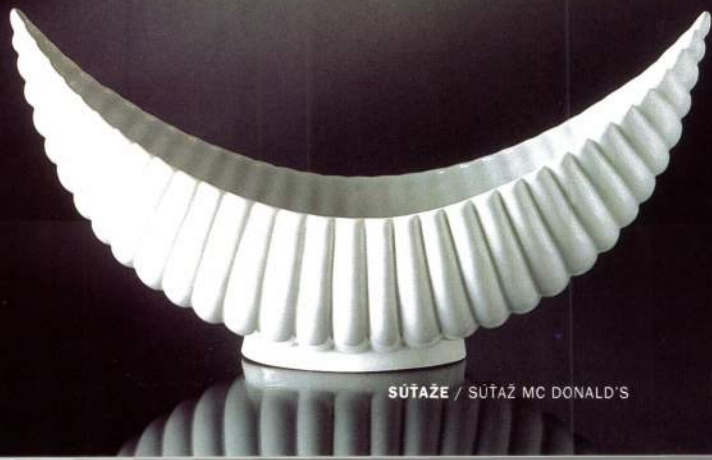
Design centrum ČR vyhlásilo koncom roku 1997 v spolupráci so spoločnosťou Mc Donald's ČR súťaž pre vyzvaných aj nevyzvaných odborníkov a študentov na vytvorenie nového vzhľadu interiérov reštaurácií Mc Donald's. Vyhlásenie víťazov bolo spojené s vernisážou výstavy súťažných prác v Galérii DC ČR v Prahe, na ktorej sa predstavili projekty takmer štyroch desiatok tvorcov alebo kolektívov. Súťaž oboslali predovšetkým mladí architekti a študenti vysokých škôl. Pre ateliér architektúry a dizajnu VŠUP v Prahe, kde po Bořkovi Šípkovi nastúpil Jiří Pelcl, bola táto téma dokonca klauzúrnou prácou.

Vo veľkej konkurencii inšpiratívnych projektov zvíťazili dve mladé architektky - Kateřina Doušová a Leona Matějková, obe absolventky VŠUP u prof. B. Šípka. Ich prvý spoločný projekt prezentoval zatiaľ iba úvodnú víziu tejto úlohy. Vyrovnané poňatie priestoru vo vzťahu k jeho funkcii a presvedčivá realizácia štúdie v kresbe rozhodli o ich víťazstve v súťaži. Hlavnou cenou je zákazka na nový interiér reštaurácie Mc Donald's v Prahe a študijná cesta do USA.

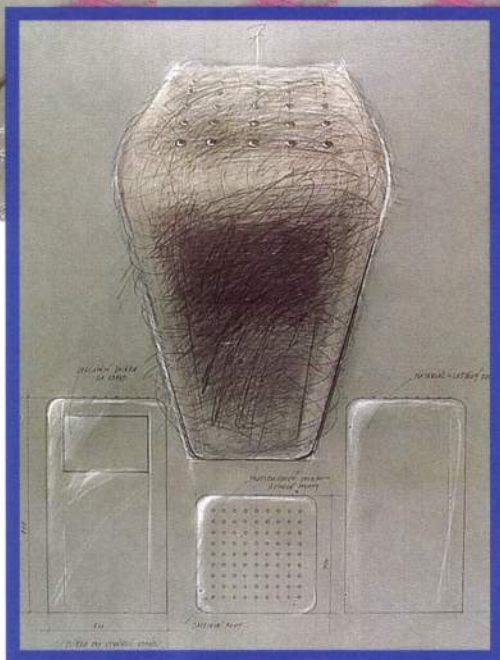
Podľa vyjadrenia autoriek dôjde pri realizácii projektu novej reštaurácie k určitým tvorivým posunom. Vo svojich úvahách vychádzajú autorky celkom oprávnené z typu jednoduchého a primitívneho formou servírovaného jedla pre špeciálnu skupinu konzumentov. Jedlo podávané „ako na výlete“, čiže zabalené v papieroch, je pri konzumácii v jedálni položené na podnose spolu s nápojmi v pestrých papierových pohároch - to všetko sú určujúce princípy konkrétneho

Misa z bieleho porcelánu Hornwerk. Dizajn: Kateřina Doušová.

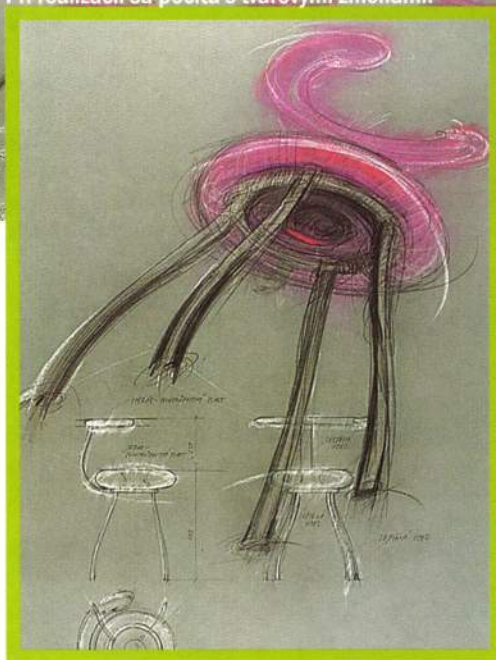
Pachole, fažidlo so zárezmi na vizitky a listy z patinovaného sústruženého duralu. Dizajn: Kateřina Doušová.



Kôš na odpadky je z antikora, horná plocha má gumené body, ktoré zabráňujú skĺznutiu odkladaných podnosov.



Stolička - odľahčená kovová konštrukcia z kompozitov doplnená sedadlom a operadlom z farebného plastu. Pri realizácii sa počítá s tvarovými zmenami.



Dizajn: Kateřina Doušová a Leona Matějková.

spracovania zadaného projektu. Autorky to viedlo i k čiastočnej zmene stoličiek a sedadiel do kompaktnejších oblých tvarov „kameňov“, sedenia akoby v prírode. Snaha o používanie čo najneznámejších a ľahko udržiavateľných materiálov, ako sú antikora, oceľ, odľahčené kompozity kovov a uhlíkových vlákien v spojení s kvalitnými plastmi, je určujúca pri vytváraní jednoduchých funkcií priestoru a jeho mobiliáru.

Obe mladé víťazky pôsobia na prvý pohľad skromne, no pri rozhovore z nich sála zdravé sebadomie a radosť z víťazstva v súťaži. Pri prezentácii vlastnej tvorby nezaprú vplyv školenia Bořka Šípka. Názorová voľnosť v tvorbe, schopnosť akceptovať a transponovať historické a nové vplyvy pri hľadaní vlastnej cesty, možnosť pracovať v tíme - to je atmosféra pražského Studia Bořka Šípka, ktorá ich tam priviedla po ukončení štúdia. Kateřina Doušová sa zúčastňuje na projektoch štúdia už od r. 1990 a mladšia Leona Matějková od r. 1995. Obe sa zároveň venujú vlastnej tvorbe, navrhujú dizajn sklenených, porcelánových a kovových solitérov, no každá svojím osobitým spôsobom. Realizujú ich v sklárni Ajeto v Lindave, v porcelánovej prevádzke Keramika M+M a kovové predmety v Practical Design Praha. Artefakty sa vyrábajú v malých 5-10 kusových sériách a väčšinou si nachádzajú obdivovateľov a zákazníkov v krajinách západnej Európy.

Kateřina Doušová sa viac zaoberá interiérovou architektúrou, zatiaľ čo Leona s kolegami skúša realizovať návrhy pre sériovú výrobu. V súčasnosti sa obe podieľajú na veľkom medzinárodnom projekte Connecting holandského centra dizajnu, ktorého konceptuálny náboj spočíva v stretnutí dizajnérov s kvalitnými remeselníkmi pri realizácii a spracovaní tohto projektu. Ide o vzájomné prelínanie kultúr z rôznych krajín sveta, odlišné prístupy v chápaní a tvorbe samotnej, odovzdávanie skúseností a tradičných techník z Afriky a Ázie do Európy a naopak prostredníctvom workshopov, ktoré sa uskutočnili v Amsterdame a nedávno v Miláne a ktoré budú ďalej pokračovať.

Obe dizajnérky sa teraz popri zmienenej spoločnej akcii pustili do realizácie projektu, ktorý má byť zakončený otvorením novej reštaurácie Mc Donald's v Prahe koncom tohto roku. Určite bude zaujímavé pozrieť sa na hotový výsledok a porovnať ho s ich pôvodnou víťaznou víziou.

Foto: archív L. M. a K. Š

Časť jedálenskej súpravy Piknik určenej na stolovanie v prírode. Podšálka má hlbší profil vhodný na uchopenie do dlane, zabráňujúci skĺznutiu šálky. Dizajn: Leona Matějková.

Strieborná servírovacia lyžica zo súpravy Piknik je v prednej časti perforovaná kvôli odkvapkávaniu dresingu zo šalátov. Porcovací nôž má čepeľ z antikora a striebornú rukoväť. Čepeľ je na neostrej hrane označená výčnelkami.



DO ROKU 1989 SA V KAŽDEJ DOMÁCNOSTI BÝVALÉHO ČESKOSLOVENSKA DAL NÁJSŤ ASPOŇ JEDEN SPOTREBIČ ZNAČKY ETA HLINSKO. POTOM TRH ZAPLAVILI VÝROBKY RENOMOVANÝCH I NEZNÁMYCH ZAHRANIČNÝCH FIRIEM, KTORÉ SI ZÍSKAVALI ZÁKAZNÍKA MASÍVNOU REKLAMOU, NIEKEDY AJ CENOU, ALE TAKMER VŽDY LEPŠÍM DIZAJNOM.

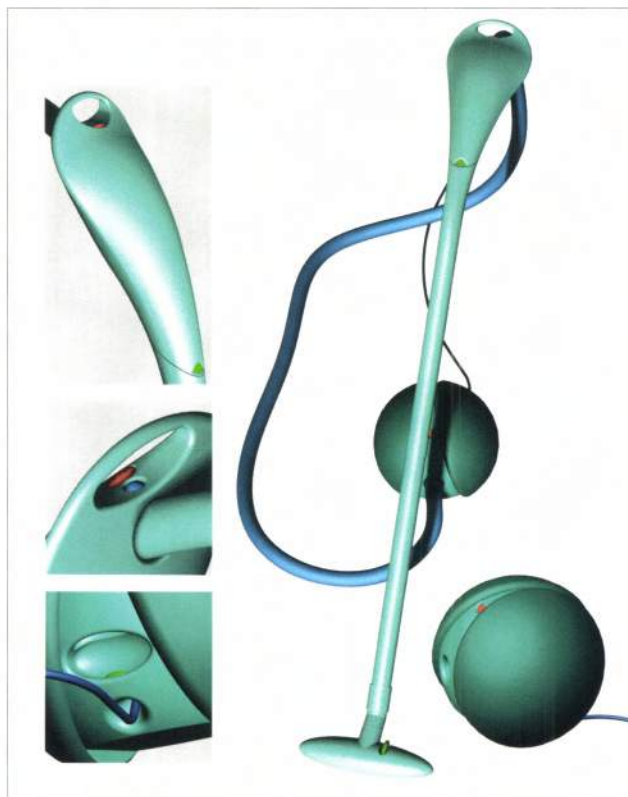
Česká akciová spoločnosť ETA oslavuje v tomto roku 55. výročie svojho vzniku. Dnešný podnik vznikol z malej elektrotechnickej firmy ESA založenej r. 1943. To, že sa výročia dožila v „dobrom zdraví“ napriek tvrdej konkurencii, treba pripísať schopnosti rýchlej inovácie výrobného programu, na ktorej si podnik založil svoju porevolučnú obchodnú stratégiu. Funkciou a kvalitou sa totiž veľká časť výrobkov významných značiek takmer nelíši. O komerčnom úspechu nového elektrického spotrebiča preto rozhodujú najmä tvarové a estetické hľadiská.

ETA, a. s., sa v minulom roku rozhodla hľadať nové dizajnérske riešenia svojich výrobkov formou súťaže študentov dizajnu a mladých dizajnérov do 35 rokov. Spolu s Design centrom ČR v Brne vypísala súťaž ETA VIZE o netradičný dizajn domácich spotrebičov pre výrobný program v budúcom desaťročí. Každý uchádzač musel navrhnuť kolekciu šiestich výrobkov formou dvojrozmernej štúdie a jedného modelu v mierke 1 : 1. V kolekcii nesmel chýbať vysávač, naparovacia žehlička a kuchynský robot, ostatné tri výrobky boli voľiteľné z 11 možností. Do uzávierky súťaže 2. 3. 1998 prišlo 42 prác, ktoré posúdila odborná porota zložená zo zástupcov oboch usporiadateľov. Tri ceny získali študenti VUT Brno - Fakulty výtvarných umení, po jednej študenti VŠUP Praha a SUPŠ Uherské Hradiště.

Dve ďalšie ceny si odniesli mladí dizajnéri zo Slovenska. Zvláštnu cenu generálneho riaditeľa a. s. ETA získal Wojciech Baščik, študent VŠVU Bratislava (pedagóg doc. F. Chrenka), za návrh naparovacej žehličky umožňujúcej nový spôsob manipulácie. Cenu riaditeľa DC ČR si na slávnostnom vyhlásení víťazov súťaže v rámci marcového veľtrhu MOBIS v Brne prišiel prevziať Anton Bendis, absolvent STU Bratislava, za návrh tvarovo inšpiratívnej futurologickej štúdie vizualizujúcej domáce spotrebiče.

ETA, a. s., získala touto súťažou nielen viacero kvalitných návrhov pre svoj inovačný program tretieho tisícročia, ale aj možných budúcich spolupracovníkov.

Vizualizácie súťažných návrhov Antona Bendisa



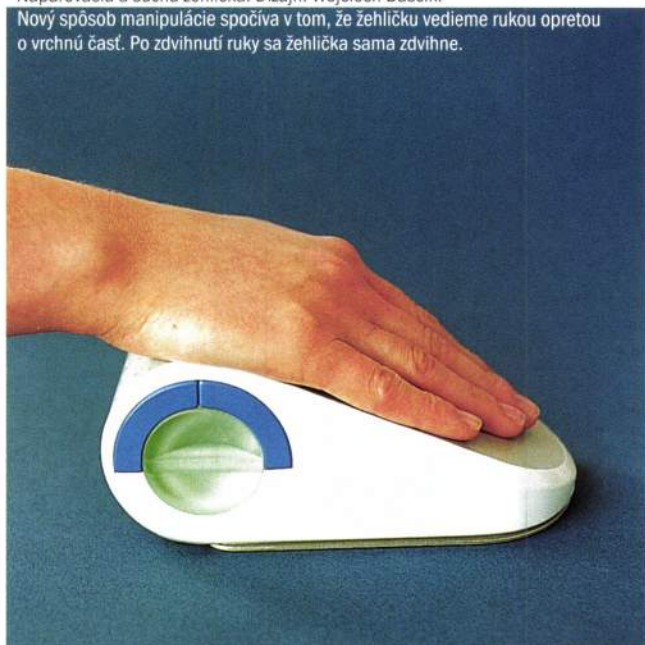
ETA VIZE 1998

mr



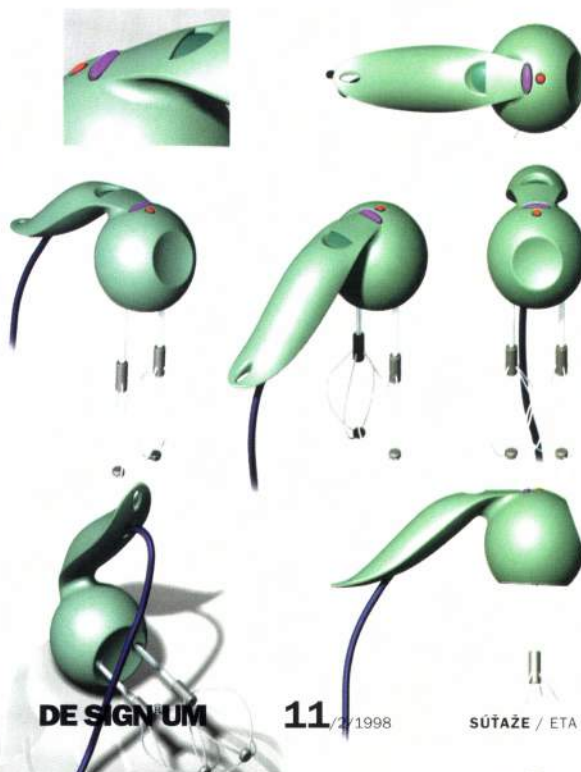
Naparovacia a suchá žehlička. Dizajn: Wojciech Baščik.

Nový spôsob manipulácie spočíva v tom, že žehličku vedieme rukou opretou o vrchnú časť. Po zdvihnutí ruky sa žehlička sama zdvihne.



Podlahový vysávač. Dizajn: Wojciech Baščik. Vysávač sa dá zavesiť na rameno vďaka mobilnej rúčke na textilnom páse, ktorú možno vysunúť do ľubovoľnej dĺžky.

súťaž o netradičný dizajn elektrických spotrebičov



Vizualizácie súťažných návrhov Antona Bendisa

Ako užívatelia dobre poznáme výrobky ETA a vieme, čo by sme prípadne zmenili. Pretože pre veľa domácich spotrebičov sa používa slovo „robot“, šiel som priamo k zdroju - Čapkovmu R. U. R. Tam sa v predohre hovorí, ako mladý Rosum vynášiel robota: „Vynalezl dělníka s nejmenším počtem potřeb. Musel ho sjednoduřit. Vyhodil všechno, co neslouží přímo práci...“ - a toto som chcel urobiť aj ja.

Napríklad kávovar: máva dve nádrže - jednu na vodu, druhú na kávu. Ale čo slúži práci? Iba priestor medzi nimi. Tam sa voda ohreje a káva vyluhuje. Teda zostal len ten: vodu v ľubovoľnej nádobe si kávovar najprv ohreje a potom ju prečerpá cez zásobník s kávou... Vo vysávači zase často za sebou ťaháme niekoľkotýždňovú špinu. Slúži to práci? Nie.

Priestor pre nečistotu sa preto dostal do rukoviatky, kde je pripravený na odnesenie a vyprázdenie bez toho, aby sme „rozoberali“ celý vysávač. Z vysávača zostal len motor obalený kolesami...

Prietokový ohrievač zasa má zväčša dva kohútiky, ale na prvý pohľad mi nie je jasné, z ktorého tečie voda. Popálím sa. Preto ich nahradila páka. Atd'.

Mladý Rosum nechcel, aby jeho roboti mali dušu. Ja som naopak chcel. Potom to už bolo treba iba vymodelovať - najskôr plastelína, potom nuly a jedničky (počítač). Potom zabaliť a poslať. To je všetko.

Anton Bendis



Prístroj na meranie akustiky OmniSource 4295.
Dizajn a výroba: Brüel & Kjaer.



Vysávač BACKCUUM. Dizajn: Steen M. Eriksen.
Výrobca: Nilfisk A/S.

dánska cena za priemyselný dizajn 1998

Ľubica Pedersenová

DÁNSKE DIZAJN CENTRUM (DDC) V KODANI UDEĽUJE OD ROKU 1965 TAKZVANÚ **ID-cenu**, KTORÁ JE NAJVVŠÍM NÁRODNÝM OCENENÍM ZA „DOBÝ DIZAJN“. POD TÝMTO POJMOM POROTA ROZUMIE DIZAJN PREDMETOV, KTORÉ SÚ FUNKČNÉ A ZAUJÍMAVÉ PRE UŽÍVATEĽA, PRIČOM AKTUÁLNY PROBLÉM RIEŠIA SPÔSOBOM ZOHĽADŇUJÚCIM SPOLOČNOSŤ, ŽIVOTNÉ PROSTREDIE A PODMIENKY PRIEMYSELNEJ VÝROBY.

Za rok 1998 bolo udelených päť cien, ktorých nositeľov porota vybrala spomedzi stovky kandidátov. Samotný ceremoniál sa odohrával do slova pod strechou jedného z ocenených výrobkov: pod plachtou stanu určeného pre celoročný voľný chov ošipaných. Ide o 12- alebo 16-hranný stan, ktorého plachta je pripevnená na centrálny stĺp, pričom otvor v hornej časti zabezpečuje stále vetranie. Plachtovina je zvarená z dielov špeciálne vyrobeného polyetylénu (bez PVC), ktorý odpudzuje masťotu a špinu. Steny prístrešku sa budujú z balov slamy, ktorá izoluje a zároveň viaže prach a amoniak. V letnom období sa plachtovina natiera vápnom, aby sa znížila vnútorná teplota. Do jesene vápno postupne zmyje dážď a prístrešok opäť vyhrievajú slnečné lúče. Interiér je suchý a teplý, pričom ošipané majú voľný pohyb v okolí svojej netradičnej maštale. Treba dodať, že Dáni venujú čoraz väčšiu pozornosť podmienkam chovu dobytky a hydiny a kvalite ich života pred utratením. V obchodoch je napríklad možné kúpiť mäso alebo vajcia diferencované podľa spôsobu chovu, na čo sú presne a prísne stanovené kritériá (napríklad či sliepky majú k dispozícii prašný areál na hrabanie a bidlá na sedenie a koľko v prepočte na hlavu a podobne). Preto aj stan pre ošipané bol ocenený za kombináciu ekologického, etického a prevádzkovo-produkčného prístupu. Navyše pri voľnom chove ošipaných predstavuje energetická spotreba len desatinu spotreby pri chove v maštaliach, podobne sa znižuje spotreba liekov a zápach, pričom - jednoducho povedané - sa prasce majú takmer ako v žite. Porota navyše zdôraznila aj estetickú hodnotu výrobku, ktorý posobí takmer skulptúrne v otvorenej krajine dánskeho vidieka. V prípade presunu chovu sú navyše stany ľahko premiestniteľné.

Cenu získala aj firma Brüel & Kjaer (tímový dizajn) za prístroj na meranie akustiky vnútorných priestorov **OmniSource 4295**. Pri meraní akustiky sa používa zvukový zdroj, ktorý do všetkých smerov vysiela rovnomerný zvukový signál so širokou frekvenciou. Ideálny je pôvod zvuku v jednom bode, preto tradične používaný prístroj má tvar pravidelného dvanásťstenu, t. j. zdroja s 12 reproduktormi. Firma Brüel & Kjaer vyvinula nový, už patentovaný princíp s jediným reproduktorom, ktorý je umiestnený v spodnej časti kónického puzdra (tvar vychádza z presných geometrických výpočtov) s otvorom na opačnom konci. Puzdro sústreďuje zvuk a prenáša ho k malému otvoru, odkiaľ sa zvukové vlny šíria do všetkých smerov. Prístroj spája originálne technické riešenie s kvalitným dizajnom. Má podstatne nižšiu hmotnosť ako jeho predchodca (3 kg oproti 14 kg), takže sa zmestí napríklad do batožinového priestoru auta. OmniSource navyše používa štandardný stojan - tripód, na ktorý sa dá namontovať v horizontálnej i vertikálnej polohe.

Autori ďalšieho oceneného produktu neboli po prvýkrát v svetle reflektorov v sále DDC. Dizajnér Steen M. Eriksen a výrobca NILFISK A/S získali už v roku 1996 za svoj chrbtový vysávač - vtedy prototyp - cenu DDC nazvanú ID-vízia (pozri ďalej v texte). Ide o netradičný, mimoriadne praktický prístroj určený predovšetkým pre profesionálnych pracovníkov na čistenie ťažko dostupných miest, napríklad v lietadlách, vlakoch, divadlách, kinách a hoteloch, kde značnú časť práce zaberá prenášanie ťažkého prístroja a „zápasenie“ so šnúrou. Dizajnér preto navrhol prístroj, ktorý sa nosí na chrbte a jeho ergonomický tvar je výsledkom biomechanických analýz. Teleso aparátu sa skladá z dvoch častí upevnených na remeňoch tak, že vysávač sleduje pohyby tela v horizontálnom i vertikálnom smere. Motor, a teda ťažisko aparátu, je v dolnej časti, blízko prirodzeného ťažiska užívateľa, čím sa znižuje zaťaženie a šetrí chrbtica. Samoregulujujúce remene zabezpečujú pohodlné umiestnenie vysávača na chrbte a voľnosť pohybu a zároveň vylučujú možnosť zmeny polohy vysávača napríklad pri predklone.

BACKCUUM™ má nízku hmotnosť a hlučnosť, vysokú výkonnosť (1200 W), používa špeciálne vrečko s objemom 2,6 l a protialergický filter. Napojenie hadice je možné prispôsobiť aj pre ľavákov. Drobné príslušenstvo je umiestnené v opasku, na ktorom je aj gombík na zapínanie a vypínanie vysávača. Porota nazvala **BACKCUUM™** žiarivým príkladom úspechu dizajnérskeho, pôvodne študentského návrhu, ktorý vznikol v spolupráci s technologickým inštitútom, fyzioterapeutmi a užívateľmi a ktorý bol na jar 1998 uvedený na dánsky trh.

Medzi ocenenými výrobkami bol **vetrací ventil Arctic XTP 2000**, ktorý pôvodne vznikol v súvislosti s novostavbou inštitútu v Grónsku, t. j. pri riešení úlohy v extrémnych klimatických podmienkach. Výrobca však rozvinul jednoduchý princíp konštrukcie do radu variantov, takže ventil má širšie uplatnenie, napríklad v lokalitách so silnou veternosťou, snežením alebo výraznými teplotnými rozdielmi. Plne izolovaný ventilačný systém sa skladá z dvoch častí: pevnej rúry a do nej vsadenej rúry, ktorej ovládaním sa manuálne reguluje objem vzduchu.

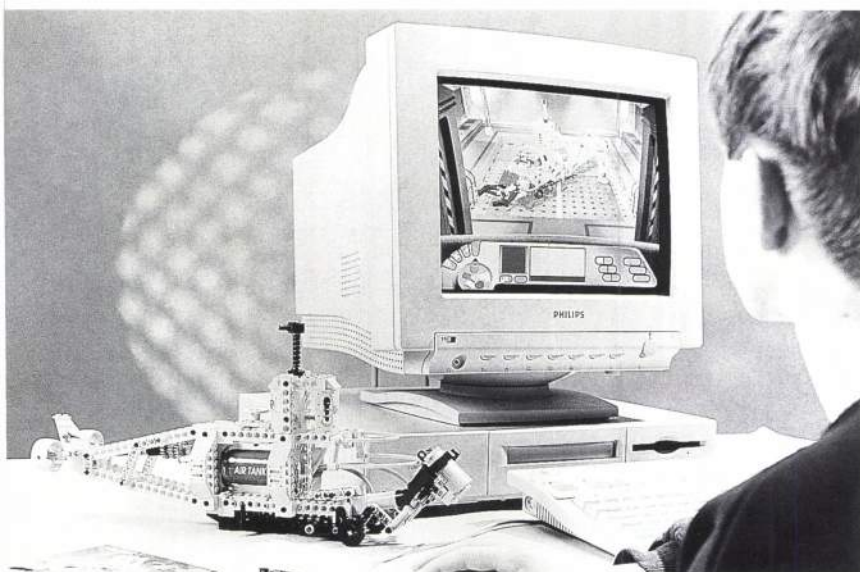
Jednotlivé súčasti sú z hliníka, medi alebo plastu, vyrábajú sa v modulloch pre rôzne hrúbky múrov a podľa potreby s tepelnou a zvukovou izoláciou, peľovým filtrom a v alternatívnych povrchových úpravách. Piatym držiteľom ceny sa stala firma **LEGO** s najnovším produktom série **Technic Cyber Master**, ktorý obsahuje aj CD-ROM. Viac než samotný dizajn bol v tomto prípade ocenený koncept, ktorého perspektívy siahajú do budúcnosti. Prvý výrobok série obsahuje komponenty na výstavbu žltej ponorky - okrem kociek aj motor, senzory, ozubené kolesá a mikročip - avšak namiesto kresleného návodu je priložený CD-ROM. V ňom je sprievodcom potápač pracujúci na podmorskej základni, ktorý vysvetľuje, ako zložiť ponorku v rôznych variantoch. Popri tom obsahuje CD-ROM celý rad zvukových, obrazových a textových informácií o ponorkách, potápaní a živote pod hladinou. LEGO týmto spôsobom - v duchu súčasnej doby, veď napríklad takmer 50 %



Počítač Mermaid Atlantis. Dizajn: Jan Ostergard Rasmussen. Výrobca: mermaid computer as.

Stan pre celoročný chov ošípaných. Dizajn: Bent H. Andersen. Výrobca: Aug Olsen A/S.





Lego Technic CD-ROM. Dizajn a výroba: Lego.

domácností v Dánsku má počítač - originálne spája fyzickú a virtuálnu realitu. Na rozdiel od bežných počítačových hier obsahuje práve aj fyzický predmet, ktorý si hráč navyše môže individuálne ovplyvniť. Nová séria je určená predovšetkým starším deťom (chlapcom), ktorým počítačová technológia nie je cudzia a ktoré dokážu naprogramovať vlastné výrobky, či už je to ponorka, pretekárske auto alebo veľký stroj. Mimochodom, LEGO vyvinul aj sériu na ešte vyššej úrovni, nazvanú Mindstorm. Obe boli prezentované v januári v Londýne na najvýpravnejšom marketingovo-mediálnom podujatí v histórii koncernu. Bodaj by nie: dve nové série majú nielen zabezpečiť digitálnu budúcnosť tohto piateho najväčšieho producenta hračiek na svete, ale aj prispieť k zdvojnásobeniu obratu do roku 2005. Netreba dodávať, že nie každá z uvedených dánskych domácností si takúto hračku môže dovoliť...



Koliesko pre sedací nábytok. Dizajn: Jorgen Rasmussen. Výrobca: ScanCastor A/S.

Spolu s ID-cenami sa každoročne udeľuje **Cena za klasiku** podniku alebo produktu, ktorý spĺňa podmienky dobrého dizajnu, kombinuje klasické hodnoty s inováciou a existuje v základnej podobe najmenej 25 rokov. Za rok 1998 získal túto cenu veľkosťou zanedbateľný produkt, ktorý sám osebe nie je funkčný, avšak ako komponent je podmienkou existencie celého radu výrobkov - koliesko pre sedací nábytok od firmy ScanCastor A/S. Jeho autor Jorgen Rasmussen sa inšpiroval dvojitémi kolesami nákladných áut, ktoré lepšie rozdeľujú tlak a zaťaženie, a previedol ich do miniatúrnej formy. Koliesko prešlo početnými - farebnými i materiálovými - modifikáciami, avšak základná konštrukcia ostala nezmenená. Osvojil si ju tiež celý rad plagiátorov a konkurentov. Originálne koliesko je však (zatiaľ) jediným na trhu, ktoré je možné úplne rozobrať a očistiť. Od 60. rokov bolo použité v miliónoch kancelárskych stoličiek, hoci pod značkou ich výrobca koliesko vždy ostáva v anonymite. Porota ocenila aj nadčasovosť dizajnu tohto produktu a skutočnosť, že sa od svojho vzniku stal základom rozsiahlej výrobnéj série.

Od roku 1996 udeľuje DDC aj cenu nazvanú **ID-vízia**, ktorej poslaním je upozorniť na vízie v dizajnerskej tvorbe a oceniť produkty/prototypy, ktoré majú perspektívu do budúcnosti, keďže správnym spôsobom riešia aktuálne potreby. Je ocenením inovačného myslenia a zároveň podporou dizajnérovi, ktorého zámery často narážajú na bariéry pragmatizmu zo strany výrobcov. Cenu za rok 1998 získal Jan Ostergard Rasmussen za počítač **Mermaid Atlantis** (copyright odkúpila firma Mermaid Computer A/S v Ballerupe), ktorý radikálne inovuje počítačový hardvér, pričom spája najmodernejšiu technológiu s elegantným vzhľadovým riešením. Užívatelia, ktorých irituje sivá škatuľa pod pracovným stolom a množstvo káblov z nej vychádzajúcich, ocenia integrovanú konštrukciu Mermaid Atlantis. Počítačová jednotka je spojená s obrazovkou, pričom konštrukcia zaberá len 25 x 17 cm plochy. Počítač je stabilný a pritom ľahko premiestniteľný, prípojky pre klávesnicu a myš sú ľahko dostupné. Napriek malému rozmeru je jeho technické vybavenie porovnateľné s veľkými (166 alebo 200 MHz Pentium MMX procesor, 16-256 MB RAM, 2,1-6,4 Gb harddisk, 2 MB video-RAM, 8 x CD-ROM drive, reproduktory 12,1 SVGA LCD TFT plochá obrazovka atď.). Je nehučný a spotreba energie dosahuje len 25 % spotreby tradičného počítača. Má široké uplatnenie v profesionálnom prostredí: pre potreby napríklad v obchodoch je možné pripojiť naň skener čiarových kódov a tlačiareň pokladničných blokov, pre výstavné a informačné požiadavky je k dispozícii obrazovka reagujúca na dotyk. Ako domáci počítač môže mať zabudovaný modul pre TV a rádio, alebo sa môže stať súčasťou hi-fi vybavenia pripojením externých reproduktorov. Vyrába sa v piatich farbách (červená, modrá, sivá, zelená a antracit) a vďaka svojmu modernému vzhľadu môže byť plnoprávnou súčasťou interiérového zariadenia.

ŽIVOT V POHYBE

medzinárodná
dizajnerská
súťaž
automobilky
AUDI

NEMECKÝ KONCERN AUDI AG VYHLÁSIL V APRÍLI 1996 SÚŤAŽ
PRE MLADÉ DIZAJNÉRSKE TÍMY NA TÉMU ŽIVOT V POHYBE. VÝHODNOTENÁ BOLA NA JAR 1998.
ZAUJÍMAVOSŤOU BOLO, ŽE V NEJ NEŠLO O NOVÉ ŠTYLISTICKÉ RIEŠENIA AUTOMOBILOV.



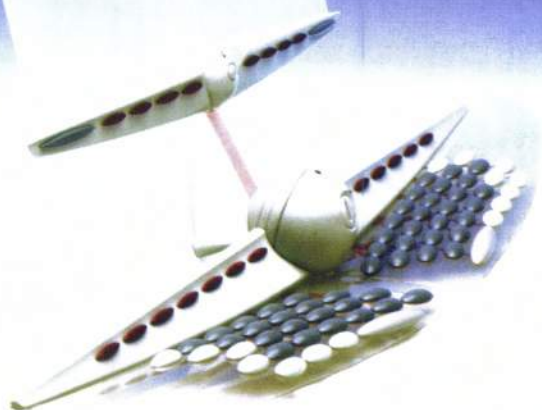
Visual Voice. Komunikačné zariadenie pre sluchovo postihnutých ľudí.

Dizajn: P. Ting, T. Lai, A. Chu, USA - W. J. Sheu, Taiwan.

Prístroj sa skladá z pomôcok umiestnených v rovine ucha, oka a na zápästí, ktoré riadi počítač. Je schopný transformovať ľudský hlas na text premietaný na miniatúrnú obrazovku, ako aj meniť posunkovú reč na zrozumiteľné akustické signály.



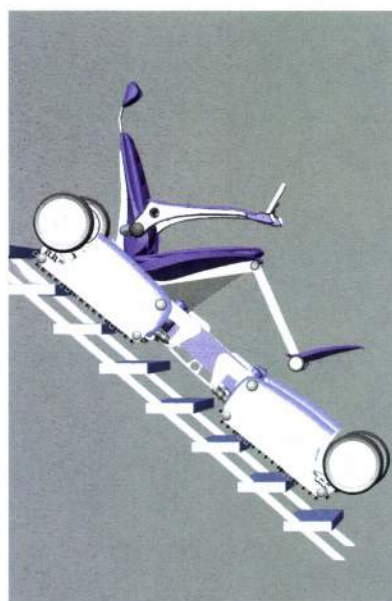
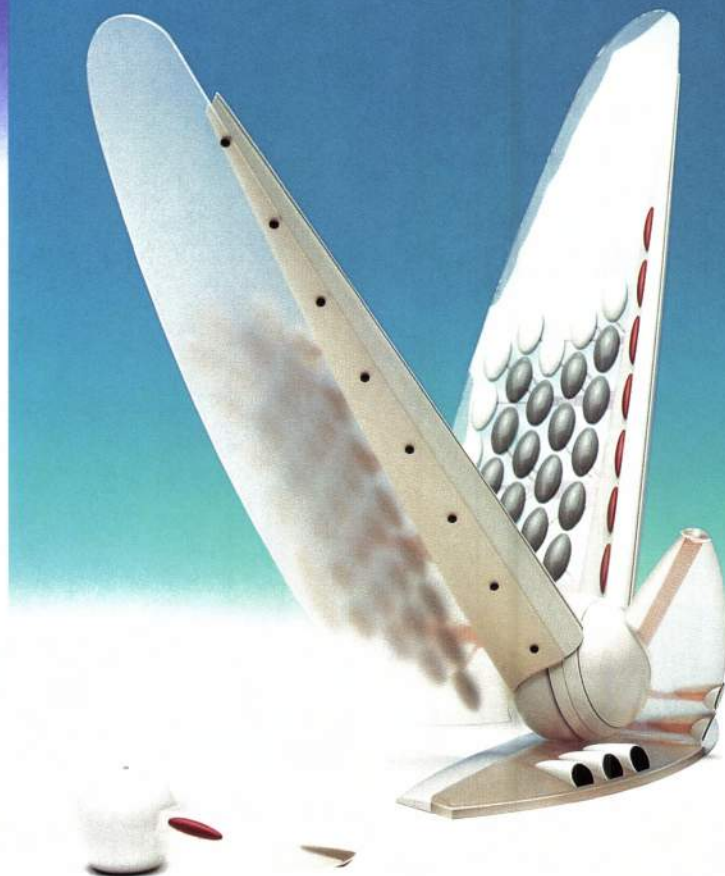
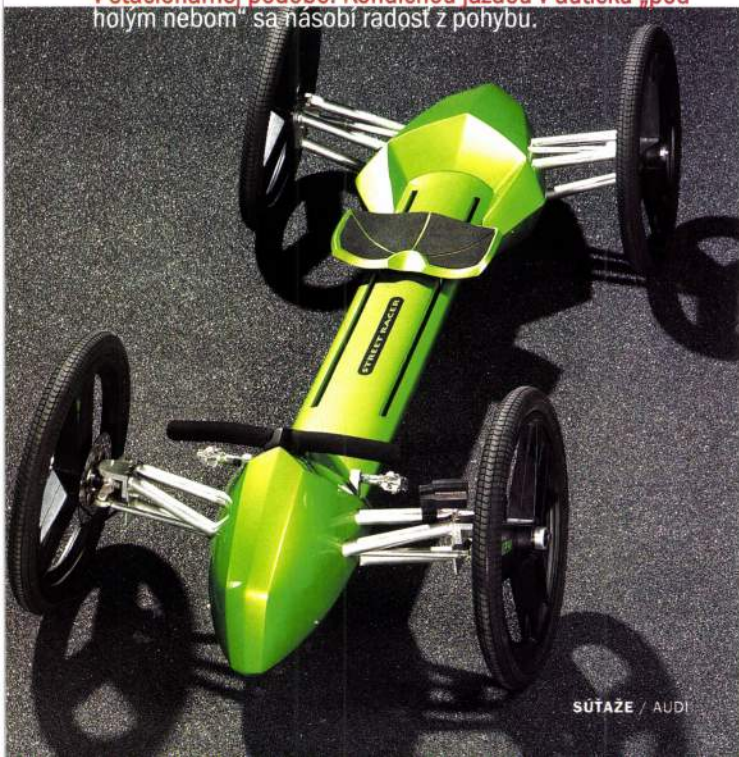
Aris. Rozkladací notebook.
 Dizajn: B. Bremer, T. Schardt, M. Szameitat, Nemecko.
 Prenosný počítač s rozkladacou klávesnicou v tvare „krídel“
 a prídavnou obrazovkou vychádza z haptických potrieb užívateľa.
 Netradičné je použitie transparentného plástu.



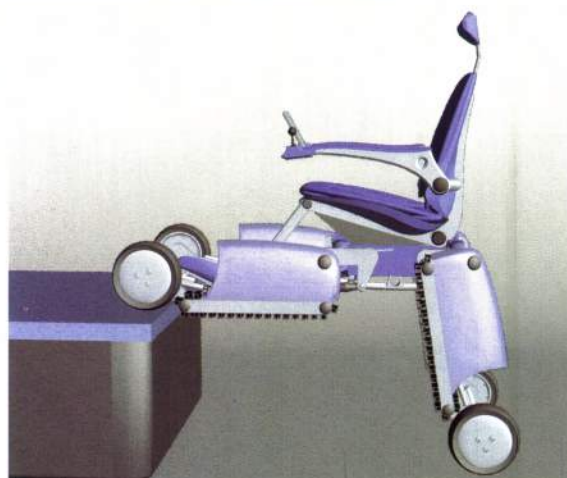
Talker. Mobilný telefón s vyklápacím mikrofónom.
 Dizajn: Ch. Jung, N. Schröder, Nemecko.
 Mobilný telefón pracuje na vlastnú energiu. Integrovaný generátor
 zásobuje prístroj elektrinou po mechanickom natiahnutí a zvinutí
 drôtu zakončeného slučkou, ktorý je obtočený po obvode telefónu.



Street Racer. Tréningové „vesliarske“ autíčko.
 Dizajn: O. Sieghart, A. Bettermann, F. Viererbl, Nemecko.
 Podobné typy tréningového zariadenia sa doposiaľ používali
 v stacionárnej podobe. Kondičnou jazdou v autíčku „pod
 holým nebom“ sa násobi radosť z pohybu.



All Terrain Wheelchair.
 Flexibilný invalidný vozík na elektrický pohon.
 Dizajn: E. Wedekind, D. Thielová, Nemecko.
 Vozík má pohon všetkých kolies a samostatné
 ovládanie ich sklomu. Prídavné zdvíhacie mechanizmy
 zabezpečujú zdolanie rôznych terénnych prekážok.
 Podľa potreby môže byť vybavený taktílnou
 obrazovkou.



Interdisciplinárne skupiny mladých dizajnérov, architektov, sociológov a umelcov do 35 rokov mali vypracovať koncepciu projektu, ktorá by sa čo najviac približovala téme Život v pohybe z akejkoľvek oblasti ľudskej činnosti a reflektovala možný technologický vývoj po r. 2000. Iniciátor súťaže, šéfdizajnér AUDI Peter Schreyer, zdôvodnil myšlienku oslovenia mladých tímov tým, že v kolektívnej dizajnerskej práci sa najúčinnejšie realizuje rovnováha medzi technikou a emóciami. „Pokúsili sme sa dať dohromady ľudí z odlišných oblastí a postaviť ich pred spoločný cieľ - nájsť zodpovedné riešenie budúcnosti. V tom vidím veľké možnosti aj pre budúcnosť dizajnu,“ povedal Schreyer.

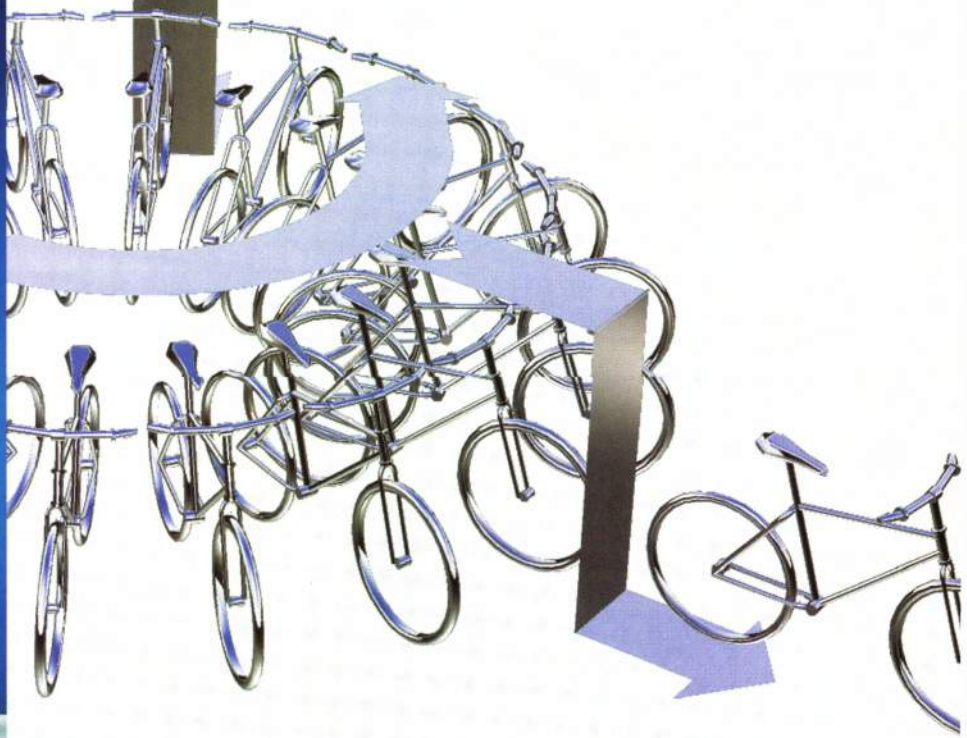
Do súťaže sa prihlásilo vyše 900 účastníkov zo 49 krajín. Spomedzi 372 zaslaných projektov (118 z Nemecka, 113 z Európy, 92 z Ázie a 49 z Ameriky) medzinárodná porota v zložení Kendži Ekuan (Japonsko), Ross Lovegrove (Veľká Británia), Dieter Rams a Peter Schreyer (Nemecko) vybrala 35, ktoré mali ich autori v nasledujúcich 12 mesiacoch ďalej rozpracovať. V tejto fáze dostal každý realizačný tím finančnú odmenu 400 USD, a tá bola spolu s finálnou prezentáciou projektu na hannoverskom veľtrhu v dňoch 20. - 25. apríla 1998 jediným ocenením víťazov.

Veľmi odlišné interpretácie témy Život v pohybe sa v Hannoveri neprezentovali klasickou formou produktovej prehliadky, ale vizualizáciou dizajnerských posolstiev, ktoré stoja za týmito výrobkami. Tematické spektrum projektov siahalo od úžitkovej medicíny a architektúry cez klasický produkt dizajn (vrátane šperku, keramiky a textilu), grafický a komunikačný dizajn, fotografiu, film a výtvarné umenie až po sociálne motivované projekty. Do projektov boli okrem dizajnérov zapojení aj dramatici, novinári, filozofi, ergonomovia, historici umenia, umelci, inžinieri, krajinári, environmentalisti, fyzici a ekonómovia.

mr

Koncern AUDI AG je popredným svetovým výrobcom osobných automobilov. V posledných rokoch deklaruje filozofiu humanizácie techniky špičkovým dizajnom, ktorá jej priniesla viaceré uznanie: Audi A4 Avant dostal r. 1996 Federálnu cenu za dizajn a ocenenie Dobrý dizajn chicagského múzea architektúry a dizajnu Athenaeum, r. 1997 získal Audi A3 Červený bod najvyššej dizajnerskej kvality essenského centra dizajnu a Audi A6 Zlatú cenu súťaže Dobrý dizajn v Tokiu a r. 1998 bola výrobkom Audi A3 a Audi A6 udelená Pečať iF za vynikajúci dizajn na hannoverskom veľtrhu.

Bike Station. Variabilné automatizované parkovisko pre bicykle v mestskom prostredí. Dizajn: R. Pietruska, R. Sachon, D. Thielová, E. Wedekind, Nemecko. Veľkokapacitná parkovacia „veža“ pre bicykle sa skladá zo šiestich samostatných kruhových terminálov s 20 boxami. Terminály umiestnené nad sebou sa otáčajú okolo osi a sú napojené na obslužné výťahy.



Quamel. Expedičné multifunkčné vozidlo. Dizajn: R. J. Gelardi, A. S. Howe, M. Borus, D. Wolfberg - The Michigan Integrated Design Initiative (MIDI), USA. Multifunkčné terénne vozidlo. Jeho prives slúži podľa potreby ako kabína, miesto na spanie, kuchyňa alebo pozorovacia stanica.





francúzske skúsenosti na slovensku

TÉMA, KTOREJ SA VENUJEME UŽ NIEKOĽKO ROKOV A EŠTE STÁLE NIE JE A ANI NEMÔŽE BYŤ VYČERPANÁ. VZŤAH, KTORÝ MÁ MNOHO VARIANTOV A RÔZNORODÉ VÝSLEDKY. AK SME SLEDOVALI VŽDY

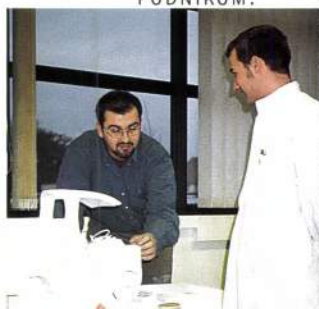
LEN TIE ÚSPEŠNÉ PRÍKLADY VZŤAHU, KTORÉ VYÚŠŤOVALI V PRODUKTE S DOBRÝM DIZAJNOM, CHCELI SME PRESVEDČIŤ O ZMYSLE HĽADANIA NOVÝCH CIEST ÚSPEŠNÉHO PODNIKANIA. V NAŠOM POHLADE NA SPOLUPRÁCU DVOCH PROFESIONÁLOV SME SA SÚSTREĎOVALI SPRÁVIDLA NA VÝROBCU A VÝSLEDOK V PODOBE VÝROBKU ZVÄČŠA (ŽIAĽ, NIE VŽDY) ÚSPEŠNÉHO AJ EKONOMICKY.

VÝROBCA MÁ V RUKÁCH ROZHODNUTIE, ČI POTREBUJE NOVÝ DIZAJN, ALE AJ VÝVOJOVÉ KAPACITY POTREBNÉ NA JEHO REALIZÁCIU. AKÉ MIESTO V TOMTO VZŤAHU ZAUJÍMA DIZAJNÉR?

JE JEHO POZÍCIA DOSTATOČNE SILNÁ, ABY SA UPLATNIL? ČIASTOČNE NA TIETO OTÁZKY ZODPOVIE NASLEDUJÚCI BLOK

VÝPOVEDÍ DIZAJNÉROV. O TOM, ŽE SA SITUÁCIA MENÍ K LEPŠIEMU, HOVORÍ I FAKT, SME ŽE AJ NA SLOVENSKU ZAREGISTROVALI EXISTENCIU DIZAJNÉRSKÝCH ŠTÚDIÍ, KTORÉ PONÚKAJÚ NA PROFESIONÁLNEJ ÚROVNI SVOJE SLUŽBY

PODNIKOM.



Batéria so senzorickým spúšťaním vody.
Dizajn: Miroslav Horňák.

Miroslav Horňák absolvoval dizajn na košickej TU roku 1996. Pokračoval postgraduálnym štúdiom na Technologickej univerzite (UTC) v Compiègne vo Francúzsku a svoju prípravu na prax ukončil niekoľkomesačnou stážou v renomovanej parížskej dizajnerskej agentúre Plan Créatif. Svoje skúsenosti z profesionálneho prostredia, kde vzťah dizajnéra a výrobcu má už svoje rešpektované pravidlá, sa rozhodol využiť vo vlastnej dizajnerskej kancelárii. Spočiatku bol motivovaný záujmom francúzskej firmy založiť na Slovensku svoju pobočku, po zvážení reálnych možností a schopností slovenských firiem investovať do inovácií v dizajne svoj plán realizuje bez zahraničnej podpory. **Ako vyzerá cesta dizajnéra k výrobcovi a k uplatneniu dizajnu v slovenských podnikoch?** Na túto otázku odpovedá **Miroslav Horňák** v nasledujúcom rozhovore.

Čo ťa prekvapilo pri zoznamovaní sa s realitou, v ktorej sa chceš ako dizajnér uplatniť?

Moje spoznávanie malo niekoľko stupňov. Doma v škole som nemal možnosť zistiť, ako funguje spolupráca výroby a dizajnéra, bolo to skôr teoretické poznanie bez dotykov s realitou. Aj v škole vo Francúzsku bolo veľa teórie, ale takej, ktorá prehĺbila môj pohľad na dizajn. Potvrdil som si, že dizajn je interdisciplinárny odbor a čerpá z rôznych oblastí - psychológie, ergonómie, ekonomiky, marketingu, riadenia kvality..., ktoré umožňujú veci analyzovať a znova dávať dokopy. Moje poznanie tak dostalo inú bázu. Dozvedel som sa, s čím všetkým musím uvažovať. Moje pôsobenie v agentúre však znamenalo zásadný obrát. Škola ma síce naučila, že v dizajne sa všetko dá skúmať, rozpitvávať, robiť štúdie každého detailu a funkcie, nad všetkým možno stráviť veľa času, no prax ukázala čosi celkom iné. Tu som zistil, že vôbec nie je až tak veľa času na analýzu a skúšanie možností. Od základného „brífu“, teda presného formulovania cieľa navrhovania, až po autorský dohľad a zavedenie do výroby sú stanovené jasné pravidlá. Všetky naučené vedomosti som mohol uplatniť, no v tvorivej fáze však treba byť maximálne produktívny. Tam treba využiť získanú zručnosť, všetko, čo sa navrstvilo analyzovaním, pozeraním, ukladáním skúseností. Treba zabudnúť na zabehané spôsoby, šablóny, a navrhnuť veľa, všetko čo sa dá, aby ponuka bola čo najširšia. Potom nasleduje fáza selektovania, a to je už tímová práca, s ktorou som sa dovtedy nestretol. Bol to pre mňa priam šok. Na „seansách kreativity“ sa veľmi demokraticky selektovali nápady všetkých, ktorí pracovali na projekte, pričom sa dbalo na systém, charakteristické črty dizajnu agentúry.

Interiérová poštová schránka. Dizajn: Miroslav Horňák.



Interiérový bezdrôtový telefón Kleen. Dizajn: Miroslav Horňák.



Doma si sa ocitol v inej pozícii. Mal si predstavu, čo budeš robiť? Aké boli tvoje prvé kroky?

Podobnú fungujúcu dizajnérsku agentúru som doma nepoznal, ale mojím cieľom bolo niečo takéto založiť. Začal som prieskumom firiem na Slovensku, informácie som získaval čiastočne z tlače, potom na veľtrhoch a výstavách a nakoniec som navštevoval samotné podniky. Zaujímal som sa o ich výrobné programy, ako dlho trvá cyklus inovácie. Myslel som si, že oslovím firmy a ponúknem im priemyselný dizajn, ktorý im chýba. Chýbajú im však aj financie a tiež odvaha pustiť sa do inovácií.

Aké skúsenosti z kontaktu s firmami si získal?

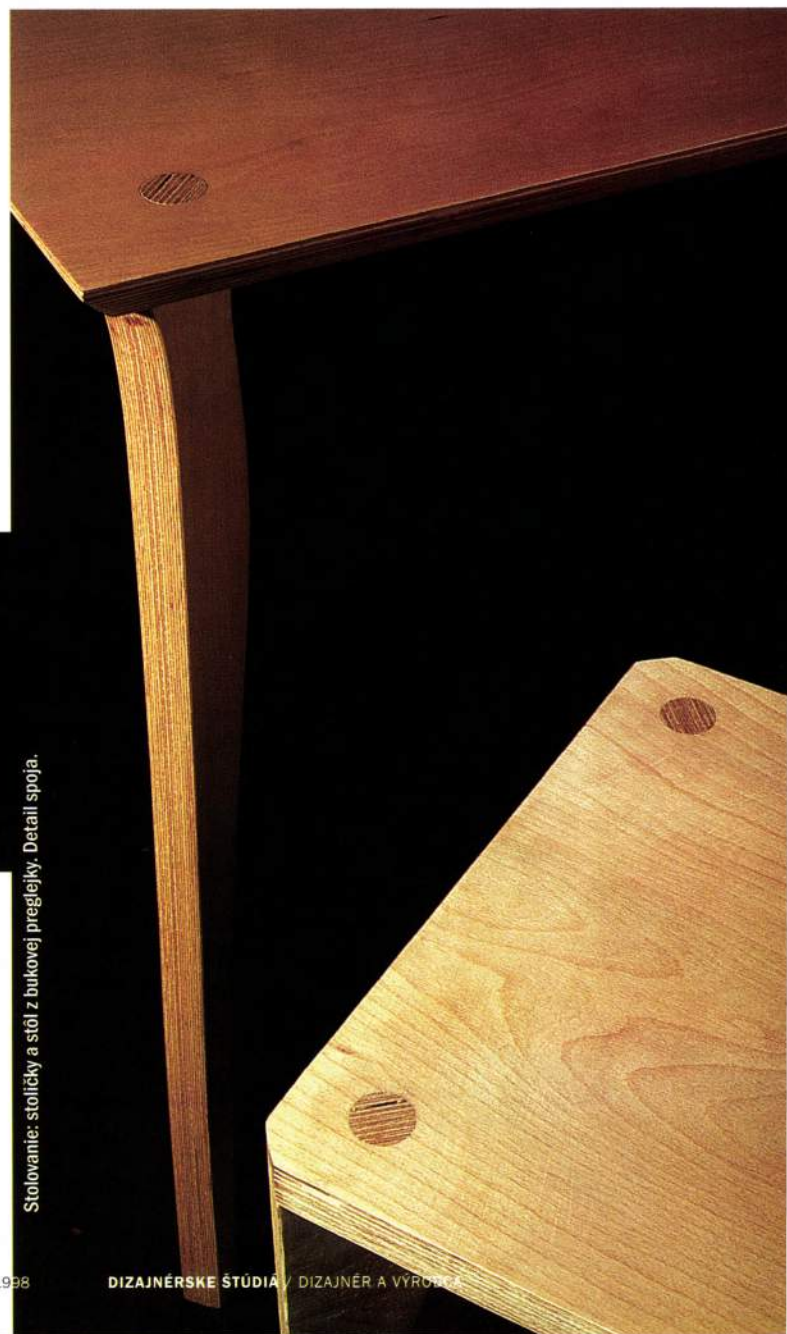
Negatívna skúsenosť, že ľudia vo firmách nevedia, čo je dizajn a čo im môže ponúknuť, je súčasne aj pozitívna, pretože im to môžem podľa vlastných skúseností vysvetliť a ponúknuť im svoje služby. Musím presvedčať, že dizajn nie je len obal vnútra, ale že prístup k produktu už od začiatku určuje charakter dizajnu.

Negatívnou skúsenosťou je to, že nemajú predstavu o cene dizajnérskej práce. Nechápu celistvosť projektu, že to nie sú len skice, kresby, ale do toho patrí aj marketingová idea, analýza trhu, výroba modelov, autorský dozor - takúto ponuku nevedia akceptovať. Marketing je výrazne slabou stránkou slovenských firiem: poznať konkurenciu a vyvozovať z toho dôsledky pre firmu, to sa nerobí. Marketing sa chápe skôr ako reklama. Firmy často nevedia hneď reagovať a projekt stráca na aktuálnosti. Nejde o neaktuálnosť dizajnu, ale schopnosť vystihnúť správnu chvíľu, keď by nový dizajn výrobku mohol pomôcť firme a priniesť niečo nové užívateľovi. Do tohto reťazca patrí aj systém distribúcie výrobku, kúpyschopnosť, reklama... Zladenie týchto faktorov môže agentúra ponúknuť ako svoje služby či poradenstvo.



Foto: M.H.

Stolovanie: stoličky a stôl z bukovej preglejky. Detail spoja.



Máš aj pozitívne skúsenosti?

Určite. Pozitívne je to, že všetko sa mení. A hoci mnohé firmy krachujú alebo ešte nie sú pripravené spustiť nový výrobok, o rok-dva bude situácia možno celkom iná. Tak ako si firmy zvykli využívať reklamu, oslo-
vovať architektov a starať sa o svoje pracovné prostredie, tak isto sa začnú starať o svoje výrobky a výrobný program. Teraz je akési medzi-
obdobie, ale treba sa pripraviť na to, že bude veľa práce pre dizajnérov.

Je tvoj plán založiť dizajnérsku agentúru reálny aj po tomto prieskume? Vidíš perspektívu svojej profesie?

Nie je reálne, aby zahraničná firma investovala do založenia takejto agentúry, aspoň zatiaľ nie. Rozhodol som sa do toho pustiť sám, pretože verím, že to má veľký zmysel.

Je teda dobrým signálom pre dizajnérov to, že je tu málo dobrého dizajnu?

Napriek ťažkej situácii slovenských firiem som našiel také, ktoré veria, že so svojimi novými plánmi prerazia. Firma, ktorá síce vyrába a pre-
dáva produkty, ale nevyvíja nič nové, stagnuje. Z takejto stagnácie veľmi ľahko môže byť pád, keď sa firma neskoro preberie a zistí, že potrebuje nový výrobok, o ktorý bude záujem. Je veľa firiem, ktoré vy-
rábajú na objednávku pre zahraničných odberateľov, ale nemyslia na budúcnosť a neinvestujú do dizajnu. Mali by si uvedomiť, že sa na rôz-
nych miestach Európy rušia fabriky a hľadajú sa lacnejšie pracovné sily. Zahraničné firmy, ktoré si dnes objednávajú výrobu na Slovensku, zajtra môžu ísť na Ukrajinu, do Kazachstanu... Spoliehať sa na lacnú pracovnú silu už dnes nie je aktuálne. Na začiatku je dobré vyrábať pre zahraničného zákazníka podľa návrhov, ktoré si prinesie - firma získa technológiu, know-how, skúsenosti s dodržiavaním kritérií kvality. Toto všetko by však firma mala využiť pre vlastný rozvoj a postave-
nie vlastného výrobného programu.

Čo treba spraviť, aby sa činnosť tvojej kancelárie mohla normálne rozbehnúť?

Podobne ako slovenské firmy, aj moja kancelária by potrebovala ne-
jaký preklenovací úver na rozbehnutie činnosti. Pracujem na dvoch projektoch, popri tom zhľadám ďalšie objednávky. Potreboval by som zamestnať ďalších ľudí, ale nemám peniaze na ich platy, nemôžem rozbiehať ani ďalšie objednávky, pretože by to znamenalo prijať do firmy ďalších dizajnérov. Brzdou normálneho fungovania je živelnosť, „sezónnosť“, práce, objednávky by mali prichádzať do firmy plynule, aby sa dal dopredu pripraviť časový plán zavedenia výroby nového produktu a aby aj honoráre prichádzali do kancelárie plynule. Prvá etapa - uplynulý polrok - bola obdobím osobných stretnutí a zís-
kavania informácií. Mnohé firmy, s ktorými som sa za ten čas skontak-
toval, uvažovali o mojich návrhoch a teraz nastáva obdobie konkrét-
nych úloh. Robil som aj na projektoch, ktoré ešte neskončili uzavretím kontraktu. Firmu, ktorá mala záujem najskôr len o skice, model pro-
duktu presvedčil, že ho naozaj potrebujú a chcú ho vyrábať.

Stáva sa často, že vlastne ty musíš presviedčať firmu, že potrebuje dizajnéra, a nie naopak?

Áno, je to tak. Mnohé firmy si myslia, že keď majú počítač a inžinierov, všetko zvládnu aj sami. Môže sa nám zdať, že o dizajne sa rozpráva až priveľa, ale vo firmách naozaj nevedia, za kým majú ísť, koho osloviť a kde. Informácií o dizajnéroch a možnostiach dizajnu je málo, do-
konca sa to hovorí aj vo Francúzsku, hoci tam je neporovnateľne lep-
šia situácia než u nás. O dizajne by sa malo viac písať, napríklad o cenách za dizajn alebo projektoch slúžiacich ako prípadové štúdie, v ktorých sú vyčíslené prínosy dizajnu a popísaný proces dizajnu. Je to dobrá stratégia, dizajnéri sami nezvládnu zásadne zmeniť situáciu v slabej informovanosti podnikov.

Ďakujem za rozhovor.

Adriena Pekárová

DIZAJN NIE JE ESTETICKÁ „NADSTAVBA“ dizajnéri o vzťahu výrobcov k dizajnu



Pripojenie prevzdušňovacieho elementu k centrálnemu vzduchovému rozvodu v čističke odpadových vôd. Plastový výstrek, 1995. Dizajn: Studio Designo.

Úroveň dizajnu a jeho výskumu a vývoja u nás ovplyvňuje najmä nedo-
statok finančných prostriedkov, ktoré by firmy mali investovať do vlastného rozvoja. Na dopyt po práci dizajnérov má vplyv skutočnosť, že len menšia časť slovenských firiem vyrába finálne produkty, kým väčšina z nich má ako hlavnú činnosť obchodovanie. Slovenská pro-
dukcia sa na zahraničných trhoch presadzuje viacej cenou ako vyso-
kou kvalitou či úžitkovou hodnotou. V neposlednom rade rozvoj dizajnu na Slovensku brzdi tiež nízke povedomie o jeho význame a funkciách. Skúsenosti s dizajnom mali na Slovensku predovšetkým väčšie pod-
niky, exportéri, podniky s vlastnými vývojovými pracoviskami. Po zme-
nách v roku 1989 sa mnohé z nich rozdrobili, prípadne sa začali za-
oberať inou činnosťou. Vlastný výskum a vývoj sa vzhľadom na vzniknuté ekonomické ťažkosti javil často nadbytočný, vývojoví pracov-
níci boli medzi prvými prepúšťaní z práce.

Na druhej strane v novom ekonomickom prostredí vznikajú malé a stredné firmy, ktoré rozširujú portfólio výrobkov na trhu. Práve takéto firmy by mohli zvýšiť dopyt po práci nových dizajnérskych štúdií či jed-
notlivých dizajnérov.

Podľa poznatkov z praxe sa však firmy, ktoré by aj dizajn potrebovali, boria s „vlastnými problémami“, predovšetkým ekonomického charak-
teru. Podľa akad. sochára doc. Jarolíma Vavra z katedry dizajnu Fakulty architektúry STU v Bratislave, ktorý má dlhoročné skúsenosti z výrobnéj praxe, sa podnikatelia do nových rozvojových programov púšťajú len veľmi ťažko a opatrne. Firmám poväčšine chýbajú inves-
tičné prostriedky, ale i skúsenosti s obchodom či marketingom. Do veľkých vývojových skokov sa pritom aj vo svete (vzhľadom na vyššie náklady a riziko) púšťajú len silné subjekty. Menšie firmy pôsobia skôr v úlohe ich subdodávateľov. Preto je podľa J. Vavra pre malé a stredné firmy na Slovensku aktuálny skôr redizajn, tvarovanie, vylepšovanie vý-
robkov.

Dnes sa dizajnérska práca najčastejšie zhmotňuje vo výrobkoch, ktoré sú najviac na očiach, čiže v spotrebnom tovare, ktorý podlieha vply-
vom módy. Ide napr. o sklo, nábytok, textil. Pri zložitejších produktoch nedochádza tak často k ich obmenám, produkt musí pôsobiť viac se-
riózne. Kvalitný dizajn má však veľký význam, aj pokiaľ ide o výrobné stroje a zariadenia. Tie rovnako ako iné tovary prezentujú predajcovia

na veľtrhoch a výstavách. „V konkurencii napr. desiatich výrobkov s porovnateľnými funkčnými vlastnosťami vyhrá ten estetickjší,“ hovorí J. Vavro. „Treba si uvedomiť, že kupujúci je človek ako každý iný. Prvý dojem nadobudne na základe toho, ako zariadenie vyzerá. Zároveň veľkú úlohu hrá vytvorenie čo najestetickšieho pracovného prostredia v podniku.“ Výrobcom i dizajnéri musia podľa jeho názoru vedieť pochopiť klientelu, pre ktorú je produkt určený, zvoliť si určitú stratégiu.

Väčšina podnikov ešte stále vníma dizajn iba ako nejakú nadstavbu vzhľadom na ich ostatné potreby. Podľa Ing. Mareka Škripeňa zo Studio Designo sa výrobné firmy obracajú na dizajnérov až vtedy, keď im vznikne problém, ktorý nevedia vyriešiť, alebo keď produkt nevedia predať. „Chcú, aby sme ho len okapotovali. Je to ale zložitejšie a často sa treba vrátiť späť, aby bolo možné spraviť koncepčné zmeny,“ hovorí M. Škripeň. Ak dopyt po výrobku na trhu neklesá, podnik necíti potrebu niečo meniť, nieto ešte investovať.

Vplyvom nových informácií, ale najmä rastúcej konkurencie na trhu si podľa názoru J. Vavra už podnikatelia postupne začínajú predsa len uvedomovať význam dizajnu, to, že cesta k úspechu nevedie napríklad cez nákup licencií. „Niektorí by aj dizajn chceli, ale sa im to zdá drahé, ešte chcú počkať, pokým to ide,“ hovorí Ing. Vladimír Pakši zo Studio Designo. Mnohým sa zdajú honoráre dizajnérov neprimerané vzhľadom na žitú predstavu, že je to jednoduché, len si treba sadnúť a niečo nakresliť. „Neuvedomujú si, že je to myšlienka a koncepcia dizajnéra, ktorá produkt predáva, ktorá môže zabezpečiť úspech a zisk firmy. Na Slovensku sa nedoceňuje úloha nových myšlienok a nápadov, a neplatí to len o dizajne,“ vysvetľuje V. Pakši.

O efektívnosti investície do dizajnu môže veľa napovedať prepočet nákladov na jeden vyrobený kus. J. Vavro v tejto súvislosti upozorňuje na dôležitosť spôsobu koncipovania zmluvy. „Ak firma platí za dizajn pevnú cenu, riziko berie sama na seba. Pritom odmena môže byť stanovená aj určitým percentom z realizovaných výrobkov. Príjmy dizajnéra sú takto viazané na predaj a dizajnér je zároveň aj tým motivovaný,“ vysvetľuje J. Vavro. Výška percenta je nepriamo úmerná veľkosti vyrobenej série. Pritom je možné sa s dizajnérom dohodnúť na lízingu myšlienok a neplatiť naraz, ale postupne podľa množstva vyrobených kusov.

Dizajnéri sa stretávajú aj s takými firmami, ktoré sa síce nakoniec rozhodnú investovať do dizajnu, no po čase technológie zmenia a robia opäť po starom. „Spočiatku váhajú a kalkulujú, špekulujú, uvažujú o každej korune, ktorú zaplatia dizajnérovi, a po čase, keď sa produkt vyrába, zisťujeme zmeny v príprave

Dizajnérsky ateliér: Studio Designo: Marek Škripeň, Vladimír Pakši, Michal Pakši (zľava).



Doc. akad. soch. Jarolím Vavro.



výroby i v samotnej výrobe. Potom ich už netrápi, že museli za dizajn zaplatiť. Pritom riskujú, že i malá zmena môže pôsobiť negatívne a odraziť sa na konečnom predaji,“ hovorí M. Škripeň.

Dizajnér musí byť v dnešných podmienkach nielen autorom myšlienok a návrhov, ale zároveň aj manažérom. Podľa M. Škripeňa veľkú časť energie musí dizajnér vynaložiť na to, aby presvedčil konštruktéra, že je potrebné s ním spolupracovať. „Pracovníci v podnikoch by si mali uvedomiť, že dizajn je exaktná disciplína a že cieľom dizajnéra nie je len to, aby produkt lepšie vyzeral, ale aj výber najvhodnejších materiálov, lepšia funkčnosť, jednoduchšia montáž,“ uzatvára M. Škripeň.

Vojtech Gossányi

Detický kútik pre verejné a obchodné miesta. Kovová konštrukcia, MDF + tvrdený laminát, 1997. Dizajn: Studio Designo.





■ Vilém Flusser, jeden z najvplyvnejších analytikov nedávnej súčasnosti, ktorý sa okrem iného podstatným spôsobom zaoberal i otázkami filozofie súvisiacej s fotografiou, považoval za najdôležitejšie pre vývoj ľudskej spoločnosti dve udalosti. Prvou bol vynález lineárneho písma a druhou vynález technických obrazov - fotografie... Bol presvedčený, že rozhodujúcim spôsobom formovali ľudské myslenie a všetko, čo s ním súviselo. Obojstranné synergetické prúdenie medzi intencionalitou písma a obrazu, čo dnes potvrdzujú i psychológovia, najlepšie smeruje nielen ku komplexnejšiemu vyjadreniu a vnímaniu správy, ale aj k jej lepšej zapamätateľnosti. Kreativne možnosti sú v tomto prípade dané priestorom medzi textom a obrazom.

Grafické štúdio Rabbit and Solution Juraja Králika a Vladislava Rostoku je zamerané práve na rozvíjanie vízie grafického dizajnu, pohybujúcej sa v práve takto definovanom intervale - väzbe textu, obrazu, obsahu a názorov participujúcich autorov. Je to jeden zo svetových trendov grafického dizajnu súčasnosti: grafický dizajn, ktorý zrkadlí a spoluvytvára obsah. Sám V. Rostoka už od raného obdobia pôsobenia v oblasti grafického dizajnu hovorí o základnom, východiskovom princípe svojej tvorby ako o **typografike**. Výtvarný názor vytváral na základe dialógu komponovaného písma a obrazu. Obraz „piktogram“, fungujúci v kontexte i ako znak, sa tu objavoval v podobe limitovanej dizajnerským plynulým ohračením jednotlivých tvarov artikulovane silnou čiernou liniou kriviek. Dnes možno tvorbu štúdia parafrázovane označiť pomenovaním **typofotografika**. Obraznú funkciu preberá „gestalt“ fotografia Juraja Králika, ktorá je vlastne príbehom o esencii, povahe zadania a zároveň komentárom a vyjadrením osobného, aktuálneho názoru autorov k danej téme. Často zámerne, predovšetkým v plagátovej tvorbe (plagáty pre SND, 1997) využívajú ludický princíp na simuláciu konkrétnej „ilúzie reality“, princíp ironickej dištancie či noetickej koláže. Z takto postaveného konceptu vrstvenia „textov“ v celku vzniká niekoľko možných interpretačných rovín, čitateľných postupne. Fotoobraz je komponovaný z neštylizovaných reálnych predmetov, ktorých fakticita je relativizovaná predovšetkým súvislosťami ich skladby. Figurálny detail, predmet, typografia sú reálne, ale zároveň pôsobia vo funkcii znaku, tak ako to bolo charakteristické pre Rostoku i v minulosti. ■



DAGMAR POLÁČKOVÁ

DIVADELNÝ PLAGÁT : 1992

K. PETERAJ : TEXTY / ILUSTRÁCIA : 1985



photo &... graphic
design
not for your
s only...

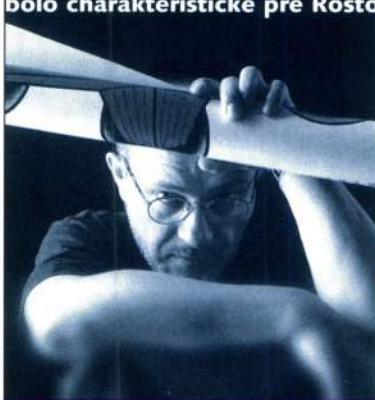
FOR ALL SENSES

FIREMNY PAPIER / RA&SO STUDIO : 1997

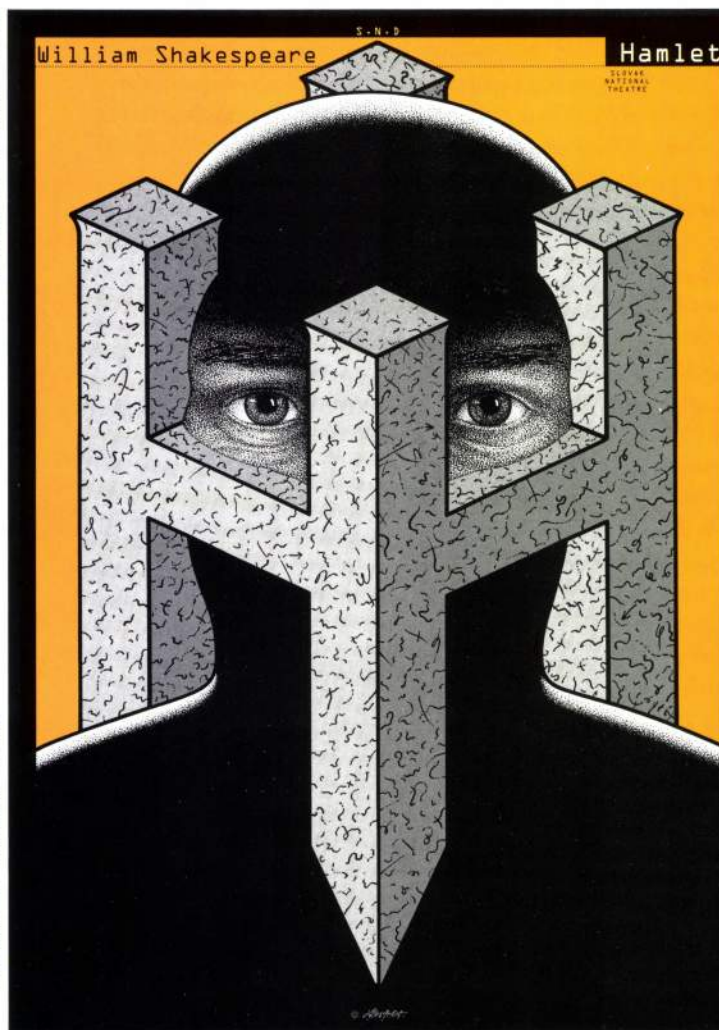


Vladislav Rostoka ✨ 1948

TECHNICKÁ UNIVERZITA / LOGOTYP : 1990



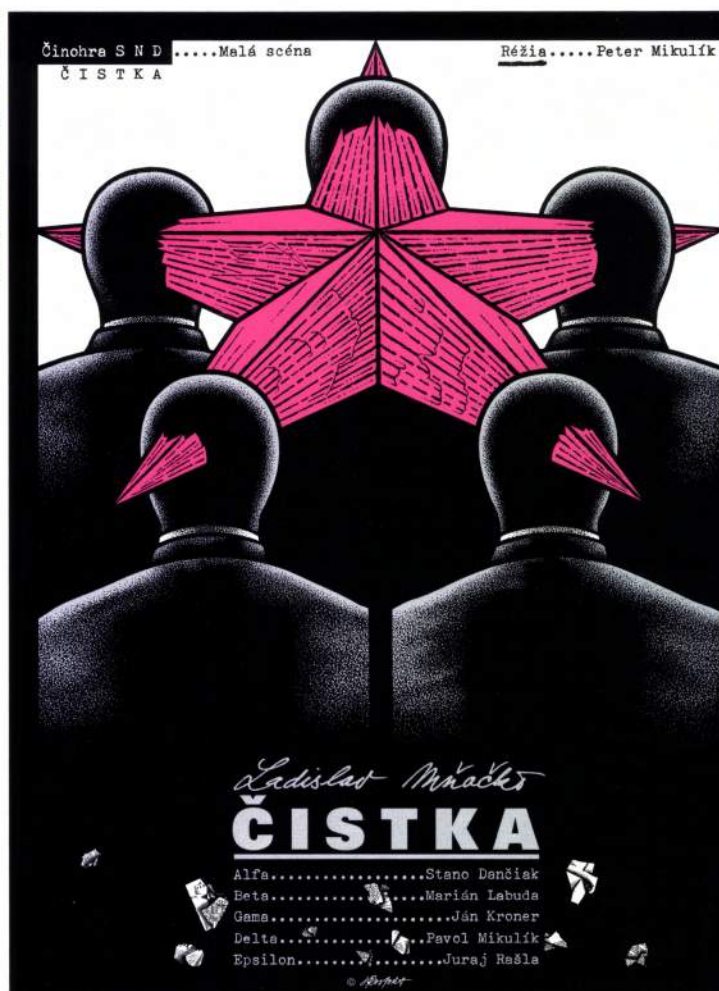
DIADELNÝ PLAGÁT : 1986



DIADELNÝ PLAGÁT : 1992



DIADELNÝ PLAGÁT : 1993



D. P. : Rok 1994, ktorým oficiálne datujete vznik vašej spolupráce pod značkou Rabbit & Solution, v profesionálnom živote vás oboch znamenal istotne výrazný predel. **Vladislav Rostoka**, v tom čase už rešpektovaná osobnosť v oblasti nielen domáceho, ale i svetového grafického dizajnu, mal za sebou obrovské množstvo práce a vylčoval sa zo súčasnej produkcie čitateľne vyhraneným štýlom. **Juraj Králik**, absolvent pražskej FAMU, od začiatku svojho pôsobenia v profesii fotografa inklinoval k širšie chápanému uplatneniu umeleckej fotografie, od konca 80. rokov dominujúcemu vo vývoji vizuálnej kultúry, postupne čoraz viac ovládanej digitálnymi technológiami. Mohli by ste bližšie osvetliť genézu vašej fúzie ako dvoch značne rozdielných a v tom čase už vyhranených osobností? Čo vás motivovalo a viedlo k založeniu štúdia? Akým smerom ste orientovali váš program a fungovanie navzájom i voči svojmu profesionálnemu prostrediu? Boli ste nútení zásadným spôsobom svoje východiskové predstavy korigovať?

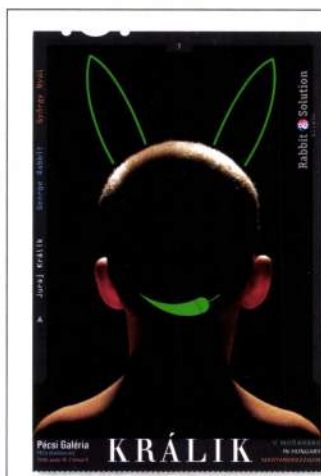
V. R. : Naše štúdio vzniklo síce pred piatimi rokmi, ale jeho prehistória siaha až do roku 1989, keď sa tesne pred revolúciou konala veľká výstava fotografií slovenských absolventov pražskej školy FAMU. S Jurajom som sa zoznámil počas práce na katalógu tejto výstavy. Poznal som už vtedy jeho otca - vynikajúceho sochára Dušana Králika a fotografie jeho syna ma tiež oslovili na prvý pohľad. Zaoberal sa vtedy inscenovaním fotografického obrazu s experimentálnym a novátorským začlenením pohyblivých svetelných zásahov na vysokej výtvarnej úrovni, typickej pre vtedajších slovenských študentov FAMU. Naša spolupráca potom pokračovala v agentúre O. K. O., z ktorej vzniklo dnešné štúdio RA & SO. Jeho názov parafrázuje naše priezviská. V štúdiu sme chceli spojiť sily do zásadnej opozície voči vtedy všeobecne rozšírenému názoru, že dizajn môže robiť každý. Už vtedy sme vedeli, že to je fatálny omyl. Jasne sa ukazuje, že je paradoxné, keď súčasný počítačový boom poskytuje svojou ponukou neobmedzeného výberu možností príležitosť najmä diletantom. Pri absencii istých špeciálnych znalostí a potrebného percenta talentu nie sú schopní korigovať digitálnu technológiu, využívajú ju len ako najdokonalejší nástroj na vytvorenie svojej vízie. Naopak, ovládol ich dokonale počítač. Pri nedostatku kvalifikovaných tvorcov (zapríčinenom tým, že ich školenie sa začalo prakticky až v roku 1990) dostávajú stále príliš veľký priestor na spoluvytváranie vizuálneho štýlu dneška, a tým na formovanie, či skôr deformovanie estetického citenia verejnosti. Svojimi poklesnutými prejavmi majú preto na svedomí vizuálne znečistenie prostredia. A to je vážna vec, lebo podstatne degradujú túto oblasť výtvarnej práce v očiach verejnosti len na úroveň lukratívnej zárobkovej činnosti. Písmo a obraz ako dva základné stavebné kamene každého diela vizuálnej komunikácie sa objavujú na každom produkte digitalizovaného grafického dizajnu súčasnosti, a preto spolupráca fotografa a typografa v jednom štúdiu sa stala priam nevyhnutnosťou. V našom prípade (navyše, keď máme podobný názor na umenie, i na to, aký by mal byť zmysel a poslanie dobrého a kvalitného dizajnu) je to riešenie takmer ideálne.

J. K. : Ako už Vlado spomínal, po prvýkrát sme sa stretli na jeseň 1989, keď sme chystali výstavu a katalóg absolventov FAMU. Už vtedy som obdivoval jeho cit, s akým triedil rôznorodé fotografie veľkého množstva autorov. Uvedomil som si jeho obdivuhodný zmysel pre prácu s obrazovým materiálom. Skúsili sme potom urobiť niekoľko spoločných vecí. Dynamicky sa rozvíjajúca technologická úroveň polygrafických a reprografických možností nás dráždila posunúť naše predstavy ďalej. Istý čas sme potom externe spolupracovali s niekoľkými reproštúdiami. Remeselná nedokonalosť ich

Králikove fotoobrazy sú komponované ako zátišia. Postupnosť, následnosť, seriálnosť a koherentnosť zostavovania obsahu a grafickej úpravy sa prejavuje predovšetkým v úpravách katalógov a kníh. Táto koncepcia je podporovaná i rozčlenením slov na jednotlivé písmená a ich postupné putovanie v logickom rade na stranách publikácie premenlivo, buď ako vizuálne nosný typografický prvok strany, alebo ako prvok vytvárajúci „medziplán“ priestorovej perspektívy strany, či jednoducho v rôznych funkciách grafického, prípadne významového pandantu k inému prvku strany - napr. k obrazu, k textovému bloku... s cieľom rozšíriť jeho komunikačný potenciál. Písmo často prerastá do obrazovej plochy, oddeľuje sa od hlavného textu a vytvára nečakané súvislosti napr. v katalógu **Kolář-Novák**, (SNG, 1997). Rostoka pracuje s typografiou, písmenami v rovine sémantickej i formálne syntaktickej. Každý detail je kontextuálny. Klasický príklad prezentuje nenápadne v katalógu Jiřího Koláře, kde zdanlivý omyl, preklep Kolář-Kolář je v skutočnosti slovnou hračkou s pretextovým odkazom. Podobne sú obsahovo zakotvené i rôzne proporcie textových blokov, smer ich komponovania i spôsob vychýlenia zo stranocentrického princípu, často reflektujú tvarovú morfológiu reprodukovaneho artefaktu napríklad v katalógu **Milana Bočkaya** (RA & SO Studio, 1996) alebo sú jeho štrukturálne analytickou odozvou ako v katalógu Jiřího Koláře. Publikácia k tvorbe **Dušana Kállaya** (Grimm Press, Taipei, 1996) reflektuje princíp hromadenia významov, ich prekryvania nahustením obrazových detailov analogicky k spôsobu, ktorým sa riadi vo svojich ilustráciách i sám autor. Napokon grafické úpravy katalógov **Albína Brunovského** (SNG, 1996) a **Via Lucis** (SNG, 1996) prezentujú podobu layoutu s disciplinovaným rukopisom a harmonickým klasicizujúcim prejavom, ktorý vychádza z povahy diela a osobnosti A. Brunovského a z transparentnosti vystavovaného materiálu - sklenej plastiky. V každom prípade však zdôvodnene, zámerne modeluje situáciu každej strany vo vzťahu k celkovej koncepcii grafickej úpravy, v súčinnosti s fotoobrazom, ale i (a to práve vytvára rozmanitosť v produkcii štúdia) v dialógu k charakteru času i miesta zadania - dodaného textového a obrazového materiálu, ktorý chápe ako základ, východisko v procese smerujúcom k definitívnej realizovanej podobe produktu. ■



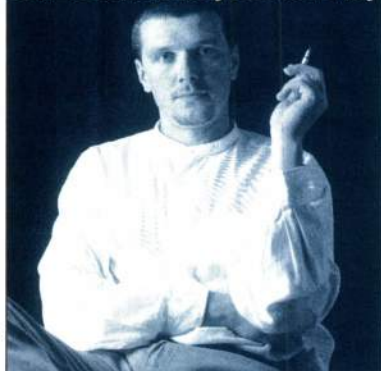
FOTOGRAFIA : 1990



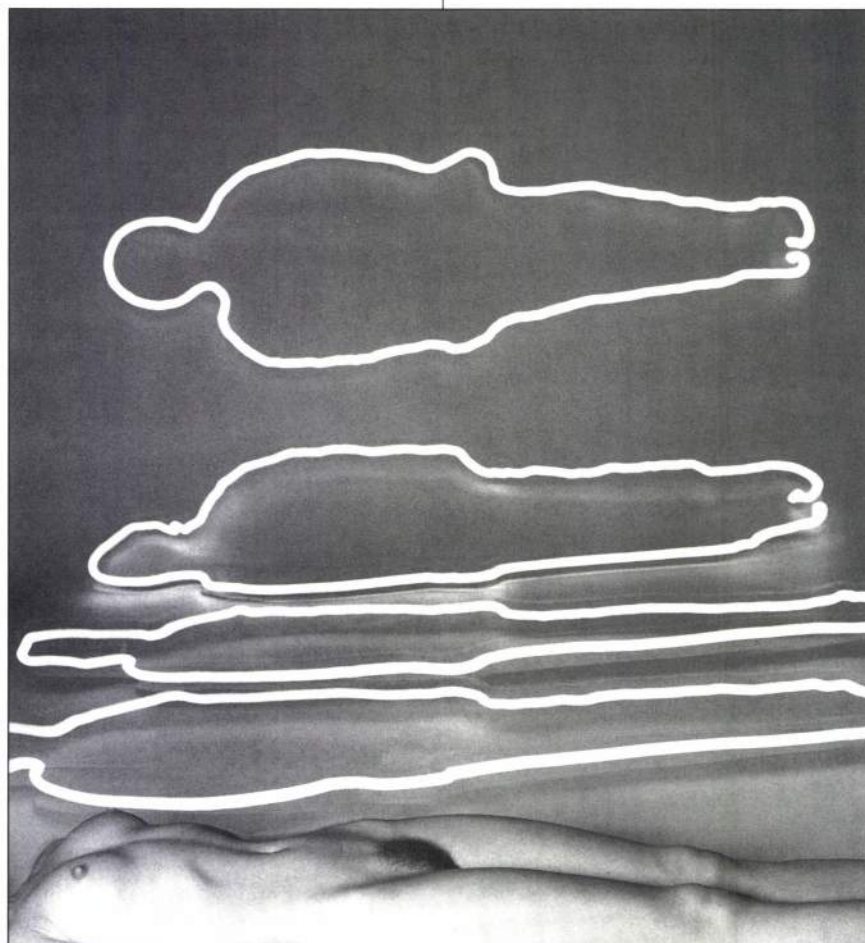
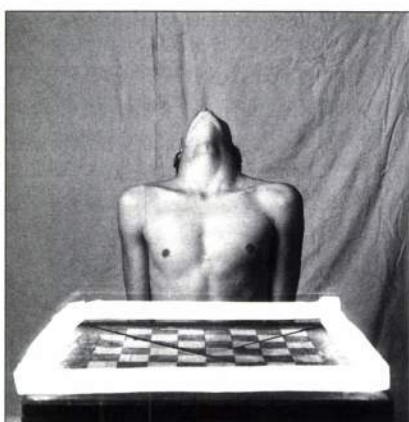
VYSTAVNÝ PLAGÁT : 1998

* 1963

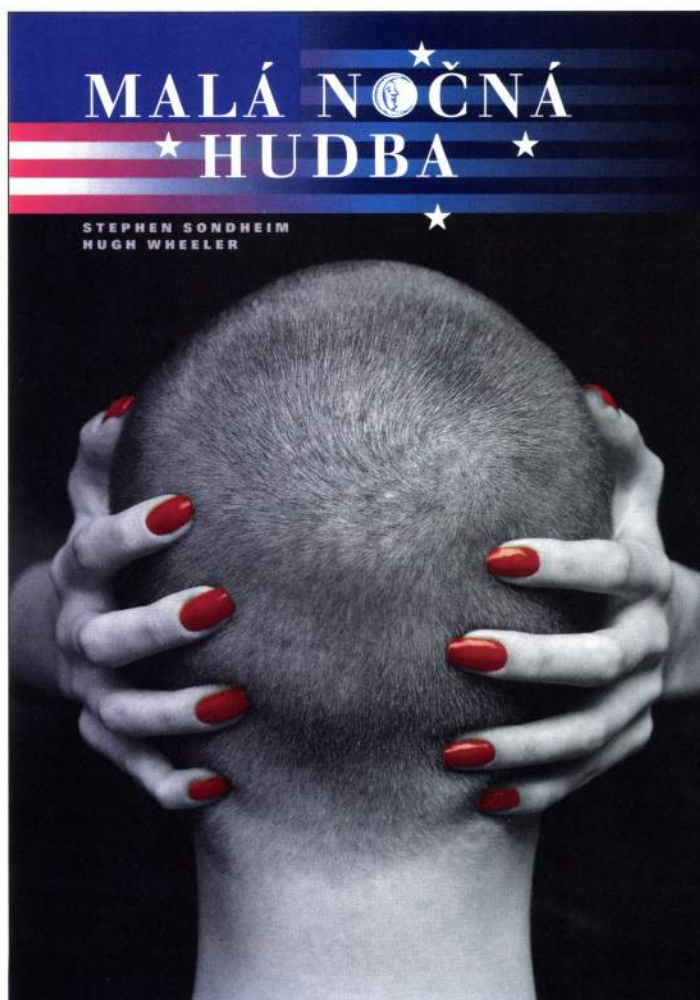
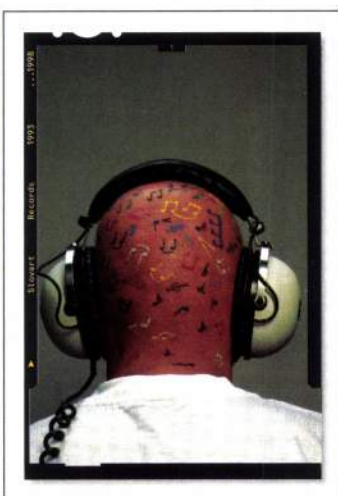
Juraj Králik



FOTOGRAFIA : 1988



FOTOGRAFIA : 1992



zamestnancov a časová tieseň nedovoľovali realizovať všetky detaily podľa našich predstáv. Mnohokrát výsledok ani zďaleka nedosiahol požadovaný účinok. Práve preto sme sa rozhodli vybudovať si vlastné štúdio a odbúrať množstvo zbytočnej závislosti v refazci prípravy podkladov pre tlač. Vybudovaním si vlastnej technologickej základne sme spravili krok k tomu, aby sa naše východiskové korigované predstavy postupne, ale zásadným spôsobom mohli začať naplňovať.

D. P. : Vlado, v roku 1978 sa konala tvoja prvá prezentácia z radu výstavných projektov, ktoré periodicky pokračovali až do poslednej výstavy v Galérii mesta Bratislavy v roku 1989 pod názvom Typo-grafika 1.- 9. a zúčastnil si sa i mnohých iných výstav. V čom vidíš význam svojich autorských prezentácií?

V. R. : Týchto 15 výstav, ktoré som realizoval v období nedoceňujúcom u nás výtvarné prejavy grafického dizajnu, vytlačiac ich na perifériu záujmu (verejnosti i kritiky), sa mi z dnešného odstupu javí asi ako hádzanie hrachu o stenu, ako možno zbytočné úsilie. Celková apatia vtedajšej spoločnosti zúžila okruh záujemcov o moje akcie len na niekoľko kolegov z odboru. Grafický dizajn (na Slovensku „užitá grafika“) bol chápaný ako totálne služobný prostriedok k prezentovaniu pofidérnych ideí a pochybných posolstiev. „Užitá grafika“ pre mňa nebola totožná so „zneužitou“ grafikou. Nikdy som sa nevedel prispôbiť tej zvláštnej spoločenskej hre, ktorá prebiehala pri získavaní zákaziek, plnej kompromisov a falošných ústupkov. Napriek neúprosým termínom (sú v tejto oblasti výtvarnej práce mimoriadne stiesňujúcim problémom), som sa rozhodol prácu robiť jednoducho dovtedy, pokiaľ nebola podľa mojich kritérií dobrá. Nechcel som vydať z rúk nič, s čím som sa nestotožnil. Dostať sa do rozporu so svedomím, či voliť rozchod - to bola častá dilema tých rokov. Východiskom bola hmotné síce nevýhodná, ale eticky prijateľnejšia cesta. Nie raz za cenu zrieknutia sa realizácie dávneho sna, či konečného rozvinutia zaujímavej úlohy. I keď som bol aj vtedy skeptický voči účinku svojich výstavných akcií (chcel som pravidelne predkladať akúsi esenciu svojich výsledkov), predsa len zistenie, že na ich základe som nikdy nedostal žiadnu novú alebo lepšiu prácu, bolo deprimujúce. Preto som skoro na desať rokov takmer prerušil prezentovanie svojich prác na výstavách. Podobne to dopadlo aj s výstavnou aktivitou skupiny piatich grafikov (Choma, Dóka, Longauer, Mydlo, Rostoka), ktoré sme plánovali ako permanentne sa opakujúce generačné vystúpenie v bienálnom cykle. Ale po dvoch akciách v rokoch 1979 a 1981 sme kvôli vyššie zmieneným dôvodom rezignovali. Tento náš pôvodný nápad sa realizoval až po revolúcii zásluhou vytrvalej aktivity Jozefa Dóku vo forme Trienále plagátu v Trnave.

D. P. : Do akej miery zmenilo založenie štúdia a spoločná práca v priebehu rokov 1994-1998 váš spôsob myslenia a re-prezentácie?

J. K. : Zvýšil sa pocit zodpovednosti. Stanovili sme si latku kvality pomerne vysoko, nielen pre seba, ale najmä pre tých, čo ju od nás očakávajú. Rovnako medzi sebou navzájom sme vždy v neustálom očakávaní, vieme o svojich nárokoch i tvorivých možnostiach. S nápadom musíme prísť vždy obaja. V roku 1993 som vyrobil imidžový plagát pre Slovart. Pri zachovaní toho istého záberu si viem dnes na základe dlhoročnej spolupráce predstaviť ten istý plagát s omnoho väčším typografickým zásahom. Na rozdiel od mnohých iných fotografov a tvorcov „čistého“ umenia, ktorí sa bránia zásahom grafika ako rovnocenného spoluprotvorcu do ich obrazu, preferujem syntetické spoločné dielo, kde fotografia je integrovaná do typografie a opačne.

D. P. : Vlado, môžeš sa pokúsiť charakterizovať tvoj spôsob práce pred založením štúdia?

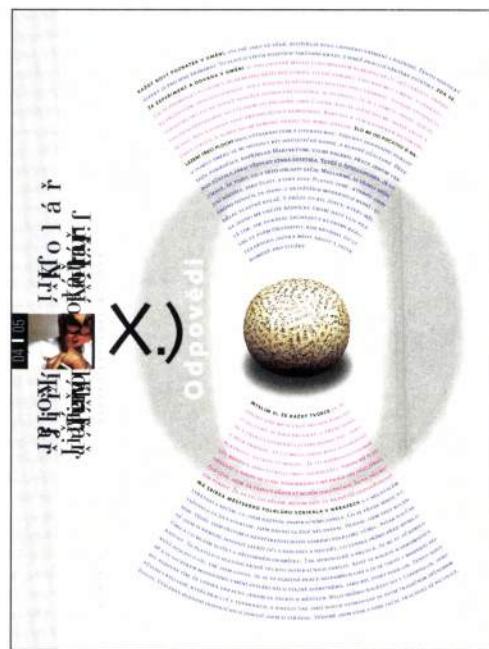
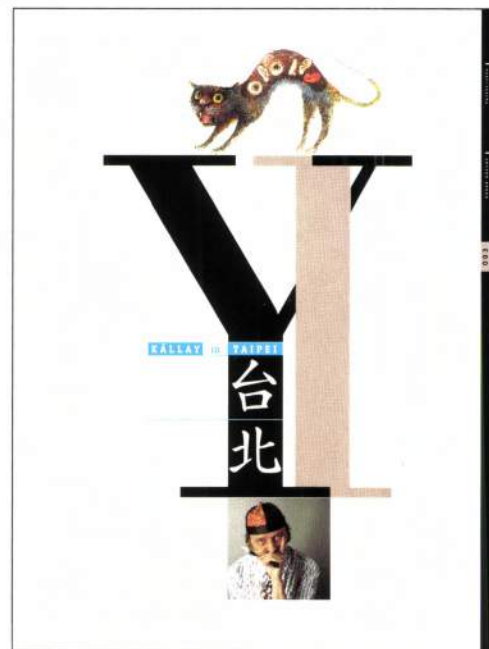
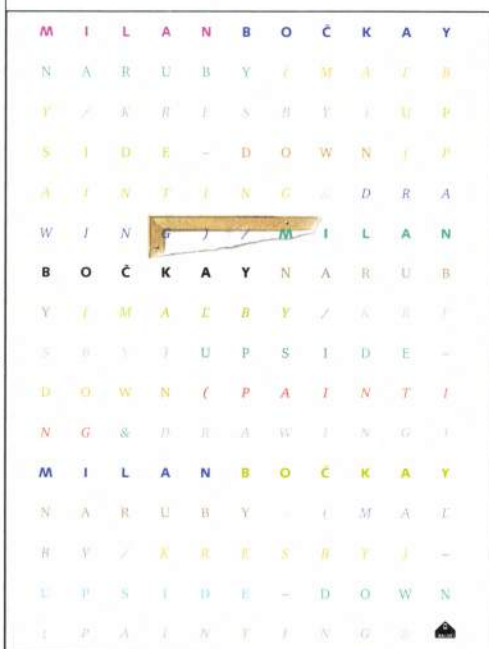
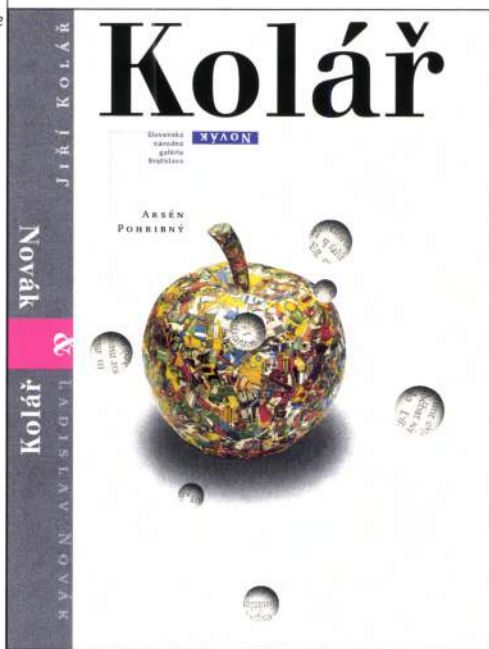
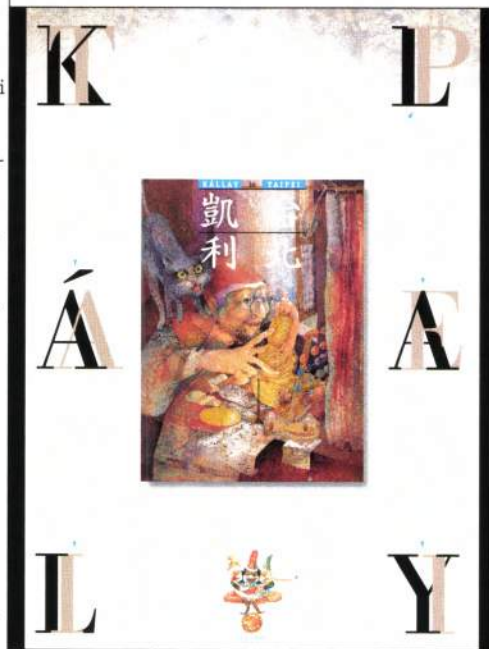
V. R. : Mój spôsob práce bol v tom období veľmi prostý, tradičný. Nosným bol nápad, idea, ktorú som realizoval najobvyčajnejšími prostriedkami výtvarnej práce. Bola to snáď reakcia na zrýchľujúcu sa dobu, ktorá stále naliehavejšie nanucovala zložitý, technokratický spôsob života. Nechcel som zrkadliť túto zložitost, preto dobrovoľným a zámerným obmedzením vyjadrovacích možností (pero-štetec-tuš, časté čiernebiele riešenia) som sledoval jednoduchosť, harmóniu, znakovosť a prostotu. Snažil som sa vyvarovať závažnej chyby, ktorej podlieha značná časť mladej generácie grafických dizajnérov i dnes - totiž netransformovať myšlienky povrchným, zrýchleným spôsobom, akoby v časovom strese. Nepoužívať pritom komerčné grafické prvky, ktoré sú nositeľmi dobových, nablýskaných znakov civilizácie. A neoperovať ani druhou krajnosťou - deštrukciou a prázdny gestom odporu. Snažil som sa ísť medzi týmito mantinelmi a zistiť som, že sa dá i takto napredovať.

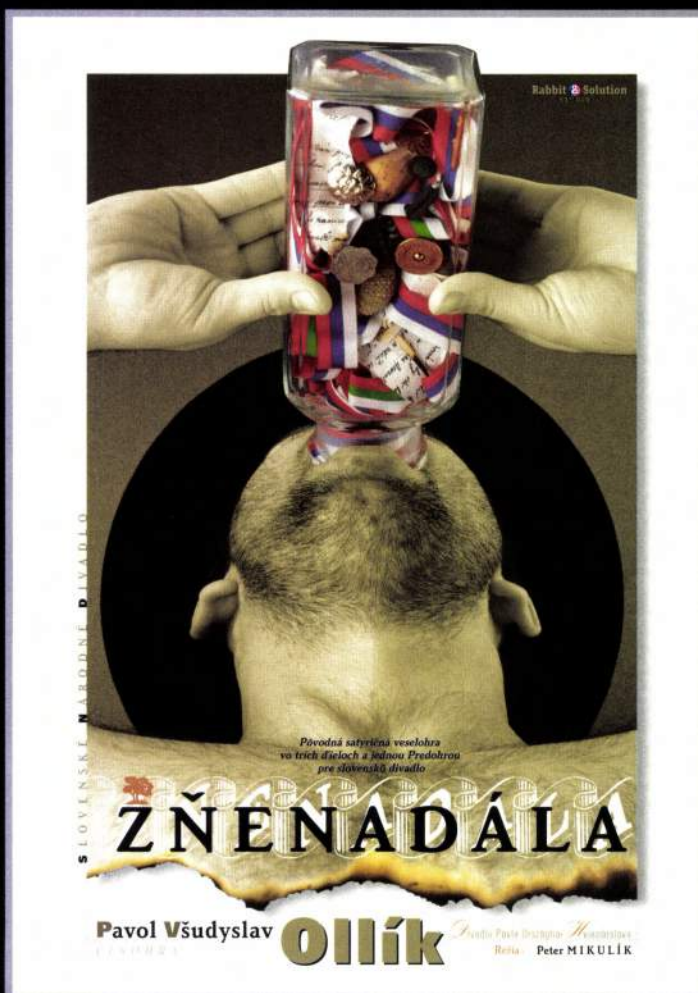
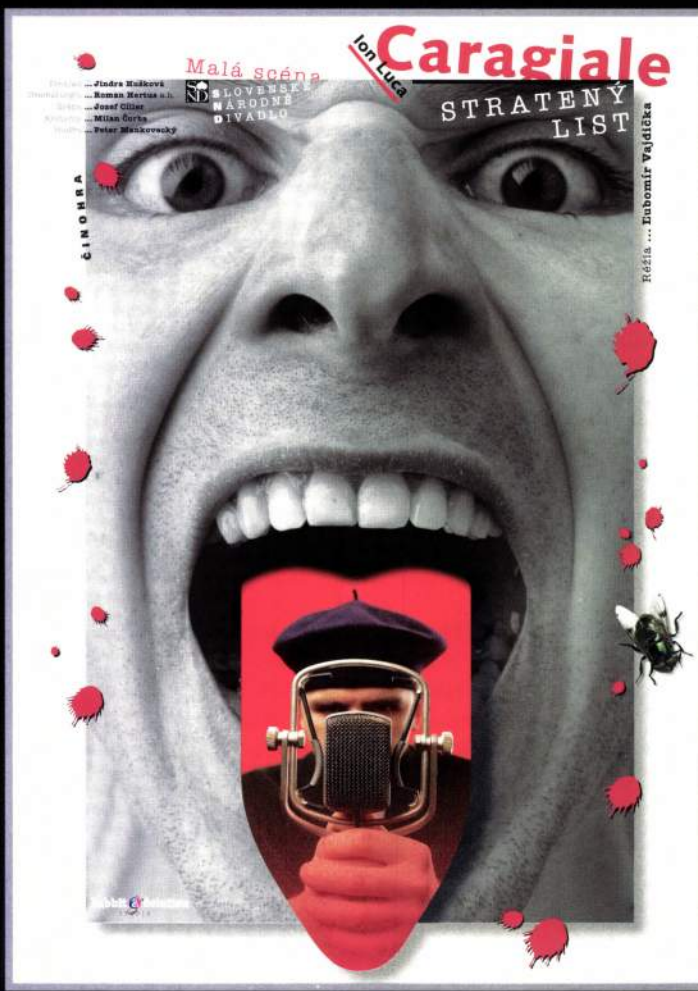
D. P. : V prípade vášho štúdia sa nejedná o bežný koncept začlenenia fotografie do výsledného celku, tak ako je uplatňovaný v mnohých iných štúdiách prevažne komponovaním a manipuláciou s fotografiou vybranou z ponuky nespočetných počítačových programov, ktorými je trh dostatočne zásobený aj u nás. Často sa používa princíp veľkého zváženia, ktoré potom funguje ako pozadie, raster plochy. Aká je vaša koncepcia?

J. K. : Je pre nás ťažké hodnotiť, či ide alebo nejde o bežný koncept. Určite nie je u nás veľa štúdií s touto rovnocennou kombináciou typograf - fotograf. V tom množstve práce, ktorú vyprodukuje, si vždy nájdeme čas na to, aby sme každý problém riešili spoločne. Mám rád prácu cez víkend, keď nezvoní telefóny, vtedy sa najviac vymyslí. Dnes ponúkajú fotobanky a CD-disky nespočetné množstvo hotových obrázkov, žiaľ, v našej koncepcii len málo využiteľných. Vždy im niečo chýba, preto sú u nás len periférnou záležitosťou. Najradšej si všetko fotografujeme sami - od nákladného auta až po ohorenú zápalku - tak, ako si to predstavujeme my.

D. P. : Vizuálny štýl produktov vášho štúdia sa jasne odlišuje od často veľmi univerzalizovaného, neutrálneho, konvencie rešpektujúceho či klasického chápania grafického dizajnu v mnohých našich grafických štúdiách, či v tvorbe samostatných dizajnérov. Zároveň však často vyvoláva silne kontraverzné reakcie. Aby sme boli konkrétni, mohli by ste sa vyjadriť ku komentárom, ktoré na margo vašej práce odznievajú najčastejšie? Problematicujú sa predovšetkým spôsoby, akými si „dovoľujete“ zasahovať do autonómie umeleckého diela - teda reprodukovanieho artefaktu. Podobne „manipulujete“ i s daným autorským textom, jeho integritou.

J. K. : Sme nároční aj k obrazovým materiálom, ktoré k nám prichádzajú „zvonka“. Keď sme dostali podklady k výrobe katalógu Kolář-Novák pre SNG, obrázky Kolářových diel boli nepoužiteľné. Vlado ma presvedčil o nevyhnutnosti nafotografovať všetko znova. Na vlastné náklady sme deň pred otvorením výstavy Kolářove artefakty pomáhali vybaľovať zo škatúľ a fotografovali sme ich. Práve tu - v absurdnej situácii, keď sa grafický dizajnér ako asistent fotografa mohol dotýkať týchto vecí, vznikali konkrétne nápady pre realizáciu katalógu. Preto sme si dovolili niektoré veci položiť inak ako sa zvyčajne reprodukuje bez toho, aby sme mali pocit, že im to ublíži. Že to v konečnom dôsledku vyvolalo diskusiu, je asi signálom toho, že bolo o čom. Nikdy si nemyslíme, že to, čo urobíme, sa musí všetkým páčiť. Veď také niečo ani nie je možné. Jednoducho sme len ukázali viac odvahy ako iní, konvenční tvorcovia. Je veľmi veľa kníh a katalógov, ktoré majú ambície





J. K. : S Kamekurovým názorom úplne súhlasím. Anonymita a často nízka kvalita vyprodukovaných plagátov a iných tlačovín sa zvyčajne odvodňuje časovým alebo finančným stresom. Je to však veľmi citlivá vec, pretože takýto argument môže fungovať iba vo veľmi úzkom časopriestore. Už o týždeň-dva konzument nemusí poznať súvislosti, pozná iba výsledok. Ak sa hovorí o možnosti využitia alebo zneužitia grafického dizajnu na názorovo orientáciu obyvateľstva, znamená to, že patrí k strategickým odvetviam ľudskej činnosti. To je potešujúci poznatok o tom, čo robíme. Je vecou svedomia každého človeka, čomu sa zapredá. Ako sa potom jeho „výtvor“ použije, je už vecou akéhosi marketingového koordinátora. To však už nesúvisí s výtvarnou tvorbou, ale s obchodom. Je to trhový mechanizmus, ktorému sa nevyhneme.

V. R. : VLADISLAV ROSTOKA



Hubert Froyen

Príbeh o mojom príbore značky Hackman

Roku 1970 som si kúpil fínsky príbor Hackman.

Narodil som sa len s jednou rukou, s ľavou rukou. Viac ako 20 rokov som bojoval s nožmi a vidličkami. Zistil som, že dizajn väčšiny stolných nožov je robený pre väčšinu populácie. Pridržiavajú si mäso na tanieri vidličkou a potom pohybujú nožom dopredu a dozadu v horizontálnej polohe pod miernym vertikálnym tlakom. Nôž značky Hackman mi umožňuje efektívne a elegantne jesť jednou rukou. Širšia základňa pre ukazovák dovoľuje väčší vertikálny tlak a zakrivenie reznej hrany umožňuje rezanie kolísavým pohybom čepele vpred a vzad.

Mojej rodine sa páči rafinovaný štýl a nadčasová krása tohto príboru a moji hostia sa naň nikdy nepozerajú ako na špeciálny nástroj pre telesne postihnutého hostiteľa. Je to jednoducho dobrý príklad „dizajnu pre všetkých“, alebo prinajmenšom pre oveľa väčšiu skupinu užívateľov.

I keď nie je určený špeciálne pre telesne postihnutých, ukázalo sa, že tento stolný nôž je pre mňa vhodný. Zvláštne je, že rybí nôž Hackman je špecificky riešený len pre pravákov a nemá „bezbariérové“ kvality.

Aké poučenie plynie z tohto príkladu?

Samozrejme, nejde len o tento špeciálny príbor. Stovky predmetov, ktoré sú na trhu už mnoho rokov, a stovky existujúcich budov majú tieto neobmedzujúce a často nepozorovateľné mimoriadne kvality, ktoré dnes definujeme ako „dizajn pre všetkých“ alebo „univerzálny“ či „bezbariérový dizajn“.

Ide o to, aby sme pochopili, že neschopnosť telesne postihnutých ľudí alebo ubúdajúce schopnosti (napr. u starých ľudí) sú čiastočne spôsobené sociálnym a fyzickým prostredím.

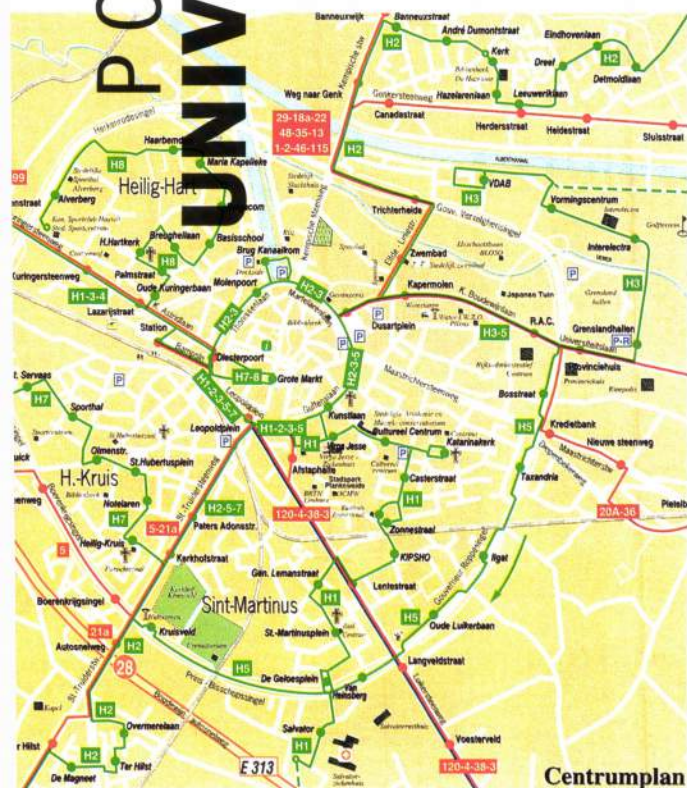
Telesné postihnutie versus hendikep

Selwyn Goldsmith¹ má pravdu, keď hovorí: „Telesné postihnutie a hendikep nie sú synonymá. Telesne postihnutý človek nemá automaticky hendikep - prítomnosť hendikepu závisí od povahy individuálneho postihnutia a od okolností, v ktorých sa nachádza.“

Louis Pierre Grosbois² vo svojom popise pojmu hendikep ho znázorňuje vo forme diagramu pre dizajnérov. Vychádza z pôvodu postihnuteľa (dedičné, vrodené alebo získané), typu postihnutia (motorické, senzorické alebo intelektuálne) a postupuje k následnej neschopnosti vykonávať niektoré činnosti.

Pod titulom „správanie/aktivity“ tvrdí, že postihnutý človek sa čiastočne adaptuje na svoje obmedzenia (adaptácia jednotlivca). Prichádza však k záveru, že hendikep tiež čiastočne závisí od adaptácie prostredia s ohľadom na postihnutie užívateľa (adaptácia na jednotlivca).

Z toho vyplýva jasné posolstvo pre nás odborníkov: lekárska veda a lekárska technika môže zmenšiť, ba dokonca predchádzať zhoršenie zdravotného stavu a postihnutie, naproti tomu dizajn môže zmenšiť hendikep.



Mapa centra mesta Hasselt, Belgicko, s vyznačenými trasami, na ktorých premávajú bezplatné a prístupné autobusy.



Profesor **Hubert Froyen** (1947) študoval archeológiu a antropológiu na univerzitách v Hasselte a Leuvene (Belgicko), absolvoval na univerzite v Berkley (USA). Od roku 1996 vedie fakultu architektúry na univerzite v Diepenbeeku (Belgicko). Zaoberá sa výskumom adaptácie podporných štruktúr a vybavenia verejných priestorov v Holandsku, ako aj výskumom novej teórie urbánnej architektúry v USA. Je zakladajúcim členom belgického Úradu pre prístupnosť (Toegankelijkheidsbureau) a autorom holandského sprievodcu rečou dizajnu pre adaptáciu budov. Je členom výboru European Institute for Design and Disability (EIDD, Európsky inštitút pre dizajn a postihnutie). V jeho práci sa vzáčne spája profesionalita dizajnéra s osobným životom hendikepovaného človeka.

Príbor značky Hackmann

V západnej spoločnosti všetci žijeme v umelo vytvorenom prostredí a umelo vytvorené objekty majú rastúci vplyv na náš každodenný život. Dizajn budov a otvorených priestorov, nábytku, automobilov a predmetov pomáha alebo bráni ľuďom dospieť k plnej ekonomickej a sociálnej integrácii, blahu a šťastiu. „Zlý environmentálny dizajn znemožňuje viac než akýkoľvek zdravotný stav“ píše Elsepeth Morrison³.

S. Goldsmith tvrdí: „Človek je mimoriadne flexibilný živočích, schopný úspešne sa prispôsobiť aj najnáročnejším podmienkam životného prostredia. Po stáročia architekti a dizajnéri využívali jeho zdanlivo neobmedzenú schopnosť tolerovať nepohodlie, nevhodnosť a nebezpečenstvo. Myšlienka prispôsobiť budovy a zariadenie tak, aby naozaj vyhovovali ľuďom, je relatívne nová a taktiež nový je pojem ergonómia, pod ktorým je známa.

Ergonómia (alebo inžiniering humánnych faktorov) pomáhala prvej generácii dizajnérov tvoriť dizajn pre špeciálne potreby (v ponorkách, vesmírnych lodiach, rehabilitačných centrách, atď.).

Záujem dnešných a budúcich dizajnérov však siaha ďalej ako tvoriť dizajn pre špeciálne potreby, pričom tento špecifický prístup naďalej bude mať rozhodujúci význam.

Stojíme pred väčšou výzvou: dosiahnuť a udržať vysokú úroveň integrácie pre všetkých užívateľov vrátane detí, postihnutých a starších ľudí.

Poetická dimenzia univerzálneho dizajnu

Je nemožné určiť všetky ekonomické a sociálne škody spôsobené vecami, ktoré sú zle prispôbené interakciám ľudí so životným prostredím.

Taktiež nie je možné odmerať pozitívne účinky univerzálneho dizajnu, ale osobné skúsenosti zo života nás stále znova učia, že kvalitné riešenia zlepšujú úroveň nášho každodenného života nielen z praktického hľadiska. Môj nôž značky Hackman je pre mňa viac než len nástroj - má pre mňa poetickú dimenziu. Umožňuje mi plne vychutnať potešenie z jedla a spoločnosti rodiny a priateľov.

Ďalší empirický príklad na ilustráciu je bezplatná verejná doprava v Hasselte (Belgicko). Vzhľadom na rastúci tlak automobilovej dopravy v stredovekom mestečku Hasselt sa miestne orgány v r. 1997 rozhodli zriadiť bezplatnú autobusovú dopravu na hlavných uliciach. Navyše autobusy sú prístupné pre vodičkárov a zabezpečujú mobilitu pre všetkých.

Ešte je príliš skoro na to, aby sme mohli povedať, že bezplatné autobusy skutočne vyriešia hlavné problémy mobility a dopravy, pretože postoje a zvyky ľudí sa menia veľmi pomaly, avšak celkové reakcie občanov a návštevníkov sú pozitívne. Viac ľudí navštevuje centrum mesta autobusom.

Najzvláštnjšie sú neočakávané vedľajšie účinky tejto iniciatívy. Viac ľudí navštevuje rodinu a priateľov v nemocniciach. To je podľa nášho názoru jeden aspekt poetickej dimenzie dobrého rozhodnutia. Podobným spôsobom aj iné dobré produkty dizajnu pre všetkých alebo bezbariérového či univerzálneho dizajnu prispievajú k týmto skrytým kvalitám, k tejto poetickej dimenzii.

Umožňujú viacerým užívateľom žiť podľa svojich potenciálnych schopností po dlhší čas ich života.

Univerzálny dizajn nielen zvyšuje kvalitu životného prostredia pre všetkých ľudí, ale tiež zlepšuje sociálnu dostupnosť.

¹ Goldsmith, Selwyn: Designing for the disabled. RIBA Publications Ltd, 1984, s. 17.

² Grosbois, L. P.: Handicap Physique et Construction. Le Moniteur, Paris, 1993.

³ Morrison, Elspeth: AA News Spring 1993, Architectural Association, London.

Detaily autobusu, ktorý je prispôsobený pre ľudí na vozíčkoch.



Foto: Archív autora a De Lijn, Public Transport, Flanders, Belgicko.

Diagram L. P. Grosboisa znázorňujúci súvislosti aspektov postihnutia a prostredia

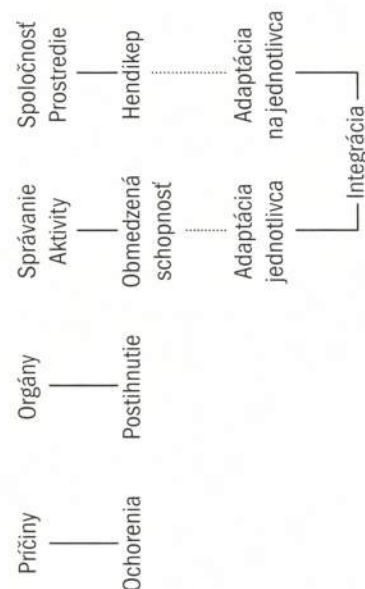


Schéma vzťahu zdravotného postihnutia a prostredia človeka podľa Selwyna Goldsmitha.



1.

Ľuba Fábriová

OŽIVENÁ TRADÍCIA NESTARNÚCEHO DIZAJNU RECREATION

Josef Hoffmann

je... Vyberte si. Významný predstaviteľ rakúskej geometrickej secesie, spoluzakladateľ legendárnej Wiener Werkstätte, legenda rakúskeho dizajnu, Quadratl - Hoffmann, prvý hviezdny dizajnér, všestranný tvorca neobvyklých architektonických diel a dizajnerských prác, predznamenávajúcích príchod moderny, nadšenec a realizátor myšlienky uceleného umeleckého diela... alebo inak - budov, interiérov, nábytku, svetidiel, stolovacích predmetov, textílií, ktorým i po takmer sto rokoch tleska aj náš zhýčkaný a náročný moderný svet. Prečo? Pre neopakovateľnú a stále rovnako fascinujúcu zmes prísnej geometrie, sympatickej jednoduchosti, šarmantnej nenútenosti, sebedomej elegancie, pôvabnej ležérnosti, očarujúcej ľúbivosti, zdravo drzej svojráznosti... Zmes, na namiešanie ktorej hľadá ten správny recept nejdenný súčasný tvorca.



2.

Pravý Wittmann

znamená poctivú, precíznu, perfektnú, dôkladnú a dokonalú ručnú prácu snúbiacu sa s kvalitou funkcie a dizajnu. Čalúnený nábytok s pečatou tradície rodinného podniku, ktorý sa z malej sedlárskej dielne vypracoval na svetoznámy pojem vďaka kvalite pozostávajúcej z tisícov maličkostí. Dizajn s výbornými ergonomickými, funkčnými a estetickými atribútmi, pod ktoré sa podpisujú uznávaní súčasní tvorcovia - Hans Hollein, Matteo Thun, Hannes Wettstein, Paolo Piva, Tošijuki Kita. Tradíciu, ktorá má šarm vďaka veciam nepochybne veľkým, ako je aktuálnosť diela Josefa Hoffmanna, i zdanlivo malým, ako napr. kúsok z tradičného koláča Linzer Schnitte, ktorý rok čo rok pečie pani Wittmannová v januári pre hostí stánku Wittmann na kolínskom veľtrhu.



3.

Recreation J. H.

predstavuje skvelú kolekciu ručne vyrábaného sedacieho nábytku podľa originálnych návrhov Josefa Hoffmanna. Od roku 1972 s ňou prichádza na trh renomovaná rakúska firma Franz Wittmann Möbelwerkstätten. Táto kolekcia, ktorá sa neustále dopĺňa o ďalšie „znovuzrodené“ Hoffmannove návrhy, zahŕňa v súčasnosti viac ako 20 rôznych modelov prevažne čalúneného nábytku zo všetkých období autorovej dizajnerskej tvorby. Ako prvý zrekonštruovaný Hoffmannov dizajn v podobe kresla Kubus, tak i všetky ďalšie kusy vrátane troch posledne predstavených v januári t. r. na veľtrhu nábytku v Kolíne, sa vyznačujú svojou remeselnou dokonalosťou, ergonomickým komfortom a jedinečnou aurou hodín, dní a týždňov mravčej práce pri hľadaní pôvodných návrhov, nákresov a prototypov. Vytrvalosť a húževnatosť sa vo firme Wittmann dedí z pokolenia na pokolenie.



4.



5.



Hovorové kreslo Ducale. Dizajn: Paolo Piva. Firma Wittmann spolupracuje s celým radom renomovaných dizajnérov. Kreácie čalúneného nábytku Taliana Paola Pivu sú už niekoľko rokov úspešnými stálicami vo výrobnom programe firmy.

NÚČEHO DIZAJNU

JOSEF HOFFMANN

Kronika

1905 Josef Hoffmann palácom Stocklet v Bruseli realizuje svoj sen o „ucelenom umeleckom diele“. V rámci tejto idey vytvára pre palác Stocklet okrem nábytku a podláh všetky interiérové prvky z kovu, keramiky, skla, textilu a kože.

1965 Johannes Spalt, Friedrich Kurrent a Wittmann usporiadávajú výstavu „Interieur“ v Pálffyho paláci vo Viedni, konfrontujúcu moderný nábytok s nábytkom od Loosa, Hoffmanna, Strnada a Franka. Veľká rezonancia výstavy v odbornej verejnosti.



7.



8.

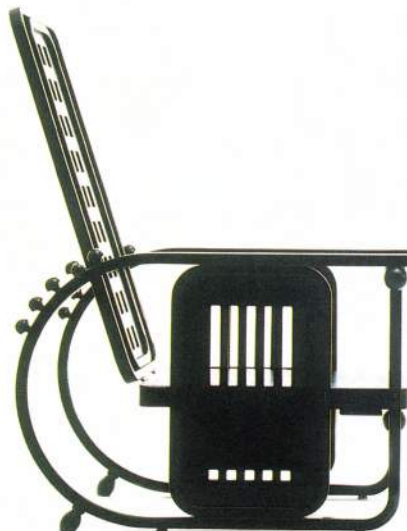


6.

1969 firma Wittmann získava od Nadácie Josefa Hoffmanna exkluzívne práva na výrobu nábytku z Hoffmannovej tvorby podľa jeho originálnych návrhov.

1972 firma Wittmann predstavuje na Wiener Hochschule für angewandte Kunst prvých šesť modelov kolekcie Recreation Josef Hoffmann.

1. Čalúnené dvojčeslo pre viedenský kabaret Fledermaus.
2. Čalúnená súprava so stolíkom Cabinett.
3. Kreslo Kubus, 1910.
4. Kreslo Club, 1910.
5. Kreslo z čalúnenej súpravy navrhnutej r. 1912 pre hudobnú sieň viedenského bytu Dr. Kollera na Alleeasse.
6. Sada stolíkov, ktorú Hoffmann navrhol na prelome storočia.
7. Kreslo z čalúnenej súpravy, ktorú Hoffmann navrhol r. 1913 pre vilu rodiny Gallia.
8. Kreslo z vily Ast.
9. Kreslo s polohovateľným operadlom „Sitzmaschine“, 1905.



9.

Foto: Franz Wittmann Möbelwerkstätten
a archiv autorky

Gerrit Thomas Rietveld:
Červeno-modrá stolička, 1918.



Zdeno Kolesár

INTERNACIONÁLNA MODERNA



Le Corbusier, Pierre Jeanneret, Charlotte Perriand: Ležadlo LC-4, 1929.



Marianne Brandtová:
Čajník, Kovodielňa Bauhausu, 1924.

Hoci evidentné príznaky formovania medzinárodného prúdu moderny v architektúre a dizajne možno vystopovať až v druhom desaťročí nášho storočia, jeho korene treba hľadať prinajmenšom v druhej polovici storočia predchádzajúceho.

Journal of Design, ktorý od roku 1849 vydával v Londýne Henry Cole, ako prvý hľadal symbiózu umenia a priemyslu. Na báze racionalistickej filozofie, vychádzajúcej z koncepcie civilizačného progresu zabezpečeneho strojmi, formuloval svoje teoretické vývody o cestách vedúcich k súladu výtvarných foriem s realitou sériovej strojovej výroby nemecký architekt Gottfried Semper. Roku 1852 vyhlasoval, že minulosť,

a zvlášť remeselné tradície, treba zmiesť zo stola predtým, než bude možné vytvoriť nové umenie, založené na akceptovaní priemyslu, ktorému je nutné sa podriaďovať¹. S podobnými názormi sa možno potom v druhej polovici minulého storočia stretnúť u ďalších autorov, hoci (podobne ako Semper) v praktických aktivitách boli takto deklarované princípy realizované len v obmedzenej podobe². Paradoxne aj hnutie Arts and Crafts, stojace v opozícii k industriálnej civilizácii, sa svojimi náhľadmi na umenie ako prostriedok sociálnej reformy, ale aj ďalšími úvahami (o morálnej zodpovednosti umelca, o potrebe komplexnej tvorby životného prostredia, o pravdivom priznávaní konštrukcie a materiálu) podieľalo na utváraní ideovej platformy, z ktorej sa

zrodila moderna³. Osobitne treba spomenúť prominentného architekta Chicagskej školy⁴ Louisa Sullivana, ktorý v súvislosti s požiadavkami kladenými (nielen) na architektúru, sformuloval funkcionalistické krédo „Form follows function“: „...život sa prejavuje tak, že forma vždy nasleduje funkciu... Je to zákon prenikajúci všetko organické i anorganické, všetko ľudské i nadľudské...“⁵

Obísť nemožno ani brnianskeho rodáka Adolfa Loosa, ktorý vo svojej eseji „Ornament je zločin“⁶ podčiarkol antiornamentalistickú stratégiu modernej úžitkovej tvorby a navyše definoval i pojem „štandardného výrobku“ (výrobku v najvyššej miere racionálneho, vedecky preskúšaného, vyrobeného z najvhodnejšieho materiálu najpremýšľavejšou technológiou na mieru svojho účelu, nepodliehajúceho módnym premenám) - ten sa stal méťou pre moderný dizajn.

Keďže samotný pojem „internacionálna moderna“ je sporným a často diskutovaným problémom dejín architektúry a dizajnu (podobne ako ešte problematickejší termín „internacionálny štýl“⁷, pokúsme sa ho stručne vymedziť. Budeme mať na mysli ten prúd v úžitkovej výtvarnej tvorbe a architektúre, ktorý charakterizuje racionalizmus, úsilie o objektivizáciu výtvarného výrazu na základe pravdivého priznania funkčnej štruktúry predmetu a použitého materiálu (formový objektivismus sa spočiatku jednoznačne spájal s výtvarnými prostriedkami geometrickej abstrakcie), reduktívna estetika zavrhujúca historizmus a ornament akéhokoľvek druhu, využívanie tých materiálov a technológií, ktoré súviseli s vývojom mechanizovanej výroby, a v najširších súvislostiach viera v progres ľudskej civilizácie zabezpečený strojmi, ako aj ruskinské presvedčenie, že etika výtvarnej tvorby môže byť prostriedkom reformovania spoločenských pomerov. Súčasťou modernistickej ideológie bolo i presvedčenie o potrebe globálneho uplatnenia uvedených princípov a viera v možnosť dosiahnuť nadčasovú, univerzálnu krásu (práve dogma absolútnej dokonalosti a univerzálnej platnosti prezentovaných riešení sa neskôr stala cieľom útokov kritikov modernistickej koncepcie⁸).

Kapitoly z dejín DIZAJNU vi.

Gerrit Thomas Rietveld: Stolná lampa, 1924.



V prvých desaťročiach 20. storočia sa v Holandsku, Rusku a Nemecku paralelne sformovali tri najvýznamnejšie ohniská internacionálnej moderny (jej dôležitým spoluprotvorcom bol aj švajčiarsko-francúzsky architekt Le Corbusier), ktoré sa vzájomne ovplyvňovali. Vymedzené charakteristické znaky sa v jednotlivých centrách internacionálnej moderny uplatňovali s odlišným dôrazom. V Holandsku dominovalo skôr riešenie imanentných problémov výtvarnej formy, hoci aj tu sa umelci zaoberali širšími sociálnymi súvislosťami umeleckej tvorby. Súviselo to bezpochyby i so skutočnosťou, že neutrálne Holandsko nepociťovalo natoľko následky 1. svetovej vojny a potreba zapojiť umenie do komplexnej reformy spoločenských štruktúr tu nevystupovala tak nájostojivo. Piet Mondrian a ďalší príslušníci skupiny nazvanej podľa časopisu *De Stijl*⁹⁾ nadväzovali na snahu dosiahnuť objektívny obraz sveta, ktorú ako prvý v 20. storočí demonštroval kubizmus. Mondrian v procese abstrahovania reálneho sveta dospel k čistej geometrii užívajúcej primárne farby (z dnešného pohľadu sa predstava, že objektívnou podstatou prírodných foriem je geometria, javí ako príliš zjednodušená, ale vo svojej dobe sa pociťovala ako aplikovanie exaktných matematických princípov vo svete, v ktorom dovtedy dominovala svojvôľa a subjektivismus). Princípy, ktoré v maľbe uplatňoval Mondrian, previedli do trojrozmernej tvorby najmä Theo van Doesburg, Jacobus J. P. Oud a Gerrit Thomas Rietveld. Posledne menovaný sa popri architektúre (Schröderov dom v Utrechte je najkomplexnejšou realizáciou ideí *De Stijl* v oblasti architektúry) intenzívne venoval aj dizajnerskej tvorbe. Jeho „Červeno-modrá stolička“ (1918) sa stala erbovým dielom neoplasticizmu. Je zároveň dobrým svedectvom toho, že v centre pozornosti tohto výtvarného smeru stáli aj v oblasti užitočnej tvorby najmä formálne otázky. Materiálom je drevo maľované v mondrianovských základných farbách (imperatív „pravdy materiálu“ sa tu teda neakceptoval) a vzhľadom na ostré hrany, tvrdé sedadlo i rozmery stoličky je aj jej užitková funkcia diskutabilná. Rietveld však redukoval stoličku na kosť z bavenú prebytočnej hmoty - tým ponúkol dôležité východisko reduktivistickéj funkcionalistickej estetiky. Neskôr vytvoril i ďalšie vzory nábytku a svietidiel, ktoré nemanifestujú tak jednoznačne svoju príslušnosť k neoplasticizmu, sú v princípe blízke funkcionalistickému ideálu formy nasledujúcej funkcie a využívajú aj moderné materiály (oceľ, plast).

Popri dominantných aktivitách v oblasti architektúry sa dizajnu venoval i jeden zo spoluprotvorcov moderny Le Corbusier. Podobne ako v architektúre chápanej ako „stroj na bývanie“¹⁰⁾ i v návrhoch nábytku (najmä „stroj na ležanie“ - chaise longue LC-4 vytvorená v spolupráci s P. Jeanneretom a Ch. Perriandovou, patrí k základným dielam nábytkového dizajnu 20. storočia¹¹⁾) Le Corbusier manifestoval stotožnenie s názorom, že stroj sa stal podstatným fenoménom civilizácie vrátane jej kultúrnej a umeleckej sféry.

V Rusku sa avantgardný prúd nadväzujúci na impulzy kubizmu a futurizmu sformoval už počiatkom druhého desaťročia nášho storočia. Októbrová revolúcia roku 1917 potom avantgardu vynesla na pozície nikdy nedosiahnuté v umení Západu - umenie avantgardy sa na krátky čas stalo oficiálnym umením sovietskeho štátu. Umelci, ktorí dovtedy dominantne pracovali v oblasti voľných umeleckých druhov, sa manifestačne prihlásili k užitočným formám umenia, namiesto „umenia pre umenie“ boli odhodlaní zapojiť sa do navrhovania masovo vyrábaných priemyselných výrobkov. Mimoriadne dôležitá bola väzba ruskej avantgardy na sociálno-politický kontext. Architektúra a dizajn sa mali stať novým sociálnym kondenzátorom, mali pozitívne ovplyvňovať život človeka, podieľať sa na jeho výchove. Príkladom môže byť skladací nábytok pre robotnícke kluby od Alexandra Rodčenko, predstavený na parížskej výstave dekoratívnych umení roku 1925 - idea kolektivismu priamo podmienila jeho konštrukčnú i výtvarnú stránku. Rátalo sa s využitím najmodernejších materiálov - v Rusku vznikali napr. už po polovici 20. rokov návrhy nábytku z ohýbaných oceľových rúrok.

Dôležitým centrom šírenia myšlienok avantgardného umenia sa stali VCHUTEMAS (Vyššie chudožestvennyje techničeskije masterskije, založené r. 1920 v Moskve). Na tejto škole, zameranej na výchovu architektov a výtvarníkov pre priemysel, učili univerzálni umelci ako Tatlin, Rodčenko či El Lisickij, ktorí patrili k najvýznamnejším osobnostiam internacionálnej moderny a boli aktívnymi

Theodor Bogler: Čajník, hrnčiarska dielňa Bauhausu, 1923.

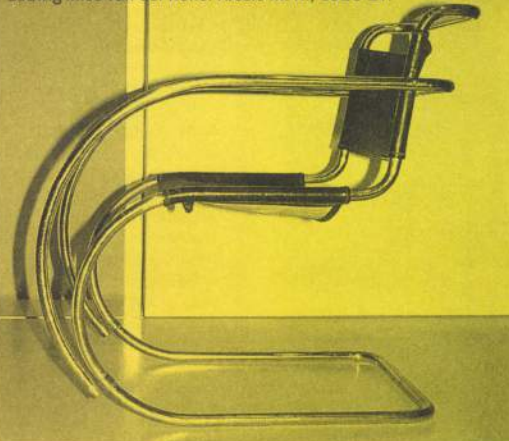


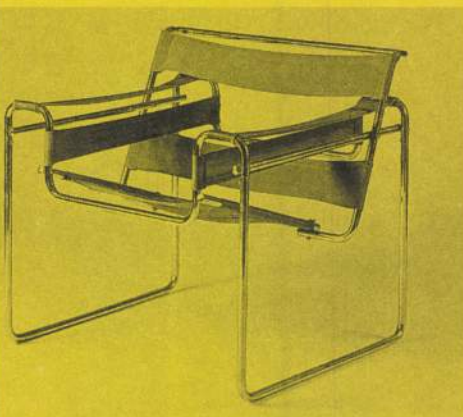
účastníkmi výmeny ideí medzi centrami avantgardnej užitočnej tvorby. Projekty, ktoré vznikli počas krátkeho vzopätia ruskej avantgardy, udusenej po polovici dvadsiaty rok stranickou politikou socialistického realizmu, boli mimoriadne inšpirujúce. Vo svojej dobe zväčša ostali utópiami realizovanými iba na papieri. Ich naplneniu bránil reálny stav zaostalej výroby základne. Tá neumožnila širšie uplatnenie dizajnérov v priemyselnej výrobe, a teda ani realizáciu predstáv o dizajne ako prostriedku sociálnej reformy. Úspešnejší v tvorbe väzieb na reálnu výrobu bol nemecký Bauhaus. Hoci v čase vzniku Bauhausu (1919) vo Weimare patril jeho zakladateľ Walter Gropius už medzi významné osobnosti modernej architektúry (najmä vďaka realizáciám továrne Fagus v Alfelde z r. 1911-13 a vzorovej továrne na výstave Werkbundu v Kolíne n. R. z r. 1914), v počiatkovom období prevládla orientácia Bauhausu na ručnú prácu. Samotný Gropius bol silne ovplyvnený hnutím Arts and Crafts, Bauhaus sa mal stať akousi cechovou komunitou budujúcou „katedrálu budúcnosti“ (Gesamtkunstwerk s vedúcou úlohou architektúry) s ústredným postulátom jednoty umelca a remeselníka. Podobne i expresionistické východiská tvorby väčšiny pedagógov a najmä dominantné postavenie mysticky orientovaného Johannaes Ittena podmienili úvodnú orientáciu Bauhausu na umelecko-remeselné metódy práce. Od počiatku však Bauhaus presadzoval radikálne inovácie v oblasti umeleckej pedagogiky. Ittenom iniciované prípravné štúdium (Vorkurs) sa neskôr stalo neodmysliteľnou súčasťou systému výučby na veľkej časti umeleckých škôl. Ani samotná Ittenova koncepcia prípravného kurzu založeného na prebúdzaní intuitívnej kreativity študentov (ktorá bola zdrojom napätia s Gropiom a viedla napokon k Ittenovej rezignácii a k zavedeniu racionalistických praktík v prípravnom kurze) sa z dnešného pohľadu nezdá taká anachronická ako v čase optimistického nástupu moderny.



B. P. Semjanin: Stolička pre námorného kapitána, VCHUTEMAS, 1928.

Ludwig Mies van der Rohe: Kreslo M. R., 1926-27.



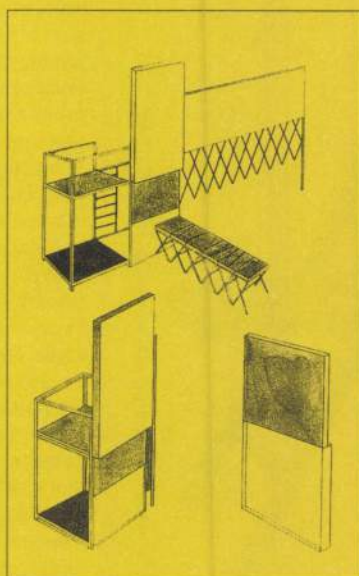


Marcel Breuer. Kreslo Wassily, 1925.

Foto: archív autora

Ďalším špecifikom Bauhausu bola od prvých rokov jeho existencie dualita umeleckej a remeselnej výučby, o ktorú sa paralelne starali „majstri formy“ a „majstri remesla“. A napokon aj obsadenie pedagogických miest špičkovými predstaviteľmi umeleckej avantgardy (okrem spomínaného Kandinského, Feiningera, Marcksa, Mucha, Schlemmera, Kleea) nemalo v dejinách umeleckého školstva obdobu. K zmene orientácie Bauhausu z úvodnej „expresionistickej“ na „konštruktivistickú“ a zároveň z umeleckoremeselnej na priemyselno-dizajnérsku prispel jednak vnútorný tlak Gropia na prehlbovanie racionalizmu vo výučbe, jednak vplyvy, ktoré prichádzali do Weimaru z Ruska (dôležitú úlohu v tomto smere mal El Lisickij), a predovšetkým z okruhu De Stijl zásluhou Thea van Doesburga. Svedčia o tom Schlemmerove spomienky z r.

1922: „Jedným z najenergickejších kritikov je van Doesburg... Bojuje veľmi vynaliezavo za svoje myšlienky, takže ovplyvnil študentov Bauhausu... Zavrhuje remeslá (srdce Bauhausu) v prospech moderných metód: stroja. Verí, že výhradným a dôsledným užívaním horizontál a vertikál v umení vytvára štýl, ktorý nahradzuje individuálne kolektívnym.“¹² Je nesporné, že po tom, čo sa Theo van Doesburg roku 1921 usadil vo Weimare (vydával tu i revue De Stijl), diskusiami s pedagógmi a bezplatnými kurzmi pre študentov Bauhausu prispel k jeho príkloniu sa k funkcionalizmu, geometrizujúcemu tvarosloviu a moderným výrobným technológiám. O nových prioritách svedčí i názov združenia KURI (Konštruktívne, utilitárne, racionálne, internacionálne), ktoré založili študenti Bauhausu ovplyvnení Doesburgovými kurzmi. Napriek tomu, že sa očakávalo povolanie Doesburga za pedagóga Bauhausu, nestalo sa tak (pre Gropiovu obavu z diktátu jediného štýlu - neoplasticizmu) a na miesto uvoľnené po Ittenovi (okrem prípravného kurzu viedol aj kovodielňu) nastúpil maďarský konštruktivista László Moholy-Nagy, ktorý sa stal jednou z ústredných osobností Bauhausu. Orientáciu Bauhausu na modernistické princípy potvrdila už výstava



Alexander Rodčenko: Zariadenie pre robotnícky čitateľský klub, 1925.



Wilhelm Wagenfeld: Stolná lampa Bauhaus, kovodielňa Bauhausu, 1923.

v jeho areáli roku 1923. Návrhy viacerých študentov sa dostali do priemyselnej výroby (stolný riad Marianne Brandtovej, lampy a úžitkové sklo Wilhelma Wagenfelda, úžitková keramika Theodora Boglera, bankovky Herberta Bayera ad.)

Kvôli politickému tlaku nacionalistov bol nútený Bauhaus roku 1925 zmeniť svoje pôsobisko (prakticky po celý čas svojej existencie musel čeliť obvineniam z ľavičiarstva a kozmopolitnej orientácie). Po provizórnych riešeniach bol roku 1926 v Dessau vybudovaný nový areál školy podľa Gropiových projektov. Došlo k viacerým zmenám: „majstri remesla“ stratili štatút rovnocenný s umeleckými pedagógmi a tí dostali titul profesora. Pedagogický zbor posilnili šiesti absolventi Bauhausu s titulom „mladí majstri“, ktorí prispeli k tomu, že bývalé remeselné dielne sa definitívne prerodili na moderné dizajnérske ateliéry. Samotní „mladí majstri“ sa zaradili medzi najvýraznejšie osobnosti prúdu internacionálnej moderny (Marcel Breuer napríklad svojou stoličkou Wassily z r.1925¹³ otvoril éru nábytku z oceľových rúrok, Herbert Bayer stál pri zrode „novej typografie“, Gunta Stölzlová významne prispela k formovaniu modernej textilnej tvorby atď.). Po odchode Gropia a nástupe architekta Hannesa Mayera (1928) sa Bauhaus ešte viac priblížil k funkcionalistickým zásadám tvorby, k navrhovaniu lacnej masovej produkcie. Mayer spochybňoval umeleckú povahu architektúry a dizajnu, do výučby bola zavedená sociológia a marxistická politika. Vypäto ľavicová orientácia nového riaditeľa a uprednostňovanie architektúry spôsobilo preriedenie pedagogického zboru (odišli Moholy-Nagy, Breuer i Bayer), na druhej strane sa však dostavili výrazné úspechy v hospodárskych aktivitách Bauhausu. Mayer bol napokon roku 1930 pre extrémne politické postoje odvolaný a jeho miesto zaujal Mies van der Rohe, ktorý Bauhausu vtlčil pečať akadémie architektúry a vo výučbe vyžadoval dôslednú apolitickosť. Napriek tomu bol roku 1932 Bauhaus v Dessau fašistami zlikvidovaný. Pokus o obnovenie Bauhausu ako súkromnej školy v bývalej továrni na telefóny v Berlíne už nebol veľmi úspešný a fašisti ho definitívne uzavreli roku 1933. Viacerí pedagógovia Bauhausu (Moholy-Nagy, Gropius, Breuer, Bayer, van der Rohe, Albers) potom emigrovali do Spojených štátov, kde pôsobili na prominentných univerzitách a prispievali k šíreniu ideí moderny v prostredí, ktoré ich síce akceptovalo, avšak často vo veľmi oklieštenej podobe. Odkazu Bauhausu a jeho rozdielnym interpretáciám sa ešte budeme venovať. Nateraz môžeme zhrnúť, že ako v intenciách dizajnérskoho školstva¹⁴, tak i v najširšom kontexte architektonickej a dizajnérskej tvorby predstavuje Bauhaus fenomén, ku ktorému sa chtiac-nechtiac musia vracáť všetky nasledujúce obdobia vývoja týchto disciplín.

Poznámky

¹ Semper, G.: Wissenschaft, Industrie und Kunst. Braunschweig 1852.

² Napr. Henry van de Velde - pozri 5. časť tohto seriálu.

³ Pozri aj 4. časť Kapitola z dejín dizajnu.

⁴ Po veľkom požiari sa v Chicagu od konca 70. rokov 19. storočia rozvinula výstavba výškových budov skeletovej oceľovej konštrukcie na betónových základoch, ktorá v konštruktívnych i formálnych princípoch predznamenala modernú architektúru 20. storočia.

⁵ Sullivan, L.: The Tall Office Building Artistically Considered. In: Kindergarten Chats and Other Writings. New York 1947, s. 203, 208.

⁶ Loos, A.: Ornament und Verbrechen. In: Der Sturm 1908.

⁷ Označenie „internacionálny štýl“ vzniklo podľa názvu výstavy The International Style, na ktorej v Múzeu moderného umenia roku 1932 Philip Johnson a Henry Russell Hitchcock predstavili práce európskej moderny a na základe uplatňovania podobných formálnych znakov jej priradili označenie „štýlu“. Samotný pojem „štýl“ však viacerí protagonisti moderny (osobitne dôrazne Gropius) odmietali. Treba si zároveň uvedomiť, že príbuzné výrazové prostriedky môžu byť zhmotnením veľmi odlišných koncepcií úžitkovej tvorby - pozri 5. časť tohto seriálu v súvislosti s tvorbou Josefa Hoffmanna a ďalších.

⁸ Pozri aj Michl, J.: Myšlienka funkčnej dokonalosti. In: DE SIGN UM I (1995), č. 2, s. 50-51 a č. 3, s. 48-49.

⁹ Revue De Stijl začala vychádzať roku 1917, pre tvorbu skupiny výtvarníkov okolo tohto časopisu sa užíva i pojem neoplasticizmus, čo je nie celkom synonymický preklad Mondrianovho pojmu nieuwe beelding.

¹⁰ Svoje názory publikoval Le Corbusier v časopise L'Esprit Nouveau (1920-25) a v knihe Vers une Architecture (1923).

¹¹ Okrem ďalších nábytkových dizajnov vytvoril Le Corbusier napr. aj ideový projekt automobilu Maximum (1928), ktorý koncepciou pripomína Porscheho Volkswagen.

¹² List Oskara Schlemmera Ottovi Wagnerovi z marca 1922 cit. podľa Whitford, F.: Bauhaus. London 1995, s. 204.

¹³ Stolička Wassily bola „prvým komplexným vyjadrením bauhausovskej snahy o obrat k priemyselným technológiám, štandardizácii a racionalizmu architektonickej formy ako dôsledku objektívneho pozorovania funkčných požiadaviek, odmietnutie štýlového poňatia a zdôraznenie sociálneho meradla“ (Máčel, O.: Mezi světovými válkami: nábytek z kovových trubek. In: Princip Thonet. Od ohýbaného dřeva k trubce. Katalog - Germanisches National Museum Nürnberg 1989, s. 95).

¹⁴ Na skúsenosti Bauhausu nadväzovala aj Škola umeleckých remesiel v Bratislave (1928-1938), na ktorej založení mal dominantnú zásluhu Josef Vydra. S Bauhausom mala ŠUR aj priame kontakty (spomeňme napríklad prednáškový cyklus jednej z ústredných osobností Bauhausu - László Moholy-Nagya v r. 1931 v Bratislave). Pozri aj Mojžišová, I.: Škola umeleckých remesiel v Bratislave. In: Ars 3 (1969), s. 7.

Josef Hoffmann s nápojovou súpravou, aká sa používala aj v Lengyelovskej domácnosti.



Zariadenie jedálne v rokoch 1932-1940. Reprodukcie: Mikuláš Červeňanský

Po rozpade habsburskej monarchie ostala Viedeň ešte na istý čas centrom, ktoré, hoci ochudobnené, svojou kultúrou a vkusom vplývalo na novovzniknuté národnostné štáty. Predstavitelia ich kultúr si to len neradi priznávali. Okrem v Prahe a Budapešti vyškolených umelcov a architektov zasahovali do tvorby dizajnu v bývalom Československu ešte aj osobnosti z Viedne, často tí, ktorí sa narodili na území novovzniknutej republiky. Architekt Josef Hoffmann postavil v 20. rokoch niekoľko objektov na Morave, architekt Adolf Loos napríklad vilu v Prahe. Aj výrobky viedenských podnikov, predovšetkým združenia Wiener Werkstätte (WW), sa sem kontinuálne dovážali.

Profesor Josef Hoffmann dostal v roku 1928 zaujímavú ponuku z Bratislavy. Advokát JUDr. Arpád Lengyel si práve postavil vilu podľa projektu architektov F. Weinwurma a I. Vécseia. Jeho manželka Júlia, rodená Kohnová, nebola spokojná so strohou architektúrou a rozhodla sa dať reprezentačné priestory vily riešiť práve Hoffmannovi. Ten tu mal možnosť uplatniť zásadu jednotne riešeného celku, väčšinou výrobkami WW. Pani Lengyelová zrejme videla na niektorej z výstav (1923, 1925, 1928) exponát, ktorý WW vystavovalo ako „Odpočívareň dámy“ („Ruheraum für eine Dame“).

Bol to priestor obložený dyhovanými panelmi s výklenkom, kde na pódiu bol položený matrac. V stenách výklenku boli zabudované kusy nábytku s funkciou písacieho sekretára, domáceho baru, vitríny. Asi tento interiér pani Lengyelovej učaroval, a preto Hoffmann v chladnej železobetónovej stavbe s plochou strechou pre ňu vytvoril podobné priestory so stenami obloženými drevom s orechovou dyhou a s dverami maskovanými zrkadlami. Aj tu bol nábytok - príborník v jedálni - zapustený do obloženia steny. Panely dreveného obloženia sú ukladané tak, že štruktúra dreva vytvára symetrické abstraktné vzory.

H O F F M A N N V B R A T I S L A V E

Štefan Holčík

Hoffmann mal situáciu uľahčenú tým, že zariaďoval miestnosti v novostavbe a mohol priestory čiastočne prispôbiť svojim predstavám. Predsieň mala drevené obloženie stien lakované svetlozeleno, lampa, zrkadlo a kovania boli výrobky WW. Tu Hoffmann umiestnil starší sedací nábytok, ale dal ho potiahnuť látkou z produkcie WW.

Dyhovanými panelmi vo farbe orechového dreva sú obložené steny haly a jedálne. Dyhovanie v jedálni vytvára na stenách nekonečný motív písmena V, v hale vzniká dojem horizontálnych pásov. Dyhované sú aj stropy miestností, z ktorých viseli lustre podľa Hoffmannovho výberu. Parketové podlahy boli prikryté orientálnymi kobercami. Majiteľka musela mať v novozariadených priestoroch dojem, že sa pohybuje v obrovskej skrinke. Obe reprezentačné miestnosti možno spojiť do veľkej sály otvorením štvordielnych zasklených dverí. K nim sa druží tretia miestnosť, salón, tú však zriadili starším kvalitným nábytkom.

Hoffmann navrhol zariadiť jedáleň jednoduchým rozťahovacím stolom a stoličkami, ktoré dodal takisto z Viedne. Čalúnené stoličky veľmi jednoduchého tvaru boli na sedadle aj operadle potiahnuté látkou so širokými pruhmi, ktorých farba sa mení plynule zo svetlomodrej až bielej do veľmi tmavej modrej („ombriert“). Mohutné kreslá a kanapa sedacej súpravy v hale boli potiahnuté látkou s typickým Hoffmannovým vzorom v hnedých tónoch. V hale dodatočne umiestnili ešte krídlo (klavír), ktorého skriňu vyrobili podľa Hoffmannovho návrhu. Takmer všetok nábytok sa stratil po roku 1940, keď museli majitelia vilu opustiť. Na niekoľko rokov sa objekt stal sídlom zastupiteľského úradu rumunského kráľovstva. Po roku 1945 už majitelia nemali možnosť používať Hoffmannom zariadené miestnosti. Zachovali sa len poškodené obloženia stien a torzo pôvodného mobiliáru.

Doplňky pochádzali väčšinou z toho istého zdroja. Sklené nápojové súpravy, vázy a svietidlá navrhol Hoffmann, keramické doplňky jeho spolupracovníci vo WW. Odtiaľ boli pravdepodobne aj iné predmety dennej potreby (popolníky, striebro, textilie). Dôkazom sú nielen niektoré zachované predmety, ale aj fotografické zábery ešte nových interiérov.

Poznámka

V čase pred presťahovaním do novej vily žil Dr. Lengyel s rodinou v dome na Michalskej ulici 6 (kanceláriu mal na č. 19-23). Tam ho zrejme navštevoval aj Hoffmann. Pri prechádzke Michalskou ulicou si do škicára nakreslil detail nádvorja domu Michalská č. 14 s dnes už rekonštruovanou renesančnou arkádou.

Súčasne s prácou na projektoch a realizácii interiérov pre pani Lengyelovú pracoval Hoffmann na súťažnom projekte na stavbu synagógy v Žiline. Dá sa predpokladať, že sa na túto prácu podujal z popudu Dr. Lengyela alebo niekoho z jeho známych. Hoffmann sa totiž sakrálnu architektúru nevenoval a dovtedy postavil len jediný evanjelický kostol (1902/3). Napriek zaujímavému riešeniu nebol v žilinskej súťaži úspešný.

Between Humour and Seriousness

by Mária Kovalčíková, page 3

Michal Staško (1972) and Norbert Sládečka (1971) are young Slovak designers. Since 1997, when their mutual cooperation started on an official basis through the establishment of their joint design studio UFON in Piešťany, they have created some captivating visualisation pieces and executed several interesting design projects.

The most outstanding, however, was the cooperation with the MOBILIER company, resulting in the design of an upholstered folding arm-chair and a sliding box system. For other companies they have designed a variable shelf system, a general practitioner's office interior, a dentist's and a water therapy work-place, a set of coffee-tables, a folding shelf system, a set of bottles and many other small things for industrial production. The range of their creative potential can be seen ranged in a broad spectrum of consumer goods, furniture and graphic design, interior design, and even in the field of agricultural industry, where they have contributed to the innovation of some foodstuff styles.

However, furniture design has a dominant position in their work, where they prefer simple and clear forms along with maximum functionality and variability. "We try to make up-to-date things, which can be used in everyday life. We strive to make our furniture nice in order to sell well and to meet the current needs.

Nowadays, design is required to provide for maximum comfort. In our opinion, the furniture design in our country has been stagnating for a long time. Therefore, we are trying to fill this gap."

Automobile design has played an important role in inspiring them, manifested particularly in the UFO and Jazýček upholstered armchairs. "We have a strong inclination to automobile design, as it is also inspired by interior design and vice-versa. For "Jazýček" armchairs we have deliberately applied the shape typology of automobile body sides".

Movement and its maximum styling and coordination represent the major contribution of the UFON design studio. Their inspiration comes directly from common reality and from current architecture and its requirements, where both designers apply a strict functionalism and a typical plurality of postmodernist thinking. It is often not only a manifestation of first plan simplicity, utility and economic effectiveness of commercially available materials, but also the manifestation of a certain view of the shape typology of things and of certain life styles.

They find inspiration and confirmation for their creative ideas in the works by such world-wide famous designers as the French designer Philippe Starck. They consciously declare to be influenced and stimulated by these outstanding personalities, who represent a proven quality standard. "Starck does not inspire us by his particular designs. We observe certain aspects of his creation: his ideas, the theory, which his approach to consumer goods design is based on. Our latest design of bar chairs has also been inspired by his name - "Starckraft". It is not about copying, we only are interested in the idea, the internal dimension originating from a unique view of life and its utility."

Due to their age, both designers are much more rational and flexible (concerning, for instance, the courage to apply industrial elements). This characteristic follows directly from their designer creed, which is series production and maximum utility design.

From the design workshop of Michal Staško and Norbert Sládečka we can find the armchairs UFO and Jazýček, produced by the furniture companies Mobilier in Piešťany and Bodnár in Prievidza on the

market. In 1997, at the International Fair of Furniture Design in Cologne on Rhine, the attention of the foreign audience was captivated by the UFO armchairs. They are manufactured in several materials, including leather. They can be folded to reduce their volume by 50%, if necessary, for storing, transport and handling. The UFO armchair can be even transformed into a divan, the Jazýček armchair also provides the same option, looking particularly good together with one chair tipped to the lying position and the other one in the original sitting position.

Common kitchen furniture pieces are also among the objects of interest of the UFON Studio: garden tables and chairs of decoratively perforated plate metal, as well as massive exterior chairs of recycled plastics which simulate solid wooden materials.

Besides the inspiration in new technologies, technical design, architecture, and real life styles, the designs from the UFON Design Studio have also been inspired by nature in its variable and fragile forms. This is true particularly for the OSSA coffee tables, which consist from a bearing metal structure, glass, and beech wood or the KOTOL and PASTA tables of simple forms and variable functions.

Light optimistic pastel colours prevail in the designs by M. Staško and N. Sládečka reducing everyday stress and depression.

To summarize the characteristics of the work by these two designers, we could say that they are frankly playful and unconventionally optimistic at the same time. Humour and exaggeration overlap here with a responsible professional seriousness and a natural human temperament.

Designer and Manufacturer

by Adriana Pekárová, page 18

This topic has been treated in our magazine for several years already, however, it can never be exhausted. Relationships between designers and manufacturers have numerous alternatives and manifold results. We have always introduced only the successful examples resulting in products with a good design, because we wanted to persuade the reader that there is a good reason to look for new ways of successful business enterprising. Our view of the cooperation between two professionals was generally focused on the manufacturer and the result, usually (but not always) an economically successful product. The manufacturer has to decide, whether he needs a new design and also the respective research and development capacity necessary to execute it. What position in this relationship does a designer have? Is his position strong enough to give him any decision power? Some answers to these questions can be found in the following interview. A positive development in Slovakia is featured also by the fact that there are already design studios, offering their professional services to manufacturing companies.

French Skills in Slovakia

Miroslav Horňák, a graduate of the Technical University in Košice, after his post-graduate studies in France and several months of experience in a renowned design agency in Paris decided to establish his own design agency last year. He wanted to make use of all of his experience and skills acquired during the stay in France.

What surprised you when you became acquainted with the reality, where you want to make your design career?

The process of becoming acquainted with reality had several stages. In our country at school I had no opportunity to see how a designer-manufacturer cooperation actually works. It was rather a theoretical study without any touch with reality. In France at school, there was also a lot of theory, but it has given me a deeper insight into design issues. My work in the agency has changed my views. The school taught me to investigate everything in design, to devote a lot of time to it, but experience has shown something completely different. In practice, I have found that there is not enough time to analyse and try various alternatives. There are clear rules, starting from the basic "briefing", that means setting the aims, up to the designer's supervision and production start-up. In the creative phase the designer must be highly productive, using acquired skills to design various alternatives, in order to make his offer as broad as possible. Then a selection phase follows, which is already team work. I had never seen it before - it was just a shock for me. The ideas were selected in so called "creativity sessions" in a very democratic way, putting stress on the system and the characteristic features, typical for the agency image.

You were in a different position, when you came home. Did you have any idea what would you like to do? What were the first steps you made?

Here I didn't know any design agency like the one in France, but my objective was to establish one. I started with research into the situation in Slovak companies, based on information from press, fairs, and exhibitions, and finally, I visited several companies themselves. I was interested how much time the innovation cycle takes in their production programmes. What were your experiences from such contacts with companies like?

First, they were negative and positive at the same time: people in companies do not know what design actually is and what they can expect from it. I can explain it to them from my own experience and I can offer them my services. I have to explain that design is not only the outer look of the cover or package, but a matter of approach from the beginning.

My negative experience is that they have no idea about the price of design work. They don't understand the integrity of a project, that it includes not only sketches and drawings, but also a marketing idea, market analysis, preparation of patterns and designer's supervision - they are not able to accept such an offer. Marketing is actually a weakness of Slovak companies, it is perceived rather as an advertisement. Companies are often not able to respond immediately and the project becomes out-dated. It is important to find the right moment, when a new product design could help the company to come up with something new to the customer.

This chain also includes product distribution systems, buying force, advertising etc. ... A design agency can offer to harmonize these factors as a service or consultancy.

Have you also had positive experiences?

Certainly, it is positive that everything is changing, even when many companies go bankrupt or they are not ready to launch a new product, the situation may be quite different in one or two years. So as companies have started to make use of advertisement, as they have started to address architects, they will start to care for their products and manufacturing programmes. Now, we are in a transition period, but we must be prepared that there will be a lot of work for designers.

Is your plan to establish a design agency feasible even after this research? How do you see the prospects of your profession?

It is not feasible to establish the agency as a joint venture with a foreign company, at least at the moment. So I have decided to try it alone, because I believe that it makes good sense.

What is the current situation of your agency and what must be done for its effective start-up?

Like many Slovak business ventures, my agency would need a start-up bridging loan. Effective work is hampered by the "seasonal" demand. Orders should come continually, so that we could prepare a schedule to start new products and so that money would flow to the agency continually too.

In the first stage, i. e. the last half-year, we have established personal contacts and gathered information. During that time we have entered into contacts with many companies, which considered my proposals and now a period of concrete tasks is coming. I have also worked on projects, which have not resulted in a contract yet. A company, which was interested only in some sketches first, was persuaded by the model of the product that they actually need and want to make it.

Do you often need to persuade a company that they need a designer?

Yes, that's right. Many companies believe that when they have a computer and engineers, they can manage to do everything themselves. It may seem that we are speaking too much about design, but companies actually don't know where to go, whom to address, and where. Information about designers and their offer are scarce. This can be heard even in France, although the situation is much better there than here. It is necessary to write more about design, for instance, about design awards or about projects which could be used as case studies, illustrating the benefits of design and the process of design. It is a good strategy. Designers alone are not able to change the situation of bad information in companies.

Thank you for the interview.

Graphic Studios II
Rabbit Solution Studio:
Juraj Králik and Vladislav Rostoka

by Dagmar Poláčeková, page 22

Vilém Flusser, one of the most influential analysts of the recent past who, among other things, was devoted to philosophical issues connected with photography, considered two events as the most important for the development of human society. The first one was the invention of linear writing and the other was the invention of photography. He was convinced that these two inventions significantly shaped human thinking and everything related to it. The synergetic streaming between the international character of writing and image, as it is nowadays confirmed by psychologists, is best directed not only towards a more complex expression and perception of the message, but also to remembering it more clearly. In this case, the creative possibilities are given by the space between the text and the image. The Slovak graphic studio Rabbit Solution run by Juraj Králik (1963) and Vladislav Rostoka (1948) focuses exactly on the development of the vision of graphic design in connection with the text, image, content and views of participating designers. This is one of the world trends in contemporary graphic design: the graphic design which mirrors and co-creates the content. Rostoka himself, since the early period of his engagement in graphic design, has spoken about the basic principle of his work as about typographics". The image - spectogram" functioning in context as a symbol was shown in his flowing design outlines of individual forms, expressed in a bold black line of cur-

ves. At present, the creation of this studio can be branded in the paraphrased connotation typophotographics". Gestalt photography of Juraj Králik takes the pictorial function, which is the story about the essence, the nature of the task and, at the same time, a comment on the expression of the personal opinion of the designers on the given theme. Often intentionally, particularly in their poster creation (posters for the Slovak National Theatre, 1997), they make use of the ludic principle to simulate illusion of reality", the principle of ironic distance or noetic collage. From such a built up concept of text" layering originate several possible interpretational levels, gradually legible. The photo-image is composed of unstylized real objects whose matter-of-factness is relativized, particularly through the connections of their composition. The figurative detail, object and typography are real but, at the same time, they function as symbols, in the same way as it was typical of Rostoka in the past. Králik's photo-images are composed as still lifes. Progression, succession, seriality and coherence of content and graphic design are particularly displayed in catalogue and book design. This concept is supported by separating words to individual letters and their gradual wandering on the pages of the publications either as the support typographic element or in the function of a graphic or notional counterpart to another element of the page, for example picture or text, with the aim of broadening its communication potential. Each detail is contextual. A classic example is presented in the catalogue of Jiří Kolář where a seeming misprint Kolář-Kolář" (Collage-Kolář") is in fact a pun with a pretext message. The publication on the work of Dušan Kállay reflects the principle of multiplication of meanings, their overlapping by densely packing pictorial details, analogically to the approach the author himself follows in his illustrations. Eventually, the graphic design of catalogues of Albin Brunovský (Slovak National Gallery, 1996) and Via Lucis (Slovak National Gallery, 1996) present the layout with a disciplined and harmonic classicizing expression which stands from the nature of work and the personality of Albin Brunovský and from the transparency of the exhibited material - glass and sculpture.

Interview with Vladislav Rostoka and Juraj Králik

Q.: The year 1994 which is the official date of the beginning of your co-operation under the brand name RabbitSolution was a significant turn in the professional life of both of you. Vladislav Rostoka at the time already a respected personality in the field of Slovak as well as world graphic design had already created a great number of designs and was standing out from the contemporary production due to his clear-cut style. Juraj Králik, a graduate from the Prague Academy of Film and Dramatic Arts (FAMU), inclined from the very beginning of his professional activities as a photographer towards a more broadly understood use of art photography. Could you bring light to the genesis of your fusion of two considerably different, but already clear-cut personalities?

V. R.: Although our studio was established five years ago, its history goes back to 1989, when a big exhibition of photography by graduates of the Prague FAMU took place just before the Velvet Revolution. I met Juraj while I was working on the catalogue to this exhibition. Our co-operation continued in the O.K.O. agency, from which the present studio RA&SO originated. Its name paraphrases our surnames. In this studio we wanted to put together our energy to essentially oppose the wide-spread opinion of that time that everybody can do design. Writing and image as two basic construction stones of visual communication

appear on every product of digital graphic design of the present. Therefore, the co-operation between the photographer and the typographer in one studio became indispensable. In our case (because if we share the same opinion on art and on what the sense and the mission of high quality design should be), this is an almost ideal solution.

Q.: In the case of RA&SO, it does not concern a common integration of photography into the final whole/entity, as applied by other studios in composing and manipulating photography through an offer chosen from among numerous computer programs, which are in great supply on the Slovak market. What is your conception?

J. K.: There are certainly not many studios in Slovakia, which have a balanced typographer-photographer representation. In the amount of work we produce, we always find time to approach each individual problem together. I like working at the weekend when phones do not ring and we can concentrate on our work.

Today, photodatas and CD disks offer a myriad of ready pictures, unfortunately we can hardly ever use them in our conception. They always miss something and therefore, they are only marginal for us. We prefer to take our own photographs in the way we imagine.

Q.: The visual style of the products of your studio is clearly differentiated from the universalised, neutral, convention-respecting or classically understood graphic design in many graphic studios in our country. This style, however, often provokes strong controversial reactions. Could you express your opinion on your manipulation" with a reproduced artefact?

J. K.: We are also demanding towards the pictorial materials which come to our studio from the outside". On receiving materials for the production of the Kolář-Novák catalogue from the Slovak National Gallery, the pictures of Kolář's works were of no use. One day before the exhibition opening, we helped to unpack Kolář's artefacts from boxes and took photographs at our own cost. In this absurd situation when the graphic designer as an assistant to the photographer could touch these objects, concrete ideas for the catalogue layout originated instantly. Therefore we took the liberty to use some objects in a different manner as they are usually reproduced without the impression that we have done some harm. When this approach eventually led to discussion, it was a signal that there was something to discuss.

Q.: The impact of graphic design on shaping perception and the orientation of views of wide public is immense. Therefore, nowadays it becomes the question of designers' responsibility. What is your opinion on the issues of the ethics of the graphic designer in connection with economy and how do you reflect these facts?

V. R.: Although graphic design is unquestionably the mirror of its time and its task is to influence within a short period of the present, inevitably the aim of a genuine creator has to be his attempt to strive for a certain supratemporal value of his work. An attempt to shape his period. And obviously, this cannot be achieved by a permanent orientation to momentary success. I see the possibilities of making progress in the preservation of a necessary distance, in transforming these influences through the filter of the creator's personality. A genuinely valuable work originates in the multi-layered basis established by the predecessors. It should create a new layer on which one could build in future.

J. K.: If we speak about the possibility of misusing graphic design in the orientation of popular opinion, it means that it belongs to the strategic branches of human activity. This is a delightful knowledge about what

we do. It is the matter of the conscience of each individual to what he gives his service. Then it is the matter of a marketing co-ordinator how this creation" is used. This, however, is not connected with artistic creation, but with business. It is the market mechanism we cannot avoid.

Poetical Dimension of Universal Design

by Hubert Froyen, page 28

The story of my Hackman cutlery

In 1970 I bought Finnish Hackman cutlery. Born with one hand, the left one, I had struggled with knives and forks for more than 20 years. I had learned that the majority of table knives were designed for the majority of people. They hold a piece of meat in place with a fork and then move the knife back and forth horizontally, under light vertical pressure. The Hackman knife permits me to eat with one hand in an efficient and in an elegant way. The broader base for the index finger permits greater vertical pressure and the curvature of the cutting edge enables one to cut something by rocking the blade back and forth.

My family appreciates the refined style and the timeless beauty of the cutlery and my guests never see it as a special device for a disabled host. It simply is a good example of design for all" or at least for a much larger group of users.

Unintentionally, it proves to be a good table knife for me. Strangely enough the Hackman fish knife is specially designed for the right hand only and lacks this barrier-free" quality.

What can we learn from this good example?

It is not this specific piece of cutlery that matters of course. Hundreds of objects, already on the market for years, and hundreds of existing buildings have this sometimes unintended, and mostly unnoticeable extra quality, which we now define as designed for all" or universal" or barrier-free design". What matters is the notion that disabilities or declining abilities (of people growing older for example) are partly caused by the social and the physical environment.

Disability versus handicap

Selwyn Goldsmith¹ states it correctly when he says: Disability and handicap are not synonymous. A disabled person is not automatically a handicapped person: whether or not there is a handicap depends on the nature of the individual's impairment and the circumstances in which he is placed." Louis Pierre Grosbois², in his description of the concept of handicap, places it in diagram form for designers.

Starting from the origin of the impairment (hereditary, congenial or acquired), the object of the impairment (motor, sensorial or intellectual) and progressing to the resulting disabilities.

Under the heading behaviour / activities" he states that the disabled person partly adapts himself to his limitations (adaption of oneself). His final conclusion, however, is that handicap also partly depends on the adaptation of the environment to the disabilities of the users (adaptation to oneself).

The message for us professionals is crystal-clear: medical sciences and medical technology can reduce or even prevent impairments and disabilities, design on the other hand can reduce handicap.

In Western society we all live in man-made environments and man-made objects have a growing impact on our day-to-day life.

The design of these buildings and open spaces, these pieces of furniture, cars and objects, allow or prevent people from full economic and social integration, well-being and happiness.

Bad environment design disables far more than any medical condition" wrote Elseph Morrison³.

S. Goldsmith states: The human being is an extraordinarily flexible animal, able to adapt successfully to even the most demanding conditions imposed by his environment. Over the centuries the designers of buildings have taken advantage of his apparently unlimited ability to tolerate discomfort, inconvenience and danger. The idea of fitting buildings or equipment so that they actually suit people is relatively new, and so in the concept - ergonomics - by which it is known." Ergonomics or the engineering of human factors, has helped a first generation of designers to design for special needs" (in submarines, spacecraft, rehabilitation centres etc.).

The concerns of today's and tomorrow's - designers however go beyond the design for special needs," vital as this specific approach will continue to be.

The challenge is bigger: it is to create and to maintain a high level of integration of all users, including children, people with disabilities and elderly.

The poetic dimension of universal design

It is impossible to measure all the economic and social damage caused by things that fit poorly in man-environment interactions.

The positive effects of universal design" cannot be measured either, but personal experiences of life teaches us over and over again that good quality solutions enhance our daily life far beyond any pragmatic level. My Hackman table knife is for me more than a tool, it has a poetic dimension for me. It allows me to fully enjoy the meal and the company of family and friends.

Another empirical example to illustrate this is the free public transport in Hasselt (Belgium). Confronted with the growing pressure of automobile traffic in the small medieval town of Hasselt, the local authorities decided in 1997 to organise free bus traffic on all major routes.

In addition, the buses are wheelchair accessible providing mobility for all."

It is too early to conclude that free buses really solve the major mobility and traffic problems, people's attitudes and habits only change very slowly.

The overall reaction of citizens and visitors is positive, however. More people visit the city centre by bus.

Most curious are the unexpected side effects of this initiative. More people visit family and friends in the hospitals. This is what I would call an aspect of the poetic dimension of a good decision. In a similar fashion, good products of design for all" or barrier-free" or universal design" contribute to these hidden qualities, this poetical dimension.

It will enable more users to live up to their potentials during a longer period of their lives. Universal design not only enhances the quality of the built environment for everyone, it also improves social accessibility.

¹ Goldsmith, Selwyn. Designing for the disabled, RIBA Publications Ltd 1984, p. 17

² Grosbois, L. P., Handicap Physique et Construction, Le Moniteur, Paris, 1993

³ Morrison, Elspeth, AA News Spring 1993, Architectural Association, London

Chapters from the Design History VI International Modernism

by Zdeno Kolesár, page 32

Although the characteristic features of developed international modernism in architecture and design had been manifested only in the second decade of this

century, we have to look for its roots in the second half of the last century.

The Journal of Design, which had been issued by Henry Cole in London since 1849, was the first to investigate the symbiosis of arts and industry. The German architect Gottfried Semper formulated on the basis of a rationalist philosophy his ideas about the ways to achieve harmony between artistic shapes and the reality of large scale machine-made production. Paradoxically, even the Arts and Crafts movement, standing in opposition to industrial civilization, through their views of arts as being a means of social reform, as well as through their ideas about the moral responsibility of artists and about the need for a complex approach to environmental design, including the requirement of a true declaration of structure and materials, contributed to the establishment of an ideological platform of modernism. We have to mention particularly Louis Sullivan, an outstanding architect of the Chicago school, who formulated the functionalist credo "Form follows function". Adolf Loos, a native of Brno, stressed the anti-ornamentalistic strategy for modern consumer goods design. He also defined the term "a standard product" - which became the goal of modern design.

During the first decades of the 20th century in the Netherlands, Russia, and Germany, three leading centres of international modernism (its important co-creator was also the Swiss-French architect Le Corbusier) had been formed, influencing each other considerably. In the Netherlands, special attention of neoplasticism in consumer goods design was given to formal questions, although designers also considered a broader social context of arts. As well as architect Gerrit Thomas Rielveld contributed also to design, and his "Red-blue chair" (1918) became a cult work of functionalist aesthetics. Later, he designed other furniture pieces and lighting fixtures, its principle approaching the functionalist ideal of "form follows function" and utilising modern materials (steel, plastic). Besides prevailing activities in the field of architecture, Le Corbusier, one of co-founders of modernism, was devoted also to design. Like the architecture, which he perceived as a "machine for dwelling", his furniture design (particularly the "machine for lying" - chaise longue LC-4 - created in cooperation with P. Jeanneret and Ch. Perriand) also manifested the idea that machines had become an important phenomenon of civilization, including the sphere of culture and arts.

In Russia, an avantgarde movement, following on impulses of cubism and futurism had already been formed in the beginning of the second decade of our century. The October Revolution in 1917 promoted the avantgarde to a position never reached in western arts - for a short period of time it became the official art of the Soviet state. Artists were manifestatively engaged in applied arts, and they were ready to design mass production industrial goods. Architecture and design were to become a new "social condenser", influencing the life of people in a positive way. As an example we can mention the folding furniture for worker's clubs by Alexander Rodchenko, introduced in the Paris exhibition of decorative arts in 1925.

The VCHUTEMAS became an important centre, spreading ideas of avantgarde arts (established in Moscow in 1920). Lecturers at this school of architecture and industrial arts had been such universal artists like Tatlin, Rodchenko, El Lissitzky, who were among the leading personalities of international modernism and actively participated in the exchange of ideas between the centres of avantgarde applied arts. Most of the

projects designed during the short boom of the Russian avantgarde remained utopia, executed only on paper.

More successful outcomes in real production were achieved by the German Bauhaus. Although at the time of Bauhaus's origin (1919) in Weimar, its founder Walter Gropius was already an acknowledged personality of modern architecture, in the starting period there was a prevailing orientation on handicrafts. While Gropius himself was strongly influenced by the Arts and Crafts movement, also the expressionist background of the majority of teachers, and particularly the dominant position of mystically orientated Johannes Ittena determined the original focus of Bauhaus on the methods of artistic handicrafts. Another specific feature of Bauhaus was the duality of artistic and handicraft education, provided by "masters of form" on one side and "masters of craft" on the other side. And finally, the teaching staff, which included leading personalities of avantgarde arts (Kandinsky, Laszlo Moholy-Nagy, Feininger, Marcks, Muche, Schlemmer, Klee) has no parallel in the history of arts education.

The change of Bauhaus orientation from the starting "expressionist" to "constructive", and from "artistic handicrafts" to "industrial design" at the same time, was determined by Gropius' pressure to foster rationalism in education on one side, and on the other side by influences which came to Weimar from Russia (an important role was played by El Lissitzky), and particularly from the circle of De Stijl due to Theo van Doesburg. The inclination to functionalism, geometric shapes, and modern production technologies was confirmed by the Bauhaus exhibition in 1923.

In 1925, because of political pressure by nationalists, Bauhaus was forced to move (in fact, during the whole time of its existence Bauhaus had faced accusations of left and cosmopolitan orientation). After some preliminary solutions, a new school building was erected in Dessau according to Gropius' drawings. Several changes were made, the teaching staff was strengthened by new recruits from among Bauhaus graduates having the title of

"young masters" (e. g. Marcel Breuer, Herbert Bayer, Gunta Stölz), who contributed to a definite transformation of handicraft shops to modern designer studios. After Gropius had left, he was replaced by the architect Hannes Meyer (1928) and Bauhaus was shifted even more to functionalist principles and design for cheap mass production. Meyer had questioned the artistic nature of architecture and design, however, the economic activities of Bauhaus were considerably successful. In 1930, Meyer was finally withdrawn and his place was taken by Mies van der Rohe, who had given Bauhaus an image of the architecture academy which required a consistent apolitical approach to education. In spite of that, Bauhaus was dissolved in 1932. The message of Bauhaus and its various interpretations will be treated in the following Chapters from the History of Design.

Hoffmann in Bratislava

by Štefan Holčík, page 35

After the Habsburg monarchy collapsed in 1918, Vienna still remained a centre, which influenced by its culture and taste the newly established national states, though the representatives of the national cultures would not like to admit this fact. Besides the artists and the architects who graduated from schools in Prague and Budapest, design in the first Czechoslovak Republic had also been created by personalities from Vienna, often the ones who were born in the territory of the new Czechoslovak Republic. In the 1920s, the

architect Josef Hoffmann built several buildings in Moravia, and the architect Adolf Loos designed a villa in Prague. Also the products manufactured by Wiener Werkstätte (WW) had been continually imported to Czechoslovakia.

In 1928, professor Josef Hoffmann was given an interesting offer from Bratislava. The barrister JUDr. Arpád Lengyel had built a villa, designed by the architects F. Weinwurm and I. Vécsei, however, his wife Júlia from the family Kohn was not satisfied with the strict architecture and decided to have the representation rooms designed by Hoffmann. Here, he was given the opportunity to apply the principle of uniform style for the whole, using mostly products manufactured by WW. Mrs Lengyel must have seen in an exhibition (1923, 1925, 1928) the WW interior design under the name "A lady's relaxation room" ("Ruheraum für eine Dame"). It was a room lined with veneered wooden panels, with a recess where a mattress was placed on a podium and pieces of furniture were fitted in the walls, including a bureau, a home bar, and a show-case. Mrs Lengyel was obviously charmed by this interior. Therefore, in the cool building of reinforced concrete with a flat roof Hoffmann created similar spaces for her, with walnut veneered walls and doors masked with mirrors. Also the cupboard in the dining room was fitted into the wall lining. Wooden lining panels were installed in such a way that their texture created symmetric abstract patterns.

As Hoffmann had to furnish rooms in a new building, he could partially adapt them to his design. The ante-room was lined with green polished wooden panels; the lighting fixture, the mirror, and the fittings were WW products. Hoffmann placed an older seating suite here, but had it upholstered with a cloth by WW. Walls in the hall and in the dining room were lined with walnut veneered panels, creating a continuous V-pattern in the dining room, while there was a horizontal pattern in the hall. Also the ceiling was lined with veneered panels, from which chandeliers chosen by Hoffmann were suspended. Parquet floors were covered with oriental carpets. The lady must have felt like she was in an immense cabinet in the newly furnished rooms. Both representation rooms could be joined to create one big hall, when the four-leafed glazed door was opened. They were connected by a third room, the lounge, which was furnished with older but high quality furniture.

Hoffmann furnished the dining room with a simple folding table and chairs, which were also supplied from Vienna. Chairs were upholstered with a striped cloth, the colour of which gradually changed from light blue to very dark blue ("ombriert"). Big armchairs and a sofa of the seating suite in the hall were upholstered with a cloth, having a characteristic Hoffmann pattern in brown colours. A piano was placed in the hall later, and its cabinet was manufactured according to Hoffmann's design.

Almost all the furniture pieces were lost after 1940, when the owners had to leave the villa. For some years, the building had served as a seat of the Consulate of the Kingdom of Romania. After 1945, the owners could not use the rooms furnished by Hoffmann anymore. Only a damaged wall lining and a torso of the original mobilia remained there.

The accessories came mostly from the same source. Glass sets for various drinks, vases, and lighting fixtures were designed by Hoffmann, ceramic accessories by his colleagues in WW. Other accessories of everyday use (ashtrays, silver, textile) were probably of the same origin. This is indicated not only by the preserved objects, but also by photographs, taken when the interiors were new.

Quality in Design? What Kind of Design, Why, For Whom and When? And Does It Pay Off?

by Edward Toran, page 41

This is the first article in a series of observations about the position of the contemporary design in the real world".

From time to time, provocative questions should be asked about the mission of applied arts and industrial design when radical technological changes influence the existing creative and productive conditions. This is true mainly when the horizons of local activities start to stretch into the international economic and social environments that are characterized by multi-national companies, markets and different material cultures. New consumers introduce historically distinct interests that will affect the chain of events between the production and final delivery of artifacts.

However, while underlying settings change with an accelerating speed, participants in this productive process of art forms may prefer to remain with familiar creative approaches and the momentum of a more comfortable business-as-usual conduct.

In some of the applied arts (unlike in industrial design), the artist was accustomed to concentrating on the creative process, starting from his or her artistic and aesthetic viewpoints. They were then applied in the usage of materials, shapes, surfaces and colors. Advertising and selling, including proper wrapping and transportation of artifacts, were subsequent and secondary aspects. In a historic change of priorities, these roles could be reversed today.

The visual appearance of the packaging, or the placement in their conspicuous stands in a retail network, could influence features of products from their first concepts. The artistic elements of the design may have to fit into the packaging and transportation specifications. The initial design may also have to be flexible enough to conform to markets with different legal codes or cultural conventions.

In a past sequence of events, children's toys may have evolved from popular cartoon movies or fairy tales. In a reversal of previous design approaches, the sale of a newly designed toys may become the primary target. Convolutioned stories, as a part of the design, may generate scenarios helping to utilize cartoons and children's books as a more sophisticated sales promotion of toys. Elsewhere, coordinating wide-scale awareness campaigns and co-locating different products helps to bring about interrelated surroundings of mutually supportive designs or brand names. The same design idea may apply in novel combinations to cartoon heroes, souvenirs, plates, wrappings for candies, caps and T-shirts, perfume bottles or architectural components in team-parks, cruise boats or casino spaces.

Simplified technological conditions are utilized, in a very special field of applied graphics, by the money-making crowd of counterfeiters. Improved and easily available computers, scanners and color printers eliminate the need for professional expertise, expensive machinery in specially equipped spaces, papers and inks. Simple equipment at home on a table suffices. One could expertly call this, an illustration of social shifts in design work, production and distribution. Other examples of an influx of amateurish creativity, enabled by technological advances coupled with accessibility, are people buying kits to manufacture and decorate their own ceramic houseware; or, users of graphic software designing greeting cards, posters, brochures and newsletters. The new and less trained creators and producers of design artifacts introduce simplified levels of artistic preferences and lower

aesthetic expectations. Anonymous computer programmers have populated the computer screens of the world with naive screen savers, like the flying toasters, whose styles emerge into new visual standards of taste. A general trend from aesthetic complexity to the more primitive can be detected.

Equipment with computer-aided-features linked together, combining the development of design concepts with engineering and production, enables a wider selection of designs in limited production runs, smaller batches with less uniformity, looser standards. Central educational and professional institutions, schools and associations, exercise less of a traditional role in commanding official styles or rules of fashion. Idealistic efforts of enlightened theorists and practitioners request that design helps to improve the environment of the material culture for the masses. In reality, some types of design concern themselves with exclusive status symbols for affluent individuals. Or, fashionable products with built-in physical and moral obsolescence may be cranked out in order to keep business and industry activities well bustling. Future commentaries shall take a more detailed look at the questions raised in the title of this article. All of these may impact the work and position of the contemporary designer, and it is important to understand them well.

MOBILIER

by Katarína Hubová, page 44

The company MOBILIER from the town of Piešťany has drawn attention to their high quality furniture for banks at first, and to upholstered suites later, while they are still more and more active in the field of design now.

In 1991, when MOBILIER Ltd. was established, its current director Ing. Dušan Vido was not any novice in this field. He had an experience of several years and a will to make furniture better than before. The company had started with a small group of employees and one sewing machine. Gradually, they have expanded up to present 300 employees working with an excellent technological equipment.

"We have neither privatised nor acquired anything gratis," says Ing. Vido, recalling their early days. After two years, the production of upholstered seating groups was extended to include wooden furniture as well. At first, they made duplicates to foreign design. It was a good experience and a much simpler existence than today, without any development expenses. However, MOBILIER had higher ambitions.

"Speedy development is our greatest advantage in the competitive environment."

MOBILIER did not want to make only furniture pieces according to foreign design. They wanted to go their own way, though a more difficult one - making their own furniture design. Now, the development of a new MOBILIER piece takes about several weeks. The aim of designer team is to come with a high quality and interesting prototype. Their system of work has resulted partially from their experience of many years in custom manufacturing, which required a fast adaptation to new conditions and a fast change. The change in upholstered furniture is not so dynamic due to the characteristic typology of seating groups. The famous small armchair "Shell" had been designed for 3 years until the generally desired parameters were achieved to start a series production. The development in this field is concerned rather with details, materials, and colours.

"New technologies are purchased only when we are sure about what we want to produce."

The current technological equipment of MOBILIER is actually of high standard, comparable to any Western furniture manufacturing company. According to Ing. Vido, however, these are only the means to achieve high quality, but not the final aim. The machines are purchased after a profound consideration of the consumer target group, the product, and its design. The management of MOBILIER is aware of the fact that technological equipment is important, but they don't overestimate it. Equally or even more important to them are people. Therefore, they give the recruitment and co-operation a special attention.

"... I believe that there are excellent designers in our country, and we are looking for them."

The interest in and the support for design and co-operation with designers are characteristic for MOBILIER. Currently they co-operate with several designers, and any new and interesting impulse is welcomed.

The company prefers outside co-operation with designers. They presume that a creative author needs a freedom. They invite always several designers to bid for a contract, although Ing. Vido admits that they often return to previous, reliable co-operators, including particularly Bobo Pernecký, Peter Mesiarik, Rasťo Turek, and they engage an increasing number of young generation designers.

"Design is based on communication."

Communication is one of major methods of work in MOBILIER. Already the first sketches - proposals are commented by a team of at least 14 professionals, including engineers, technicians, marketing people, and others. If the designer is able to accept their comments, he is admitted to the team. The final aim is a high quality product, and the whole team is responsible to achieve this aim. Therefore, the ability to communicate is highly appreciated in MOBILIER, and it often overruns from the work to private lives as well.

"Any change must be foreseen."

It is very important for the existence of the company to follow and foresee economic and political changes. For instance, the original strategy to concentrate on furnishing of banks would probably not be appropriate in the present situation. Therefore, MOBILIER made an independent presentation in the Cologne furniture fair this year. If the company doesn't want to make low cost products and loose the reputation, the quality, and the standard production volume, they must look for another ways. One possibility is an orientation to foreign markets. Even now, the major part of their upholstered furniture production goes to the Dutch, German, or Austrian market and the company management plans to extend the export further.

"The design centre is in Piešťany."

It is surprising that in spite of a not very favourable situation, MOBILIER is preparing many new activities and changes. First of all, it is the completion of the centre in Madunice, which is built in two levels. One of them is production and the other is recreation, including sport-grounds, accommodation facilities, and even a museum with company show rooms, as well as a health centre for employees or a shopping centre. May be it is the right place to ask the question whether such great investments will pay back? But MOBILIER wants to invest also in the development of design. Just here in Madunice, there will be a space to organise domestic and international workshops for young designers and students. This is also one way to prove mutual communication and tolerance. The participants will become directly acquainted with manufacturing procedures and the manufacturer will see the level of their creativity, enabling to choose the best of them to co-operate with. Surely, it is no waste of money, because design is an economic tool.

Apart from other things, the company is preparing for exhibitions abroad: first, the Biennial of Design in Saint-Etienne, then the Paris Furniture Fair in January 1999, and MOBILIER will surely not forget to participate in the DESIGN FORUM, which will take place in the framework of the domestic furniture fair at Nitra in March 1999.

Design Scrapbook

page 52

(From project introduction by Eduard Čehovin)

Graphic Design Scrapbook is a project realised by a group of designers from former Yugoslavia: Bojan and Dalida Hadžihalilović from Sarajevo (Bosnia and Herzegovina), Slavimir Stojanović from Belgrade (Serbia, Yugoslavia), Tanja Radež, Darko Miladinović, Boštjan Botas Kenda, Lena Pislak Balant, Boris Balant and Eduard Čehovin from Ljubljana (Slovenia).

The Design Scrapbook is a book about graphic design, but at the same time also about tolerance, that it emanates positive energy expressing a strong disapproval of aggression and disruption, and that it bears a precious message of peace and contributes to better understanding among people.

This reference book is actually dedicated to the generation of designers' 91/95, during which time the war was waged on the territory of former Yugoslavia. It includes different information about individuals, theories and ideas related to the world of visual communication and graphic design.

The book was conceived so as to form the collocation graphic design by means of acrostic, where on each page there is information related to one letter (g. r. a. p. h. i. c. d. e. s. i. g. n.), each page is designed by a different author. Bojan and Dalida Hadžihalilović designed letters g and n, Slavimir Stojanović designed prologue, empty page and letters h and i, Boštjan Botas Kenda designed letters g, r, s, i and poster, Lena Pislak Balant and Boris Balant designed letter c, empty page (mu) and epilogue, Tanja Radež and Darko Miladinović designed contents, letters a, p and the page with our portraits and scissors, and Eduard Čehovin designed the first four pages, letters d, e, the last two pages and the book jacket. Each staff member got its 'letter', and the text concerning that letter, without knowing what the concept of the others designers was, and how he would design the letter he got. Graphic Design Scrapbook was presented for the first time at Istituto europeo di design in Milan, Italy, last autumn, at the end of this year will have a presentation in Parsons School of Design, New York, US.

The Design Scrapbook was a non-profit project and without the help of Soros Center for Contemporary Arts Ljubljana, Open Society Institute Slovenia, Soros Center for Contemporary Arts Belgrade, Fund for an Open Society Yugoslavia, Alten-Ljubljana, Korotan-Ljubljana, Gorenski tisk-Kranj and Europapir-Medvode all this would not have been possible.

all articles abbreviated



KVALITNÝ DIZAJN?

aký, prečo, pre koho, ako sa to?

DR. EDWARD TORAN ŽIJE V NEW YORKU UŽ TAKMER 30 ROKOV, ODVTEDY ČO ODÍŠIEL Z BRATISLAVY. DOVTEDY - OKREM INÉHO - AKTÍVNY PUBLICISTA V OBLASTI VÝTVARNEJ KULTÚRY A ÚŽITKOVÉHO UMENIA (NAPR. AUTOR KNIHY UMENIE OKOLO NÁS) DNES PÔSOBI AKO RIADITEĽ PRE VNÚTROPODNIKOVÉ ARCHITEKTONICKÉ PLÁNOVANIE A JEHO DOMÉNOU SÚ POČÍTAČE. JEHO ODBORNÉ ZÁUJMY A SKÚSENOSTI - MINULÉ I SÚČASNÉ - BOLI MOTIVÁCIOU PRE NAPÍSANIE VOĽNÉHO SERIÁLU KRITICKÝCH ÚVAH O POSTAVENÍ SÚČASNÉHO DIZAJNU V REÁLNOH SVETE. GLOBALIZÁCIA A ŠTANDARDIZÁCIA, TECHNOLOGICKÉ ZMENY A POHYB V EKONOMIKE, TEDA OBLASTI, V KTORÝCH MÁ USA DNES ZREJME DOMINANTÉ POSTAVENIE, V MNOHOM PREDSTIHUJÚ NAŠE STREDOEURÓPSKE SKÚSENOSTI A NAZNAČUJÚ MOŽNÉ VARIANTY VÝVOJA.

Edward Toran

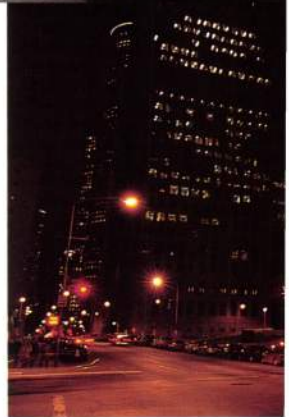
Z času na čas, keď zmeny v technológii radikálne ovplyvnia zaužívaný beh vecí, možno si aj v úžitkovom umení a dizajne oprávnené klásť provokatívne otázky o ich poslaní a o tvorivých a výrobných okolnostiach, najmä ak sa ich pôsobenie rozšíri z lokálnych podmienok do medzinárodného hospodárskeho a spoločenského prostredia, charakterizovaného multinacionálnymi podnikmi, trhmi i materiálnou kultúrou.

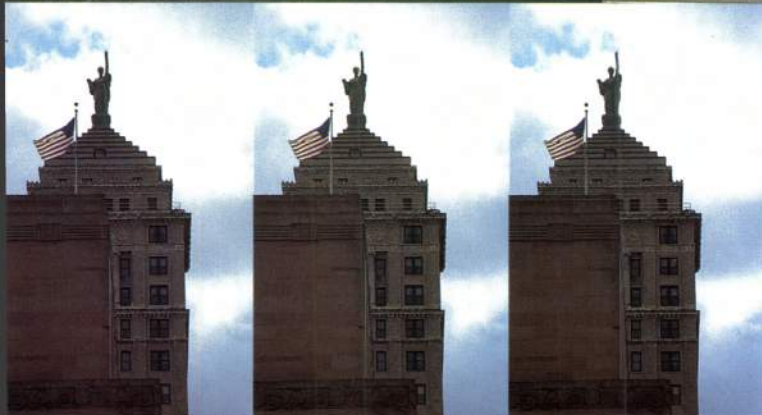
Noví konzumenti s historicky odlišnými záujmami pôsobia na celú existujúcu reťaz spájajúcu tvorbu diela s jeho výsledným uplatnením. Zatiaľ čo sa výrobo-dodávateľské podmienky menia, rôznorodé subjekty zapojené do tvorby a uplatnenia dizajnu sa celkom pochopiteľne pridržiavajú svojich navyknutých skúseností a osvedčených názorov. Prvky prispôbovania sa v súčasnom svete, kde sa zmeny v technike a v mimoumeleckých oblastiach sústavne urýchľujú, nie sú jednoznačné. Provokatívne otázky preto pomáhajú narušiť tradičné návyky a zotrvačnosť v každodennej praxi a v konaní ľudí.

V niektorých druhoch úžitkového umenia (väčšmi než v dizajne) sa tvorca sústreďoval hlavne na vytvorenie nejakého objektu podľa vlastných esteticko-filozofických hľadísk, ktorým podriadil výber materiálu, tvar, povrch a farebnosť. Propagovať a predáť vytvorené diela, vhodne ich zabaliť a dopraviť tam, kam treba, bolo iba druhotnou úlohou. Systém balenia a jeho vizuálneho pôsobenia, spolu so spôsobom konečného umiestnenie diela na stojanoch v obchodnej sieti, môžu dnes výrazne ovplyvniť samotný dizajn produktu už od počiatočného konceptu. Jeho estetické charakteristiky sa musia vtesnať do obalových a prepravných špecifikácií. Dizajn musí mať aj schopnosť prispôbovať sa, aby vyhovoval miestnym predpisom alebo kultúrnym zvyklostiam.

Populárne postavičky z kreslených filmov, ako napr. Mickey Mouse, kedysi inšpirovali výrobu hračiek pre deti. V dnešných domyselnejších vzťahoch medzi umeleckou motiváciou a pragmatickými výsledkami môžu klásť prvotný dôraz na odbyť hračiek a podriať mu ich dizajn tak, aby sa ich propagácia mohla diať cez detské filmy a predaj rozprávkových kníh. Vyzerá to ako prevrat v navyknutých princípoch tvorby, ale historický vývoj prináša nové logické a morálne pravidlá.

Vynikajúci inžiniersky dizajn sa napríklad uplatnil pri tzv. transformeroch, čiže pri hračkách, kde domyselnými pohybmi možno transformovať fantastické obludy z dávnej minulosti na futuristických bojovníkov z kozmického priestoru alebo na raketové motorky na cestovanie pod hladinou oceánu.





OOD WES HOLLYWOOD



Súbežne sa vymýšľajú prostuduché až nezmyselné príbehy, ktoré však dokážu skĺbiť tieto predmety s televíznymi filmami, detskou literatúrou, úžitkovou grafikou, navrhovaním oblečenia, najmä čapíc s nápismi, hračiek a šálok na mlieko, predstavujúcich lákavé záujmové pole dizajnu pre budúcich spotrebiteľov, počnúc kojencami. Špecialisti na „co-location“ (čo možno voľne preložiť ako spolupôsobenie) môžu viesť dizajnérov k širokej aplikácii tvarov tak, že ten istý motív sa uplatní na najrozličnejších predmetoch - od tanierov a obalov na čokoládu alebo fľaše, voňavky až po rozprávkový tvar Disneyho veľkhotela v Orlande v podobe labute. To vedie od myslenia v rozmeroch mikrodizajnu k tvarovaniu v makrodizajne, napríklad pri stvárňovaní obrovských zábavných tematických parkov. Drobné suveníry i architektúra môžu byť podriadené psychologickému zámeru dizajnovnej familiarity, poskytujúcej ľuďom pocit dôverného poznania prvkov ich prostredia. Niektorí podnikavejší jednotlivci, ktorí by radi zbohatli čo najrýchlejšie, kladú dôraz na kvalitu dizajnu napr. pri falšovaní bankoviek podľa populárneho anglického hesla „make money“ (čo hlavne znamená zarábať peniaze, ale aj ich vyrábať). Táto nie práve najtypickejšia činnosť v úžitkovej grafike vhodne ilustruje zmeny medzi profesionálnou a amatérskou produkciou umožnenou novodobou technológiou. Zdokonalené kopírovacie metódy a farebné tlačiarňičky spolu s dostupnosťou bežných počítačov nahrádzajú potrebu špeciálnych znalostí, nástrojov a priestorov. Neškolení amatéri, ktorým stačí lacné počítačové zariadenie na stole, v domácej malovýrobe tlačia falošné bankovky nižšieho razenia, uplatniteľné pri menších nákupoch bez pozornej kontroly. Podobá sa to tzv. „sivým trhom“ a lacným pouličným výpredajom, kde sa predávajú napodobneniny značkových produktov, napr. šatiek, hodínok, okuliarov, plniacich pier alebo tašiek. Teoreticky sa tento jav dá nazvať „posunom v zameraní výrobku, v orientácii na spotrebiteľov a na trhy“, čo je v súlade so všeobecným trendom dizajnu, kde sa časť tvorby a spotreby presúva na širšiu a nižšiu bázu.

Priatelia - umeleckí amatéri - nám darovali súpravu keramických tanierov, ktoré si sami vytvorili doma. Zadovážili si „design kit“ (súpravu obsahujúcu všetky materiály, nástroje, návody a príručku, ako možno taniere dekorovať) s adresou, kam treba dohotovené hrnčiarske výrobky dodať na vypálenie. Zjednodušená technológia, primerané balenie a sprostredkovanie podstatných výrobných-výtvarných informácií, to všetko podchytené iniciatívnu distribučnou sieťou, spôsobujú prívln laického živlu do tvorby vecí okolo nás. Súčasné priemyselné technológie umožňujú vďaka počítačovému spracovaniu efektívnejšie vyrábať menšie množstvá produktov bez väčších prípravných nákladov. Návrhárske štúdie, nastavenie strojov, príprava šablón alebo formy na odlátky sa donedávna oplácali iba pri väčšej objednávke. Návrhár počítačom napojený na kontrolu stroja môže vyrobiť takmer každý predmet individuálne bez reťaze medzistupňov: dizajn a výroba obrieho lietadla Boeing 777 prebehli bez typických technických výkresov v skrátanom čase. Prispôboivosť dizajnu výrobe vyhovuje individualite zákazníkov a ich rôznorodým záujmom, i boju proti uniforme. Táto pestrá spoločenská objednávka očakáva od dizajnérov flexibilnejšie postoje vrátane omnoho väčšieho a rýchlejšieho sortimentu ponúknutých návrhov. V textilnom a kobercovom priemysle vytvára počítač grafické vzory podľa tzv. algoritmických vzorcov používajúcich nahodné čísla.



Novodobý textilný návrhár namiesto práce so štetcami stláča klávesy počítača a vyberá si zo vzorkovnice dezénov, ktoré automaticky aplikuje v procese výroby.

Výchovné a odborné umelecké inštitúcie, ktoré súviseli s limitovaným okruhom tvorivých profesionálov, donedávna bývali centrami názorov, módnego vkusu alebo kontrolórmí kvality. Rozšírená ponuka polotovarov a malých počítačov spolu s neprehľadným množstvom softvérových programov rozšírili typ tvorby „do-it-yourself“ (čiže urob si sám). Ľudia si vyrábajú pozdravné karty, pohľadnice, vizitky, reklamnú grafiku. Lacný softvér umožňuje tlačiť vlastné brožúry či podnikové noviny.

(Chodby niektorých amerických univerzít s medzinárodným osadenstvom sú nápadne dekorované oznamami, vytvorenými na domácich počítačoch, v škále psychedelicky ružovo-fialových farieb, pripomínajúcich dekoratívnosť niektorých ázijských autobusov a nákladných áut. Miestni konzumenti technológie môžu svojím vkusom ovplyvniť alebo aj prehlušiť štýl pôvodného triezveho prostredia fínskej architektúry.) Internetová sieť preberá funkcie trhoviska, novín, obchodov a pošty. Vpád laického živlu prináša naivnejšie grafické riešenia a menej náročné umelecké úlohy. Nová technológia znamená dve protichodné tendencie: na jednej strane si ľudia spoločne zvykajú na rôzne vizuálne kliše pochádzajúce zo softvérových menu pripravených často anonymnými technikmi niekde v Kalifornii, ktorí majú svoj vlastný, ako sa tu vraví, bláznivý štýl života a vkus. (Im vďačíme za grafickú vymoženosť okrídlených toasterov, ktoré lietajú na obrazovkách počítačov po celom svete, čím sa stávajú dostačujúcimi umeleckými štandardami.)

Na druhej strane sa viac ľudí dostáva do každodenného styku s tvorbou, zamýšľajú sa nad problematikou vytvárania objektov, i keď iba možnosťou voľby dekoračných prvkov z daného výberu. Ide teda o určitý druh demokratizácie v tvorbe, ktorá vlastne nie je ničím novým v dejinách umenia. Prístupy k technologickým prostriedkom v istom štádiu vývoja dovolili ľuďom účasť na nových tvorivých procesoch, hoci niekedy len ako oddychovej zábavy (tkanie, výzdoba domovov, fotografia, počítačová grafika). Zúčastnenosť môže viesť k lepšej rozhladenosti, väčšiemu pochopeniu a záujmu o skutočné umenie. S príchodom neškolených tvorcov súvisia tendencie „od modernej komplexnosti k primitívnejšiemu“ alebo „od odborného k laickému“.

Zlepšujúce sa životné podmienky vo všetkých svetadieloch a nárast istého, i keď nerovnomerného, blahobytu po druhej svetovej vojne spolu s dnešnými novými generáciami spotrebiteľov a tvorcov prostredia so sebou prinášajú otázky, pre koho a ako navrhovať. Osvietení a humanitne založení pedagógovia, teoretici i praktici vždy hájili sociálne motivované snahy v dizajne, kde úlohou funkčnosti a dostupnosti je zlepšiť materiálne prostredie pre širšie vrstvy. Popri idealistických programoch však vždy prevládala aj verejne menej propagovaná zložka dizajnu slúžiaca ako dôležitý, zámerne nápadný symbol statusu pre reprezentačné záujmy úspešných jednotlivcov alebo spoločností. Iné princípy, považované niekedy za nemorálne, vytvárajú produkty so zabudovanou rýchlosťou fyzickou alebo módnou opotrebovateľnosťou, ktorej cieľom je udržiavať výrobu a obchodnú sieť v prevádzke.



Dr. Edward Toran je riaditeľom pre vnútropodnikové plánovanie druhej najväčšej americkej poisťovne so sídlom v New Yorku. Je aktívny v oblasti vnútornej architektúry, priestorového plánovania, dizajnu (priemyselný dizajn pre firmu Olivetti, dizajn benzínových staníc pre firmu British Petroleum, výstavný systém pre Steelcase) a human engineering. Jeho doménou sa stalo navrhovanie administratívnych budov a dizajn pracovného prostredia. Pracoval na projektoch centrálnych budov pre najvýznamnejšie americké korporácie (AT&T, American Express, IBM, Nabisco, R. J. R. Reynolds, Uniroyal, Montgomery Ward a i.). Od roku 1980 sa zaoberá aj programovaním osobných počítačov a je uznávaným priekopníkom v ich zavádzaní do architektonickej praxe. Prednáša na odborných podujatiach po celom kontinente. Jeho činnosť je ocenená v knihe Baron's Who Is Who in International Design.

Foto: Robert Kočan (z cesty po USA, 1997)

MOBILIER

7 rokov hľadania

Zábery z expozície Mobilier na veľtrhu nábytku Kolin '98.
1. Sedací nábytok P. Mesiarika. 2. Regál R. Tureka.
3. Kresielka Ufo M. Staško.



Kreslo Lastúra. Dizajn: Mobilier.

IDEA VZNIKU NÁBYTKÁRSKEJ FIRMY SA NEOBJAVILA NÁHODNE. JEJ KORENE SIAHAJÚ NIEKAM DO 80. ROKOV, KEĎ ING. VIDO PRÁČOVAL AKO VÝROBNÝ NÁMESTNÍK V ŠTÁTOM PODNIKU DREVOPRÁRNE PÍEŠŤANY. VTEDY NEBOLO ZVYKOM, ABY SA RIADIACI PRACOVNÍK OSOBNÉ PODIEĽAL NA VÝVOJI NÁBYTKU, ALE PRÁVE TAKÁTO PRIAMA SKÚSENOSŤ BOLA PREŇHO IMPULZOM. BOĽA TO PRÁVE SPÁLNA, KTORÚ TENTO ŠTÁTNY PODNIK PODĽA NÁVRHU Ľ. ŽOBEKA VYVZOROVAL A PREDŠŤAVIL NA VÝSTAVE. BOLA INÁ, NETRADIČNÁ - AVANTGARDNÝ DIZAJN S ÚŽITKOVÝMI VLAŠTNOSTAMI. VYVOĽALA MIMORIADNY ZÁUJEM, KRÍTIKU I CHVALU... A TAM NIEKDE SA TO ZAČALO. „OD SPÁLNE SME SMEROVALI K MOBILIÉRU. ŽISKALI SME PRESVEDČENIE, ŽE NÁBYTOK SA DÁ ROBIŤ AJ INAK.“ SPOMÍNA ING. VIDO.

Keď sa teda v roku 1991 zakladal MOBILIER, s. r. o., nebol Ing. Dušan Vido, terajší riaditeľ, nováčikom v tejto oblasti. Mal za sebou niekoľko-ročnú skúsenosť a vôľu robiť nábytok lepšie.

Začínali s pár zamestnancami a jedným šijacím strojom. Postupne sa rozšírili až na dnešných 300 zamestnancov a vynikajúce technické vybavenie.

„Začali sme vyrábať čalúnený nábytok pod prístreškom piešťanskej lodnice s piatimi čalúnnikmi. A tu sme si uvedomili, že sme všetci na jednej lodi. Mohla sa potopiť hneď alebo neskôr, ak by sme sa nevedeli vzdať tradičného spôsobu práce. Keď chceme prežiť, musíme všetci spolupracovať: inžinieri, manažéri, technici či robotníci. A to sa nám v Mobiliéri podarilo. Nikto nám nič nedaroval, nič sme nedostali zadarmo. Pomôcť sme si museli sami, našťastie, každý z našej z roka na rok väčšej „posádky“ bol na správnom mieste.“

Spočiatku sa v Mobiliéri vyrábala čalúnený nábytok podľa predlôh zahraničných zákazníkov. O dva roky neskôr rozšírili výrobu i o drevený nábytok. Boli to dobré skúsenosti a oveľa jednoduchšia existencia ako dnes. Vývoj nestál žiadne peniaze, ale Mobilier si postavil vyššie ambície.

„Rýchlosť vývoja je našou najsilnejšou zbraňou v konkurenčnom prostredí.“

Mobilier nechcel zostať len pri preberaní cudzích vzorov. Pustil sa náročnejšou cestou, vyrábať vlastné výrobky podľa návrhov domácich dizajnérov.



Zásuvková skriňa, 1998. Dizajn: Rasťo Turek.

Rýchlosť vývoja sa v Mobiliéri meria na týždne. Takýto systém práce je do určitej miery a výsledkom dlhoročnej skúsenosti z výroby na zákazku. Tá si vyžadovala rýchle preorientovanie sa na nové podmienky, rýchlu zmenu. Pre Ing. Vida je zmena veľmi dôležitá. Je to i hľadanie a hľadanie znamená napredovať. A pri takýchto časových limitoch stále je cieľom kvalita, zaujímavý, často netradične riešený prototyp. V oblasti čalúneného nábytku zmeny neprebiehajú tak dynamicky. Neumožňuje to už samotná charakteristická typológia sedacieho nábytku. Známe „mobilierovské“ kresielko Lastúra dozrievalo 3 roky, kým dosiahlo všeobecne výhodné parametre pre zavedenie do sériovej výroby. Vývoj v tejto oblasti sa skôr orientuje na detail, materiál a farebnosť.





Sedačka Júlia.

Policová zostava, 1997. Dizajn: Rasfo Turek.



„Nová technológia sa kupuje len vtedy, keď vieme, čo chceme vyrábať.“

Dosiahnuť kvalitu výroby bez adekvátneho vybavenia nie je možné. Súčasné technologické vybavenie firmy je skutočne na vysokej úrovni a zodpovedá ktorejkoľvek západnej výrobe. Podľa Ing. Vida je to však len prostriedok na dosiahnutie kvality, nie cieľ. Stroje nakupovali až po zrelej úvahe odborníkov, komu bude výrobok určený, aký druh sa bude vyrábať a aký bude mať dizajn. Vedenie Mobilieru si uvedomuje význam strojového vybavenia, ale nepreceňuje ho. Oveľa dôležitejší sú ľudia, pretože sú nositeľmi stratégie firmy.

„Verím, že u nás sú vynikajúci dizajnéri, a my ich hľadáme.“

Záujem o dizajn a dizajnérov je pre Mobilier charakteristický. V súčasnosti spolupracuje s viacerými dizajnérmi a je otvorený i každému novému a zaujímavému impulzu. Tento, u nás nevšedný vzťah výrobcu k dizajnu treba opäť hľadať ešte v období pôsobenia Ing. Vida v Drevovýrobe, kde mal možnosť pracovať s architektom L. Zobekom. Jeho prácu si vážil pre jeho odvahu experimentovať. Tento moment zohráva dôležitú úlohu i v Mobilieri.

Firma uprednostňuje externú spoluprácu s dizajnérmi. Vychádza z predpokladu, že kreatívny tvorca potrebuje slobodu. Kvôli každej zákazke sa oslovia viacerí dizajnéri, hoci ako Ing. Vido priznáva, často sa vracajú k stabilným, overeným spolupracovníkom. Patria k nim hlavne Bobo Pernecký, Peter Mesiarik, Rasfo Turek a pribúda i najmladšia generácia.

„Skôr než oslovíme dizajnérov, našou povinnosťou je zistiť, čo od nás očakáva zákazník, za čo je ochotný zaplatiť a na základe toho sformulovať nový výrobný program. Na dizajnéra zostáva rozhodnutie o tvoroch, materiáloch, farbách nábytku či interiérového vybavenia.“ Konečný výrobok nie je len dizajn. Musí spĺňať všetky kritériá kvality. Je to tímová práca.

„Dizajn vzniká na základe komunikácie.“

Komunikácia je dôležitým spôsobom práce v Mobilieri. Už k prvým skicám (návrhom) sa vyjadruje najmenej 14-členný kolektív odborníkov - konštruktéri, technologovia, marketingoví pracovníci a ďalší. Ak je dizajnér schopný akceptovať podmienky, je prijatý do tímu. Konečným cieľom je kvalitný výrobok a za ten je zodpovedný celý kolektív. Preto sa v Mobilieri cení schopnosť komunikovať a tá často prešahuje z pracovného prostredia i do súkromného života.

„Zmeny musíme predvídať.“

Aby mohla firma existovať, je veľmi dôležité sledovať a predvídať ekonomické i politické zmeny. Pôvodná stratégia firmy orientovať sa na zariadenie bánk, by už v súčasných podmienkach neobstála, ale v období formovania firmy jej pomohla zaujať významné postavenie v nábytkárskej výrobe. Dnes sa hľadajú iné možnosti. Preto nie náhodou sa v tomto roku Mobilier prezentoval samostatne na kolínskom veľtrhu nábytku. Ing. Vido hodnotí súčasnú ekonomickú situáciu na Slovensku nie veľmi priaznivo. „V našej ekonomike je veľmi málo peňazí. Ak sa aj niekde 'hore' nájdú, tak sú určené len pre vyvolených. Mobilier je však firmou, ktorá sa riadi výlučne trhovými princípmi, dbá na dôveryhodnú prezentáciu, imidž, 'goodwil'. Jej hlavným cieľom je schopnosť vytvárať zisk - stratégia a dizajn sú len prostriedkami, ktoré nám pomáhajú priblížiť sa k tomuto cieľu. Bez zisku by firma okrádala spoločné vrecko a pripravila by spoločnosť a ekonomiku o kapitál potrebný na zabezpečenie pracovných miest do budúcnosti, ako aj svojho postavenia medzi firmami krajín EÚ. Aby Mobilier mohol obstáť v súčasných ťažkých podmienkach, keď je v našej ekonomike minimum zahraničného kapitálu, zostáva iba jedno: ísť za ním, teda orientovať sa na zahraničné trhy. Už dnes väčšia časť výroby nášho čalúneného nábytku putuje na holandský, švajčiarsky, nemecký či rakúsky trh a firma plánuje vývoz ešte rozšíriť.“

„Chceli by sme vytvoriť centrum dizajnu v Piešťanoch.“

I napriek nie najpriaznivejšej situácii Mobilier v duchu svojej filozofie pripravuje množstvo nových aktivít a zmien. V prvom rade sa chystá dokončenie dostavby v Maduniciach, kam sa v krátkom čase presťahuje celá výroba i administratíva. Centrum v Maduniciach sa buduje v dvoch rovinách. Jednou je už spomínaná výrobná oblasť a druhou je rekreačná časť. V rámci nej sa plánujú športoviská, ubytovacie možnosti a nezabúda sa ani na múzeum - zborníku firmy, na zdravotné stredisko pre zamestnancov či obchodné centrum.

Mobilier chce investovať i do rozvíjania tvorivej oblasti - dizajnu. Práve tu v Maduniciach sa vytvorí priestor na organizovanie domácich i zahraničných workshopov pre mladých dizajnérov a študentov. I to je spôsob, ako odskúšať vzájomnú komunikáciu, toleranciu. Účastníci sa priamo zoznámia s výrobou a domáci spoznajú mieru kreativity, čo výrobcovi dáva možnosť vybrať si tých najlepších. Určite to nie sú vyhodnené peniaze, lebo dizajn je i ekonomický nástroj.

Okrem iného firmu čakajú zahraničné výstavy. Najbližšie Bienále dizajnu v Saint-Etienne, potom parížsky veľtrh nábytku v januári 1999 a určite Mobilier nezabudne i na FORUM DESIGNU, ktoré sa koná v rámci veľtrhu nábytku na domácej pôde v Nitre v marci 1999.

Za úspechmi firmy treba vidieť množstvo práce, dobrých i zlých skúseností. Dynamický spôsob riadenia, schopnosť poučiť sa, predvídať a v neposlednom rade i zaujímavé plány do budúcnosti presvedčajú, že Mobilier vie, kam chce smerovať.

Katarína Hubová



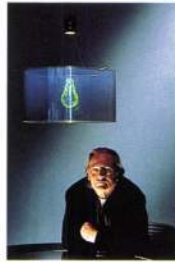
Kancelársky stôl, 1995. Dizajn: Bobo Pernecký.



Skriňová zostava, 1998.
Dizajn: Peter Mesiarik.

DOBŘÉ OKO, ZMYSEL PRE RYTMUS A ZAUJATIE PRE HRU.

ČO EŠTE TREBA K ILÚZII TAJOMSTVA V MONOTÓNOM ZOVRETÍ ŠTYROCH STIEN? CIT PRE MODELOVANIE PRIESTORU SVETLOM, REŠPEKTOVANIE FUNKCIE OBJEKTU I HUMORISTICKÝ ODSUP OD TRADÍCIE. VŠETKY TIETO DANOSTI OBJAVÍME V DIELACH DIZAJNÉRA INGO MAURERA. PRIDAJME EŠTE ZÁĽUBU V RECESII A PERSIFLÁŽI. A EŠTE TRI DRÔTY, TRANSFORMÁTOR A ZO DESAŤ ELEMENTOV, DODAL BY ISTE MAURER PRI ÚVAHÁCH O SVOJICH NETRADIČNÝCH SVIETIDLÁCH.



možnosti svetla a priestory fantázie

DIZAJNÉR INGO MAURER



Žiarovka, 1966.

Bibibibi, 1982.

Jeden zo srdca, 1989.



Paragaudi, 1997.

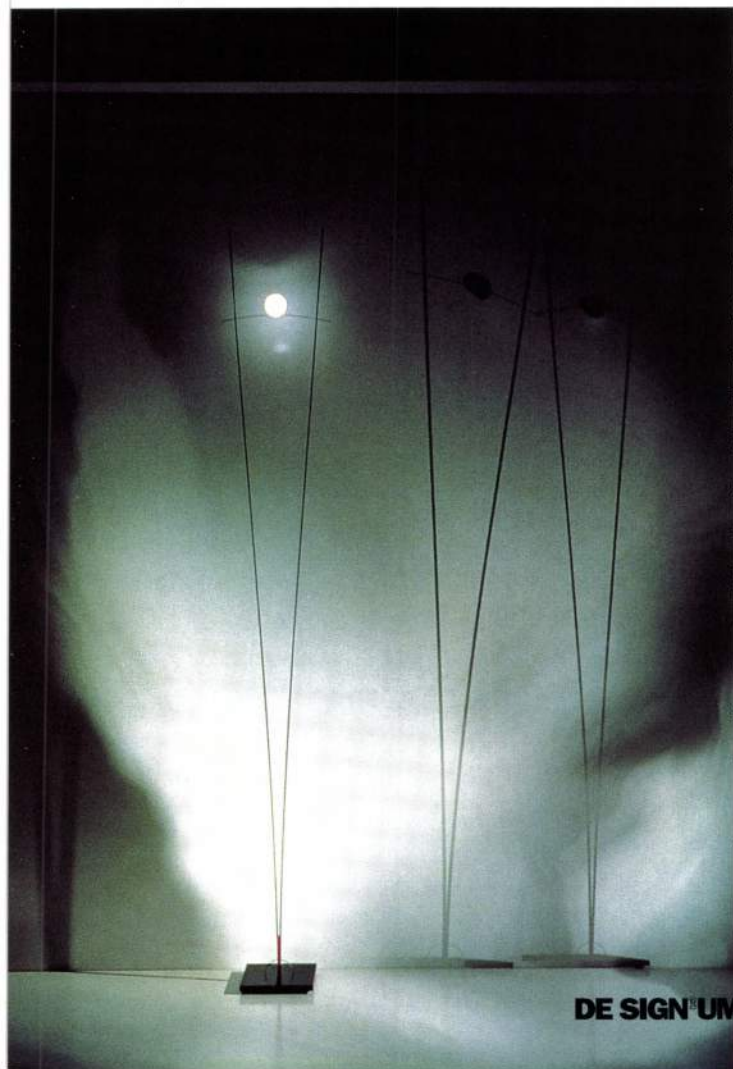


Los Minimalos Uno, 1994.



Lampampe, 1980.

Ilios, 1983.



Halogénové osvetľovacie telesá, ktoré vznikajú v ateliéroch tohto nemeckého dizajnéra a jeho tímu na Kaiserstrasse 47 v Mníchove, sa podľa ich tvorcov sústreďujú na podstatu, nestrácajú zo zreteľa funkciu a estetiku. „Odkiaľživa som bol očarený žiarovkou. Znamená pre mňa spojenie priemyselného tvaru a poézie a je mojou stálou inšpiráciou,“ hovorí 65-ročný dizajnér, vedúci úspešnej mníchovskej firmy Ingo Maurer GmbH, o svojich tvorivých východiskách. Jeho variáciám na tému žiarovka sa darí zaradiť tento prozaický objekt do nových súvislostí, prekvapujúcich vtípom a fantáziou.

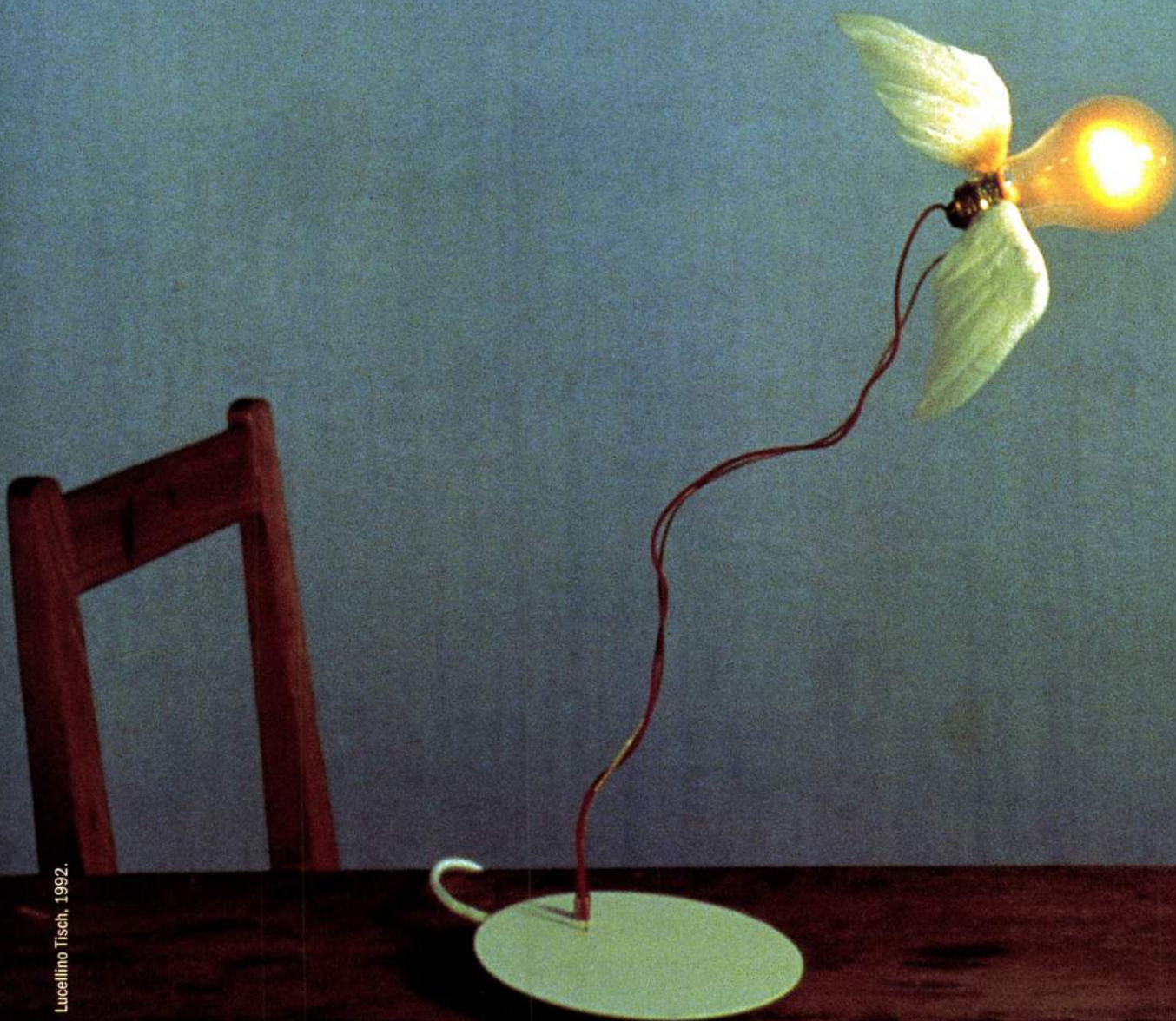
Žiarovka z roku 1966 je akýmsi archetypom v Maurerovej interpretácii svetidla. Zväčšenina z vysokolešteného chrómu a fúkaného číreho skla ukrýva bežnú, zhora postriebrenú stowattovú žiarovku. Úspech prototypu si vynútil hromadnú výrobu, založenie firmy Design M i ďalšie rozvinutie poetických variácií tohto základného motívu. Kým Žiarovka, žiarovka z roku 1980 je zväčšeninou z plastu, lampa Lucellino Tisch s okrídlenou reálnou žiarovkou a použitím skutočného husieho peria z roku 1992, pripomínajúca excentrický svietnik, patrí už do radu fantazijných kreácií na tému letu rovnako ako stropné svetidlo Vtáci, vtáci, vtáci z toho istého obdobia. K nezabudnuteľným predchodcom tohto objektu patrí Jeden zo srdca z roku 1989 - s krvavočerveným tienidlom balansujúcim na subtilnom stojane z drôtov. Nástenné svetidlo Jeden z recesie z maľovaného oceľového plechu obohacuje tento princíp o ďalšie fantazijné prvky. „Toto srdce netlčie, ale vyžaruje,“ hovorí jeho autor. K stene ho púta magnet, ktorý umožňuje otáčanie svetidla akýmkoľvek smerom podľa nálady a potreby.

Variabilnosť a funkčnosť zhodnocuje model Los Minimalos duo, ktorý využíva na rozdiel od predošlých typov strohé technické elementy. Stolová lampa má otáčavé rozťahovacie rameno, ostrosť halogénového svetla tlmí sieť z antikorového drôtu. Lyrickú polohu v mnohotvárnej Maurerovej tvorbe zastupujú stolové lampy z papiera (Lampampe), ktorý je autorovým najobľúbenejším materiálom pri tvorbe tienidiel, tlmiacich ostrosť lúčov a zaplavujúcich priestor silným, ale mäkkým svetlom. Významným impulzom bolo dizajnérovo stretnutie s japonským interiérom, ktorého nežné a lichotivé osvetlenie ho na prvý pohľad uchvátilo. Jemnosť tohto svetla podľa jeho vlastných slov uvoľňuje, upokojuje, nespôsobuje agresivitu, ale vyžaruje vládnuosť. „Ľudia sú v tomto osvetlení krajší,“ tvrdí Maurer.

Poetickosť je azda najciteľnejšie prítomná v kompozične i tvarovo strohom diele Ilios z kovu a skla, v ktorom magicky vyžarujúca guľa svetelného telesa, upevnená na klinovitom stojane z tenkého drôtu, akoby sa voľne vznášala v priestore. „Nenamietam, keď ma nazývajú básnikom svetla,“ píše autor v katalógu svojej tvorby o tomto diele.

„Je predsa také príjemné vzdialiť sa realite a preniesť sa do sveta fantázie, plného tajomstiev. Prečo by mal byť mesiac iba mesiacom? Prial by som si, aby ľudská noha nikdy nevzkročila na tento mesiac.“

Každého, kto spoznáva tvorbu Ingo Maurera, zaujme jej mnohotvárnosť, siahajúca od strohých, rýdzo funkčných tvarov, cez poetické kreácie až k oblasti recesie, humoru a persifláže. Na hranici spomínaných prístupov je nesporne dielo Paragaudí. Osvetľovacie



Lucellino Tisch, 1992.

Ingo Maurer sa narodil r. 1932 v Reichenau, Nemecko. Študoval typografiu v Nemecku a vo Švajčiarsku. V rokoch 1954-58 študoval grafický dizajn. R. 1960 emigroval do USA. Pracoval ako dizajnér v slobodnom povolaní v New Yorku a San Franciscu. R. 1963 sa vrátil do Európy. Usadil sa v Mníchove, založil firmu Design M. (neskôr Ingo Maurer GmbH), pre ktorú navrhol r. 1966 prvú lampu - Žiarovku. Získal viacero dizajnerských cien. Jeho realizácie sa nachádzajú v zbierkach mnohých svetových múzeí. R. 1985 usporiadal v parížskom Centre Georges Pompidou výstavu „Lumiérovci, myslím na vás“ a r. 1986 mu francúzsky minister kultúry udelil titul Rytier umenia a literatúry. V lete 1989 sa prezentoval výstavou „Design... ?? -- !!“ v Státnom etnografickom múzeu v Leningrade. R. 1993 vystavoval v Stedelijskom múzeu v Amsterdame, v novembri 1994 bol svojimi objektmi a inštaláciami zastúpený na milánskom trienále s názvom „Identita a rozdiely“.

Vtáci, vtáci, vtáci, 1992.



Svetelné príbehy, Kolín 1998 - návštevníci s maskami.



teleso navrhnuté pre priestory Casa Botines v Leone, ktoré sú Gaudiho dielom, má podobu stuhy voľne sa vznášajúcej v priestore. Svetlo dopadajúce na stôl pod objektom modeluje expresívnu hmotu telesa z pozláteného kovu a odráža sa smerom k stropnej časti. Dielo vzniklo v spolupráci s členmi Maurerovho tímu - Martinom Schneiderom a Martinom Deggelmanom - ako pocta veľkému španielskemu architektovi.

Údiv, prekvapivé a protichodné reakcie kritiky vzbudilo veľkolepé predstavenie, ktoré usporiadal Ingo Maurer počas tohtoročného januárového veľtrhu nábytku pre vyše 160 tisíc návštevníkov na moste Deutzer Brücke v Kolíne. Stretnutie s obrovskými svietiacimi rybami s reflektormi pod tenkou papierovou „kožou“, bicyklistami s baldachýnmi, pod ktorými sa vznášali krdle malých zavesených rybičiek, korunovala výstavná hala, kde sa rozdeľovali masky s podobou dizajnéra Philippa Starcka. V strede ležiaca frivolná dáma Marianne sa voľne pohrávala s hliníkovým svietidlom - falickým symbolom Horny Philippe (paroháčom Philipom).

Maškaráda s poetickým názvom Svetelné príbehy na Starckovu počesť, ponorená do tajomného modrého svetla a plná pohybu a hudby, bola Maurerovou pozvánkou na cestu objavov a fantázie s jediným sprievodcom - dizajnom ako elixírom života.

Napriek všetkým únikom do sveta recesie a fantázie zostáva Ingo Maurer, ktorý nedávno získal čestný titul „Dizajnér roka 1997“, udeľovaný časopisom Architektur und Wohnen, bytostným dizajnérom. Akoby po elipse sa i dnes vracia k dávny témam. Jeho najnovšie dielo má podobu jednoduchého skleneného valca s 360 stupňovým hologramom žiarovky, Maurerovej prvotnej inšpirácie.

Svetelné príbehy, Kolín 1998 - Marianne a Horny Philippe.



Svetelné príbehy, Kolín 1998 - svietiace ryby.



Jarmila Račková

Hot Achille, 1994.



Foto: Ingo Maurer GmbH, Friedrich Busam (10-12)

Herdeg, Walter (b.1908), is a Swiss designer and publisher. Throughout the thirties he was an innovator in the use of photomontage in his turistic posters. His major contribution to graphic design was as editor and founder, together with Walter Amstutz (-1944), of one of the most influential graphic design magazine GRAPHIS.

HERDEG, WALTER

Herdeg, Walter
Editor and Publisher

HERALDRY

Heraldry is a particular area of study of the origin of coats of arms, the rules of their construction and their history.

It is the study of this system of symbols used to represent individuals, families and institutions.

The first to set up the rules of heraldry was the French Clement Princeault who wrote TRAITE DE BLASON (A TREATISE ON COATS OF ARMS) in 1416 and they were definitively put in order by another French, Claude - Francois Menestrier in 1677.



HALATION

Halation, also known as irradiation, in Optics is the apparent enlargement of an object when seen against a dark background.

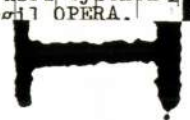
ITTEN, JOHANNES

Itten, Johannes (1888-1967), was a Swiss painter and educator.

After meeting Walter Gropius in 1919, he was engaged to teach at the newly established Bauhaus in Weimar, responsible for the preliminary basic course (1919-20). He studied philosophy in Zurich before setting up his own design school in Berlin (1926-1934).

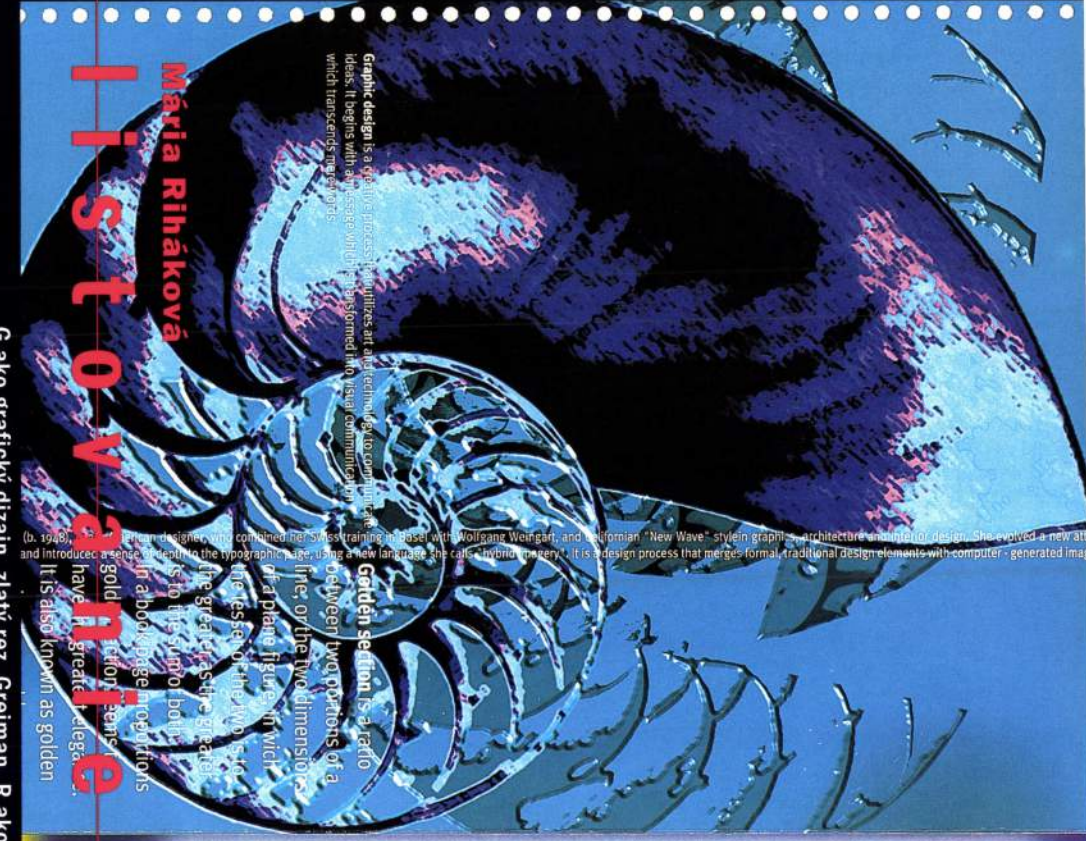
ITALIC

Italic are letterforms of alphabet that incline to the right. First cut of an italic alphabet was made by Francesco da Bologna, surnamed Griffo and used by scholar and printer Aldus Manutius in an edition of Virgil OPERA published in Venice 1501. italic type is normally used to highlight individual words or sections within a text.



ISO

ISO represent initiale of the Swiss International Standards Organisation, ISO has published many important standards including A, B, C System of Standard Sizes and the international recommendations for photographic film speed ratings.



Mária Riháková

listovanie

G ako grafický dizajn, zlatý rez, Greiman. R ako Rodčenko, retro, reykliovany papier. Dizajn: Boštjan Botas Kenda (1963), Studio Botas.

v albu me

Bookmaker, Alexander (1911-1994), was one of the most important figures in the history of the Bauhaus. He was active in many different areas, experimenting with typography, painting and photography. In 1920 he took over the workshop for book design at the Bauhaus. During 1923 in collaboration with Walter Gropius, he produced a series of posters which the poet called the poetry of the street. In the same year, he also designed the layout and typography of the Bauhaus yearbook. In 1928 he published a book on the history of the book. He was also a teacher at the Bauhaus and a member of the Bauhaus Council.

Bookmaker is originally a person who is involved in the book trade, but in the Bauhaus context, it refers to the design of books and the relationship between text and image.

Bookmaker gave meaning to a wide range of posters containing different elements and different styles of typography.

ampresand is a symbol &
USED IN A PLACE OF WORD AND

originally derived from Latin **et** (and). It is a ligature of the letters **e** & **t**.
The word, by itself, is alteration of **et** (**e**) **per se** and, wich was subsequently
CORRUPTED to **and** **per se** and, and then finally 'ampresand'.
and = &

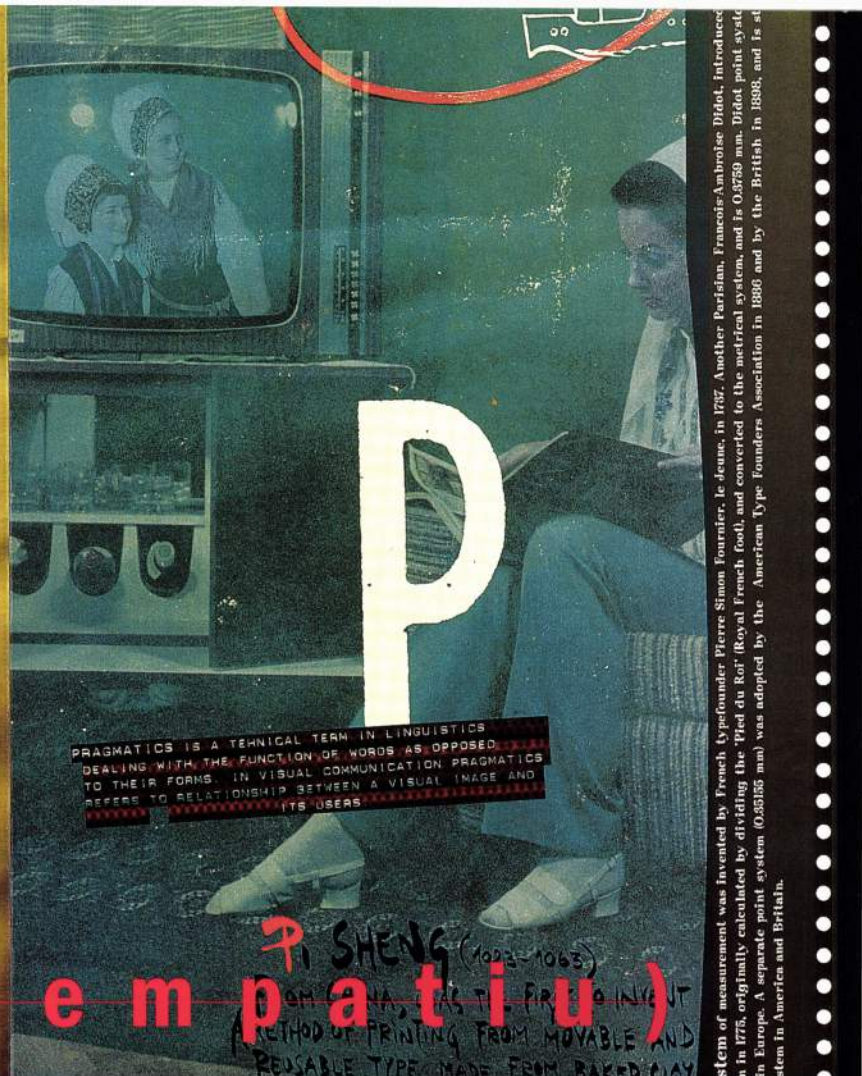


APOLLINAIRE, GUILLAUME (1880-1918)
WAS A FRENCH POET AND CRITIC WHO
OBSERVED THAT THE CATALOGUES, POSTERS,
ADVERTISEMENTS OF ALL TYPES CONTAIN
THE POETRY OF OUR EPOCH. HIS BOOK OF
VISUAL POEMS CALIGRAMMES, PUBLISHED
IN 1917, IS A UNIQUE CONTRIBUTION TO
MODERN TYPOGRAPHY. THE AUTHOR
HIMSELF ALSO CALLED SUCH WORKS
'FIGURATIVE POEMS', 'IDEOGRAMMATIC POEMS',
AND FINALLY 'CALIGRAMMES'.

A

ART DÉCO takes its name from
'Exposition Internationale
des Arts Décoratifs et
Industriels Modernes', which took
place in Paris (1925). It was a pictorial
modernism approach to art, design
and architecture, and a dominant design
style of the 1920s and 1930s.

(p o k u s o



PRAGMATICS IS A TECHNICAL TERM IN LINGUISTICS
DEALING WITH THE FUNCTION OF WORDS AS OPPOSED
TO THEIR FORM. IN VISUAL COMMUNICATION PRAGMATICS
REFERS TO RELATIONSHIP BETWEEN A VISUAL IMAGE AND
ITS USERS.

PI SHENG (1893-1963)
FROM CHINA, WAS THE FIRST TO INVENT
A METHOD OF PRINTING FROM MOVABLE AND
REUSABLE TYPE MADE FROM BAKED CLAY.

A ako &, Appolinaire, Art Déco. P ako pragmatizmus, Pi Šeng, bodový systém.

Dizajn: Tanja Radež (1968), Darko Miladinovič (1966), Aleš Bratina (1966), Studio Tandar.

C ako Corporate Identity, Cassandre, kolofón.

Dizajn: Lena Pislak-Balant (1962), Boris Balant (1963), Studio Luks.

is another name for an organization's personality, culture
and purpose. It defines what the organization stands for. One of the first corporate
identities was created by **Peter Behrens** in Germany, working as archi-
tective consultant for Allgemeine Elektricitäts Gesellschaft (AEG) Berlin, from 1907 to 1914.
He designed everything from letterpaper to workers' housing.

Cassandre, A. J. (1896-1981)



was pseudonym of the poster artist **Adolphe Jean-Marie Maunon**.
Born in Mâcon, he came to Paris during the First World War and produced a series of
very influential posters that helped in reviving French advertising art. Among the most famous are: 'École du Nord'
(1927), 'Dubonnet' (1934) and 'Normandie' (1935). For Deberny and Pignat type-
foundry he designed 'Pignat' typefaces in 1937.

Colophon

is the information placed at the end of the book or on
the reverse of the title page, giving details about pub-
lisher, printer, place and date of publication.

Projekt Graphic Design Scrapbook vznikol z iniciatívy popredného grafického dizaj-
néra bývalej Juhoslávie Eduarda Čehovina ako špecifický občiansky protest proti
katastrofálnym následkom nedávnej občianskej vojny, osobitne v oblasti v medzi-
ľudskej komunikácie. Boj proti xenofóbi a nacionalizmu sa odohráva na teritóriu,
ktoré deviatí autori z rôznych končín kedysi jednotného štátu suverénne ovládajú
svojou profesionalitou a ústretovými emóciami. Projekt realizoval Eduard Čehovin
so skupinou o generáciu mladších grafických dizajnérov: Bojanom a Dalidom
Hadžihalilovićovcami zo Sarajeva, Slavimirom Stojanovićom z Belehradu, Tanjou
Radež, Darkom Miladinovićom, Boštjanom Botasom Kendom, Lenou Pislak-
-Balantovou a Borisom Balantom z Ljubljane.

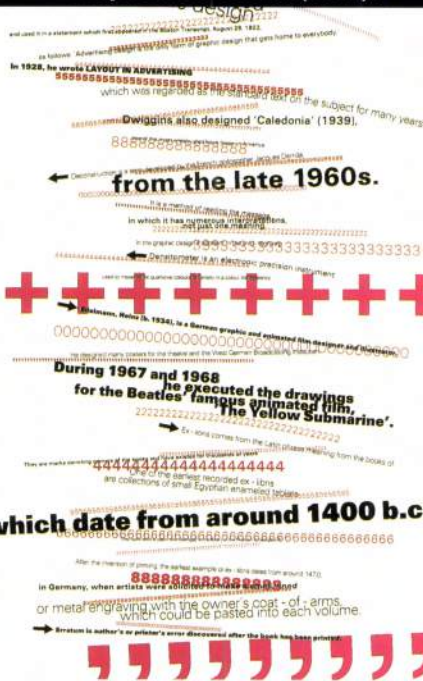
32-stranový výstrižkový album (tak znie preklad anglického názvu), alebo lepšie
príručka (tento výraz skôr zodpovedá obsahu) formátu 230 x 330 mm v anglickej
verzii, je určená dizajnérom generácie 1991-95, ktorí chceli a nemohli študovať
grafický dizajn, a tým, ktorí ho začali študovať a nedokončili kvôli mimoriadne ne-
priaznivým okolnostiam spôsobeným vojnou. Podáva informácie o ľuďoch, teóriách
a myšlienkach z oblasti grafického dizajnu a príbuzných oblastí podľa subjektív-
neho výberu zúčastnených autorov v podobe neobyčajne silnej grafickej výpovede.
No nie je len knižou o grafickom dizajne. Je aj, ba najmä o tolerancii, ktorá dokáže
širokú pozitívnu energiu v ľudských vzťahoch zaočkovaných agresivitou a deštrukciou.
Je posolstvom nám všetkým o možnom mieri a uskutočniteľnom porozumení medzi
ľuďmi.

Tento neziskový projekt bol po prvý raz predstavený v Istituto europeo di design
v Miláne v jeseni 1997 a koncom tohto roku sa uskutočnil jeho prezentácia
v Parsons School of Design v New Yorku. Projekt podporili o. i. Sorosovo centrum
pre súčasné umenie v Ljubljane a v Belehrade, Open Society Institute Slovenia
a Fund for an Open Society Yugoslavia. Doposiaľ nebol zverejnený ani v jednej
republike bývalej Juhoslávie.

Eduard Čehovin (1951)
absolvoval r. 1976 Akadémiu
úžitkového umenia, oddelenie
grafického dizajnu v Belehrade.
V rokoch 1979-80 študoval na
Buffalo University v Buffale
a Parsons School of Design
v New Yorku, USA. Od r. 1980 je
členom Amerického inštitútu gra-
fického umenia (AIGA). R. 1991
si v Belehrade založil vlastné
štúdio A+B Art (Art More or Less
Business). V rokoch 1986-92 bol
umeleckým riaditeľom reklamnej
agentúry Saatchi&Saatchi/BSB
v Ljubljane a od r. 1992 McCann-
Erickson Slovenia tamtiež.
R. 1992 odišiel z Belehradu,
žije v Ljubljane.



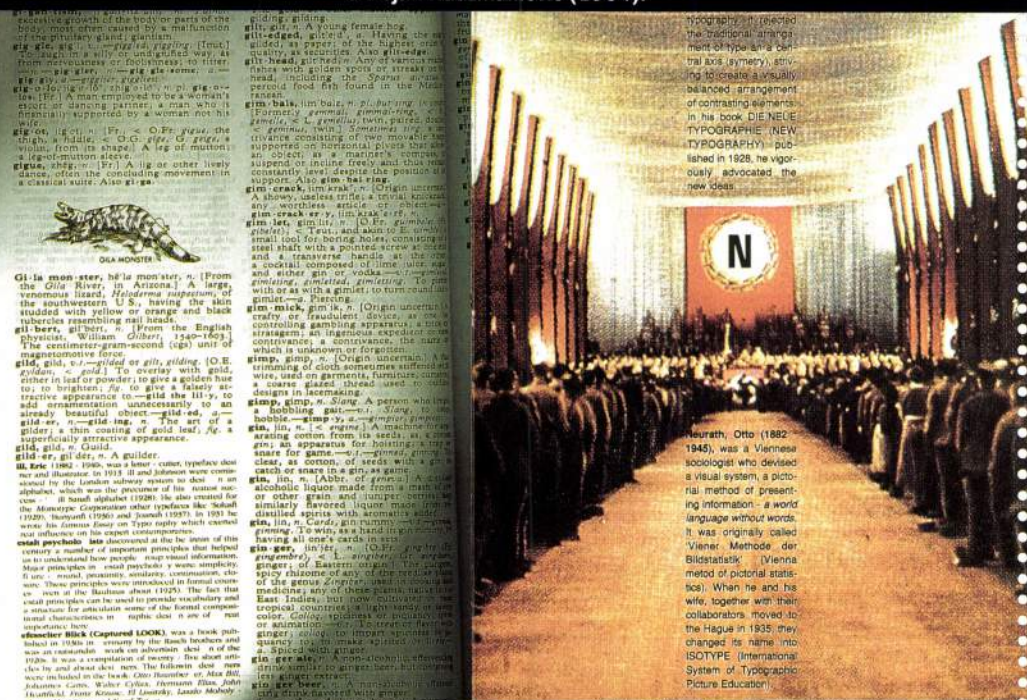
D ako Dwiggins, dekonštrukcia, denzitometer. E ako Edelman, ex-libris, erratum.
Dizajn: Eduard Čehovin (1951).



S ako Sutnar, syntax, sójový atrament. I ako Išioka, International Typographic Style, ISBN.
Dizajn: Boštjan Botas Kenda (1963).



G a N ako Nová typografia, Neurath, nonpareil. Dizajn: Dalida Hadžihalilović (1966)
a Bojan Hadžihalilović (1964).



List do Ľubľane

Milý Eduard,
listujem už po niekoľký raz
v knihe, ktorá sa zrodila vďaka
tvojej tvrdohlavosti a pochopeniu
spriaznenej názorovej skupiny,
a vždy v nej nachádzam
niečo nové. Oslovilo ma jej ne-
všedné výtvarné riešenie a kvalita
typografia, vychádzajúca
z elementárnej myšlienky nájsť
k trinástim písmenám pojmu gra-
fický dizajn (g. r. a. p. h. i. c.
d. e. s. i. g. n.) adekvátne
„encyklopedické“ heslá.
Grafický rukopis členov tvojho
tímu je zaujímavý sám osebe, ale
prekvapujúco dobre drží spolu
s inými, spojenými v dvoch slo-
vách. Príčina je v použitých
pojmach. Čím viac sa do nich za-
čítavam, tým ste mi jasnejší ako
ľudia.
Napíši mi niečo o tých, ktorí
pracovali na projekte. Prečo ste
ho realizovali a čo ste od toho
očakávali. Napíši mi aj to, aká
je podľa teba úloha grafického
dizajnu v súčasnej spoločnosti,
osobitne vo vašej krajine.
Pozdravujem vaše deti Maksa,
Rozu, Anju, Naju a Leu, ktorým
ste dedikovali svoju knihu.

Tvoja Mária

List do Bratislavy

Milá Mária,
som rád, že ťa zaujala naša
knih. V súčasnosti pripravujem
knihu o Ljubomirovi Micíčovi,
významnom umelcovi zo začiatku
tohto storočia. Bol to Srb naro-
dený v Chorvátsku, žil
v Belehrade, Záhrebe a Ľubľani,
ale kvôli priveľmi avantgardným
a radikálnym výtvarným názorom
ho vyštvali do emigrácie
v Terste a neskôr do Paríža, kde
zomrel. Vydával časopis Zenit,
ktorý je svojou dokonalou typo-
grafiou dodnes veľmi zaujímavý.
Pýtala si sa na autorov Graphic
Design Scrapbook: keď sme ho ro-
bili, žili sme všetci v Ľubľane,
okrem Slavimira, ktorý zostal
v Belehrade. V súčasnosti sa už
Bojan s Dalidou vrátili do
Sarajeva, Bojan tam učí na ume-
leckej akadémii. Väčšinou všetci
ukončili štúdiá a žijú z práce
vo svojej profesii, čo je
dôležité pre každého, nielen
grafického dizajnéra.
Čo bolo cieľom knihy? Ukázať, že
vzájomná komunikácia je možná aj
za daných (vojnových) okolností,
aj napriek tomu, že sme každý
inej národnosti a vierovyznania.
Nebolo to ľahké, ale som rád, že
sme projekt úspešne ukončili
a bez ohľadu na to, že žijeme
v troch rôznych krajinách, sme
stále priatelia a kolegovia.
Moja odpoveď na otázku, aká je
úloha grafického dizajnu
v súčasnosti, ťa iste nepoteší.
V súčasnej spoločnosti slúži iba
na propagáciu „systému“ a jeho
„politikov“ a ich „myšlienok“.
Ziaľ. Preto som sa rozhodol
urobiť niečo pre svoj „systém“,
svoju profesiu a pre ľudí s ro-
vnakými názormi, aké mám ja.

Tvoj Eduard

prirodzená ľahkosť formy

Dizajnér potrebuje predovšetkým konzistentnú a jasnú cestu tvorby, nie štýl. Achille Castiglioni



Achille Castiglioni (vpravo) a Alberto Alessi v štúdiu Castiglioni.



Držiaky na obrúsky Amici, 1996. Výrobca: Alessi.

ČÍM BY BOL POVOJNOVÝ TALIANSKÝ DIZAJN BEZ CASTIGLIONIHO?
URČITE BY BOL ŤAŽŠÍ, MALOMEŠTIACKEJŠÍ, PROVINCNEJŠÍ.
CHÝBAL BY MU HUMOR A IRÓNIA. CASTIGLIONI NAŠIEL V SEBE
SILU ZRIEČŤ SA KÁNONOV A ÍŠŤ POD KOŽU „DOBREMU VKUSU“.
V JEHO DIELE SA STRETÁVAJÚ VPLYVY ANGLOSASKÉHO
A STREDOMORSKÉHO PROSTREDIA, FUNKCIONALIZMU
A BAROKA, RACIONALIZMU A RADIKÁLNEHO DIZAJNU.

Architektonické a dizajnérské štúdio Castiglioni založili bratia Livio (1915) a Pier Giacomo (1913) r. 1938. Najmladší Achille (1918) doňho vstúpil hneď po ukončení štúdia architektúry, ktorú absolvoval rovnako ako jeho najstarší brat na milánskej Polytechnike. R. 1952 Livio zo štúdia odchádza a spolupracuje so súrodencami len na niektorých projektoch ako odborník na osvetlenie. Achille a Pier Giacomo pokračujú v spolupráci až do tragickej smrti staršieho z nich (1968). Meno Piera Giacomu ako spoluautora diela sa však symbolicky objavuje aj v najnovších prácach dnes 80-ročného nestora svetového dizajnu.

Achille Castiglioni sa preslávil v 50. a 60. rokoch unikátnym riešením umeleckých výstav, najmä milánskych trienále. Do oblasti výrokového dizajnu vstúpil r. 1957, keď na celotalianskej výstave Farby a formy v našom byte v Como predstavil otáčaciu stoličku SELLA (Sedlo). Išlo o svojrúznú interpretáciu interiérového prvku pozostávajúceho z koženého bicyklového sedadla na kovovej nohe zakončenej polguľovitou podperou. Autor tak nútil užívateľa k balansovaniu pri sedení, na čom sa evidentne schuti zabával, a argumentoval tým, že nič nie je stabilnejšie ako funkcia. Preslávil sa aj redizajnom známych výrobkov, napr. stoličkou TRIC (1965) podľa Thonetovho modelu z r. 1910, ktorej navrhol oveľa vyššie a širšie operadlo, aby bola pohodlnejšia. V 60. rokoch začal spolupracovať s výrobcom interiérových svietidiel Flos, pre ktorého navrhol o. i. lampy Arco a Brera (1962, 1992), Gibigiana (1980) a Taraxacum (1988). V 70. rokoch bol jedným z „motorov“ talianskeho užitočného radikalizmu. Jeho nekonformný dizajn realizovali známe firmy ako Zanotta (stolička s použitím traktorového sedadla Mezzadro, 1970), Interflex („fakírska“ posteľ Ittiti, 1986), Driade (stolička-autosedadlo San Carlo, 1982), Alessi (stolovacie prvky, 90. roky).



Nápojová súprava Orseggí.
Dizajn: A. a P. G. Castiglioni, 1997. Výrobca: Alessi.

Servis Bavero, 1997. Výrobca: Alessi.





Pribor Dry, 1997. Výrobca: Alessi.



Kreslo Sancarło, 1982. Výroba: Driade.



Kreslo Imperiale, 1983. Výrobca: Zanotta.

Pohrávanie sa s funkciou, jej spochybňovanie a zároveň rešpekt pred jej limitmi je charakteristické pre celú jeho doterajšiu tvorbu. Castiglioni sa nehlási k žiadnemu štýlu. Má rád paradoxy, používa každodenné objekty v najneočakávanejších súvislostiach (ready-made), mnohé z jeho prác sa vyznačujú minimalizmom alebo expresionizmom. Za každým predmetom je cítiť zvedavosť a túžbu porozumieť jeho príbehu. Castiglioni sa podpísal pod vyše 130 priemyselných produktov, pričom nepatrí k tým, ktorí modernosť interpretujú ako nové materiály a technológie. Naopak, vždy vychádzal z poctivých remeselných tradícií malých talianskych manufaktúr, pre ktoré žiadna technika ani materiál nie je funkčný ani moderný sám osebe.

Odkazy na jeho dielo nachádzame v prácach významných svetových tvorcov - Foster, Sottsass, Šipka, Sapper, Mendiho a Starcka. V 90. rokoch sa čoraz viac prikláňa k architektúre. Za 52 rokov profesionálnej kariéry navrhol vyše 300 inštalácií, vrátane retrospektív vlastného diela (MAK Viedeň 1984, MoMa New York 1997, DC Ozone Tokio 1998). Jeho posledným projektom bola výstava vizuálneho umenia „Čo poháňa módu“, ktorú otvorili vo Florencii v apríli t. r.

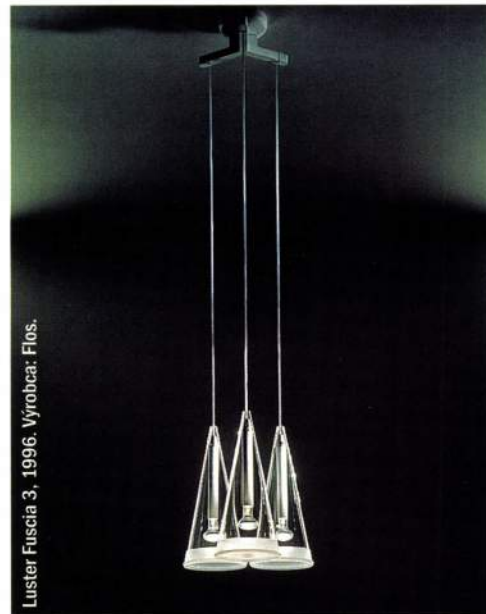
Paula Antonelli, kurátorka newyorského Museum of Modern Art, vo svojej eseji k retrospektívnej výstave Achille Castiglioneho, ktorá sa tam konala na prelome rokov 1997/98, spomína: „Castiglioni viedol až do r. 1988 mimoriadne populárny kurz priemyselného dizajnu na fakulte architektúry milánskej Polytechniky. Do preplnenej posluchárne vždy prišiel s veľkým čiernym batohom, aký nosila Mary Poppins, a začal z neho vyťahovať rôzne predmety. Bolo o ňom známe, že má obrovskú zbierku vecí, ktoré objavil na svojich cestách po svete - napr. hračky vyrobené z pivných plechoviek z Teheránu, galoše z Ruska, rybárske stoličky z Colorada, rôzne staré kuchynské nástroje atď. Zoradil ich na stôl, aby demonštroval nenápadnú genialitu týchto objektov... Boli to najefektívnejšie lekcie dizajnu, aké som kedy absolvovala.“

mr

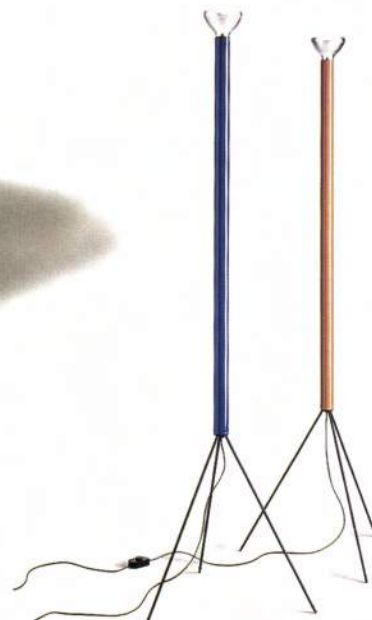
Foto: archív redakcie



Stolná lampa Gibigiana, 1980. Výrobca: Flos.



Luster Fuscía 3, 1996. Výrobca: Flos.



Stojacia lampa Luminator. Dizajn: A. a P. G. Castiglioni, 1954. Výrobca: Flos.

Tomáš Hladný

alternatívne zdroje pohonu - záruka „čistejšej“ budúcnosti?

ZÁSoby ropy na svete sa zmenšujú a nie sú nevyčerpatelne. Preto sa už desiatky rokov konštruktéri automobilov zamýšľajú nad alternatívnymi zdrojmi pohybu. Nie je to však iba praktická otázka výmeny spaľovacích motorov za iné z dôvodov vyčerpania zásob klasického zdroja energie, ktorá núti ľudstvo hľadať ich náhradu.

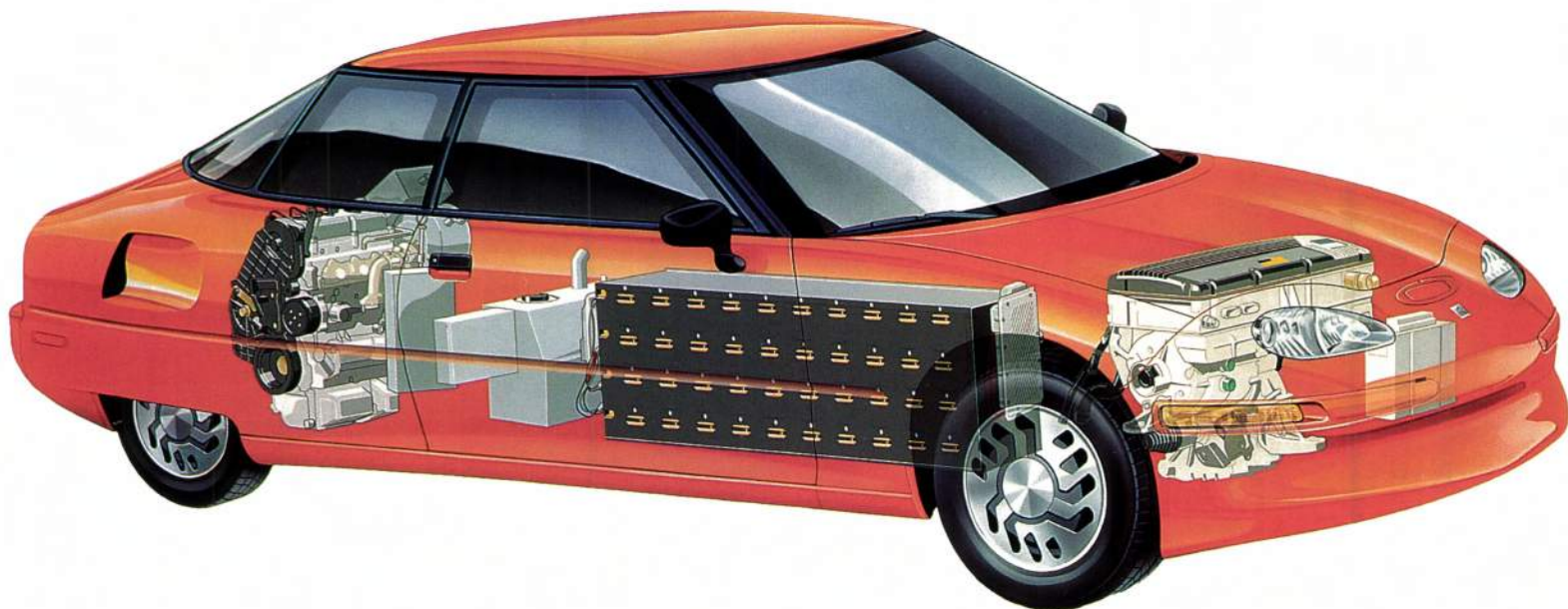
Konvenčné motory spaľujúce benzín alebo naftu okrem spotreby pohonných látok, ktoré sa mimochodom musia vyrábať v rafinériách (a tie sú tiež výrazným odberateľom primárnej energie), produkujú aj škodlivé splodiny, ktoré zamorujú ovzdušie. Ďalším, aj keď nie priamym negatívnym dopadom súčasných automobilov na životné prostredie, je únik najmä opotrebovaného motorového oleja do zeme a podzemných vôd. Jednak surovým zásahom niektorých nezodpovedných jedincov, ktorí sa neštítia pri jeho výmene vypustiť ho len tak voľne pod auto, a napokon pri dopravných nehodách, katastrofy ropných tankerov či automobilových cisterien nevynímajúc. Ale ani únik len tak po kvapkách zo starších automobilov, ktoré nemajú dokonalé tesnenie mazacích systémov, nie je zanedbateľný. Spaľovacie motory sú na mazaní mechanických kovových častí priamo závislé a pri počte automobilov, ktoré dnes jazdia po svete, nemožno tento negatívny dopad automobilizmu jednoducho prehliadať.

A tak sa automobil s jeho rozšírením a vo svojej dnešnej podobe stal významným prvkom narušujúcim kvalitu životného prostredia. A to aj napriek tomu, že výrobcovia vyvinuli enormnú, ale aj pomerne účinnú snahu tento negatívny vplyv eliminovať.

Na plyn, solárne články alebo na elektrický pohon?

Stále kvalitnejšie materiály, nové konštrukčné riešenia, technológie a katalyzátory novej generácie dovoľujú zdokonaľovať spaľovací proces natoľko, že obsah škodlivín vo výfukových plynch dnešných automobilov v porovnaní s nedávnou minulosťou výrazne poklesol. Áut je však stále viac, a tak ich globálny vplyv na životné prostredie nemožno podceňovať. Zvykli sme si na ne a ani ich najzarytejší odporca nemôže neuznať nespornú výhodu možnosti individuálnej prepravy. Ľudia sú, boli a budú pohodlní a autá budú v najbližšej budúcnosti stále žiadané. Preto výrobcovia neustupujú od predstavy pokračovať v ich výrobe, ale hľadajú nové náhradné zdroje pohybu automobilu.

Teoretických riešení je niekoľko, dokonca mnohé z nich sú aj funkčné, stále však chýba ich praktické využitie. Zatiaľ žiadne z nich nepresvedčilo natoľko, aby z vedúcej pozície vytlačilo súčasné automobily so spaľovacími motormi. Experimentovalo sa a experimentuje sa s pohonom na zemný plyn, ktorý v sériovom využití dospel z alternatívnych zdrojov pohonu asi najďalej, ale vo väčšej miere sa zatiaľ neujal. Známe sú pokusy so solárnymi článkami, ale ako najčistejšia a súčasne najvhodnejšia náhrada spaľovacích motorov sa zatiaľ javia prototypy, ale aj v malých sériách už vyrábané automobily na elektrický pohon - tzv. elektromobily.



Zdrojom energie býva akumulátor, ktorých je niekoľko druhov a od svojho zrodu prešiel mnohými vývojovými zmenami. Klasický akumulátor s olovenými článkami nemá dostatočnú kapacitu a je príťažlivý. Združenie viacerých jeho článkov do jedného výkonnejšieho zdroja je preto prakticky nepoužiteľné. Vývoj pokračoval hľadaním vhodnejších materiálov, až prešiel cez nikel-kadmiové akumulátory k najnovším typom.

Štvorprojekt EV 1 koncernu General Motors

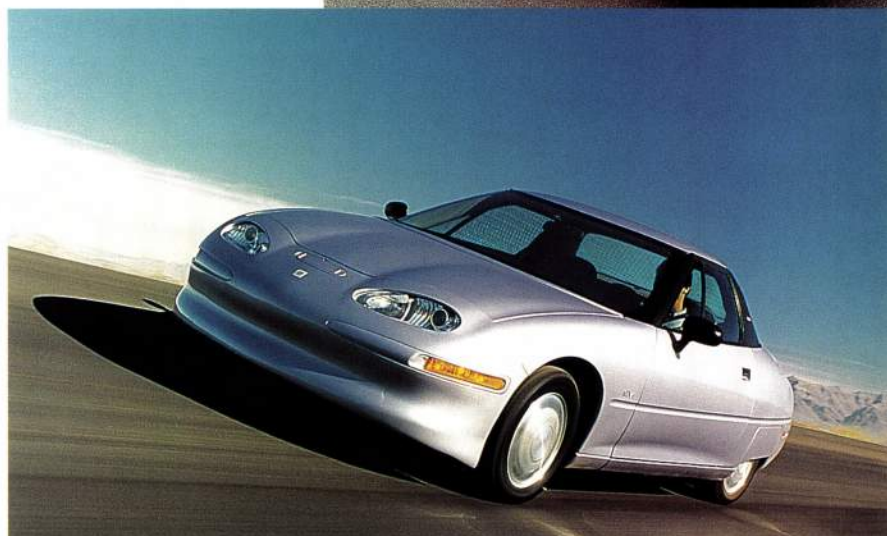
Projekt EV 1 spoločnosti GM nie je najnovší, ale jeho zatiaľ posledná verzia prináša mnoho inovatívnych technických riešení. Všetko so všetkým súvisí, a preto automobiloví konštruktéri veľmi úzko spolupracujú s vývojovými strediskami, vedeckými pracoviskami a v neposlednom rade aj s dizajnérmi. Výsledkom má byť automobil, ktorý už v krátkom čase bude môcť konkurovať súčasným automobily, navyše, ak ich spaľovacie motory čakajú ťažké chvíle v stále sa sprísňujúcich podmienkach na ich používanie vo vzťahu k životnému prostrediu. Najďalej v tomto smere pokročili v USA, kde tzv. kalifornský zákon o „nulových“ emisiách núti zaradiť výrobcov automobilov do výrobného programu aj automobily, ktoré nebudú produkovať žiadne emisie. Zákon stanovuje predpísaný podiel - povedzme priamo - elektromobilov na výrobe. Ak ho výrobca bude dodržiavať, bude môcť pokračovať vo výrobe ostatných automobilov podľa svojho výrobného programu. Najväčší výrobca automobilov na svete koncern General Motors prišiel preto už s druhou generáciou projektu EV 1, ktorá prináša hneď štyri alternatívy iného pohonu ako klasického. Zaujímavé je, že jedna z nich - EV 1 s hybridným pohonom -, sa má sériovo montovať už v roku 2001.

Prototyp GM EV 1 nie je samoučelné pojazdné laboratórium na odskúšanie niekoľkých alternatívnych zdrojov pohybu. Jeho prísne aerodynamické tvary vychádzajú z nutnosti pomôcť pohonnej jednotke prekonať všetky možné vplyvy odporu pohybu, a jedným z nich je aj odpor vzduchu. Napriek tomu autori podrobili prototyp aj estetikej kritike a vďaka tomu sa štýlistom podarilo zlaadiť účelnosť so slušnou dávkou vzhľadnosti. Aj keď EV 1 nie je krásavce na pohľadanie, nemožno mu uprieť istú dávku futuristickej ladtosti kriviek. Pod odľahčenou karosériou sa skrýva jeden zo štyroch možných pohonov.

GM EV 1 Electric

Práve verzia so sústavou akumulátorov si vyžiadala výrazné zníženie hmotnosti konštrukčných skupín a karosérie. Pohon zabezpečuje 26 nikel hybrid-kovových batérií (NiMH), ktoré sa používajú v počítačoch, mobilných telefónoch i videokamerách. Každá z nich obsahuje 11 článkov s napätím

Prototyp EV 1 firmy General Motors



1,2 V a dohromady vytvárajú modul 13,2 V. Ako elektrolyt slúži vysokoalkalický roztok oxidu vodíka. Kapacita týchto akumulátorov je v porovnaní olovenými dvojnásobná. Akčný rádius prototypu EV 1 je tiež dvojnásobný - 230 km na jedno nabitie. Zrýchlenie z 0 na 100 km/h za 9,5 s konkuruje tým najvýkonnejším sériovým automobily so spaľovacími motormi. EV 1 Electric dosiahne maximálnu rýchlosť 130 km/h. NiMH akumulátory majú navyše v porovnaní s olovenými trojnásobnú životnosť, kratší čas dobíjania (8 h) a lepšie vlastnosti pri nízkych teplotách

GM EV 1 Parallel Hybrid

Najaktuálnejšia verzia prototypu EV 1 je na hybridný pohon. Ako základ poslužil EV 1 Electric. Blok akumulátorov je však menší, hoci vozidlo má o 48 cm väčší rázvor a vďaka tomu ponúka miesto až štyrom cestujúcim. Hybridný pohon dopĺňa turbodieselový motor s priamym vstrekaním s objemom 1,3 l, ktorého pohon sa cez päťstupňovú automatickú prevodovku prenáša na zadné kolesá. S týmto motorom je spojený generátor-elektromotor s výkonom 4,8 kW. Využíva sa na štartovanie vznietového motora, pomáha pri zrýchľovaní a pri brzdení slúži ako generátor na dobíjanie akumulátorov. Na krátkych trasách je verzia EV 1 s hybridným pohonom schopná aj pohybu len na elektrickú energiu, teda bez využitia turbodiesela. Hybridný pohon je ovládaný elektronickou riadiacou



Prototyp Prius firmy Toyota

jednotkou tak, aby sa pri pohybe dosahovala najnižšia spotreba energie. Hybridná verzia EV 1 ponúka pri využití všetkých troch zdrojov pohybu výhody jazdných vlastností automobilov s pohonom všetkých kolies a dynamiku športových áut. Zrýchlenie z 0 na 100 km/h predstavuje vynikajúcu hodnotu 8 s, maximálna rýchlosť ostáva ako u EV 1 Electric na 130 km/h. Spotreba turbodieselového motora je 3,4 l/100 km. Akčný rádius 750 km je porovnateľný so súčasnými automobilmi, ba mnohé z nich aj prekoná. Pri využití len elektrických zdrojov pohybu je dojazd na jedno nabitie 56 km. Dobíjanie akumulátorov trvá 2 hodiny.

GM EV 1 Fuel Cell a Natural Gas

Ďalšie dve verzie prototypu EV 1 využívajú na pohyb palivové články s výkonom 50 kW alebo stlačený zemný plyn. Prvá z nich má dojazd 400 km a spotrebu 3,5 l/100 km ekvivalentu benzínu (metanol), druhá využívajúci trojvalcový turbomotor s objemom 1,0 l (výkon 60 kW) spotrebuje 5,1 l/100 km ekvivalentu benzínu (stlačený zemný plyn) a akčný rádius predstavuje 500 km.

Koncern General Motors zobral výzvu na vývoj automobilu neznečisťujúceho životné prostredie vážne. Nie je však na svete sám a na vývoji týchto vozidiel pracujú viaceré automobilky. Jednou z nich je napríklad aj najväčší japonský výrobca automobilov Toyota, ktorý na vlaňajšom tokijskom autosalóne a potom na jar 1998 v Ženeve predstavil v premiére svoj prvý sériový hybridný automobil Prius. Toyota Prius je atraktívny päťmiestny automobil poháňaný kombináciou elektrického pohonu a spaľovacieho motora. Hybridný systém Toyota zlučuje klasický zážihový štvorvalcový motor s objemom 1,5 l a štvorventilovou technikou s elektromotorom, ktorý čerpá energiu opäť z nikel hybrid-kovových batérií. Prius takmer v ničom nezaostáva za súčasnými sériovými automobilmi so spaľovacími motormi. Spotrebuje v priemere 3,57 l benzínu na 100 km. Jeho tvary vyjadrujú istú nadčasovosť a súčasne spĺňajú predstavy o dnešných automobiloch. V tom istom duchu je navrhnutý aj interiér. Záujem o Toyota Prius v Japonsku predčil očakávanie. Z predpokladaných 1000 predaných za mesiac narástol za prvý mesiac počet objednávok na 3500 kusov.

Zdá sa teda, že začiatkové problémy na uplatnenie elektromobilov sa darí prekonať. Ostáva vyrovnať sa s nákladmi na výrobu, ktoré sa vďaka drahým materiálom potrebným na kvalitné akumulátory zákonite odrazia na cene automobilov na alternatívny pohon. To už je ale otázka aj pre vlády jednotlivých krajín, ktoré musia vedieť zvážiť prínos novej generácie „čistejších“ automobilov pre budúcnosť.



Foto: archiv autora

entro, s. r. o.
Nevädzová 5
821 01 Bratislava
tel.: 07/291860, 235039, 293584
fax: 07/293584

ČO S DIGITALIZÁCIOU TROJROZMERNÝCH PREDMETOV?

PRÍENIK POČÍTAČOVÝCH TECHNOLOGIÍ DO VÝVOJA VÝROBKOV SA BEZPROSTREDNE PREJAVIL AJ V PRIEMYSELNOM DIZAJNE. NOVÉ PRACOVNÉ POSTUPY SPÄTNE VPLÝVAJÚ NA VÝVOJ ĎALŠÍCH TECHNOLOGIÍ. PRED PÄR ROKMI SA MNOHÝM ZDALO, ŽE TIETO PROCESY POSTUPNE „ODĽUDŠTIA“ NÄVRHÄRSKY PROCES. UKAZUJE SA VŠAK, ŽE PRÄVE NAOPAK, V DÖSLEDKU ROZVOJA NOVÝCH PRACOVNÝCH POSTUPOV SA POSILŇUJE TO, ČO JE PRE DIZAJNÄRA PRAKTICKY NAJDÖLEŽITEJŠIE: TVORIVÝ PROCES.

Problematika skenovania trojrozmerných modelov má dlhú históriu. Čoraz väčšie využívanie výpočtovej techniky pri vývoji nebolo rovnomerné a tie časti tvorivého procesu, v ktorých k nemu došlo neskôr, začali brzdiť vývojový cyklus. Dizajn dielcov veľmi zložitých tvarov patril medzi ne. V niektorých prípadoch je vytvorenie fyzického modelu rýchlejšie klasickým ručným spôsobom, ako pomocou počítačových systémov. Klasický sadrový alebo drevený model v modernom výrobnom podniku však nemôže byť akceptovaný ako produkt práce dizajnéra. Konštruktéri a technológovia potrebujú presný digitálny popis výrobku alebo konkrétneho dielca.

Pre potreby popredných podnikov tak vznikli nákladné a veľmi presné mechanické a neskôr aj bezkontaktné laserové skenery. Umožnili z hotového modelu alebo z hotového výrobku (často výrobku konkurencie)



relatívne rýchlo vytvorí virtuálny počítačový model. Prepracované programové vybavenie umožnilo prakticky automaticky popísať zložité tvary výrobku. Digitalizácia povrchových tvarov sa tak podobala skenovaniu predlôh, iba s tým rozdielom, že prebiehala v trojrozmernom priestore (3D). Takéto zariadenia začali nazývať 3D skener. Ich širokému využitiu však bránila príliš vysoká cena. Na jednoduché, ale pritom presné zariadenie do každej dizajnerskej dielne sa čakalo celé roky. Jedným z nich je **stolový 3D skener - digitizér MicroScribe-3D**.

Cieľom tvorcu tohto zariadenia, americkej firmy Immersion, bolo poskytnúť širokému spektru užívateľov (počínajúc grafikmi a animátormi, končiac dizajnérmi a konštruktérmi) cenovo veľmi efektívne a univerzálne 3D digitalizačné zariadenie. Prístroj, ktorý na prvý pohľad vyzerá ako „hobby“ výrobok, patriaci skôr domov na váš stôl, sa svojou výkonnosťou blíži presným priemyselným prístrojom. Na vytvorenie digitálneho popisu trojrozmerného predmetu pomocou tohto prístroja je nutná aktívna činnosť človeka, preto sa pri ňom zvyčajne nepoužíva názov 3D skener, ale 3D digitizér.

Digitizér MicroScribe-3D umožňuje vytvoriť detailné počítačové modely, a to jednoduchým mechanickým sledovaním tvarových línií fyzického modelu. Digitalizačný proces je ľahký, presný a rýchly. **MicroScribe-3D** je ideálnym nástrojom pre animátorov, dizajnérov, vývojárov videohier, architektov a každého, kto pracuje v 3D. Konštrukcia digitizéru **MicroScribe** pôsobí veľmi kompaktným dojmom. V jeho konštrukcii sú použité kvalitné a presné komponenty. Pre jednotlivé pohyblivé časti bol zvolený ľahký grafitový materiál a pre kryt

Ing. Ľuboš Grék, CSc.

prístroja sú použité presné hliníkové odliatky. Pohyblivé časti využívajú optické senzory, ktoré presne snímajú polohu týchto častí. Sú pritom odolné proti rušeniu. MicroScribe je možné veľmi ľahko nastaviť a použiť pre rôzne aplikácie v 3D. Mechanická ruka je dôkladne vyvážená, aby sa ňou dalo ľahko manipulovať. MicroScribe pracuje s fyzickými objektmi akéhokoľvek tvaru, rozmeru a materiálu. Sada kontaktných hrotov obsahuje kontaktné čidlá na kovové materiály, ale aj mäkké okružle hroty, určené napríklad na digitalizáciu ľudského tela.

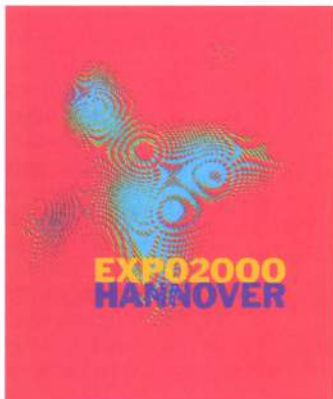
Jednou z výhod zariadenia je možnosť pracovať so širokou škálou programových prostriedkov. Digitizér je vybavený digitalizačným programom, ktorý zabezpečuje predspracovanie zosnímaných dát. K dispozícii sú ovládače k rôznym programovým systémom. Niektoré najprogressívnejšie programy, vyvinuté špeciálne pre priemyselných dizajnérov, ako napríklad DeskArtes, obsahujú podporu snímania priestorových súradníc objektu priamo pri vytváraní modelu. Zosnímané body, polygóny a krivky sa tak stávajú základnými geometrickými prvkami digitalizovaného predmetu, ktorý sa v počítačovom systéme správa už tak, ako by bol priamo v ňom vytvorený. Digitalizované dáta, ktoré získavajú podobu virtuálneho modelu, môžu byť uložené v jednom zo známych dátových formátov (IGES, DXF, VDA-FS a i). Použiť sa potom môžu vo všetkých štádiách počítačom podporovanej výroby. Okrem digitalizácie môže byť **MicroScribe** použitý aj na iné, príbuzné úlohy: ako 3D myš na dynamické riadenie pohľadov alebo na definovanie animácie v reálnom čase.

MicroScribe môže byť pripojený k počítaču cez sériové rozhranie RS-232. Práce s počítačmi, na ktorých je nainštalovaný operačný systém Windows 3.xx, 95, NT, alebo s počítačmi Macintosh a Silicon Graphics.

Na záver niekoľko technických informácií: **MicroScribe-3D** sa vyrába v niekoľkých variantoch. Podporujú presnosť od 0,23 mm po 0,43 mm v akčnej meracej zóne vymedzenej priestorovou guľou priemeru 1,27 metra alebo 1,67 metra.

Príklad trojrozmernej digitalizácie ukazuje, že aj v dobe plošného využívania počítačov sa dizajnér môže sústrediť na dokonalé stvárnenie svojho tvorivého zámeru klasickou cestou. Je vecou počítačov, aby mu pomohli popísať vlastné dielo jazykom počítačov. **Podrobnosti o technológiách pre priemyselných dizajnérov vám poskytnú odborníci spoločnosti entro, s. r. o.**





Európsky regionálny deň ICSID

25. mája 1998 sa v nemeckom Hannoveri uskutočnilo prvé stretnutie európskych členov Medzinárodnej rady združení priemyselného dizajnu (ICSID). Organizovala ho prestížna veľtržná inštitúcia iF Industrie Forum Design v Hannoveri v spolupráci so sekretariátom ICSID v Helsinkách. Predchádzali mu štyri pracovné stretnutia 14-členného výboru ICSID v dňoch 21. - 24. mája 1998 spojené s exkurziami a prehliadkou mesta Hannover.

V rámci ICSID sa doposiaľ konštituovalo päť regionálnych skupín: európska, severoamerická, africká, ázijsko-tichomorská, juho- a stredoamerická. Cieľom regionálnej stratégie je zlepšiť výmenu informácií medzi zástupcami rozličných geografických regiónov, členskými organizáciami ICSID a jeho výkonným výborom. Európsky deň bol prvým z regionálnych stretnutí plánovaných na tento rok. Zúčastnilo sa ho 43 zástupcov členských združení z Európy vrátane členov výkonného výboru, za Slovenské centrum dizajnu jeho riaditeľka, autorka tohto článku. Regionálny deň bol zorganizovaný s cieľom mapovať súčasný stav a pomenovať vývojové tendencie priemyselného dizajnu v Európe v budúcnosti. Na posilnenie postavenia priemyselného dizajnu vo vzťahu ku kultúrnym a ekonomickým hodnotám bude nevyhnutné skĺbiť profesionálne, propagačné a vzdelávacie aktivity európskych členských krajín tak, aby sa našiel spôsob, akým budú z posilnenej spolupráce profitať všetky členské združenia. Výmena skúseností na regionálnom fóre je veľmi dôležitá aj preto, aby vzbudila záujem medzinárodných i regionálnych inštitúcií, vlád jednotlivých európskych krajín, priemyselnej sféry a napokon aj rastúceho počtu spotrebiteľov.

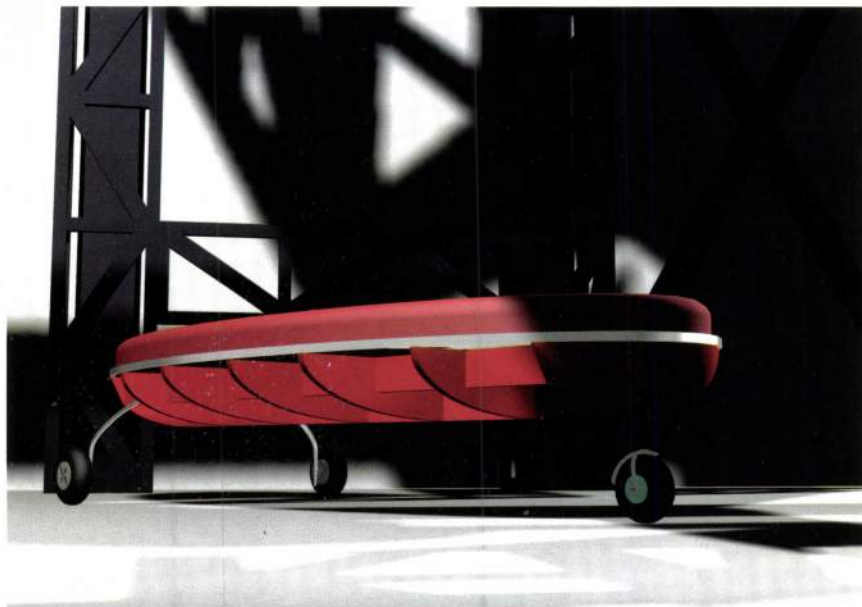
Stretnutie výkonného výboru ICSID a jeho európskych členov sa konalo formou okrúhleho stola na tému Pohľad do budúcnosti, ktorý sa začal už v predvečer Európskeho regionálneho dňa a zúčastnili sa ho aj študenti dizajnských odborov. Diskutovalo sa o zmysle existencie ICSID, o doposiaľ slabom povedomí o jeho činnosti medzi študentmi a možnostiach participácie ICSID na dizajnerskom vzdelávaní. Členovia výkonného výboru čelili otázkam, ako napr. aké sú plány spolupráce ICSID a dizajnerských škôl v budúcnosti, či má ICSID iba podporovať, alebo sa priamo zúčastňovať na výchove profesionálov atď.

Ďalším okruhom problémov bola budúcnosť priemyselného dizajnu a úloha, ktorú v nej budú hrať regionálne a medzinárodné dizajnerské združenia. V diskusii vystúpil prezident ICSID Augusto Morello, ktorý ujasnil myšlienku regionalizácie a informoval o stave a budúcnosti ICSID.

V rámci regionálneho dňa vystúpili aj viacerí zástupcovia európskych združení ICSID a členovia výkonného výboru. Hovorili o zosúladení autorských práv a ochrane duševného vlastníctva v oblasti priemyselného dizajnu (Geoffrey Adams), perspektívach dizajnerskeho vzdelávania a realizácii vzdelávacieho programu ICSID (Vesna Popovic) a o projekte ICSID Dizajn-mládež-konzum (Peter Butenschon). Ďalej bola podaná podrobná informácia o pripravovanej svetovej výstave EXPO 2000 Hannover. O aktivitách európskeho dizajnerskeho združenia BEDA hovorili jeho zástupcovia z Dánska a Nemecka. Pripomienky, ktoré odzneli pri okrúhlym stole, v závere regionálneho stretnutia zhrnul Augusto Morello.

ICSID

Lubica Nagyová



Grif '98

V druhom ročníku rovnomennej súťaže, ktorá je jednou zo sprievodných akcií výstavy stavebníctva a zariadenia interiérov PROFIL v Banskej Bystrici, sa opäť v kategórii projektov stretlo veľa prác, ktorých autormi sú hlavne študenti Fakulty architektúry STU v Bratislave a Drevárskej fakulty vo Zvolene. Jedno z ocenení Grif '89 získal poslucháč 5. ročníka katedry dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov TU vo Zvolene Jozef Jágerčík, ktorý vytvoril svoj interiérový návrh ako semestrálnu prácu vo forme počítačovej vizualizácie: „K návrhu ma inšpirovala neobvyklá krásna konštrukcia starých leteckých strojov. Nábytok je určený pre avantgardné interiéry, jednotlivé prvky by však mohli ako solitéry ozvláštniť aj klasický interiér.“ Súťaž mala aj kategóriu realizácií, ktorá bola obľúbená podstatne skromnejšie než študentská kategória.

Vizualizácia interiéru Jozefa Jágerčíka.

Storočie chorvátskeho dizajnu

V máji t. r. sa v priestoroch bratislavského Domu kultúry predstavila panelová výstava, ktorá dokumentovala vývoj v oblasti dizajnu produktov a vizuálnej komunikácie v regióne Chorvátska za posledných sto rokov. Výstava vznikla na základe výskumu skúseného teoretika a historika výtvarného umenia, architektúry a dizajnu Fedu Vukica, ktorý zhrnul výsledky svojej analýzy v knihe *A Century of Croatian Design* (vydal Meandar, Zagreb, 1998). Vukic sleduje vývoj materiálnej kultúry v súvislosti s často veľmi dramatickými ekonomicko-spoločenskými okolnosťami, ktoré poznačili vývoj na území dnešnej Chorvátskej republiky a neumožnili rozvinutie priestoru podnetného pre systematické uplatnenie dizajnerských stratégií. Táto charakteristika sa týka aj obdobia najbohatšej dizajnerskej produkcie v 70. a 80. rokoch, čo F. Vukica priviedlo k skeptickému konštatovaniu, že „je ešte potrebné rozpracovať ideu o tom, či môže byť dizajn naozaj významným národným prostriedkom a prameňom výroby“. Napriek tomu mnohé práce autorov si zaslúžia pozornosť, najmä v oblasti grafického dizajnu, kde možno hovoriť o tradícii.

Kniha *A Century of Croatian Design* (158 strán, 190 čierno-bielých a 30 farebných obrázkov, bibliografia, anglický text) je dostupná v knižnici SCD.

Sergije Glumac: XV. autosalon v Záhrebe, plagát, 1938.



Ivan Piceji: Nové tendencie 2, výstavný plagát, 1963.



Novinky z knižnice SCD

Steiner, Henry - Haas, Ken: Cross-Cultural Design (Interkulturálny dizajn)

Vydal Thames Hudson, Londýn 1995. 230 strán, vyše 309 farebných ilustrácií.

Henry Steiner, narodený vo Viedni r. 1934, je okrem iného riaditeľom dizajnerskej kancelárie SteinerCo, prezidentom Alliance Graphique Internationale a členom newyorského Art Director's Clubu. Ako hosťujúci profesor prednáša grafický dizajn a komunikáciu na viacerých univerzitách sveta. Spolu s fotografom Kenom Haasom zostavil komentovanú antológiu diel známych grafických dizajnérov, ako napr. Seymoura Chwasta, Ivana Chermayeffa, Alana Fletchera a Erika Spiekermanna, z oblasti reklamy, corporate identity, výročných správ, kníh a časopisov, plagátov, bankoviek, poštových známok a environmentálnej grafiky.

Knihu uvádza Steinerova esej o transformácii kultúrnych vzorov v globálnom trhovom prostredí. Autor v zásade hľadá optimálny návod na to, ako pretlmočiť komerčné grafické posolstvo autora cudzej proveniencie v prostredí inej kultúry, špeciálne východoázijskej. Keďže má dlhoročné praktické skúsenosti s bankovými a inými inštitúciami v ázijsko-pacifickom regióne (od r. 1961 pôsobí v Hongkongu), s dôverou znalosťou glosuje úspešné i menej vydané artefakty, ktorých účinok závisí nielen od vysokej profesionality, ale aj poznania inej civilizácie.

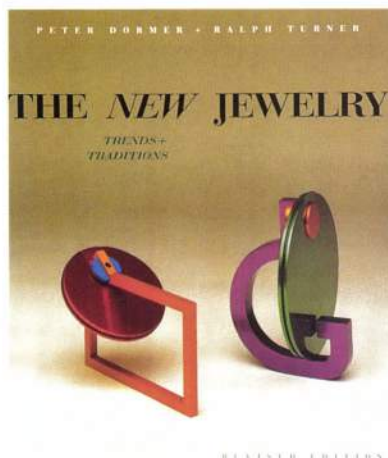
Dormer, Peter - Turner, Ralph: The New Jewelry. Trends + Traditions

(Nový šperk - trendy a tradície)

Vydal Thames Hudson, Londýn 1994. 216 strán, 262 ilustrácií, 129 farebných.

Peter Dormer je kmeňovým autorom vydavateľstva Thames Hudson, špecializujúcim sa dizajn 2. polovice 20. storočia. Okrem diel encyklopedického charakteru (Názory na moderný dizajn - 1991, Dizajn od r. 1945-1993) vydal aj knihu o súčasnej keramike Nová keramika (1986) a šperku. Práca Nový šperk je reedíciou Dormerovej monografie z r. 1985, doplnenou o záverečnú kapitolu londýnskeho galeristu a zberateľa moderného šperku Ralpha Turnera. Kniha začína esejou Nový šperk, v ktorej podáva autor umelecko-historickú a sociálnu analýzu 60. a prvej polovice 70. rokov, ktoré vytvorili zázemie pre nové smery v šperkárskej tvorbe posledného štvrtstoročia. Potešiteľné je, že sa tu čitateľ stretáva i s menom slovenského šperkára Antona Cepku ako výrazného predstaviteľa európskeho užitočného umenia 70. rokov.

Vlastná práca je rozdelená na štyri časti: prvá nazvaná Výraz a dizajn je venovaná hlavným prúdom abstraktného šperkárstva v rozpätí rokov 1975-94, druhá - Šperk ako socha - figuratívnej tvorbe tohto obdobia, tretia nazvaná Šperk ako divadlo radikálnym „úletom“ a štvrtá Šperk a nesúhlas (autor R. Turner) najnovším trendom vo svetovej šperkárskej tvorbe. Knihu dopĺňajú stručné biografie najvýznamnejších tvorcov, zoznam svetových múzeí a galérií špecializovaných na šperk, chronologický prehľad šperkárskeho výstav od r. 1961 do r. 1994, súpis významných kníh a časopisov z oblasti šperkárstva a autorský index.



COSMIT '98 - 37. ročník

Tohtoročný milánsky veľtrh nábytku spolu s 12. ročníkom veľtrhu Accesioires a bienálnym veľtrhom svetidiel Euroluce potvrdil aj toho roku svoje vedúce postavenie počtom vystavujúcich spoločností (2000, z toho 455 na Euroluce), výstavnou plochou (300 000 m²) a počtom návštevníkov (160 000). Snahou organizátorov veľtrhu je udržať si túto pozíciu, ktorú podporujú talianske prvenstvá v oblasti nábytkárskej výroby - v množstve vyrobeného nábytku a v podiele exportu nábytku v porovnaní s najväčšími európskymi konkurentmi Nemeckom, Francúzskom a Dánskom. Miláno využíva aj svoju výhodnú strategickú polohu v centre Stredomoria medzi východom a západom, severom a juhom na oslovenie čo najširšieho spektra záujemcov. Novinkou, ktorá mala tento cieľ podporiť, bol pavilón Salone Satellite, ktorý bol prístupný verejnosti a ponúkol priestory dizajnérskeho školám, ako aj iným kultúrnym aktivitám. Milánsky veľtrh je predovšetkým miestom stretnutí profesionálov - producentov, obchodníkov - ponúka množstvo variácií v cenách nábytku, distribučných a obchodných podmienkach. Miera dohodnutých obchodov signalizuje, aké kapacity sa v tomto sektore nachádzajú. Pre producentov sa stalo priam povinnosťou prísť na veľtrh s novým dizajnom a sústrediť na seba pozornosť, ktorá má dôležité miesto v stratégii hlavne talianskych firiem. Tohtoročné Miláno potvrdzuje, že sa ešte nevyčerpal záujem o minimalizmus, tvarovú striedmosť a symetriu. Po provokatívnom dizajne 80. rokov sú 90. roky v znamení pozvoľného vývoja k perfekcionizmu a optimalizácie jednotlivých nábytkových typov.



Príborník Paessaggi Italiani.
Dizajn: Massimo Morozzi. Výrobca: edra mazzei.



Skladacia stolička KLAP.
Dizajn: P. Rizzatto.



Polica SEC.
Dizajn: Haeberti-Marchand. Výrobca: Alias.

Knižnica OS.
Dizajn: Philippe Starck. Výrobca: XO.



Pohovka Nuovo Domino pre 2-3-4 osoby.
Dizajn: Massimo Morozzi. Výrobca: edra mazzei.

Vico v Dánsku

Pod týmto názvom predstavila na milánskom veľtrhu nábytku dánska firma FREDERICIA svoju novú kolekciu čalúneného nábytku, ktorú pre ňu navrhol taliansky dizajnér Vico Magistretti v spolupráci s dánskym dizajnérom Perom Skovholtom. Pre firmu to bola prvá spolupráca so zahraničným dizajnérom, rovnako ako pre Magistrettiho, ktorý po úspešných návrhoch pre talianske firmy Cassina, De Padova a Kartell pracoval po prvýkrát s dánskym producentom nábytku.

Pohovky a kreslá v typickom Magistrettiho štýle sú multifunkčné, vďaka mechanizmu s drážkami sa ich sedacia časť dá ľahko vysunúť do polohy na ležanie. Kolekciu tvorí samostatné kreslo, dvoj- a trojmiestna pohovka v nízkej a vysokej verzii s koženým alebo textilným potahom.



Moby. Dizajn: Vico Magistretti, Per Skovholt.
Výrobca: Fredericia, Dánsko.



1. Šatník. Dizajn: Frank Schwarz, Art Center College of Design, Pasadena, USA.
2. Sklápací stůl. Dizajn: Francesca Wallarino, Fakulta architektury, Janov, Taliansko.
3. Pultová skrinka. Dizajn: Tzeng Jim-Wem, Shin Chien University, Taipei, Taiwan.



1.



2.

Podpora študentského dizajnu

K dobrému menu renomovaných výrobcov nábytku na celom svete patria iniciatívy na podporu dizajnerskeho vzdelávania. Aj jeden z popredných talianskych producentov nábytku firma Misura Emme už niekoľko rokov sponzoruje študentskú súťaž Saranno Famosi, v ktorej dostávajú priestor na realizáciu najlepšie študentské návrhy na tému nábytkových solitérov z dreva. Pôvodne národná súťaž hneď po prvom ročníku 1994 prerástla do súťaženia v medzinárodnom meradle, ktoré umožňuje porovnanie prác študentov talianskych univerzít s kreativitou kolegov nielen zo známej londýnskej Royal College of Art, ale aj zo škôl v USA či Japonsku. Výsledky súťaže obohatili výstavnú kolekciu firmy Misura Emme na medzinárodnom veľtrhu nábytku v Miláne.

3.



1. Domáci bar. Dizajn: Guglielmo Ulrich. Výrobca: Matteograssi.
2. Konferenčný stôl. Dizajn: Franco Poli. Výrobca: Matteograssi.
3. Pohovky KO. Dizajn: Kunihide Ošinomi. Výrobca: Matteograssi.

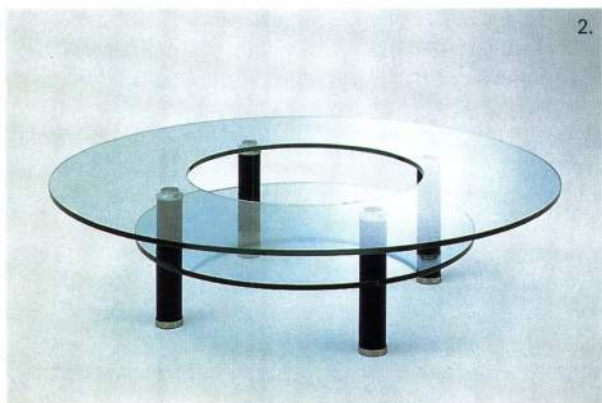
Foto: archív redakcie a Beppe Raso.



1.

Aktuálna tradícia

Jednou z prezentácií vo firemných výstavných sieňach počas milánskeho veľtrhu bola aj reedícia nábytku Guglielma Ulricha z 30. rokov, ktorej sa firma Matteograssi venuje už niekoľko rokov. Kolekcia nezvyčajne aktuálna svojím dizajnom i materiálovou úspornosťou sa skladá z pohovky, stoličky, konferenčného stola a domáceho baru. Jednoduché kubické formy čalúneného nábytku sú charakteristické pre kolekciu firmy Matteograssi na rok 1998, ktorú predstavuje séria KO. Japonský dizajnér pôsobiaci v Miláne Kunihide Ošinomi ju rozšíril o ďalšie varianty celočalúnených kresiel a 2-4 miestnych pohoviek. Ďalším stabilným dizajnom firmy je Franco Poli, autor programu San Marco, ktorý navrhol okrúhly konferenčný stôl s dvoma plochami v rôznej výške zo skla a hliníka.



2.



3.



Svietnik Soffio.
Dizajn: Bertolt Schmit. Výrobca: Giorgio Pizzitutti.



Misa na ovocie Op La'.
Dizajn: Bertolt Schmit. Výrobca: Giorgio Pizzitutti.

Nová kolekcia

Tradičný výrobca drobných užžitkových predmetov z dreva Giorgio Pizzitutti predstavil počas milánskeho veľtrhu novú kolekciu Ogetti Lattini, ktorá bola koncipovaná so zámerom odpútať sa od tradície a „obdариť obyčajné veci inou dimenziou“. K takýmto predmetom patrí aj misa na ovocie z troch „listov“ preglejky. Podľa hmotnosti obsahu sa podstavec jemne ohýba a opäť vracia do pôvodnej podoby. Na princípe pružnosti a prispôsobivosti je vytvorený aj svietnik z anodizovaného hliníka.

Policový systém Criss Cross. Dizajn: Barbora Škorpilová, Jan Nedvěd, 1998. Výroba: Tunnel.

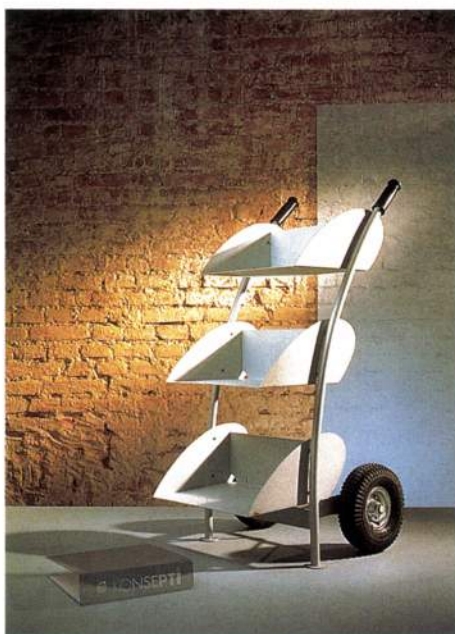


Stôl Zet-Zet.
Dizajn: Ivan Kroupa, 1996.
Výroba: Galerie Neklanova.



Konferenčné stoly Škoda 1, Škoda 2.
Dizajn: Olgoj Chorchoj, 1997. Výroba: Tunnel.

Polica Matrioška I.
Dizajn: Olgoj Chorchoj, 1997.
Výroba: Tunnel
Foto: Konsepti



Mobilná knižnica Rudla. Dizajn: Jiří Pelcl, 1998. Výroba: Tunnel.

Český dizajn v Miláne

Spoločnosť Konsepti v spolupráci s ambicióznym českým malosériovým výrobcou Tunnel predstavila v rámci milánskeho veľtrhu kolekciu súčasného českého autorského nábytku v galérii Inter Nos (16. - 21. 4. 1998). Práce mladých dizajnérov, absolventov VŠUP v Prahe Jana Němečka, Michala Froňka (skupina Olgoj Chorchoj), Barbory Škorpilovej a Jana Nedvěda spolu so sviežimi nábytkovými objektmi zrelej osobnosti Jiřího Pelcla a nábytkovou architektúrou Ivana Kroupu si prezrelo niekoľko stoviek návštevníkov, prevažne profesionálne pracujúcich v oblasti dizajnu. Na výstave prezentoval Olgoj Chorchoj ucelenú kolekciu objektov vyrezaných z jedného kusa preglejky - stoly Škoda, police Matriošky a stoličku Sklopka. Ich protipólom boli Kroupove čisté tvary nábytku určeného pre súkromnú i verejnú sféru. Osobitnú skupinu tvorili relatívne jednoduché Pelclove nábytky Ledvína, Komár, policová stena Stéla a mobilná knižnica Rudla a príbuzné nábytkové objekty Škorpilovej (stolíky Hmla) spolu s variabilným policovým systémom Criss Cross dvojice Škorpilová - Nedvěd. Veľký záujem vyvolala kolekcia šperkov a váz spomínanej dvojice a Michala Froňka, ako aj porcelán Jiřího Pelcla. Cieľom výstavy usporiadanej v konkurencii nabitom prostredí bolo okrem kultúrnej misie aj nadviazanie obchodných kontaktov s perspektívou exportu českého nábytkového solitéru do zahraničia.

30 rokov ITALDESIGN

Štylistické štúdio ITALDESIGN, založené roku 1968 v Turíne, oslávilo 30. výročie svojho vzniku. Kreativita a technický pokrok partnerov Giorgetta Giugiaro a Alda Mantovaniho doviedli toto svetoznáme štylistické štúdio v priebehu troch desaťročí k významným úspechom. Ako prvú úlohu dostali navrhnuť automobil Alfasud automobilky Alfa Romeo. Za tridsať rokov tvorivej práce vzniklo v dielňach Italdesign vyše 80 návrhov automobilov, ktoré sa dostali do výroby. Predstavuje to vyše 30 miliónov automobilov na cestách celého sveta s vizitkou dizajnu tohto štúdia.

Italdesign má na svojom konte aj takmer 60 vývojových prototypov, ktoré zdobili všetky významné autosalóny sveta. Spoločnosť tvorí päť riadiacich centier, 30 operačných divízií, v ktorých sa rodí automobil od základného tvaru, štylistického dotvarovania cez vývoj niektorých konštrukčných riešení až po stavbu prototypov. Spoločnosť má v súčasnosti 750 zamestnancov a vlastné múzeum.

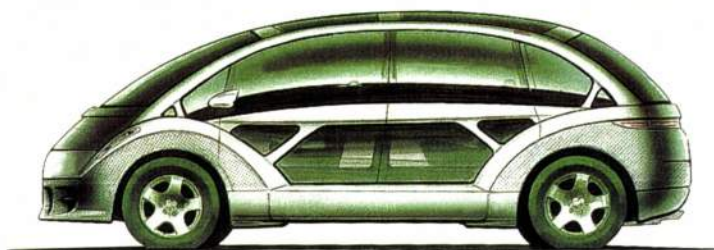
20. apríla tohto roku, pred otvorením Turínskeho autosalónu, prehovoril pri príležitosti 30. výročia založenia zakladateľ Italdesign Giorgetto Giugiaro. Privítal aj vzácných hostí, predsedu predstavenstva koncernu Volkswagen Ferdinanda Piecha a šéfa automobilky FIAT Paola Cantarellu. Nie náhodou, pretože Italdesign úzko spolupracuje s automobilkou Fiat a pre Volkswagen ako svoje ostatné dielo navrhol najnovší športový automobil W12 Synchro vo verzii kupé a roadster.

Na počesť 30. výročia založenia predstavili najnovšie dielo tohto štylistického štúdia - prototyp minivanu Structura. Jeho základný tvar naznačuje smer, ktorým sa má v blízkej budúcnosti uberať vývoj automobilov. Structura je priestorový päťmiestny automobil. Je kombináciou pohodlnej športovej limuzíny a minivanu (MPV). Podlaha je úplne rovná a celé usporiadanie interiéru má poskytnúť posádke pocit voľnosti. Použitie materiálov (hliník, sklo) dávajú karosérii optickú ľahkosť, ktorú ešte umocňuje presklenie aj spodnej časti dverí. Okná tohto vozidla budúcnosti sa neotvárajú. „Čistý“ vzduch zaručuje dokonalá ventilácia s klimatizáciou. Ráta sa aj s technológiou voliteľného zatemnenia okien. Vďaka pevným oknám je karoséria tuhá. O pasívnu bezpečnosť sa okrem iného stará aj desať airbagov. Na pohon má slúžiť motor V12 s objemom 5,6 l a výkonom 420 k uložený vpredu. Dĺžka vozidla je 464 cm, rázvor je 288 cm. Structura má pohon všetkých kolies.

Tomáš Hladný



W 12 Synchro



Structura

Volkswagen - Minox

Volkswagen Design už niekoľko rokov demonštruje úroveň svojho dizajnerskeho tímu v mimoautomobilových sektoroch. Výsledkom spolupráce s firmou Minox, známym výrobcom najmenších fotoaparátov na svete, je séria fotoaparátov a ďalekohľadov s nadčasovým, jasným a vysoko funkčným dizajnom v spojení s modernou fotografickou technikou a optikou. Ďalekohľady zn. Minox z dielne Volkswagen Design získali dve významné ocenenia za rok 1997: cenu iF Product Design a Červený bod za kvalitu dizajnu, ktorú udeľuje Centrum dizajnu v Essene.

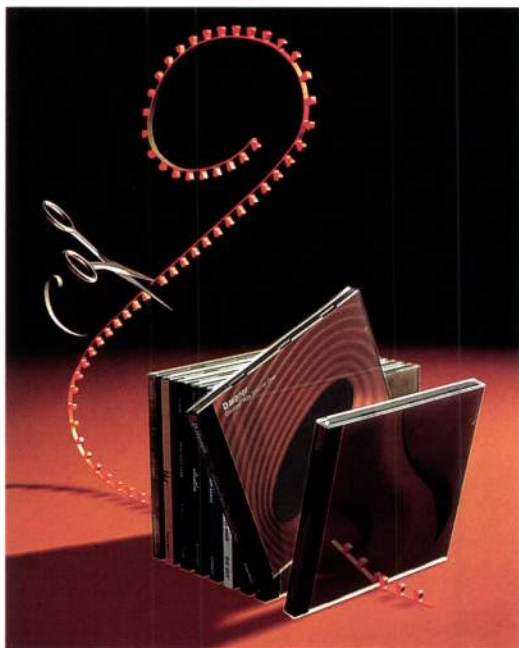


Foto: Public Star, Deutscher Pressestern



Menej je viac

Táto zásada je zrejmä z mnohých produktov firmy Alessi, ktorá spolupracuje s radom špičkových súčasných dizajnérov. Výnimočným spôsobom ju uplatnil Ron Arad v držiaku na CD platne The Soundtrack. Dĺžku termoplastového pásika s výstupkami možno upraviť podľa potreby a pripnúť na pevný podklad vďaka samolepiacej ploche na spodnej strane krytej ľahko odštiepateľným prúžkom papiera. Minimum materiálu, zdržanlivosť tvarovania a maximum úžitkovosti ocenil Alberto Alessi ako stelesnenie Starckovej vízie dizajnu budúceho storočia, dizajnu, v ktorom bude menej materiálneho, ale o to viac myšlienky ako odpoveď na nové požiadavky moderného života. Iným príkladom spojenia striedmosti a úžitkovosti v nadčasovom dizajne je jeden z posledných návrhov Aldo Rossiho, ktorý bol dlhoročným spolupracovníkom firmy Alessi. Prototyp čajníka bol vyvíjaný krátko pred jeho smrťou pri automobilovej nehode pri jazere Maggiore v septembri minulého roka.



Držiak na CD The Soundtrack. Dizajn: Ron Arad, 1998. Výrobca: Alessi.



Čajník, antíkoro. Dizajn: Aldo Rossi, 1998. Výrobca: Alessi. Foto: Archiv redakcie

1. Prsteň s pudrenkou Sight 3. Dizajn: Tara Stephensonová, USA. Striebro, zrkadlo.
2. Dekoračná látka. Dizajn: Nir Simhon, Izrael. Viskóza, polyester, potlač.
3. Kabát. Dizajn: Kitt Grace Andersenová, Dánsko. Bavlna, špeciálne plisovanie a potlač. Bavorská štátna cena za dizajn.



1.



2.

Talenty '98

Humorné, riskantné, často aj provokatívne, každopádne však inteligentné súťažné práce začínajúcich dizajnérov z celého sveta sú vyhodnocované tradične na začiatku Medzinárodného veľtrhu remesiel v Mníchove, ktorý sa v tomto roku konal v polovici marca už po päťdesiaty raz. Výstava Talenty priťahuje pozornosť návštevníkov neobyčajnou kreativitou, často až na hranici realizovateľného experimentu, a kvalitným umeleckoremeselným vyhotovením prihlásených produktov z dielni mladých tvorcov.

Súťaží sa vo viacerých kategóriách, napr. sklo, keramika, kov, papier, textil, šperk, nábytok, ale pribúdajú aj nové kategórie, ako napr. technika. Zdá sa, že umelecké remeslo sa pre nastupujúcu generáciu nerozlučne spája s novými technológiami a dôrazom na funkčnosť. Evidentný je aj trend novej jednoduchosti a ekologickejšosti.

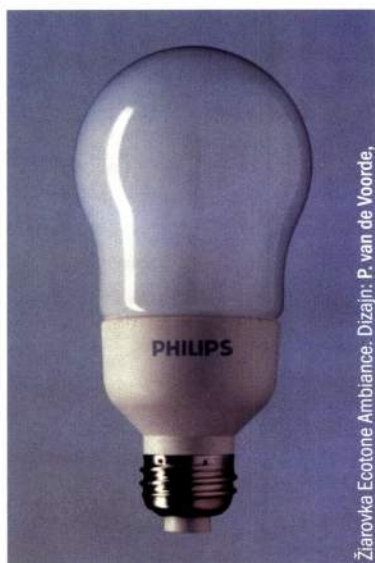
Tohto ročníka sa zúčastnilo 110 mladých tvorcov, z toho traja boli zo Slovenska.



3.



Fiber Wave - inštalácia pružných svetelných prútov z karbónového vlákna na solárny pohon. Dizajn: Makoto Sei Watanabe. Výrobca: Ozeki Co. Ltd., Japonsko.



Žiarovka Ecotone Ambient. Dizajn: P. van de Voorde, Terneuzen, Philips Lighting. Výrobca: Philips Lighting B. V., Terneuzen, Holandsko.

Industrie Forum Design Hannover '98

Do súťaže, ktorú organizuje Deutsche Messe v Hannoveri, sa v tomto roku prihlásilo 1494 výrobkov od špičkových producentov z celého sveta. Podobný charakter mala aj porota jednotlivých kategórií - stretli sa v nej mnohí poprední dizajnéri, ako napr. Augusto Morello, Alberto Meda, Rolf Fehlbaum, Ross Lovengrove, Peter Maly, Rjodži Komori, Stefano Marzano, Fritz Frenkler a ďalší.

Štruktúra súťaže zodpovedá širokému spektru posudzovaných produktov rozdelených do kategórií kancelária, bývanie, domácnosť, osvetlenie, stavebné technológie, priemysel, doprava, medicína, voľný čas a dizajn verejných priestranstiev. Okrem 394 ocenených produktov všetkých kategórií vyhlásili aj desať najlepších priemyselných výrobkov (Top Ten), najlepšie ekologické produkty a produkty z kategórie Interface Design. Podrobnejšie informácie o súťaži sú k dispozícii na internetovej adrese <http://www.ifdesign.de>.



Umývadlo. Dizajn: Agence Philippe Starck, Francúzsko. Výrobca: Duravit AG, Nemecko.



Digitálny fotoaparát. Dizajn a výroba: Eastman Kodak Comp., USA.



Zdvíhacie zariadenie Miranti. Dizajn: Pär Nylander. Výrobca: Arjo Hospital Equipment AB, Švédsko.

Predmety z detského sveta

Pod názvom Kid Size - Materiálny svet detí bola od apríla do júna t. r. otvorená výstava vo Vitra Design Museum v nemeckom Weil am Rhein. Predstavil sa na nej nábytok a spotrebné predmety obklopujúce človeka v období detstva a dospievania, a to ako historické, tak aj súčasné. Výstava bola rozdelená na 5 tematických celkov: spanie, primárna výchova, hra, mobilita a škola, pričom mala okrem umeleckohistorických kvalít aj rozmer sociologickej sondy do meniacich sa vzťahov dospelých k deťom za posledných 150 rokov.

Vzťah spoločnosti k špecifickej skupine, v tomto prípade deťom, kodifikoval určité oficiálne vzory správania sa odlišné v západnej a východnej civilizácii. Materiálne, etnické, konfesionálne, ba aj politické problémy doby sú dokumentované napr. v protiklade zariadenia meštianskej detskej izby obdobia biedermeieru a prevažne na prácu orientovaného obývacieho priestoru shakerovskej komunity toho istého obdobia, resp. prísneho interiéru čínskej škôlky 80. rokov. Zaujímavý je tiež ten fenomén, že zatiaľ čo Západ už tradične inovuje hračky podľa predstáv dospelých, na Východe si ich väčšina detí ešte aj dnes vymýšľa sama. Súčasťou výstavy boli aj videoprojekcie dokumentárnych filmov rôznej proveniencie o živote detí od 30. rokov po súčasnosť.

Detský kočiarik, 30. roky. Výroba: Silver Cross, Anglicko.



Otáčacia detská stolička, 1940-50. Výrobca: Amata, Taliansko.



Stoneage

je názov novej unikátnej kolekcie kamenných svietidiel talianskej firmy Targetti. Ide o jednoduché, no mimoriadne elegantné interiérové svietidlá vhodné do najrôznejších priestorov - od historických po postmodernistické.

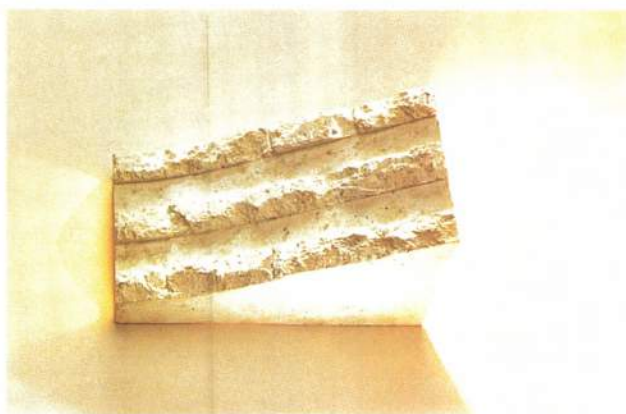
Stoneage je kombináciou tradičného manuálneho opracovávanie kameňa a špičkovej technológie, ktorá umožňuje použitie širokej palety svetelných zdrojov vrátane zdrojov šetriacich energií. Kolekcia je dostupná v rôznych tvaroch a vyhotoveniach, od svietidiel so špeciálnou optikou (CCT) verzie IP 54 až po širokú paletu dekoratívnych výrobkov.

Najatraktívnejším aspektom kolekcie Stoneage je jedinečnosť prírodného materiálu použitého na výrobu týchto svietidiel. Ide o fosílny kameň, ktorého vek sa odhaduje na päť miliónov rokov. Je pozostatkom fosílnych minerálov, vápencových nánosov a usadenín drobných morských bezstavovcov z obdobia pleistocénu, ktoré sú na povrchu kameňa viditeľné aj dnes. Maktanský (podľa miesta náleziska) kameň sa získava vo forme malých kociek. Zruční kamenári ich režu na tenké plátky vo veľkosti asi 6 x 12 cm a podľa potreby ďalej tvarujú do ešte jemnejších pravouhlých platničiek. Tie sa potom mozaikovou technikou ručne lepia na teleso svietidla. Na výplň drobných štrbín medzi plátkami kameňa sa používa špeciálne vyvinuté lepidlo, ktoré sa skladá z epoxidových živíc a prachu z fosílnych kameňov. Napokon sa svietidlo opracuje ručným brúsením do požadovaného tvaru. Výsledný výrobok je harmóniou jednoduchých tvarov a prirodzených farieb.

Aj vďaka kolekci Stoneage sa firma Targetti radí medzi popredné avantgardné spoločnosti v priemysle vyrábajúcom svietidlá. V apríli t. r. bola ocenená prestížnou cenou 18. ročníka talianskej súťaže priemyselných výrobkov Zlaté kružidlo (Compasso d'Oro) za modulárny systém svietidiel Mondial F 1, s ktorým sa mohli stretnúť aj čitatelia časopisu DE SIGN UM č. 2/97 na s. 69.

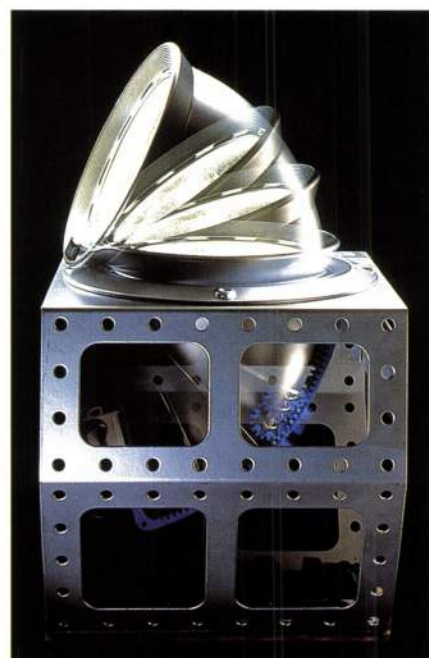
Bližšie informácie o výrobkoch firmy Targetti, ako aj poradenstvo v oblasti svetelnej techniky získate vo firme Iluma, s. r. o., Bárdošova 33, 833 12 Bratislava, tel. 07/378 9193, fax 07/378 8691, e-mail: iluma@computel.sk.

(PR)



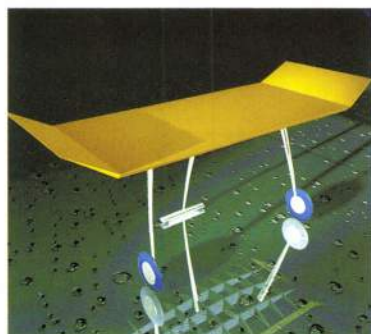
1.

2.

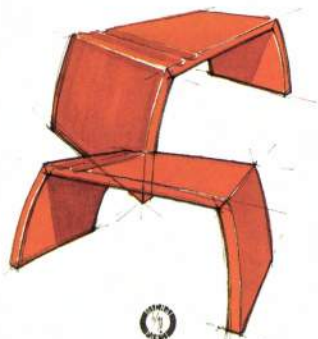


3.

Písací stôl, plast a kov.
Dizajn: Miloslav Juráš, TU Zvolen.
Realizácia: S. V. A. M. Interiér. 1. cena.



Písací stôl, drevo. Dizajn: Michal Pakší,
FA STU Bratislava, katedra dizajnu.
Realizácia: Mobilier. 2. cena.



1. Nástenné svietidlo z kolekcie Stoneage.
2. Zavesná lampa z kolekcie Stoneage.
Dizajn: Paolo Targetti, Roberto Graziani.
Výrobca: Targetti (Taliansko), 1998.
3. Modulárne svietidlo Mondial F 1.
Dizajn: Paolo Targetti, Piero Landini.
Výrobca: Targetti, 1997.
Foto: Targetti

Písací stôl ako súťažná téma

Bratislavská galéria dizajnu a architektúry K. F. A. vypísala súťaž na nové riešenie písacieho stola, určenú domácim študentom dizajnu a architektúry. Z tridsiatky prihlásených, ktorí zaslali svoje návrhy v dvojrozmerné podobe, sa do druhého kola nominovalo 15 prác. Ich autori museli vyhotoviť malé modely, podľa ktorých sa dali reálnejšie posúdiť užitočné i estetické vlastnosti jednotlivých prác. Odborná porota, ktorej predsedal významný český dizajnér Jiří Pelcl, vyhodnotila tri najlepšie návrhy a Galéria K. F. A. zabezpečila ich realizáciu v renomovaných firmách v mierke 1 : 1.

Pri vernisáži víťazných prác 21. 5. 1998 sa návštevníci oboznámili s tromi rôzne poňatými prototypmi písacieho stola, vyhodnotenými ako najlepšie, ako aj s modelmi a vizualizáciami ďalších 12 návrhov z 2. kola súťaže a sprievodnou dokumentáciou. Usporiadatelia po úspechu súťaže uvažujú o vypísaní ďalšieho ročníka, tentoraz na inú tému.

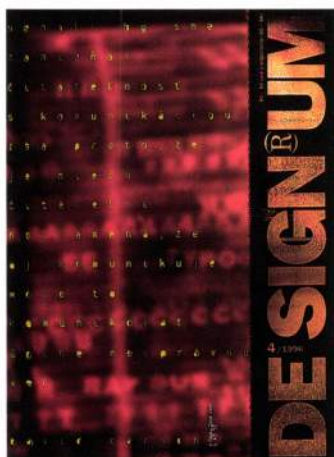
... máte

všetky čísla **DE SIGN UM** ?

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



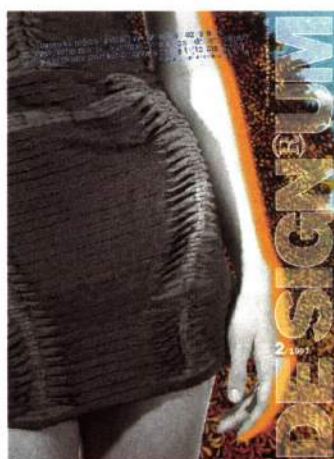
2/96



4/96



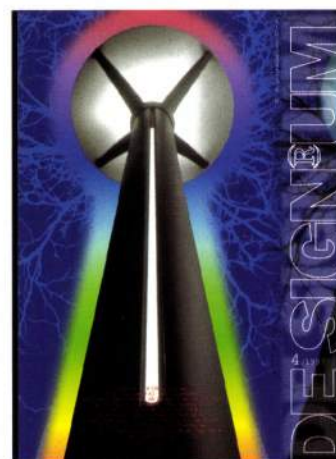
1/97



2/97



3/97



4/97



1/98

ROČNÍK 1998

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

Celoročné predplatné
je 240,- Sk.

Využite objednávkový lístok
na tejto strane časopisu.

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

Objednávka časopisu DE SIGN UM

Meno a priezvisko alebo názov firmy

Adresa (telefón)

Objednávam si záväzne DE SIGN UM

Ročník 1998 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 Ročník 1997 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 Ročník 1996 ☐ 2 ☐ 4

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

Predplatné uhradím: ☐ zloženkou ☐ žiadam vystaviť faktúru

dátum a podpis:

Písomné a telefonické objednávky:
SCD, V. Brhlovičová, M. Michlíková
Jakubovo nám. 12, P. O. Box 131
814 99 Bratislava
tel.: 07/536 15 23
07/536 18 00
fax: 07/536 18 38

Katalóg grafických dizajnérov

Publikácia predstavuje 56 osobností a firiem pôsobiacich v oblasti grafického dizajnu na Slovensku. Katalóg prezentuje úroveň súčasnej grafickej tvorby a ponúka informácie pre prípadných záujemcov o spoluprácu s grafikmi a grafickými štúdiami.

Formát:
310 x 225
Rozsah:
120 celofarebných strán
Text v slovenčine
a v angličtine
Náklad:
600 kusov
Vydalo:
Slovenské centrum
dizajnu
Cena:
250 Sk



Objednávka časopisu DE SIGN UM



7-16 novembre 1998

Renseignements: École des beaux-arts de Saint-Étienne ■ 15, rue Henri-Gonnard, 42000 Saint-Étienne ■ France
T: +33 (0) 4 77 47 88 05 ■ F: +33 (0) 4 77 47 88 ■ E-mail: biennale@institutdesign.fr ■ <http://www.institutdesign.fr>



KLÚČOVÝMI TÉMAMI 1. ROČNÍKA MEDZINÁRODNÉ BIENÁLE DIZAJNU V SAINT-ETIENNE SÚ PODMIENKY V MESTE A CIVILIZÁCIA OBJEKTU SO ŠPECIÁLNYM DÔRAZOM NA MLADÚ GENERÁCIU. POČAS BIENÁLE SA USKUTOČNÍ MNOŽSTVO SPRIEVODNÝCH SEMINÁROV A PRIPRAVUJE SA VYDANIE ŠPECIÁLNEHO BILINGUÁLNEHO ČÍSLA ČASOPISU AZIMUTS. NA ÚČASŤ NA BIENÁLE SA PRIPRAVUJÚ AJ ŠTUDENTI DIZAJNU SLOVENSKÝCH AKADEMÍÍ A UNIVERZÍT.

