

talenty v DE SIGN UM 1998

dialógy v Kodani

bienále dizajnu v St.-Etienne

doktorandské štúdium

80,- Sk (pre predplatiteľov 60,- Sk)

grafické štúdiá: Creative Department

plagáty Jossino Lemela

4/1998

DESIGNUM[®]

Račianska 71
832 59 Bratislava
tel.: (07) 44 45 71 61
(07) 49 24 67 41
fax: (07) 44 25 00 42
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
- Osvet 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
- Nátlacky Matchprint 3M na maximálny formát B2 (686 x 508 mm)
- Digitálne nátlacky 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

Biľak, Peter: CITYPE - typografie v mestskom prostredí / CITYPE - Urban Typography Seminar. 1/98, s. / pg. 50 - 55.

Biľak, Peter: List z raja / Letter from Paradise. 3/98, s. / pg. 20 - 21.

Blonski, Daniel: Interactive Media Design. 3/98, s. / pg. 54 - 57.

(en): Európska cena za umelecké remeslo orientované na dizajn / European Prize for Art- and Design-Led Crafts. 4/98, s. / pg. 12 - 13.

Fábri, Ľubica: Oživená tradícia nestarnúceho dizajnu / Revived Tradition of Timeless Design. 2/98, s. / pg. 30 - 31.

Fábri, Ľubica: Panoptikum zmyslov a nezmyslov / Panoptic of (Non)Senses. 1/98, s. / pg. 58 - 61.

Frozen, Hubert: Poetická dimenzia univerzálneho dizajnu / The Poetical Dimension of Universal Design. 2/98, s. / pg. 28 - 29.

Gossányi, Vojtech: Dizajn nie je „estetická nadstavba“ / Design Isn't "Aesthetical Superstructure". 2/98, s. / pg. 20 - 21.

Gotthardt, Peter: Intermot / Intermot Trade Fair. 4/98, s. / pg. 60 - 62.

Grék, Ľuboš: Fyzický model, prototyp a počítače / Physical Model, Prototype and Computers. 4/98, s. / pg. 58 - 59.

Grék, Ľuboš: Tvorba a úpravy modelov na počítači / Creating and Setting Models by Computer. 3/98, s. / pg. 60 - 61.

Hladný, Tomáš: Alternatívne zdroje pohonu - záruka „čistejšej“ budúcnosti? / Alternative Propulsion Sources - Guarantee of "Cleaner" Future? 2/98, s. / pg. 58 - 60.

Hladný, Tomáš: Na prahu roku 2000 / Beginning the Year 2000. 1/98, s. / pg. 56 - 57.

Hladný, Tomáš: Od kresby k automobilu / From Drawing Towards Car. 3/98, s. / pg. 22 - 25.

Holčík, Štefan: Emanuel Josef Margold (1888 -1962). 3/98, s. / pg. 35.

Holčík, Štefan: Fragmenty z ranej Hoffmannovej tvorby / Early Fragments of the Work by Josef Hoffmann. 1/98, s. / pg. 34 - 37.

Holčík, Štefan: Hoffmann v Bratislave / Hoffmann in Bratislava. 2/98, s. / pg. 35.

Holčík, Štefan: Kubistické obdobie v tvorbe Artúra Slatinského / Cubist Period in the Work by Architect Arthur Szalatnai. 4/98, s. / pg. 34 - 35.

Hubová, Katarína: List zo Saint-Etienne / Letter from Saint-Etienne. 4/98, s. / pg. 25 - 26.

Hubová, Katarína: Mobilier / Mobilier. 2/98, s. / pg. 44 - 47.

Junek, Dušan: Dansk Plakatumuseum. 4/98, s. / pg. 49 - 51.

Junek, Dušan: Univerzálny jazyk majstra farby / Universal Language of Maestro of Colours. 3/98, s. / pg. 44 - 46.

Kolesár, Zdeno: Alternatívy medzivojnového moderny / Alternatives of Interwar Modernism. 3/98, s. / pg. 32 - 34.

Kolesár, Zdeno: Dizajn a II. svetová vojna / Design and World War II. 4/98, s. / pg. 32 - 33.

Kolesár, Zdeno: Internacionálna moderna / International Modernism. 2/98, s. / pg. 32 - 34.

Kolesár, Zdeno: Na prahu 20. storočia / On the Threshold of the 20th Century. 1/98, s. / pg. 32 - 33.

Kovalčíková, Mária: Medzi humorom a vážnosťou / Between

Humour and Seriousness. 2/98, s. / pg. 3 - 6.

Michl, Jan: Organizácia doktorandského štúdia pre architektov a dizajnérov v Oslo / Doctoral Degree Acquirement for Architects and Designers in Oslo. 4/98, s. / pg. 29 - 30.

Michlíková; Margita; Salamon, Zoltán: Goldpack '98/ Goldpack '98. 4/98, s. / pg. 14 - 15.

Ondruška, Jaroslav: Oceňovanie dizajnu na Slovensku / Design Acknowledgement in Slovakia. 1/98, s. / pg. 3 - 4.

Ondruška, Jaroslav: Rešpekt identity produktu / Respect to the Product Identity. 3/98, s. / pg. 47 - 49.

Pauly, Jana: List z Prahy / Letter from Prague. 1/98, s. / pg. 22 - 23.

Pauly, Jana: Múzeum Tatra / Tatra Car Museum. 4/98, s. / pg. 16 - 18.

Pauly, Jana: Súťaž Mc Donald's / Mc Donald's Competition. 2/98, s. / pg. 8 - 9.

Pedersen, Ľubica: Dánska cena za priemyselný dizajn / Danish Prize for Industrial Design. 2/98, s. / pg. 12 - 14.

Pedersen, Ľubica: Dialógy v Kodani / Dialogues in Copenhagen. 4/98, s. / pg. 19 - 23.

Pedersen, Ľubica: Outside Inside / Outside Inside. 2/98, s. / pg. 7.

Pekárová, Adriena: Francúzske skúsenosti na Slovensku / French Experiences in Slovakia. 2/98, s. / pg. 18 - 20.

Pekárová, Adriena: Koncert v redakcii / Concert in the Editorial Office. 1/98, s. / pg. 46 - 49.

Pekárová, Adriena: List zo Saint-Etienne / Letter from Saint-Etienne. 4/98, s. / pg. 24 - 25.

Pekárová, Adriena: Partneri v podnikaní. Rozhovor s Ing. Antonom Lisým / Business Partners. An Interview with Ing. Anton Lisý. 1/98, s. / pg. 41.

Pekárová, Adriena: Ross Lovegrove. 3/98, s. / pg. 50 - 53.

Pekárová, Adriena: Slovenský know-how s japonskou kvalitou / Slovak Know-How with Japanese Quality. 1/98, s. / pg. 42 - 43.

Pekárová, Adriena: Talenty v DE SIGN UM 1998 / Talents in DE SIGN UM. 4/98, s. / pg. 3-11.

Petránsky, Ľudovít: Doktorandské štúdium pre dizajnérov v Bratislave / Doctoral Degree Acquirement for Designers in Bratislava. 4/98, s. / pg. 31.

Poláčková, Dagmar: Bauhaus na Východe / Bauhaus in the East. 3/98, s. / pg. 12 - 14.

Poláčková, Dagmar: CD Creative Department. 4/98, s. / pg. 44 - 48.

Poláčková, Dagmar: Choma & Krupa Design Studio. 1/98, s. / pg. 24 - 29.

Poláčková, Dagmar: IQ Design Studio. 3/98, s. / pg. 26 - 31.

Poláčková, Dagmar: Rabbit & Solution Studio. 2/98, s. / pg. 22 - 27.

Porubánová, Alena: Architektúry pre krajinu tela / Architecture for the Body Landscape. 3/98, s. / pg. 8 - 9.

Račková, Jarmila: Medzinárodné sklárske sympóziu Lednické Rovne 1998 / International Glass-Makers Symposium „Lednické Rovne 1998“. 3/98, s. / pg. 58 - 59.

Račková, Jarmila: Možnosti svetla a priestory fantázie / Possibilities of Light and Fantasy Spaces. 2/98, s. / pg. 48 - 51.

Riháková, Mária: Audi. 2/98, s. / pg. 15 - 17.

Riháková, Mária: ETA VIZE 1998 / *ETA VISION* 1998. 2/98, s. / pg. 10 - 11.

Riháková, Mária: Hra svetla v diele Alvara Aalta / *Play of Light by Alvar Aalto*. 1/98, s. / pg. 30 - 31.

Riháková, Mária: Jasné posolstvo. Angažované plagáty Jossiho Lemela / *Clear Message. Hands-on Posters by Yossi Lemel*. 4/98, s. / pg. 54 - 57.

Riháková, Mária: Listovanie v albume / *Browsing in the Scrapbook*. 2/98, s. / pg. 52 - 54.

Riháková, Mária: Mobilný nábytok ACT / *Mobile Furniture ACT*. 1/98, s. / pg. 44 - 45.

Riháková, Mária: Output. 1/98, s. / pg. 14 - 15.

Riháková, Mária: Práce z Tokia. Krátky rozhovor s Alešom Najbrtom / *Works from Tokyo. A Brief Interview with Aleš Najbrt*. 3/98, s. / pg. 6 - 7.

Riháková, Mária: Prirodzená ľahkosť formy / *Natural Lightness of Shape*. 2/98, s. / pg. 55 - 57.

Riháková, Mária: Svetidlá so signatúrou Tobiasa Grau / *Lighting Signed Tobias Grau*. 4/98, s. / pg. 41 - 43.

Riháková, Mária: Vizuálna komunikácia: medzi umením a reklamou / *Visual Communication: Between Art and Ad*. 3/98, s. / pg. 3 - 5.

Riháková, Mária: Worldstars '97- Jablkový darček / *Worldstars '97- Apple Present*. 1/98, s. / pg. 12 - 13.

Rossnagel, Klemens: Globálna budúcnosť - lokálna tradícia / *Global Future - Local Tradition*. 3/98, s. / pg. 41 - 43.

Salamon, Zoltán; Michlíková, Margita: Goldpack '98 / *Goldpack '98*. 4/98, s. / pg. 14 - 15.

Schrammová, Agnesa: Fragmenty sveta v podobe šperku / *Universe Fragments as Jewellery*. 3/98, s. / pg. 10 - 11.

Synková, Zdena: Mladý obal '98 / *Young Packaging Competition '98*. 3/98, s. / pg. 15.

Toran, Edward: Kvalitný dizajn? / *Quality in Design?* 2/98, s. / pg. 41 - 43.

Žáčková, Agáta: Heikki Orvola. 4/98, s. / pg. 52 - 53.

Mozaika informácií / Information Mosaic: 1/98, s. / pg. 62 - 70

Nábytok nad Rýnom / *Furniture upon Rhein*. Vize '98 / *Vize '98*. Fórum designu / *Design Forum*. design preis schweiz 1997. Placentarius. Stred stola / *The Centre of the Table*. New Edge Design. Kolekcia a. i. r. z IKEA / *IKEA a. i. r. Collection*. Slávne osobnosti na stoličkách / *Famous Personalities on Chairs*. Cosmoscouch v Kolíne / *Cosmoscouch in Cologne*. Starckove kazety / *Vanity Case by Starck*.

1. medzinárodné sympóziu technického skla / *The 1st International Technical Glass Symposium*. Plasty na každý deň / *Everyday Plastic*. Novinky z knižnice SCD / *Novelties from the SDC Library*. 50 + 35 + 5 = 90.

Mozaika informácií / Information Mosaic: 2/98, s. / pg. 62 - 70

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.

Mozaika informácií / Information Mosaic: 3/98, s. / pg. 62 - 70

Súťaže / *Competitions*. Fínsky dizajn 10 / *Finnish Design 10*. Výročná výstava eindhovenkej Design Academy / *Graduation Exhibition of The Design Academy in Eindhoven*. ToolToys. Múzeum Alessi / *The Alessi Museum*. Votrelc / *Intruder*. Elegancia všedného dňa / *Week-day Elegance*. Nový Chrobák / *The New Beetle*. Grafizmy Ľubomíra Longauera / *Graphism by Ľubomír Longauer*. Stilwerk. Renault Zo. Sydney Design '99. Nové logo iF / *New iF Corporate Identity*. Expozícia medzinárodného dizajnu v Oslo / *International Design Exhibition in Oslo*. Cena za čipku / *Lace Award*. Ocenený nakladač / *Awarded Pick Up Truck*.

Mozaika informácií / Information Mosaic: 4/98, s. / pg. 63 - 70

Naj... drevená hračka / *The Most ... Wooden Toy Competition*. Rozum je život / *Sense is Life*. Kúpeľ budúcnosti / *The Bath of Future*. Aluminium in Motion Award '98. Cieľavedomá jednoduchosť / *Conscious Simple*. Pelcl v galérii Konsepti / *Pelcl in Konsepti Gallery in Prague*. Poézia kontrastu / *Poetry of Contrast*. Good Design Award 1998. Ceny za priemyselný dizajn / *Industrial Design Awards*. Pelikan Design. Graduation '98. Nábytková šou v Paríži / *Furniture Show in Paris*. Novinky firmy Alessi 1998 / *Alessi News 1998*. BMW C1. Plast a drevo / *Plastic and Wood*.

DE SIGN[®]UM

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

Redakcia:
Adriana Pekárová (šéfredaktorka)
Mária Riháková (redaktorka)
Alena Lacyková (tajomníčka)

Poštová adresa:
Slovenské centrum dizajnu
redakcia DE SIGN UM
P. O. Box 131
814 99 Bratislava

Sídlo redakcie:
Jakubovo nám. 12, Bratislava
telefón: 07/5293 1564, 5293 1800
fax: 07/5293 1564, 5293 1838
e-mail: sdc@sdsc.sk

Objednávky prijíma:
SCD, P. O. Box 131, 814 99 Bratislava

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

Editorial team:
Adriana Pekárová (editor-in-chief)
Mária Riháková (editor)
Alena Lacyková (secretary)

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

Domicile of editor's office:
Jakubovo nám. 12, 814 99 Bratislava
phone: +421/7/5293 1564, 5293 1800
fax: +421/7/5293 1564, 5293 1838
e-mail: sdc@sdsc.sk

Subscription orders:
Slovak Design Centre
P. O. Box 131
814 99 Bratislava
Slovakia

Obsah Contents

Adriena Pekárová: Talenty v DE SIGN UM 1998 3-11
Talents in DE SIGN UM 1998

SÚŤAŽE COMPETITIONS

en: Európska cena za umelecké remeslo orientované na dizajn 12-13
European Prize for Art- and Design-Led Crafts

Margita Michlíková, Zoltán Salamon: Gold Pack '98 14-15
Gold Pack '98

VÝSTAVY EXHIBITIONS

Jana Pauly: Múzeum Tatra 16-18
Tatra Car Museum

Lubica Pedersenová: Dialógy v Kodani 19-23
Dialogues in Copenhagen

LIST Z ... LETTER FROM ...

Katarína Hubová, Adriena Pekárová: List zo Saint-Etienne 24-26
Letter from Saint-Etienne

Výstava Bi-Off 27-28
Bi-Off Exhibition

VZDELÁVANIE EDUCATION

Jan Michl: Organizácia doktorandského štúdia v Oslo 29-30
Organisation of Doctoral Degree Acquirement in Oslo

Ludovít Petránky: Doktorandské štúdium pre dizajnérov v Bratislave 31
Doctoral Degree Acquirement in Bratislava

KAPITOLY Z DEJÍN DIZAJNU CHAPTERS FROM DESIGN HISTORY

Zdeno Kolesár: Dizajn a II. svetová vojna 32-34
Design and World War II

Štefan Holčík: Kubistické obdobie v tvorbe Artúra Slatinského 35-36
Cubist Period in the Work by Architect Arthur Szalatnai

English Summary 37-40

PREDSTAVUJEME INTRODUCTION

Mária Riháková: Svetidlá so signatúrou Tobias Grau 41-43
Lighting Signed Tobias Grau

GRAFICKÉ ŠTÚDIÁ GRAPHIC STUDIOS

Dagmar Poláčková: CD Creative Department 44-48
CD Creative Department Studio

GRAFICKÝ DIZAJN GRAPHIC DESIGN

Dušan Junek: Dansk Plakatumuseum 49-51

DIZAJNÉRI DESIGNERS

Agáta Žáčková: Heikki Orvola 52-53

GRAFICKÝ DIZAJN GRAPHIC DESIGN

Mária Riháková: Jasné posolstvo. Angažované plagáty Jossiho Lemela 54-57
Clear Message. Hands-on Posters by Yossi Lemel

DIGITÁLNE TECHNOLOGIE DIGITAL TECHNOLOGIES

Luboš Grék: Fyzický model, prototypy a počítače 58-59
Physical Model, Prototypes and Computers

REPORTÁŽ REPORT

Peter Gotthardt: Intermot 60-62
Intermot Trade Fair

MOZAICA INFORMÁCIÍ INFORMATION MOSAIC 63-70

Graduation '98. Študenti a projekty - ceny I.D. / Students and Projects - I.D. Awards. BMW C1. Kúpeľ budúcnosti / The Bath of Future. Pelikan Design. Rozum je život / Sense is Life. Pelcl v galérii Konsepti / Pelcl in Konsepti Gallery in Prague. Naj... drevená hračka / The Most ... Wooden Toy Competition. Novinky firmy Alessi 1998 / Alessi News 1998. Poézia kontrastu / Poetry of Contrast. Aluminium in Motion Award '98. Good Design Award 1998. Cieľavedomá jednoduchosť / Conscious Simple. Nábytková šou v Paríži / Furniture Show in Paris. Plast a drevo / Plastic and Wood.



DE SIGN UM

revue dizajnu ■ design review

V. ročník ■ volume V.

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

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.

Redakcia ■ Editorial team

Adriana Pekárová (šéfredaktorka,
editor-in-chief), Mária Riháková
(redaktorka, editor), Alena Lacyková
(tajomníčka, secretary).

Grafická úprava ■ Graphics

Zuzana Chmelová

Zahranční 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 52 93 15 64

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

e-mail: sdc@scd.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.

Na obálke: Zábery z módnych šou na biennale dizajnu v St.-Etienne, november 1998.

N Á B Y T O K A B Ý V A N I E , 1 9 9 9

FÓRUM
DESIGNU

NÁBYTOK AKO SÚČASŤ ŽIVOTNÉHO ŠTÝLU
S DÔRAZOM NA DIZAJN
FÓRUM DESIGNU '99
2. - 7. MARCA, NITRA

MEDZINÁRODNÁ PREHLIADKA NAJNOVŠÍCH TRENDOV
NÁBYTKOVÉHO DIZAJNU V PRODUKCIÍ ŠPIČKOVÝCH SLOVENSKÝCH
A ZAHRANIČNÝCH FIRIEM A V INDIVIDUÁLNEJ TVORBE DIZAJNÉROV

SÚČASŤOU FÓRA DESIGNU BUDÚ ODBORNÉ PREDNÁŠKY,
SEMINÁRE, PREZENTÁCIE TVORBY, INFORMÁCIE ČEZ INTERNET



DRUHÝ ROČNÍK SÚŤAŽE ČASOPISU DE SIGN UM PONÚKOL MOŽNOSŤ VŠETkým KATEDRám DIZAJNU NA SLOVENSKÝCH VYSOKÝCH ŠKOLÁCH PREDSTAVIŤ NAJLEPŠIE ŠTUDENTSKÉ PRÁCE. KATEDRY DIZAJNU NA TECHNICKÝCH UNIVERZITÁCH V BRATISLAVE, KOŠICIACH, VO ZVOLENE A VŠVU V BRATISLAVE NOMINOVALI DO SÚŤAŽE PO 5 PRÁC, KTORÉ VZNIKLÍ POČAS ZIMNÉHO A LETNÉHO SEMESTRA. ČITATELIA DE SIGN UM SA S NIMI ZOZNÁMLI NA STRÁNKACH PRVÉHO A TRETIEHO ČÍSLA TOHTO ROČNÍKA ČASOPISU. ZÁVEREČNÉ HODNOTENIE VYKONALA ODBORNÁ POROTA, KTORÁ URČILA AJ VÍŤAZOV SÚŤAŽE.

Adriena Pekárová

Cena časopisu DE SIGN UM 1998 - hlavná cena
RASTISLAV GRANEČ, 3. roč.: Uhlíková brúska
Katedra priemyselného dizajnu, Fakulta architektúry, STU Bratislava
Pedagóg: doc. akad. soch. Peter Lehocký

PETER CHLÁDEK, 5. roč.: Nábytok pre Vital
Katedra designu, odd. industrial designu, VŠVU Bratislava
Pedagóg: doc. Ferdinand Chrenka

MIROSLAV CHOVAN, 5. roč.: Univerzálna demontovateľná stolička
Katedra dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov, Drevárska fakulta, TU Zvolen
Pedagóg: doc. Ing. Štefan Schneider, ČSČ.

IVAN ŠVEDA, 4. roč.: Rádio
Katedra designu, odd. product designu, VŠVU Bratislava
Pedagóg: doc. František Burian

ERIK VESELÝ, 3. roč.: Vreckový nožík
Katedra designu, Strojnícka fakulta, TU Košice
Pedagóg: akad. soch. Marián Leško, Ing. Marián Vysoký

Uznanie časopisu DE SIGN UM
ŠTEFAN TÓTH, 5. roč.: Dré, rekreačná trojkoľka pre dvoch
Katedra priemyselného dizajnu, Fakulta architektúry, STU Bratislava
Pedagóg: doc. akad. soch. Peter Lehocký

Hodnotiacia porota:
Ing. Pavol Cikaticis, Mgr. Soňa Ďurecová, Mgr. Peter Gotthardt, Ing. Zuzana Mlynárová, Adriena Pekárová, Ing. Marek Škrípeň

V názve súťaže, ktorý redakcia DE SIGN UM usporiadala tohto roku už po druhý raz, je obsiahnutý jej zámer - dať priestor kreativite mladej generácie a ukázať, ako uvažujú študenti dizajnu, nádejní profesionálni dizajnéri, od ktorých sa v blízkej budúcnosti tak veľa očakáva. Súťažná platforma v spojitosti s publikačnými možnosťami časopisu rozširujú možnosti začínajúcich dizajnérov overovať si vlastné projekty a konfrontovať s ostatnými svoje názory a riešenia. Účastníkmi súťaže boli študentské práce všetkých katedier dizajnu na Slovensku, a to ponúka ojedinelú príležitosť na uvažovanie o charaktere a odlišnostiach dizajnérskeho vzdelávania na jednotlivých typoch škôl. Je zrejme široké rozpätie vzdelávacích koncepcií od dôrazu na intelektuálny kreatívny prístup cez využívanie vysoko náročnej technickej platformy až po cieľnú nadväznosť na existujúce technologické a technické zázemie výrobných podnikov. Všetky tieto spôsoby výchovy mladých talentov majú svoje opodstatnenie, ak dokážu pripraviť pre prax odborníka, ktorý bude môcť ponúknuť nové námety a riešenia, ale súčasne sa bude vyznačovať aj určitou rezistentnosťou voči zabehaným stereotypom a elánom prekonávať ich.

Myšlienka poskytnúť príležitosť mladým odborníkom nás viedla aj pri voľbe odbornej poroty - preto aj tu dostali príležitosť nedávni absolventi. Samozrejme, s určitými skúsenosťami v praxi, ktoré sú zárukou odbornej zdatnosti porotcu súťaže. Ich úloha nebola ľahká, vyžadovala značnú dávku odborných znalostí, schopností formulovať svoj názor, ale aj vedomia zodpovednosti. Veď museli porovnávať práce študentov z rozličných škôl, rôznych tém a navyše aj na rôznom stupni stvárnenia - práce v počítačových vizualizáciách i modeloch a technických výkresoch. Ocenené práce komisia považuje za projekty, ktoré najlepšie preukázali zdatnosť autorov tvorivo a erudovane uvažovať, komunikovať a navrhovať perspektívne riešenia. V tejto súvislosti treba skonštatovať potešiteľný fakt, že študenti považujú za samozrejmu prácu na počítačoch a dokážu pracovať i s náročnými softvérmi.

Dostať príležitosť prejavíť to, čo dokážem, uplatniť osobnostný potenciál, je aj kľúčovou otázkou budúcnosti a zmyslu odbornej prípravy dizajnéra. Preto aj súťaž ukázala evidentnú snahu slovenských škôl hľadať kontakty vo výrobnej sfére - vyhľadávať podniky, ktoré môžu ponúknuť študentom úlohy na riešenie, ale aj svoje materiálne zázemie na ich realizáciu, a na druhej strane môžu získať nové impulzy pre firemné zámery. Mnohí študenti využili túto príležitosť veľmi dobre, pričom stále aktuálnou zostáva otázka, ako ju dokážu dotiahnuť a oceniť výrobné podniky. Potenciál myšlienok, zručností a nápadov mladých ľudí spolu s prirodzenou potrebou realizovať sa je veľký. Vízia dizajnéra-tvorcu krásnych a účelných vecí však nezodpovedná tomu, čo ho očakáva v hospodárskej sfére, teda v prostredí, ku ktorému výchova mladého dizajnéra smeruje. Je však veľmi dôležité, ako bude tlmočiť svoj názor prostredníctvom dizajnu smerom k výrobcovi i k užívateľovi a do akej miery dokáže s nimi komunikovať. Dva ročníky súťaže priniesli aj skúsenosti, ktoré sú výzvou uvažovať o určitých zmenách pravidiel, napr. ako využiť motivačný účinok súťaženia a podnietiť aktivitu študentov, aby mohli sami prejavíť záujem o vstup na súťažnú pôdu. Nominovanie prác dvakrát do roka - podľa platných pravidiel súťaže - zatiaľ leží organizačne na pleciach pedagógov. Aké by bolo obsadenie súťaže, keby účasť v nej bola vecou rozhodnutia študentov? Môžeme uvažovať o rozšírení súťaže o zahraničné kontakty? To je niekoľko tém na posúdenie do vyhlásenia ďalšieho ročníka. Verím, že redakcia v ňom ponúkne nové podnety, ktoré sa stretnú so záujmom študentov i pedagógov.

Na nasledujúcich stránkach predstavujeme víťazné študentské projekty obrazovo i vyjadreniami autora. Slovo dostali i pedagógovia oslovení otázkou: „**Ako reprezentuje práca študenta program vašej katedry/vášho oddelenia?**“

TALENTY V DE SIGN[®] UM
II. ROČNÍK SÚŤAŽE ČASOPISU DE SIGN UM



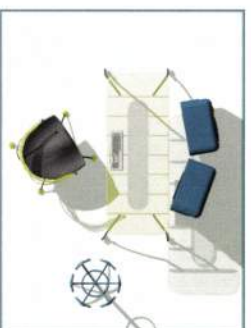
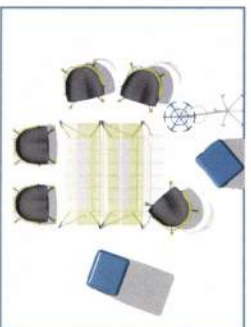
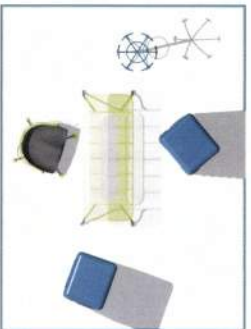
CENA ČASOPISU DE SIGN UM 1998



doc. Ferdinand Chrenka:

Mám určitú predstavu o profile študenta oddelenia industrial designu. Tomu podriaďujem výber obsahovo rôznorodých tém semestrálnych projektov: od zadania akademicky vytvoreného problému s nárokmi na intuitívne chápanie budúcnosti až po realitu priameho kontaktu s výrobcami. Témy chápem ako „sadenice“, o ktoré sa musím starať tak, aby sa moji absolventi mali možnosť uplatniť aj na európskom trhu práce.

Konkrétnym cieľom spolupráce s výrobcou nábytku - firmou Vital, a. s. - bolo formovanie profesionálnych schopností dizajnéra, osvojovanie si klasických aj elektronických médií pri navrhovaní, základov tímovej práce... Vďaka otvorenosti a pochopeniu vedenia firmy, menovite vedúceho projektu Ing. arch. Jána Šubjaka, sa nám podarilo hľadať tvorivé, ale reálne riešenia nábytku, bez prízemného myslenia výlučne na materiálny profit.



Peter Chládek:

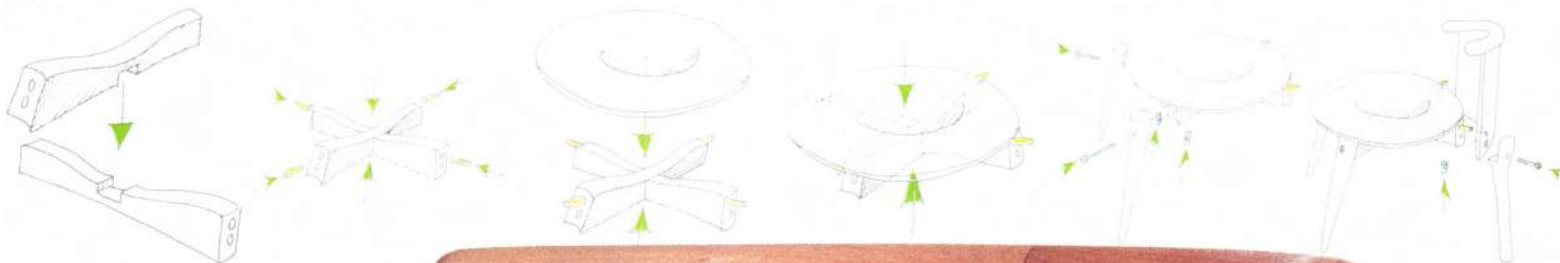
V súčasnosti je vo svete čoraz viac firiem, ktoré obchodujú s duševným vlastníctvom. Tento druh podnikania vyžaduje mimoriadne nároky na flexibilitu pracovníkov a zariadenia pracoviska. Samotnému špecifikovaniu zadania úlohy predchádzal marketingový prieskum firmy Vital, ktorý takisto ukázal na skutočnosť, že idea kancelárie, ktorá sa zakrátko môže zmeniť na rokovaciu miestnosť, je aktuálna. A tak sa zrodil koncept priestorového pracoviska, v ktorom môže byť dostatočný priestor aj na zariadenie kancelárie, aj na zasadačku. Celý projekt zohľadňoval technologické možnosti firmy, počítačová skrinka je vyrobená štandardnými technológiami z drevotriesky povrchovo upravenej laminom. Korpusy skriň môžu byť celodrevené alebo kombinované s hliníkovým rámom, ktorý ponúka výrobný program firmy Oktagon. Skrinky obsahujú výškovo nastaviteľné a výsuvné poličky, a tak je možné ich prispôbovať rôznym počítačovým zostavám.

Katedra designu, odd.

5. roč.: Nábytok pre Vital
Pedagóg: doc. Ferdinand Chrenka

Peter Chládek





Miroslav Chovan

5. roč.: Univerzálna demontovateľná stolička

Katedra dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov, Drevárska fakulta, TU Zvolen
Pedagóg: doc. Ing. Štefan Schneider, CSc.

DE SIGNUM

Miroslav Chovan:

Stoličku som si zvolil ako tému svojej diplomovej práce z viacerých dôvodov. Zaujala ma predovšetkým z hľadiska svojich symbolických významov, ale aj ako najčastejšie používaný kus nábytku s najstaršou históriou. Je to dôležitá súčasť interiéru, s ktorou má z hľadiska fyzického kontaktu užívateľ najtesnejší kontakt. Kritériami mojej práce bolo urobiť stoličku priemyselne vyrábateľnú, z minimálneho počtu dielcov, demontovateľnú, jednoduchú konštrukciu a tvarovo vyriabilnú.

Pri riešení konečnej podoby stoličky som rešpektoval viaceré podmienky, ku ktorým treba zaradiť okrem typologických a ergonomických aj ekologické, bezpečnosť, rozsah materiálov, technológiu, cenu výrobku a iné. V dizajne stoličky priznávam konštrukciu a využívam ju na výtvarné riešenie detailov. Konštrukcia je demontovateľná, zvyhodňuje variabilitu a prepravu medzi výrobcou a zákazníkom.

Základnú koncepciu tvoria: krížový lub (Bk-masív) s nalepeným kruhovým sedákom (tvarovaný PDP materiál), ktorý sa cez skrutku a valček so závitom spojí s prednými kónickými a zadnými nohami cez operadlovú časť.

doc. Ing. Štefan Schneider, CSc.:

Práca M. Chovana vznikla ako diplomová práca, ktorá reprezentuje študijný program katedry dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov zameraný na teoretické a praktické problémy v dizajne nábytku a následného realizačného procesu vrátane obchodnej sféry.

Systémový prístup k riešeniu diplomového projektu „Návrh série demontovateľných stoličiek prispôsobiteľných požiadavkám zákazníkov“ vychádza z analýz z oblasti vývoja, výroby a použitia uvedeného produktu v podmienkach hromadnej výroby. Metodika práce v procese výučby teórie je smerovaná k prepojeniu v praxi, čo umožňuje absolventovi reagovať na konkrétne požiadavky výrobcu nábytku a rešpektovať materiálové, konštrukčné a technologické podmienky výroby.

CENA ČASOPISU DE SIGNUM 1998

Foto: Peter Steiner



Rastislav Granec

3. roč.: Uhlová brúska

Katedra priemyselného dizajnu, Fakulta architektúry, STU Bratislava
Pedagóg: doc. akad. soch. Peter Lehocký

Rastislav Granec:

Témou bola uhlová brúska bez určenia veľkosti. Rozhodol som sa urobiť menšiu brúsku pre domácich kutilov, prístupnejšiu ľuďom a tvarovo jemnejšiu. Nikdy som s týmto nástrojom nepracoval, a tak mi bol dosť vzdialený. Urobil som si rešerš ponuky v obchodoch a ako sa kde pracuje. Upozornili ma, že nástroj dosť vibruje, tak som sa zameral na lepšie uchytanie brúsky, aby sa dobre držala aj menej zdatnému kutilovi. Začal som kresliť - najprv som nástroj ponímal ako nejakú drsnú vec, ktorá pôsobí odstrašujúco. Napr. ako nôž so žraločími zubami. Potom som zistil, že to predsa len musí byť čosi jemnejšie. Vznikol valec, ktorý sa ohýňa v kĺbe do pracovnej časti. Boli isté ťažkosti, napr. pri riešení odvetrania motora. Navrhnutá brúska sa dá použiť ako stolová, keď sa odníme rúčka, môžu ju používať aj ľaváci. Vychádzal som z minimálnych rozmerov motora, ktoré určili veľkosť brúsky. Farba je sivá, neutrálna, gombíky oranžové kvôli výraznosti. Vibrovanie dostalo podobu cyklických vibrácií na povrchu valca, na uchopenie je to veľmi príjemné a korešponduje to s otvormi. Stačí brúsku držať jednou rukou.

Išlo mi o to, aby som predmet zľudštil, dal mu trochu poézie, hoci je ťažké hovoriť o brúske poeticky. Jednoducho som chcel dať funkcii nejaký výraz, dramatickosť, zdôrazniť ju, ale v bezpečnej a priateľskej podobe.



doc. akad. soch. Peter Lehocký:

Práca L. Graneca v súlade s programom našej katedry predstavuje časť, ktorá pravidelne vyplňa prvý semesť tretieho ročníka. Študenti majú v tom čase za sebou skúšky zo základov technických disciplín, a teda sú predpoklady, že i vedomosti sú zodpovedajúce riešeniu problému, ktorý v sebe nesie adekvátnu mieru technického problému. Takto dostávajú študenti po prvý raz možnosť stretnúť sa s konkrétnym zadáním, ktoré obsahuje systém pohybových mechanizmov vo vnútri zariadenia a jeho využitia (využitie výsledku riešenia) tiež smeruje k vykonávaniu danej pracovnej činnosti. Teda ide o riešenie, ktoré cielavedomo prináša návyk a určitú mieru skúsenosti s prostredím, ktoré dizajnér práve v oblasti dizajnu strojárskych technológií potrebuje pre svoj ďalší rast. Sú všetky predpoklady, že tieto skúsenosti sa dajú dobre uplatniť aj v dizajne predmetov spotrebného charakteru, pretože i tu sa čoraz viac využívajú výsledky technologického vývoja. V konečnom dôsledku, keďže naša katedra je súčasťou technickej univerzity, tento program je úplne v súlade so základným zameraním celej univerzity.



Erik Veselý

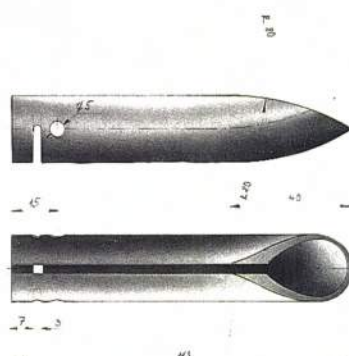
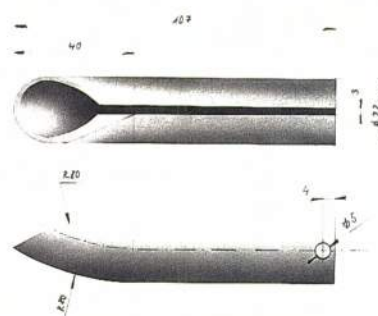
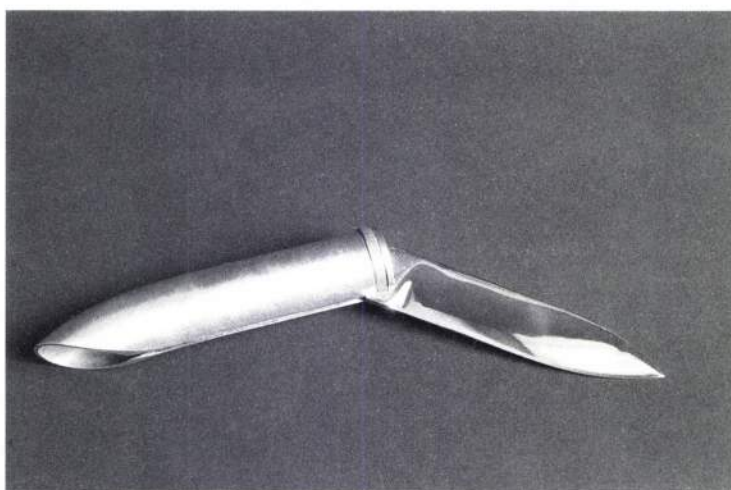
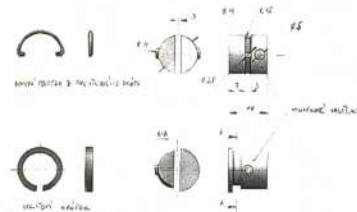
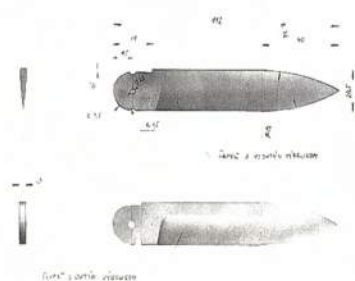
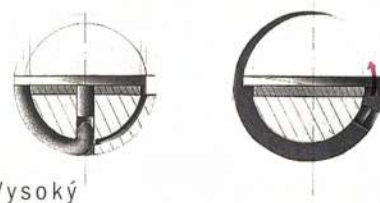
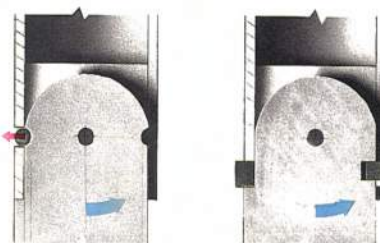
3. roč.: Vreckový nožík

Katedra designu, Strojnícka fakulta, TU Košice

Pedagóg: akad. soch. Marián Leško, Ing. Marián Vysoký

Erik Veselý:

Téma „Výrobný program pre podniky v regióne“ mi umožnila vybrať si podnik Sandrik Štós, a. s., mne dôverne známy, s výrobným programom blízky tej oblasti dizajnu, ktorej by som sa chcel v budúcnosti venovať. Oslovil som vedenie podniku, ktoré mi vyšlo v ústrety. Umožnili mi realizovať semestrálny projekt v priestoroch podniku a prislúbili mi odbornú a materiálnu pomoc. Dohodli sme sa na vzájomnom rešpektovaní technologického zázemia podniku a môjho dizajnérskeho riešenia. Moja práca vyústila do návrhu vreckového nožíka, ktorý som realizoval vo forme dvoch prototypov. Nôž je navrhnutý tak, aby sa dal vyrábať v Sandriku Štós. Jeden z dvoch vyhotovených variantov nožíka má nový spôsob zaistovania čepele. Rukoväť je z hliníkovej rúrky, čepeľ z antikora. Nožík je určený na bežné použitie pre široký okruh spotrebiteľov. Je k nemu vypracovaný predbežný technologický postup výroby a stanovená predbežná cena.



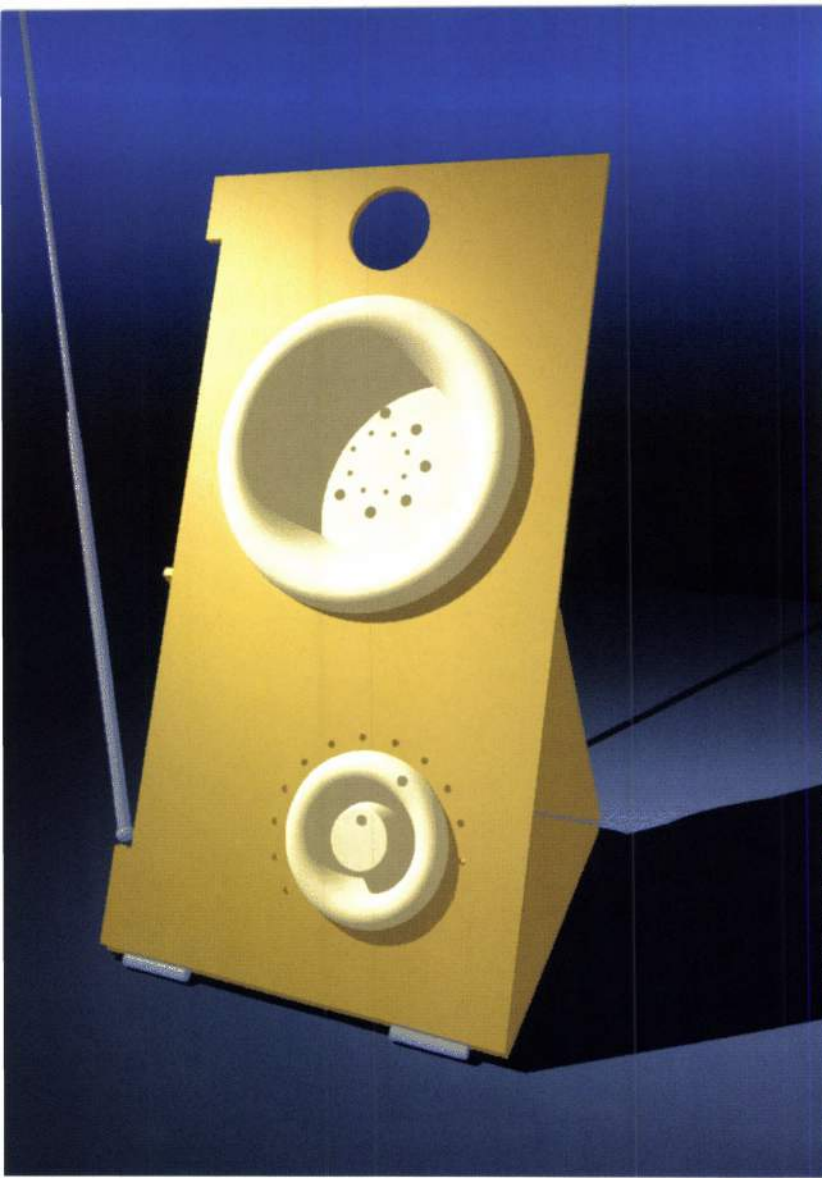
DESIGNUM

CENA ČASOPISU DE SIGN UM 1998



doc. Ing. Jaroslav Jarema, CSc.:

Práca E. Veselého vznikla v rámci programu našej katedry podporovať malé a stredné podniky regiónu východného Slovenska. Týmto programom sa chceme aktívne podieľať na rozvoji podnikateľských aktivít v oblasti výroby finálnych výrobkov v našom prostredí, ktoré je skôr známe ako dodávateľ materiálov priemyselných komponentov pre výrobcov v západnej časti krajiny a pre vyspelý európsky trh. V tomto trende chceme v nových podmienkach pôsobenia katedry dizajnu ako súčasť Fakulty úžitkových umení TU v Košiciach (od 1. 10. 1998) ešte výraznejšie pôsobiť tak, aby absolventi odboru dizajn boli v nariadenom smere univerzálnejšie pripravovaní pre široké pole pôsobnosti v podnikoch a inštitúciách nášho regiónu i za jeho hranicami.

**Ivan Šveda:**

Rádio vzniklo ako semestrálna práca na tému čierna elektronika - plastové prehrávače. Na začiatku vyzeralo celkom inak: doska s koženými vačkami, kde boli schované reproduktory, ktoré sa dali vytiahnuť. Keď som ho postavil, zdalo sa mi príliš veľké s množstvom rôznorodých prvkov - drevo, koža, plast. Ukázalo sa, že všetky časti rádia môžu byť „nabalené“ priamo na drevenej doske, aby sa dala vyjadriť podtéma práce - minimalizmus. Rádio možno postaviť aj do zápalkovej škatuľky, minimalizovať ho, len treba zvoliť vhodnú formu, aby vystihovalo myšlienku. Vychádzal som z doštičky, ktorú bolo treba postaviť do priestoru, a tak som ju rozdelil na podstavu s nožičkami, opierku a základovú dosku. Na ňu sa preniesli základné súčasti, ktoré rádio musí mať: reproduktor, ovládače, anténu, výrez v dreve kvôli kompaktnosti, jednoduchosti. Otvory umožňujú zavesiť rádio kdekoľvek, ako napr. rádiá zo 60. rokov, ktoré mali koženú rúčku a chodilo sa s nimi do prírody.

Zameriavam sa na výraz vecí, aby moja myšlienka mala náležitú formu. Rádio predstavuje alternatívu čiernej elektroniky. Hoci priamo neuvažujem o technických záležitostiach, rádio sa dá postaviť.

CENA ČASOPISU DE SIGN UM 1998

Foto: Peter Steiner



Ivan Šveda

4. roč.: Rádio
Katedra designu, odd. product designu, VŠVU Bratislava
Pedagóg: doc. František Burian

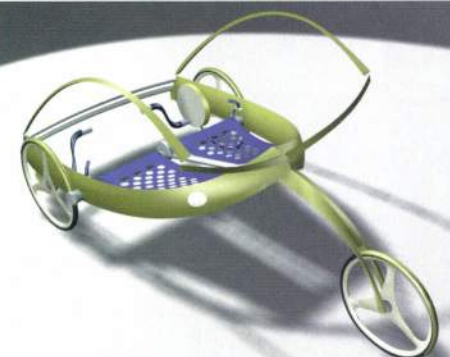
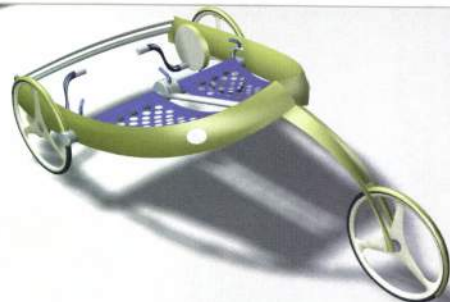
**doc. akad. soch.****František Burian:**

Práca I. Švedu vyjadruje program ateliéru, resp. to, čo sa snažím u študentov stimulovať: aby premýšľali iným spôsobom, aby zámerne hľadali problém a vyjadrovali zo svojej pozície generačný názor, a tiež aby sa snažili o určitú kritickosť. Nie v tom zmysle navrhovať „ešte viac a ešte estetickejšie“, ale hľadať, či to má zmysel, či sa dá ešte nájsť medzierka v spotrebnom tovare, a keď áno, tak prečo. Tu je pokus o silne individualistický, iný prístup, jasne formulovaný v generačnom uvedomení si: je to rádio pre mňa, pre mladú generáciu, a preto je variabilné, materiálovou skladbou vyjadruje kontrast voči štandardnej produkcii. Je to solitérny netradičný spôsob riešenia produktu, nie je ten tzv. autorský objekt, ktorý môže byť silne individualistický. Je to príklad produktu, ktorý sa dá vyrábať vo veľkej sérii. Týmto riešením vlastne vyjadruje do určitej miery filozofiu tohto ateliéru.



Štefan Tóth

5. roč.: Dré, rekreačná trojkolka pre dvoch
Katedra priemyselného dizajnu, Fakulta architektúry,
STU Bratislava
Pedagóg: doc. akad. soch. Peter Lehocký



UZNANIE ČASOPISU DE SIGN UM 1998



Štefan Tóth:

Dré je štúdiou dvojmiestnej trojkolky na ľudský pohon. Určená je na využívanie vo voľnom čase na oddychových voľných plochách, kde sa bicykluje. Podobné vozidlá na ľudský pohon, ktoré poznám, sú zväčša mohutné kvôli bezpečnosti a človek sa v nich cíti ako v kletke, alebo nie sú bezpečné a pohodlné. V mojom riešení som chcel práve skĺbiť tieto požiadavky - bezpečnosť, pohodlnosť a voľnosť. Snažil som sa teda vytvoriť dopravný prostriedok, v ktorom by bol čo najmenej rušený kontakt medzi pasažierom a prostredím. Koncepcia tvarovani zabezpečuje voľný výhľad dopredu i do strán. Sedadlá sú umiestnené rovnocenne vedľa seba. Keďže trojkolka má ľudský pohon, všetky časti sú riešené čo najúspornejšie, čo sa týka hmotnosti.

Trojkolka je sklopná, a to kvôli lepšiemu parkovaniu a jednoduchšiemu nastupovaniu a vystupovaniu. Sedadlá sú z pružných plátov navinutých na priečne stĺpy konštrukcie. Navíjanie zabezpečuje polohovateľnosť sedadiel. Poháňané sú predné kolesá, riadené je zadné. Strecha môže byť skladacia alebo pevná. V prvom prípade sa výstuž strechy vyskladá z hornej časti rámu trojkolky. Plachtová strecha je zrolovaná pod sedadlami. Pevná strecha je odnímateľná ako celok.

európska cena za remeslo orientované na dizajn

Výstavný palác Harrach v centre Viedne bol 20. septembra 1998 svedkom slávnostného udeľovania cien 1. ročníka súťaže Európska cena za remeslo orientované na dizajn. V nádherných priestoroch paláca sa predstavilo šesť ocenených a ďalších 35 vybraných tvorcov spomedzi stoviek prihlásených autorov, ktorých vyberali národné poroty členských krajín Európskej únie. Inštalácia výstavy mimoriadne citlivo zohľadnila charakter jednotlivých autorských projektov. Osvetlenie a farebná harmónia architektonického riešenia výstavy vyzdvihli krásu materiálu, precíznosť remeselnej práce, ideu a vytvárali z jednotlivých objektov priam „šperky“.

Na pozadí tohto sviatočného zážitku pre milovníka krásy remesla a myšlienky však nestoja len estetické ciele. Je to zrejmé zo spolupráce vyhlasovateľov súťaže Svetovej rady remesiel - Európskeho výboru (WCC - E) s Európskou asociáciou remesla, malých a stredných podnikov (UEAPME - skratka francúzskeho názvu organizácie), ktorá sa stala podporovateľom tejto súťažnej prehliadky. Táto organizácia združuje 6 miliónov spoločností, čo predstavuje 30 miliónov zamestnancov v štátoch Európskej únie. Uvedomenie si významu tejto ekonomickej sily prebiehalo na pôde organizácie od začiatku 90. rokov, hoci firmy s orientáciou na remeslo a dizajn predstavujú len 10 % ľudského potenciálu UEAPME, a vyústilo do rozhodnutia podporovať organizovanie medzinárodnej súťaže WCC. Remeslo sa

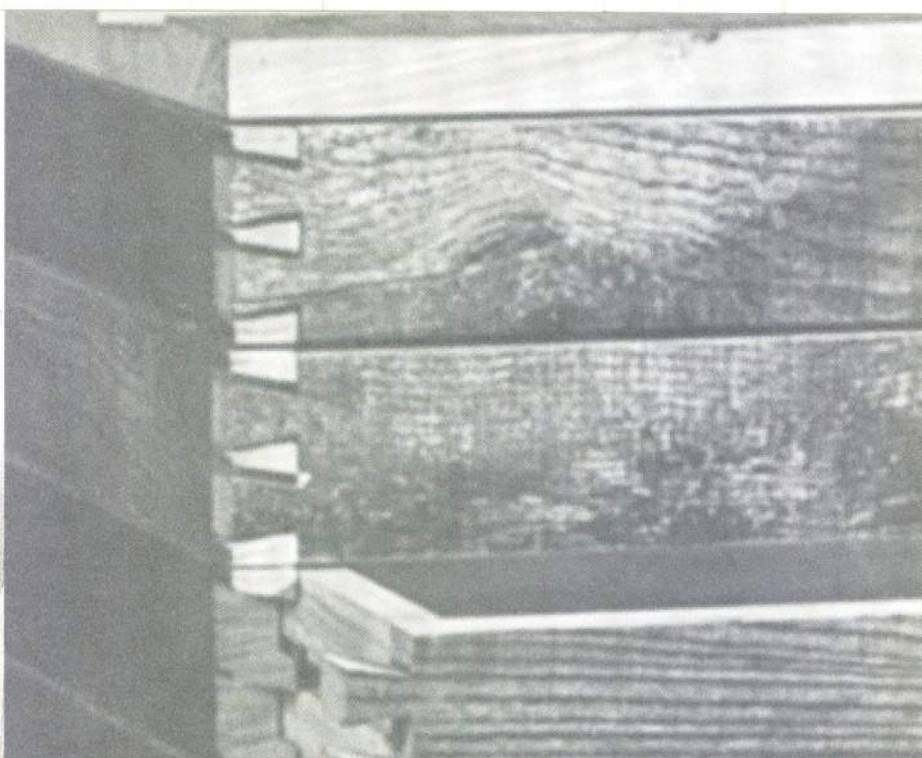
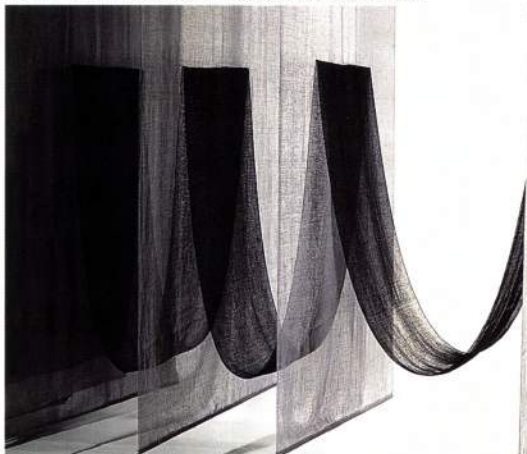


David Huycke: Súprava 7 mís. Striebro, 30 x 7 cm.

Paula Bartronová: Modrá mriežka.
Sklo, pieskovanie, 45 x 55 cm.



Dorte Behnová: Priestorový objekt.
Dvojité tkanie, ľan, 275 x 160 x 600 cm.
HLAVNÁ CENA V KATEGÓRII TVORCOV NAD 35 ROKOV.



Michael Rowe: Nádoba.
Meď, zlätene, 43 x 25 x 25 cm.



Anton Farthofer: Príborník. Drevo, 80 x 90 x 38 cm.

dnes nechápe len ako kultúrna či národná hodnota, ktorú treba ochraňovať. Remeselná výroba historicky predchádzala vzniku priemyselnej produkcie, no v súčasnosti predstavuje živý zdroj umeleckej a technickej inovácie. Tento nahromadený tvorivý potenciál možno inšpiratívne aplikovať vo flexibilných konceptoch výroby orientovanej na individuálneho užívateľa na pôde malých a stredných podnikov. Význam takto chápaného fenoménu umeleckého remesla v súčasnosti podčiarkla aj účasť Hannesa Farnleitnera, rakúskeho ministra hospodárstva a a prezidenta Európskej komisie ministrov pre malé a stredné podniky, ktorý otváral výstavu.

Viedeň nebola vybraná náhodou ako miesto prvého predstavenia sa výsledkov novej súťaže WCC. Veď Rakúšanovia už desať rokov organizujú vlastnú súťaž umeleckého remesla orientovaného na dizajn, majú dobré skúsenosti s podporou tejto tvorby, ale aj vynikajúce výsledky. Svedčí o tom napr. aj ocenenie pre Antona Farthofera v kategórii tvorcov do 35 rokov za kolekciu nábytku.

Súťaž WCC je určená len pre členské štáty Európskej únie, a tak je pre slovenských tvorcov podnetný účinok súťaženia tohto druhu (zatiaľ) uzavretý. Biennálny charakter podujatia však môže v budúcnosti znamenať príležitosť aj pre nich.

(en) Foto: archív redakcie

GOLD PACK

súťaž o najlepší obal roka

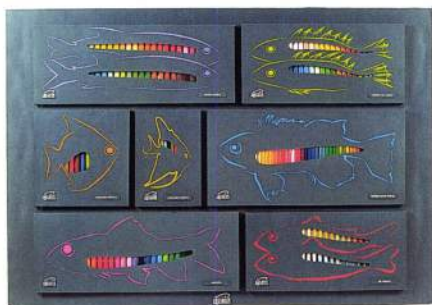


Foto: Juraj Velebír, Jana Hojstríčková (Aquarius) a archív A 21

Držiteľka ocenenia GOLD PACK '96 a následne aj ocenenia vo svetovej súťaži WORLDSTAR Andrea Pokorná obohatila tento ročník súťaže návrhom **obalového programu kolekcie potrieb pre výtvarné činnosti**. Prototyp pod názvom **AQUARIUS** je zaujímavým príkladom riešenia nielen tvaru a kompozície obalov, ale aj grafiky, ktorá je zjednocujúcim prvkom pre ďalšie elementy vizuálneho grafického štýlu firmy. Aplikáciou jednotnej farebnosti a grafiky autorka dokumentovala možnosť riešenia loga, vizitiek, listového papiera a pod. Pri grafickom riešení a farebnosti vychádzala zo sveta rýb, čo vtipným a pre užívateľa atraktívnym spôsobom využila aj pri kolekcií obalov.

Ako hodnotiť obal

V roku 1998 som bol prizvaný do odbornej hodnotiteľskej komisie súťaže GOLD PACK. Túto nomináciu som prijal s potešením, lebo som presvedčený, že vizuálna informácia a posolstvo o obsahu obalu, ktoré tlmochia reč grafického dizajnéra, je dôležitou zložkou kritérií hodnotenia obalu. Som rád, že k hodnoteniu kvality obalu prispieva aj práca grafika - dizajnéra, ktorý dopĺňa nezanedbateľnú zložku celkovej kvality obalu - vizuálnu informáciu. Podobne ako iné kritériá, ktoré musí obal spĺňať (ekologické, hygienické, transportné, ekonomické a pod.), musí znieť aj nemenej prísne požiadavky na kritériá estetické a vizuálne. Tie majú za úlohu informovať o obsahu obalu, o rôznych posolstvách výrobcu smerom ku konzumentovi, o trvanlivosti obsahu, jeho kvalite, aplikácii a použití výrobku, jeho cenovej kategórii a pod. Grafik tvorí tieto informácie na základe požiadaviek klienta a svojich profesionálnych hľadísk. Posudzuje vhodnosť a účinnosť použitej typografie a obrazovej zložky, hierarchiu a dôležitosť informácií a výpoveď vizuálneho posolstva vzhľadom na obsah obalu. Súčasne vytvára aj estetickú a výtvarnú stránku zadania ako neoddeliteľnú zložku celkovej vizuálnej informácie o obsahu, ktorý obal v sebe skrýva. Aj v tomto prípade platí, že forma a obsah musia tvoriť jednotu. Výsledok však vždy závisí od profesionálnej kvality dizajnéra. Požadované informácie výrobcu o výrobku + obal (spĺňajúci všetky požadované kritériá) + kvalitný, profesionálny grafický dizajn = výborné hodnotenie obalu ako celku.

Zoltán Salamon

GOLD PACK '98

Margita Michlíková

Stalo sa už tradíciou, že hlavný organizátor medzinárodného veľtrhu PRINTING reklamná agentúra A-21, s. r. o. v Bratislave, obohacuje toto podujatie radom sprievodných akcií. Jednou z nich je prestížna súťaž o najlepší obal roka GOLD PACK, ktorá v tomto roku oslávila štvrté výročie. GOLD PACK má štatút národnej súťaže, čo umožňuje prihlásiť ocenené exponáty do európskej a svetovej súťaže obalov EUROSTAR a WORLDSTAR.

Výsledky súťaže GOLD PACK '98

■ KATEGÓRIA A - OBALOVÉ PROSTRIEDKY

Prepravný obal na ovocie

(Turpak Obaly, a. s., Martin)

Kolekcia polotovarov v prášku

(B. M. Kávoviny, s. r. o., Sered')

Obalová fólia TATRAFW TWM/S

(Chemosvit, a. s., Svit)

Súbor výstavných a predajných obalov Condomi

(Livonia, s. r. o., Bratislava)

Obal na pančuchy Linora

(Grafobal, a. s., Skalica)

Obal na porcelánový servis Cuisinart

(Adut, a. s., Skalica)

OBALOVÉ PROSTRIEDKY - NÁVRHY PROTOTYPOV

Obalový program pre kolekciu farieb - Aquarius

(IdeA Image design, Andrea Pokorná, Malacky)

Obaly na hračky Carlo

(Karol Krčmár, Bratislava)

Fľaša Juliana

(TS-Pack, s. r. o., Bratislava)

■ KATEGÓRIA B - BALIACE STROJE

Poloautomatické rámové zväracie stroje do fólie

DEM - séria SP 4000

(Ingotto, s. r. o., Bratislava)

TURPAK, Obaly, a. s., Martin, známy výrobca obalov z lepenky, prišiel do súťaže s **prepravným obalom na ovocie**. Nelepený obal z 5-vrstvovej lepenky je plne recyklovateľný. Služí na prepravu rôznych druhov ovocia a zeleniny. Porota ocenila nenáročnosť výroby, zodpovedajúce tvarové i grafické riešenie. Prednosťou obalu je jednoduchá skladateľnosť, dostatočná pevnosť a možnosť stohovania. Je využiteľný pre veľkospotrebitel'ov i malospotrebitel'ov.



Ako náhradu celofánovej fólie na balenie cukríkov priniesol Chemosvit, a. s., Svit novinku - **obalovú fóliu** s nánosom laku, ktorý je spájateľný za studena. Vo vývojovom rade fólií z Chemosvitu bol tento materiál vyvinutý na špeciálny účel - mašličkové balenie. Fólia je metalizovaná, potlačená výrazným vzorom.



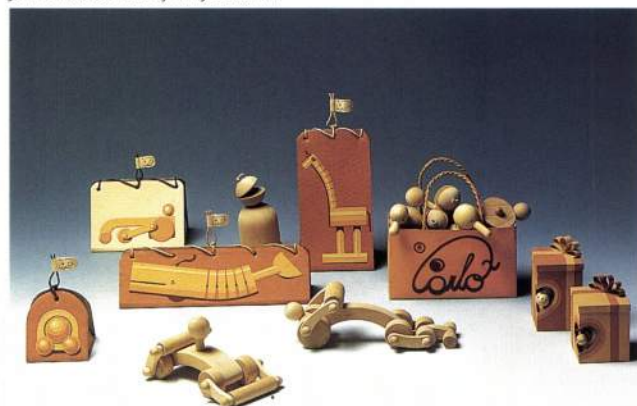
Príkladom jednoduchého a čistého riešenia bol **CUISINART - obal na porcelánový servis** Adut, a. s., Skalica. Do súťaže bola predložená séria účelových spotrebiteľských obalov jednoduchého tvaru s adekvátnym grafickým riešením, ktoré informuje o obsahu. Spoluhlivo je zabezpečená aj ochrana krehkého tovaru proti poškodeniu vnútri obalu.

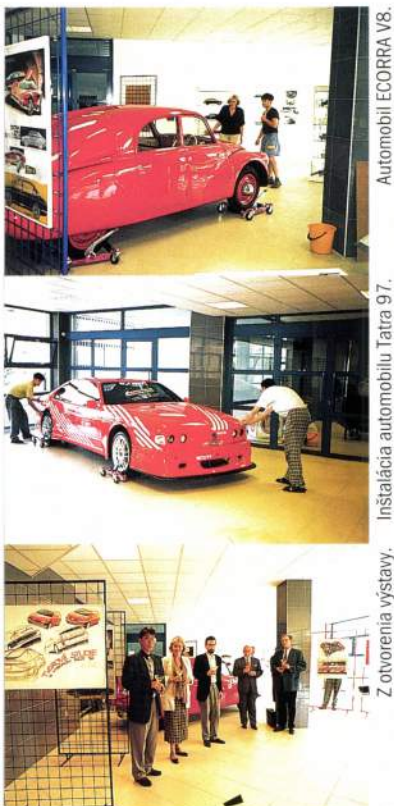


V kategórii prototypov zaujal obal zo skla **fľaša JULIANA** (TS-Pack, s. r. o., Bratislava). Zaujímavo tvarovaná fľaša v rôznych farebných vyhotoveniach môže slúžiť ako darčkové balenie špeciálnych liehovín. Po spotrebovaní obsahu sa môže využiť ako váza.



Ďalší príklad netradičného riešenia predstavil dizajnér Karol Krčmár. „Obliekol“ svoje hračky do výtvarne riešených obalov, ktoré ich posúvajú do polohy darčkového predmetu pre malých i veľkých. Materiálové a farebné stvárnenie je v súlade s drevenými výrobkami.





Automobil ECORRA V8.

Inštalácia automobilu Tatra 97.

Z otvorenia výstavy.

MÚZEUM TATRA



Bezbariérový pohyb múzeom po rampách je doplnený čiastočne i výťahom pre vozíčkárov.



Pohľad na budovu múzea na kopřivnickom námestí.

Jana Pauly

Nové múzeum „Tatra“, teraz Technické múzeum v Kopřivnici, nevzniklo na zelenej lúke. Mesto zadalo konkrétnu úlohu: vyriešiť nedokončenú stavbu pôvodne viacúčelového kultúrneho domu na kopřivnickom námestí a premeniť ju na múzeum, ktoré sa malo otvoriť k stému výročiu začatia výroby prvého osobného automobilu v Čechách. Vzhľadom na šibeničný termín zvíťazil variant dostavby.

Nový komplex, spájajúci starú a novú časť, nedáva tušiť obmedzenie autorov projektu. Z múzea priam vyžaruje neuveriteľné nadšenie a elán autorského tímu: architekta Miloša Kučeru, dizajnérov Evžena Schollera a Pavla Škarku, grafika Aleša Stanovského, ktorí vymýšľali rôzne finesy pod odborným vedením muzeologičky Dr. V. Tomolovej, a pracovné nasadenie stavebnej firmy pod vedením Ing. V. Martinaka a Ing. P. Zajíca. Doslova z trosiek budovy dokázali vybudovať jedno z najmodernejších a najkvalitnejších múzeí v Českej republike. Samotná budova múzea plynulo nadviazala svojou fasádou na už fungujúci kultúrny dom obrátený do pešej zóny námestia. Zároveň bolo potrebné rešpektovať susedný dominantný vertikálny objekt hotelu Tatra. Autorom projektu sa to podarilo zdôraznením horizontálnych línii múzea. Zakončuje ich radikálna diagonála čiastočne presklenej strechy múzea, ktorá dynamicky spadá na plochu trávnik parkovej úpravy námestia. Istým osviežením je zelený náter šikmej časti strechy budovy, príjemne korešpondujúci s trávnikom, a v nej oceľový raster pásového presklenia, ktorý podčiarkuje nety-



Záber z hlavnej haly osobných automobilov s najznámejšími Tatrami 77a, 87 a 97.



pické riešenie tejto časti strechy. Kontrast farebného riešenia bielych plôch fasády múzea s modrou farebnosťou oceľovej konštrukcie pásových okien je osviežením inak farebne trízvej architektúry námestia.

Budova múzea korunovaná stĺpom s logom múzea, pripraveným k bočnej fasáde domu, upútava pozornosť, navodzuje pocit čistoty a ľahkosti a pripomína funkcionalistické domy z obdobia 30. rokov. Dobre zvolenou dominantou múzea je jediný zachovalý vozeň legendárnej Slovenskej strely, akoby vychádzajúci oproti návštevníkom múzea. Je chránený prístreškom z ľahkej konštrukcie vo farbe exponovaného vozňa. Môžeme potvrdiť, že nočné osvetlenie tohto solitérneho exponátu ho povýšilo na jedinečný symbol stream-línie elegancie polovice 30. rokov.

Do múzea sa vstupuje kaskádovým schodiskom, ktoré nenásilne orientuje návštevníkov k vstupu do objektu zakomponovaného v blokoch pre záhradnú úpravu. Nezabudlo sa ani na naklonenú rampu, ktorá návštevníkom umožňuje bezbariérový prístup a úplne prirodzene prechádza celým múzeom. Dopravu exponátov na jednotlivé podlažia zabezpečuje nákladný výťah, ku ktorému je prístup zo zadného traktu budovy múzea.

Prehľadné a racionálne členenie interiéru múzea dobre oddelilo návštevnícku a prezentačnú zónu od kancelárskych a pracovných priestorov. Dostatočne dimenzovaná vstupná hala pôsobí priateľsky i s informačným pultom, ktorý zároveň plní funkciu malého predaja. Naň plynulo nadväzuje šatňa so zónou na odpočívanie a hygienickým zariadením. Toto príjemné múzejné entrée ústi do široko otvoreného vstupu do expozíčných priestorov, ktorého mierne tajuplný, dynamickou profiláciou a lesklým materiálom umocnený znížený strop navodzuje v návštevníkoch atmosféru slávnostného očakávania. Návštevník nie je sklamaný, pretože cestu múzeom tvorí farebne a materiálovo príťažlivý priestor, vyznačujúci sa nenápadnou kultivovanosťou. Chronologické radenie expozície s jednoducho nainštalovanými exponátmi, prerušované aranžovanými scénami, odráža trend expozícií svetových múzeí. Vynikajúcu úroveň má hlavná hala s galériami, ktorých priestor je členený oceľovými konštrukciami navodzujúcimi atmosféru technického pro-

stredia, kde sú umiestnené osobné autá a lietadlá. Tak sa podarilo vytvoriť charakteristický výstavný priestor technicky zameraného múzea. Rovnako je riešená aj hlavná výstavná hala s nákladnými automobilmi, kde opäť dominujú nosníky a stĺpy ocelevej konštrukcie. Jednotlivé expozíčné finesy s výrazným umiestnením a nasvetlením dôležitých exponátov podčiarkujú noblesu celej inštalácie. Na priestorovú orientáciu v značne členitom interiéri a na označenie exponátov bol graficky veľmi umne použitý transparentný akrylát.

Vynikajúca odborná príprava expozície v súlade s kvalitou interiéru, kde nablýskané automobily zdôrazňujú tvarovú aj faktickú čistotu, vyvoláva priaznivý dojem z Technického múzea v Kopřivnici.

Múzeu nechýba ani priestranná, zo všetkých strán presklená výstavná hala na príležitostné akcie v prízemí múzea, ktorá doslova láka okoloidúcich, aby do nej vstúpili.

Prvou odborne zameranou výstavou bola reprízovaná výstava z NTM v Prahe „Dizajn osobných automobilov Tatra“, pôvodne doplnok dvojdnového odborného seminára k 100. výročiu výroby osobných automobilov značky Tatra. Pri príprave seminára a výstavy začiatkom roku 1997 sme ešte netušili, že sa obe akcie stanú skutočnou bodkou za výrobou tatrovákych osobných automobilov.

Plocha výstavnej haly a technické zázemie múzea nám dovolila doplniť výstavu o dva automobily. Jedným bola reštaurovaná Tatra 97, ktorú zapožičala firma ECORRA Kopřivnice. Druhým, nie menej obdivovaným exponátom bol automobil ECORRA V8, skonštruovaný na to, aby prekonal český rýchlostný rekord roku 1996. Jeho karosériu navrhol dizajnér-amatér Josef Hrazdára z Trutnova.

Pôvodná výstava prezentovala prácu konštrukčných tímov a dizajnérov Hansa Ledwinka a Ericha Ubellackera, Františka Kardausa, Zdenka Kovára, konštrukčného tímu pražskej kancelárie Tatra pod vedením Ing. Popeláča, Otakara Diblíka a bratislavského konštrukčného strediska vedeného Ing. V. Mičíkom. Z prác za posledných 10 rokov sa tu objavil výber projektov od Václava Krála, Jiřího Španihela, Pavla Huška, Vlastislava Výborného a Geoffa Vardla, redizajn áut Tatra študentov VŠUP Praha, VÚT a FAVU Brno a ČVUT Praha.

Výstava, ktorú tvoril výber dizajnerských skíc, fotografie a modely, predstavila návštevníkom vývojovú líniu tvarov osobných tatroviek od 30. rokov až do konca jej výroby. Všetky aspekty odbornej kvality múzea, vrátane neodmysliteľného bezbariérového systému v múzeu, zaraďujú tento objekt nielen k najlepším českým múzeám, ale tiež medzi elitu európskych odborne zameraných múzeí.

V hale úžitkových a nákladných automobilov sa nachádza aj skriňová Tatra 805, s ktorou absolvovali Zikmund a Hanzelka poslednú výpravu.



Replika pôvodného a prvého osobného automobilu Prezident z roku 1897.



P. S.: V priebehu tohto roku sa oddelilo múzeum od neprosperujúceho výrobného podniku TATRA, a. s., ktorý Ing. L. Soudek obetoval na zaplatenie dlhov za jemu bližšiu Škodu Plzeň, a súčasne bol zmenený štatút múzea na všeobecne prospešnú spoločnosť, prvú svojho druhu v Českej republike (pozn. autorky).

V DŇOCH 1. – 9. OKTÓBRA 1998 SA V HLAVNOM MESTE DÁNSKA KONALI DNI BRATISLAVY. NOSNOU ČASŤOU BOLI TRI VÝSTAVY V PRIESTOROCH RADNICE KODANSKEJ ŠTVRTE FREDERIKSBERG. TÁTO ŠTVRŤ S BOHATÝMI KULTÚRNymi TRADÍCIAMI JE ADMINISTRATÍVNE SAMOSPRÁVNou JEDNOTKOU S CENTRÁLNOU POLOHOU V KODANI. HISTORIZUJÚCA BUDOVA RADNICE SO STOMETROVOU VEŽOU MÁ ÚSTREDNÚ PRIESTRANNÚ HALU, KTORÁ SA VYUŽÍVA NA KULTÚRNE PODUJATIA. DNI BRATISLAVY VZNIKLI V SPOLUPRÁCI MAGISTRÁTU MESTA BRATISLAVY A SPRÁVY KOMÚNY FREDERIKSBERG, PRIČOM PO ORGANIZAČNEJ STRÁNKE POMOHLÓ AJ SLOVENSKÉ VELVYSLANECTVO V KODANI. VÝSTAVNÁ PREZENTÁCIA SA SKLADALA Z NASLEDUJÚCICH EXPOZÍCIÍ: NAJKOMORNEJŠOU BOLA KULTÚRNO-HISTORICKÁ VÝSTAVA O HLAVNOM MESTE SLOVENSKA, KTORÚ PRIPRAVILO MESTSKÉ MÚZEUM V BRATISLAVE. DRUHOU VÝSTAVOU BOLI ILUSTRÁCIE DETSKEJ LITERATÚRY Z MAJETKU GALÉRIE MESTA BRATISLAVY TRETIA VÝSTAVA MALA NÁZOV DIALÓGY A BOLA PREZENTÁCIou SLOVENSKÉHO ÚŽITKOVÉHO UMENIA, UMELECKÝCH REMESIEL A DIZAJNU. AUTORKAMI BOLI JÚLIA KUNOVSKÁ A KATARÍNA HUBOVÁ V SPOLUPRÁCI SO SLOVENSKÝM CENTROM DIZAJNU. JÚLIA KUNOVSKÁ BOLA AJ AUTORKOU ORIGINÁLNEHO INŠTALAČNÉHO RIEŠENIA.

dialógy v Kodani

Lubica Pedersenová

„Výstava Dialógy bola jedným z veľkých a príjemných prekvapení medzi kultúrnymi podujatiami jesennej Kodane. Išlo o mimoriadne dôsledne prepracovanú výstavu s jasným konceptom, kde exponáty prezentujúce staršie umelecké remeslo objasnili tradičné prvky v súčasnej produkcii. Dánskej publiku, ktoré má len obmedzené vedomosti o vývoji umeleckého remesla a dizajnu na Slovensku, poskytla výstava kvalitnú informáciu. Súčasná úroveň slovenského umeleckého remesla je skutočne impozantná, čo je zárukou možnosti pre budúcnosť, a to aj so zreteľom na geograficky centrálné postavenie Slovenska v strednej Európe. Výstavu videl celý rad dizajnérov a umelcov z Dánska a ďalších škandinávskych krajín, avšak bolo ich relatívne málo v porovnaní s úsilím, ktoré do výstavy vložili slovenskí organizátori. Samotný inštalačný inventár bol mimoriadne originálny a vizuálne efektívny, preto treba dúfať, že výstava bude mať skoré reprízy na iných miestach, a to aj v Škandinávii. Návšteva slovenského dizajnu v Kodani bola síce krátka, ale zostal nám po nej aspoň pekný katalóg, ktorý je rovnako inšpiratívny a informatívny ako sama výstava.“

Jorgen Schou-Christensen,
odborný pracovník Múzea umeleckého priemyslu v Kodani



Výstava Dialógy bola dominantnou časťou Dní Bratislavy v Kodani. Autorky si uvedomovali dva hlavné problémy zostavenia tejto expozície. Prvým bolo vytvorenie komornej výstavy s dostatočne reprezentatívnym obsahom, ktorá by dokázala stručne a presvedčivo predstaviť tradície slovenských umeleckých remesiel, smery vývoja a hlavné osobnosti. Druhý problém vyplýval z vedomia vysokej úrovne umeleckých remesiel a dizajnu v hosťovskej krajine, kde sa vlastné dedičstvo plynulo rozvíja a rešpektujú ho nielen tvorcovia, ale aj široká verejnosť. Možno povedať, že oba problémy sa im podarilo veľmi úspešne vyriešiť. Za východisko zvolili ľudové tradície umeleckých remesiel na Slovensku a ich transformáciu do súčasnej produkcie v individuálnej autorskej tvorbe. Namiesto obsiahlej dokumentácie vývoja sa rozhodli prezentovať to, čo je špecifické, charakteristické a zaujímavé v oblasti umeleckých remesiel, užitočného umenia a dizajnu. Vznikli tak dialógy medzi minulosťou a prítomnosťou, tradíciou a modernou, ľudovým remeslom a profesionálnym dizajnom, dialógy viacerých generácií a v neposlednom rade inšpiratívny dialóg s dánskym publikom.

Výstava predstavila takmer 150 diel od 36 autorov a niekoľko desiatok historických exponátov zo zbierok rôznych múzeí a galérií na Slovensku. Rozdelená bola do piatich častí podľa jednotlivých materiálov, ktoré majú osobitné miesto v materiálnej kultúre Slovenska a vlastné umelecké i vývojové špecifiká. Týchto päť materiálov – sklo, drevo, vlákno, kov a drôt – sa premietlo do priestorovej dispozície výstavy, o. i. aj decentnou farebnou diferenciáciou, ktorá pokračovala v katalógu. Každý materiál bol v úvode vlastnej inštaláčnej časti prezentovaný stručným textom (obsahovo kvalitné, zaujímavé a informatívne texty boli v katalógu a okrem autoriek výstavy sa na nich podieľali I. Zuskinová a J. Račeková). Exponáty približovali jednotlivé materiály v rôznych funkciách a technikách spracovania, ako aj v časovej kontinuite od historických ukážok po modernú tvorbu dizajnérov, umelcov alebo priemyselných výrobcov. Prevládali mená „klasikov“, hlavných osobností, ktoré podstatne ovplyvnili vývoj v oblasti spracova-

nia toho-ktorého materiálu. Výstava však poskytla priestor aj mladým umelcom, dokonca študentom, keďže práve ich úlohou pre budúcnosť je pokračovať v tvorivom dialógu s predchodcami a tradíciami.

V oblasti skla bol podstatný priestor venovaný Lednickým Rovňiam a popredným dizajnérom podniku (ukážky nápojových súprav K. Hološku, J. Tarabu a J. Kolembusa). Nechýbal zakladateľ sklárskeho oddelenia na VŠVU V. Cigler a jeho nástupca A. Žáčko, ani autori, v ktorých tvorbe sa sklo stalo trojrozmerným objektom voľného umenia (Š. Pala, Z. Palová, J. Tomečko) alebo materiálom šperku (P. Hložka). Tvorbu najmladšej generácie zastupovali P. Illo a O. Lešo s ukázkami užitočného skla aj skulptúrneho stvárnenia materiálu.

Historické užitočné predmety (črπάky, misy, naberačky, hudobné nástroje a i.) tvorili úvod k expozícii dreva, ktoré je azda najpresvedčivejším dôkazom toho, že pôvodné remeselné postupy môžu dať materiálu modernú podobu a aktuálnu funkčno-estetickú hodnotu. Čoraz viac profesionálnych umelcov a dizajnérov oživuje takmer zabudnuté techniky spracovania dreva. Na výstave ich reprezentovali misy-objekty M. Hubu, misy M. Mládeneka, objekty-skladačky K. Kissoczy, hračky a originálne hudobné nástroje T. Uhrína (niektoré z nich D. Šošoka zapojil do vernisážového koncertu) a M. Pulíka, u ktorého nadobúdajú charakter skulptúrneho objektu.

Kým drevo je prevažne „mužským“ materiálom, u vlákna je to naopak. S výnimkou objektov J. Bajusa bola oblasť vlákna reprezentovaná poprednými textilnými výtvarníkmi. V ich tvorbe vlákno vystupuje nielen ako nosný prvok textilu, ale získava aj samostatnú výpovednú hodnotu. Tradičná paličkovaná čipka prešla veľkou transformáciou najprv v už klasickej tvorbe E. Holézyovej, a predo-

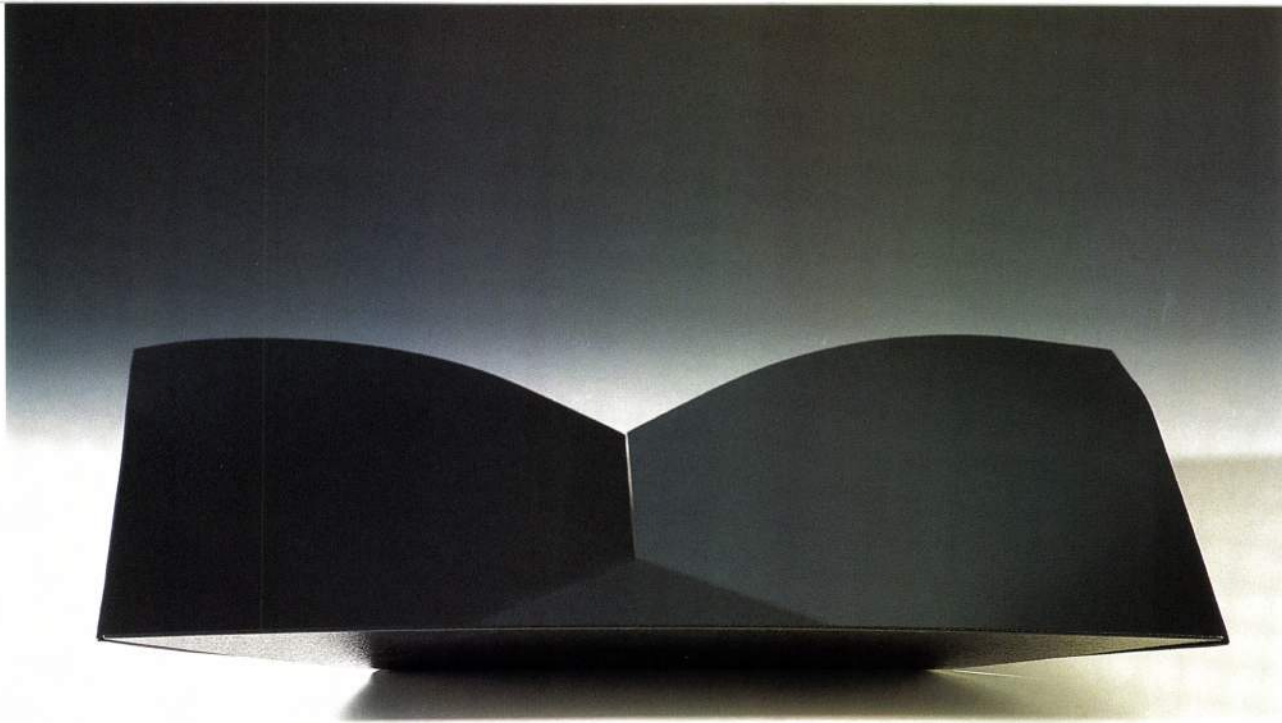


Marián Huba: Delfin, korytárska technika, 1998.

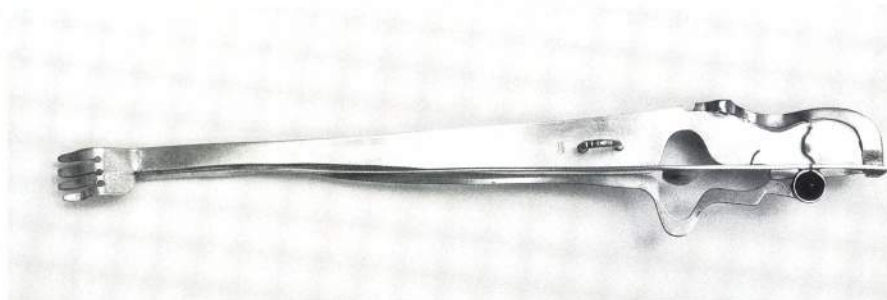


Foto: J. Kunovská a archív autorov





Júlia Kunovská: Misa, kov, 1998.



Erna Masarovičová: Lady s loňomom, brošňa, kov, 1990.

Ildikó Dobešová: Čiapka, pletenina, 1998.

všetkým u súčasných autoriek, ktoré používajú netradičné materiály. Ďalej tu boli vystavené klobúky S. Fedorovej a čiapky I. Dobešovej, delikátny priestorový objekt M. Danielovej, ako aj drobné objekty a šperky B. Cepkovej a reprezentantky najmladšej generácie K. Kolčákovskej.

V oblasti spracovania kovu bol osobitný priestor venovaný podniku Sandrik a jeho silným historickým tradíciám, ktoré sa azda v súčasnosti opäť podarí rozvinúť vďaka spolupráci s nastupujúcou generáciou dizajnérov. Expozícia prezentovala práce J. Čalovku (príbory, stolové predmety), osobnosti hlboko späté s týmto podnikom, ako aj práce študentky A. Pinkovej. V oblasti úžitkových predmetov nechýbali elegantné farebné misky J. Kunovskej a pomôcky na pečenie a smaženie D. Brunovskej, ocenené v súťaži SCD. Osobitnú časť tvorila skupina drobných objektov a šperkov A. Cepku, J. Jankoviča a E. Masarovičovej a meditatívny objekt D. Kráľika.

Niektoré mená sa opakovali v susednej expozícii zameranej na diela z drôtu. Ani tu nechýbali šperky a drobné objekty K. Weisslechnera, M. Cepku, J. Sajkalu v najrôznejších materiálových kombináciách a funkciách. Osobitná pozornosť však bola venovaná výnimočnej kapitole materiálnej kultúry Slovenska – drotárstvu. Početnejšia kolekcia muzeálnych predmetov dokumentovala široké využitie tohto materiálu v nedávnej minulosti. Nové podoby drôtu a posun remesla k dizajnu potvrdzovali diela L. Jurovatého, ktorý zároveň reprezentoval tvorbu Drôtovne Hlohovec. Objekty B. Šperkovej mali vďaka forme i technike veľký ohlas u návštevníkov a rovnako aj prestretý stôl s názvom Pocta drotárstvu (konceptcia J. Kunovská, realizovaný v drôte, kove a skle viacerými dizajnérmi, remeselníkmi a dielňami), ktorý v roku 1996 získal výročnú cenu WCC Europe Award (pozri aj Designum 3/96). Napriek svojmu názvu je stôl poctou nielen drotárskemu majstrovstvu, ale tradičným remeslám vôbec. Zároveň je



Zdá sa mi, že my v severných krajinách nepoznáme dobre bohatú históriu a tradície strednej Európy, hoci si zaslužia viac našej pozornosti. Výstava počas Dní Bratislavy v Kodani to veľmi jasne ukázala. Zaujal ma predovšetkým výber materiálov, zručnosť presahujúca hranice remeselného spracovania a prechádzajúca do oblasti umenia. Je to náročné zvládnuť tradičný materiál a storočia starú techniku tak, aby sa vytvoril objekt s novým významom prešahujúcim objekty na každodenné používanie či slávnostné príležitosti, ktoré naši predkovia robili pomocou tých istých techník a materiálov. Bolo to tak v prípade niektorých umeleckých objektov vyrobených pomocou čipkárskej techniky. Napokon, remeslá úzko súvisia s materiálmi a láskou k nim.

Za najzaujímavejšie považujem drôtené a sklenené objekty z tradičných materiálov na Slovensku. Azda aj preto, že sú také odlišné od väčšiny tradičných fínskych materiálov, ako je napríklad drevo. Prajem si, aby táto výstava niekedy prišla aj do Fínska.

Britt-Marie Ekström, Ornamo, Fínsko

Silvia Fedorová: Klobúk, čipka, 1997 – 98.



Zora Palová: Most, sklenený objekt, 1997.



Jaroslav Taraba: Poháre, 1988.

ukážkou kultivovaného dialógu materiálov a tvarov, dialógu generácií a tradícií v modernej epoche.

Stôl Pocta drotárstvu bol súčasne vystavený aj v Múzeu umeleckých remesiel v Kodani. Osobitne vyrobený duplikát bol inštalovaný pri príležitosti zasadnutia škandinávskych členov Svetovej rady remesiel (WCC) a vystavený v priestoroch múzea viac než dva týždne. Zhodou okolností to bolo obdobie mimoriadnej návštevnosti (nielen v tomto múzeu) aj vďaka jesenným školským prázdninám a Kultúrnej noci (raz ročne vyše 200 kultúrnych inštitúcií má pre návštevníkov otvorené dvere do neskorej noci), preto je potešiteľné, že toto ocenené dielo sa podarilo umiestniť v centrálnej - významom i polohou - odbornej inštitúcii.

Nemožno tvrdiť, že by Dni Bratislavy boli hlavnou témou kodanských médií. Kodaň je snobské veľkomesto, tradične orientované okrem Škandinávie na Západ, a ak na Východ – tak čo najvzdialenejší. Preto treba podobné prezentácie slovenskej kultúry a ohlas na ne vnímať ako úspech a získané skúsenosti i kontakty považovať za základ, na ktorom možno v budúcnosti stavať.

V radničnej hale som jeden deň urobila minianketu s desiatimi náhodne vybranými návštevníkmi a opýtala sa na ich dojmy. Mnohí ocenili inštaláciu, ktorú označili za profesionálnu, odľahčenú a rafinovanú (zaznelo prirovnanie k fínskej architektúre). Získali presvedčenie, že Slovensko má bohaté tradície v oblasti umeleckého remesla, ktoré sa značne odlišujú od dánskych a ktoré sú základom kvalitnej modernej tvorby. Jeden „tak trochu umelec robiaci s kovom“ to videl v tvarosloví kovových exponátov, ďalší „mierny znalec skla“ v expozícii skla. Výstava podľa nich presvedčivo, hoci pomerne malým počtom exponátov, preklenula most medzi minulosťou a súčasnosťou. Celkovo sa opakovalo hodnotenie „rafinované, inšpirujúce, moderné“.

Historická karafa zo zbierok Sklárskeho múzea v Lednických Rovniach. Foto: Daniel Zachar ml.





Hoci bola výstava Dialógy integrovanou súčasťou širšej kultúrnej akcie v kodanskej časti Frederiksberg, svojou úrovňou a kvalitou výstavníckeho riešenia sa predstavila ako vysoko nezávislá časť. Budovy, ako je frederiksborská radnica, sú vhodnejšie pre historické súvislosti, napr. ako bola výstava o histórii Bratislavy, ale našlo tam vhodný priestor aj súčasné remeslo a dizajn na výstave Dialógy. Jednoducho preto, že dizajnérka si dovoľila zakryť strop nad výstavou niekoľkými bielymi plachtami, ktoré vytvorili intimitu a priateľský priestor okolo výstavy. Svetlá lúč presvitajúce cez plachty pridávali čaro kvalitnej prezentácii a znásobovali účinok výstavných prvkov zo svetlej preglejky a skla. Elegantná šou na kamennej podlahe haly mala príjemnú atmosféru. Výber exponátov priťahoval dánskych návštevníkov z rôznych dôvodov. Predovšetkým kvôli materiálom, ktoré predstavujú slovenskú identitu, blízku Dánom. Ale predovšetkým pre vysoký stupeň umeleckého remesla, ktoré ilustrovali práce zo skla, dreva a vlákna, rovnako ako dominujúci prestretý Slovenský stôl zo skla a kovu.

John Vedel-Rieper, architekt, Kodaň

Náročnosť výstavy Dialógy spočívala v skutočnosti, že sme chceli predstaviť remeslo, užitočné umenie a dizajn prvýkrát v Dánsku, v krajine, ktorá je „kráľovnou umeleckého remesla“. Museli sme teda počítať s tým, že návštevníci sú zvyknutí na vysokú kvalitu exponátov i spôsobu ich prezentácie. Uvedomovala som si, že nemôžeme prísť s výstavou, ktorá by dokumentovala naše súčasné dianie bez hlbších koreňov. Preto sme koncipovali výstavu ako dialóg súčasnosti s históriou, ale dialóg sa rozvinul aj medzi klasikmi a novou generáciou.

Špecifiká jednotlivých materiálov - skla, kovu, vlákna, dreva a drôtu - sme sa snažili vyjadriť v skratke. K výraznému súčasnému artefaktu sme hľadali jeho historické korene, alebo naopak, niekde bolo historické zázemie veľmi členité, ale museli sme zvoliť len jeden smer, ktorý mal súdobé pokračovanie. Tak to bolo napr. v prípade korytárstva. Pre čipku sme sa rozhodli preto, že dánsky tkaný textil je na vysokej úrovni, takže by sme ťažko zaujali. Samotný priestor radničnej haly s množstvom rušivých faktorov, nie najvhodnejší pre výstavu artefaktov, podmienil hlavné zásady jej priestorového riešenia. Zámerom bolo umocniť ideu piatich sekcií tak, aby pri reínštalácii bolo možné výstavu zväčšovať a zmenšovať pri zachovaní pôvodnej kvality a koncepcie. Súčasne som sa snažila vytvoriť výstavný fundus, ktorý by mal schopnosť vytvárať mikrosvet a jednoducho putovať a premieňať sa na rôzne priestorové skladby. Intuitívne som smerovala k mäkkým organickým tvarom, ktoré sa skladali pomocou tiahla z plošných preglejkových a akrylátových dielov. Celková kompozícia expozície bola vlastne makrodetailom základného elementu v tvare šošovky. Divák kráčajúci po obvode expozície smerom k vstupnej časti bol vizuálne vtahovaný do vnútorného diania vertikálne transparentnými prielukami medzi jednotlivými elementmi. Aby si našiel cestu k sledovaniu dialógu, každá sekcia začínala informačným panelom s krátkym textom a vyúsťila do priestorovej výtvarnej dominanty. Textilné podhľady prebrali funkciu výtvarného zjednotenia troch rozdielnych aktivít v hale, zintenzívnenia priestoru a vizuálneho prepojenia s pútačom na priečeli budovy radnice. Exteriérový pútač predstavoval abstraktný segment z bratislavského znaku ako symbol brány, cez ktorú sa vstupovalo do „Dní Bratislavy“. Napriek tomu, že mimoriadne silný vietor ma prinútil zmeniť tvar a fixovanie pútača, splnil aspoň funkciu signalizácie.

Júlia Kunovská, autorka koncepcie výstavy a výstavníckeho riešenia



Blanka Šperková: Diskusia. Drôt, 70 x 50 x 35, 1989.



Ladislav Jurovátý: Misa, drôt.



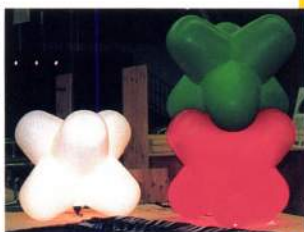
List zo Saint-Etienne

V súčasnosti je svet dizajnu bohato štruktúrovanou sférou, v ktorej majú rôzne profesie vyčlenené svoje teritória i vlastné možnosti jej ovplyvňovania. Každá má však svojím spôsobom podiel na úžasnej dynamike vývoja dizajnu, ktorého výsledkom je až hrozivo stúpajúci vplyv dizajnu na spoločnosť, žiaľ, nie vždy v pozitívnom zmysle. Pritiahnuť všetky profesie - dizajnérov, producentov, architektov, manažérov, obchodníkov či sociológov na festival dizajnu do Saint-Etienne bolo cieľom úctyhodne odvážnym. Nielen kvôli enormnej organizátorskej práci, ktorú bolo treba vykonať, ale aj kvôli objasneniu zmyslu široko koncipovaného podujatia. Očakávaná organizátorov sa naplnili v dňoch 7. - 15. novembra 1998, keď sa Saint-Etienne stalo miestom stretnutia odborníkov z celého sveta na 1. ročníku festivalu dizajnu.

Saint-Etienne v regióne Rhône-Alpes je mesto, ktoré trochu pripomína Bratislavu - napr. svojou električkovou traťou slúžiacou ako dôležitý orientačný bod pre návštevníka z cudziny, či počtom obyvateľov. Bohatá história mesta z obdobia rozvoja priemyselnej výroby, ale aj kultúrnych inštitúcií, je dodnes zdrojom prosperity a skúseností. Ako veľkú kultúrnu hodnotu ju chápu ľudia, ktorí určujú smery budúceho rozvoja mesta, a tu možno tkvie aj hlboké pochopenie úlohy dizajnu v tomto procese. Mohutné podujatie - tak ako sa prvý ročník festivalu dizajnu s ambíciou bienále konaného podujatia predstavil - je predovšetkým výsledkom spolupráce a dobrej komunikácie medzi školou Beaux Arts reprezentovanou osobnosťou jej rektora Jacquesa Bonnavala a samosprávnymi štruktúrami, teda primátorom mesta Michelom Thiollériom, veľkoryso podporovaným mestskými poslancami. Miera pochopenia a podpory dizajnu bola vyjadrená sumou 8 miliónov frankov, ktorú magistrát určil z rozpočtu mesta na prípravu tohto veľkolepého medzinárodného podujatia. Možno to nie je na francúzske pomery také výnimočné, ako sa to zdá z nášho pohľadu. Veď magistrát, ktorý každoročne venuje na rozvoj kultúry 10 % zo svojho rozpočtu, si uvedomuje hodnotu svojej investície, ktorá sa nevracia v podobe materiálneho zisku, ale masívneho zdroja inšpirácie, duchovných podnetov a odborných názorov na to, akými cestami môže mesto rozvíjať svoju identitu v budúcich desaťročiach. A navyše, ak si uvedomujeme vplyv dizajnu na život človeka, či už ako účastníka každodenných súkromných rituálov, alebo ako subjektu fungovania zložitej štruktúry mesta, ani výchova kultúrne a vzdelanostne vyspelého občana sa mi rozhodne nezdá byť zbytočným cieľom.

Festival bol vo svojej pestrej mozaike výstavných projektov, prednášok a firemných prezentácií predovšetkým príležitosťou pre neformálne i oficiálne stretnutia dizajnérov, novinárov, manažérov, študentov i pedagógov odohrávajúce sa v zvláštnom prepletenci na viacerých miestach St.-Etienne. Medzi Výstavným parkom, Kongresovým centrom, Galériou moderného výtvarného umenia a školou výtvarných umení sa presúvali početné skupiny zaslávencov vyhľadávajúcich aktuálnu prednášku, odevnú šou či výstavu dizajnu z historickej pokladnice, alebo vynikajúcich výrobkov úspešných dizajnérov či individualizovaných artefaktov na rozhraní umenia a dizajnu.

Ústredná výstava festivalu naprieč nepreberným spektrom vystavovaných dizajnerských riešení nebola oslavou vecí, ale oslavou toho, z čoho dizajn vzniká, teda rozmanitosti intelektuálneho zázemia vyrastajúceho z kultúrnych a spoločenských koreňov jednotlivých krajín. Odohrávala sa na viac ako 10 000 m² výstavnej plochy, kde sa predstavilo vyše 350 vystavovateľov zo 40 krajín sveta - jednotlivcov, firiem, tímov, škôl dizajnu. Bola to ukážka kreativity, technologických zázrakov a manažerských zručností, hovoriaca o rozmanitosti potrieb a mnohotvárnosti spôsobov, ako ich naplniť. Výstava ako celok prinášala skôr určitú alternatívu hodnotenia dizajnu, nie podľa striktných ekonomických kritérií úspešnosti či módnosti výskytu určitých mien dizajnérov, ale skôr podľa individuálneho vkladu do dizajnerskeho programu, či už išlo o osobnosť dizajnéra alebo firmy s výraznou identitou.



Predstavu o šírke dizajnerských prístupov môže priblížiť na jednej strane kolekcia britského dizajnu British Design Group v produktoch perfekcionista čistých foriem a inovatívnych v materiáloch a technológiách ako dôkaz o úspešnosti prepracovaného (a desaťročia rozvíjaného) systému štátnej podpory dizajnu vo Veľkej Británii. Na opačnom póle tohto spektra sa vyníma skupina artefaktov od afrických dizajnérov, ktorých rovnako oprávnené možno nazvať aj umelcami, z Mali, Pobrežia Slonoviny, Senegalu i Burkina Faso. Tvorivá a emocionálna sila týchto tvorcov napájaná starobylou africkou kultúrou, kde materiál, hoci „požičaný“ z prírody, ju nikdy neopustil, bezprostredne oslovuje Európana navyknutého na sofistikované interpretácie vlastných potrieb. Zvrásnená štruktúra niekdajšieho starého kanoe, obdivuhodne povyšujúca „recyklovanú“ lavicu na artefakt s pamäťou a dušou, nepotrebuje vysvetľovanie...

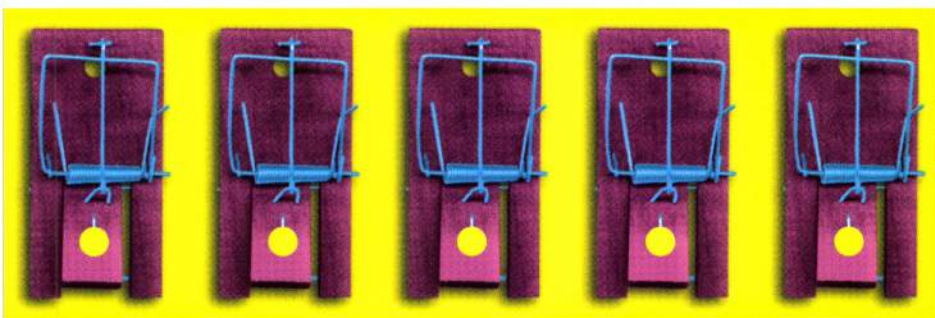
Osobitnou kapitolou boli prezentácie škôl (o úspešnej účasti slovenských píše K. Hubová v nasledujúcom článku) z európskych krajín i zo zámoria, obdivuhodne nabitú energiou kreativity a originality myslenia. Usporiadateľská škola ERBA zo St.-Etienne mala prirodzene najpočetnejšie zastúpenie. Nielen preto, že na špeciálnej výstave Bi-Off dostali priestor viacerí jej úspešní študenti, ale predovšetkým pre dlhodobejšiu prípravu pred festivalom, ktorú predstavoval cyklus dvanástich workshopov vedených pedagógmi z rôznych krajín (medzi nimi i doc. Františkom Burianom z VŠVU) na pôde školy. Napr. Angličan Nial Flynn pracoval so študentmi na produktoch využívajúc moderné plastové materiály na obohatenie ich senzorických vlastností, Francúz Ronan Bouroulec vo svojom projekte zas vďaka novým technológiám plastu dokazoval tézu o slobode dizajnéra pri hľadaní formy.

Demokratickosť ma napadá ako jedna z hlavných črt festivalu, evidentne vystopovateľná najmä pri putovaní od exponátu k exponátu vo výstavnej hale - nielen z hľadiska výberu vystaveného dizajnu (hoci aj tu sa pohybovali „usporiadatelia“ v zaujímavých modrých odevoch a strážili, aby ohmatávanie lákavých štruktúr dizajnerských kreácií návštevníkmi nepresiahlo únosnú mieru). Pracovný charakter dával výstave prezentačný mobilár so svetlého dreva len s nevyhnutnou povrchovou úpravou, prekvapujúco ladiaci s dokonalým priemyselným produktom i študentským modelom. Predovšetkým to však bola možnosť otvoreného prístupu k exponátom bez zbytočných bariér sklenených vitrín či soklov a pod. Výstava ako bohatý zdroj inšpirácie sa tak priam ponúkala na vnímanie zoči-voči - a podľa množstva študentov skláňajúcich sa nad exponátmi s poznámkovými blokmi, či sediacich na zemi a zaznamenávajúcich si v kresbách to, čo ich zaujalo - možno povedať, že bola tak aj pochopená.

Do obrazu bienále patria aj dva prednáškové cykly osobností zo sveta, ktoré potvrdili, že otázka dizajnu je rovnako otázkou identity v Austrálii či Brazílii...

Lilavo-modrá pasčička na žltej obálke takmer 400-stranového katalógu z festivalu, ktorý zaznamenal každú účasť individuality či inštitúcie, vyzerá priam ako šperk, estetický objekt - ale pozor, je to stále nástraha. Pasca pre ľudskú túžbu po ďalších vzrušeniach, z ďalších a ďalších produktov, ktoré nestihnú zastarať a už sú nahradené novými, dokonalejšími. Aj toto je o dizajne. Možno práve túto myšlienku mala na mysli autorka vizuálnej koncepcie festivalu Slovenka Johanna Balušíková, keď vyberala účinný symbol podujatia. Môže byť pripomienkou tej krajnej medze, kam sa nechceme dostať, a aby sme sa jej vyhli, možno pomôže i takýto typ otvoreného fóra na diskusiu, aké ponúkol prvý ročník bienálneho festivalu dizajnu v Saint-Etienne.

Adriena Pekárová



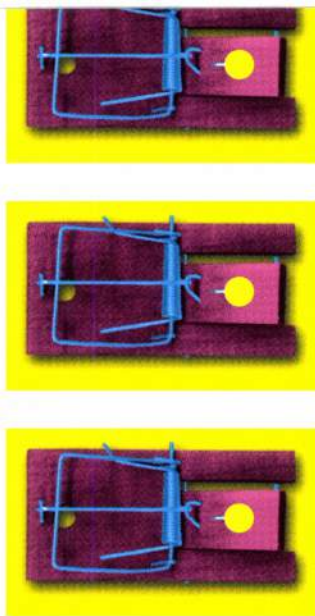
Výstavný pavilón - Parc des Expositions - bol v novembri miestom zaujímavých a príjemných zážitkov. Vedľa seba, bez predsudkov, bez hraníc či iných bariér, vystavovali krajiny hádam zo všetkých svetadielov.

V bezprostrednej atmosfére výstaviska akoby sme i my intenzívnejšie, radostnejšie a uvoľnenejšie vnímali ponúkané medzinárodné expozície. Zdanlivo neporovnateľné sme bez problémov porovnávali. Profesionálnych dizajnérov so študentmi, dizajnerské štúdiá so školami alebo priemyselné výrobky s objektmi - solitérmi.

Parade. Módna šou študentov Ecole des Beaux Arts de Saint-Etienne.



Parade. Módna šou študentov Ecole des Beaux Arts de Saint-Etienne.



Rovnako sme obdivovali nové technológie aj tradičné výrobné postupy. Tešili sme sa z exponátov, ktoré prezentovali rôzne kultúrne tradície a národné identity, ako aj z vizionárskych predstáv produktov budúcnosti.

Nie som si celkom istá, čo viac vytváralo nevšednú atmosféru - či povestné francúzske fluidum radosti zo života, alebo tvorivý duch školy výtvarných umení v Saint-Etienne, ktorý sprevádzal toto mimoriadne podujatie od jeho zrodu až po záver.

Každý, kto má aspoň aké-také skúsenosti s organizovaním podobných akcií, vie, aká je to náročná práca. Je preto prekvapujúce a obdivuhodné, že si takéto bremeno zobrala na seba práve umelecká škola, jej pedagógovia a študenti, ktorí nielenže pomáhali pri inštalácii výstavy, ale aj samostatne zorganizovali a zrealizovali i výstavu Biennale Off.

V duchu celkovej „školskej“ koncepcie bienále sa niesol i grafický dizajn propagačných tlačovín. Jej autorkou je absolventka grafického dizajnu Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave Johanna Balušíková. Riešila ho v rámci postgraduálneho štúdia na Ecole des Beaux Arts. Bolo pre ňu satisfakciou a pre nás zážitkom vidieť celé mesto vyzdobené žiarivo žltými plagátmi s logom bienále dizajnu. Spracovanie 392-stranového katalógu, skôr publikácie, ktorá logicky a prehľadne dokumentuje stav súčasného dizajnu, si zasluhuje rovnaký obdiv. Slovenskú účasť na bienále podporili i študentské práce a projekty košickej, bratislavskej a zvolenskej techniky. Rozsahom väčšiu expozíciu mala Vysoká škola výtvarných umení,

katedra dizajnu. O to viac nás potešilo, že v silnej konkurencii 34 škôl z celého sveta získala ocenenie v školskej súťaži práve táto škola. Veľkou mierou k tomuto úspechu prispeli i dievčatá z oddelenia odevného dizajnu (vedenej Júliou Sabovou) katedry užitkových umení VŠVU, ktoré si svojou prezentáciou - módnou prehliadkou - získali francúzske publikum.

Uznanie je o to vzácnejšie, že slovenská módna prehliadka mala silnú konkurenciu vo francúzskej. Pod názvom Parade ju uviedli bývalí študenti saint-etiennskej školy výtvarných umení G. Ghislaine Coudert s partnerom C. Minoiy. Koncepčne veľmi čisté a kompaktné predstavenie navodzovalo víziu približujúceho sa nového tisícročia. Na rozdiel od našich študentiek, ktoré autorsky predstavili vlastné modely v širokej škále od sochársky modelovaných až po konfekčnejšiu polohu, Francúzi predviedli plastové modely podporené i zaujímavou scénografiou. Obe prehliadky boli úplne odlišné a vzájomne si nekonkurovali.

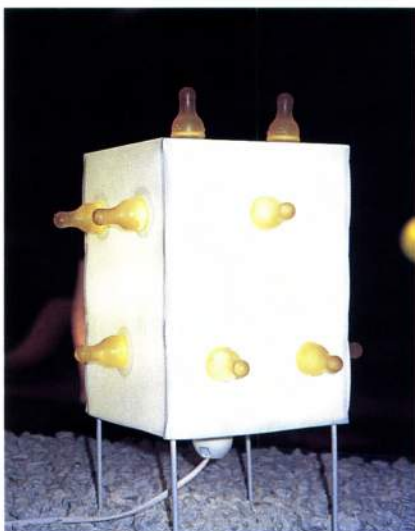
Bienále dizajnu nám ponúklo naozaj veľmi široký výber exponátov. Každý si mohol nájsť svojho favorita. Ako som už spomínala, nevšedná atmosféra iste pozitívne ovplyvnila naše dojmy a pocity. Všetci účastníci sme sa zhodli, že sa nám „to“ veľmi páčilo. Tie isté slová použil i Dominik Tatarka vo svojej knihe Človek na cestách, keď opisoval svoju návštevu Francúzska. To nie je náhoda, že jeho slová spred 30 rokov platia i dnes a kniha je stále aktuálna: „Páčilo sa nám. Veľmi sa nám páčilo. Čím nadanejší národ, tým sa vie viac tešiť zo života, tým viac potešenia a radosti vie si stvoriť.“

Katarína Hubová

P.S. Ministerstvo školstva SR pomohlo finančným príspevkom VŠVU v Bratislave zabezpečiť účasť študentov na Bienále dizajnu v Saint-Etienne.

Módna šou študentiek VŠVU v Bratislave.





BI - OFF

ECOLE DES BEAUX ARTS DE SAINT-ETIENNE JE ŠKOLOU S VEĽMI DOBRU POVEŠŤOU V RÁMCI VZDELÁVACÍCH INŠTITÚCIÍ, KTORÉ VO FRANCÚZSKU UMOŽŇUJÚ ŠTÚDIUM DIZAJNU. VIACERÍ ZO ŠTUDENTOV TEJTO ŠKOLY MALI MOŽNOSŤ ZA POSLEDNÉ DVA-TRI ROKY SPOZNAŤ AJ BRATISLAVU VĎAKA DOHODE S BRATISLAVSKOU VŠVU O RECIPROČNÝCH SEMESTRÁLNYCH STÁŽACH. ZÁUJEM ŠTUDENTOV SPOZNÁVAŤ NEZNÁME VECI A PÚŠŤAŤ SA DO NOVÝCH NEVYSKÚŠANÝCH PROJEKTOV SA PREJAVIL AJ V SÚVISLOSTI S BIENÁLNYM FESTIVALOM. ABY SA VIACERÍ Z NICH MOHLI PODIEĽAŤ NA SPOLOČNEJ MYŠLIENKE BIENÁLE, ROZHODLI SA USPORIADAŤ SAMOSTATNÚ VÝSTAVU. NA ROZDIEL OD OFICIÁLNEJ ÚSTREDNEJ VÝSTAVY S PRÍVLASTKOM BIENNALE IN NAZVALI SVOJU PREHLIADKU BIENNALE OFF. POČAS NÁVŠTEVY V SAINT-ETIENNE SOM SA STRETLA SO SKUPINOU ŠTUDENTOV, KTORÍ PRIPRAVOVALI VÝSTAVU, A POŽIADALA SOM ICH O ROZHOVOR. ZAUJÍMALI MA DÔVODY A CIELE VÝSTAVY, KTORÁ BOLA SKÚŠKOU NIE LEN ICH DIZAJNÉRSKEJ TVORIVOSTI, ALE AJ MANAŽÉRSKÝCH A KOMUNIKAČNÝCH SCHOPNOSTÍ. ZÁUJEM NÁVŠTEVNÍKOV O VÝSTAVU POTVRDIL, ŽE V TÝCHTO SKÚŠKACH OBSTÁLI VEĽMI DOBRE.

NA MOJE OTÁZKY ODPOVEDAJÚ **NATALIE A ALEXANDRA AUDRY, JEROME BALME A PIERRE OFFRAY**, ŠTUDENTI POSLEDNÉHO ROČNÍKA AKADEMIE KRÁSNYCH UMENÍ V SAINT ETIENNE.



1. Nathalie Audry: Lavica do verejných priestorov.
2. Pierre Offray: Váza.
3. Biennale Off. Foto: Valérie Orgeret.
4. Alexandra Audry: Polica na každý deň.
5. Nathalie Audry: Súprava piknik.
6. Jerome Balme: Inštalácia.

1.

2.



Prečo ste sa rozhodli usporiadať vlastnú študentskú výstavu v rámci festivalu? Zdala sa vám hlavná prehliadka príliš oficiálna?

Aby sme umožnili vystavovať aj mladým dizajnérom, ktorí neboli pozvaní na oficiálne podujatie, alebo sa o bienále dozvedeli neskoro. Pokúsili sme sa ukázať dizajn, ktorý vznikol spontánne, ktorý je „slobodný“, pretože nás neobmedzovala nijaká koncepcia, nemuseli sme vykázať žiaden výsledok. Väčšinu vystavujúcich tvoria naši bývalí študenti, ktorí sú už v praxi, pracujú vo výskume alebo v rôznych podnikoch. Treba zdôrazniť, že účastníci tejto výstavy neboli oslovení preto, že ich odmietli organizátori bienále, ale jednoducho preto, že sa z časového dôvodu nedostali do oficiálneho výberu, alebo sa už nezmestili do expozície.

V Saint-Etienne je veľa študentov dizajnu, ktorí chceli vystavovať svoje práce, ale to by oficiálna expozícia musela byť obrovská. Chceli sme dať všetkým príležitosť, aby sa mohli predstaviť na jednom mieste, a zároveň sme pozvali aj autorov zo zahraničia. Mnohí z nich vystavujú po prvý raz a sú radi, že sa tu stretli s ďalšími dizajnérm.

Ako ste si vyberali účastníkov výstavy?

S organizovaním výstavy sme začali dosť neskoro, len asi tri mesiace pred jej otvorením, a všetko sme museli zvládnuť sami. Výber autorov sme prispôbili týmto špecifickým podmienkam. Prostredníctvom faxov sme oslovili školy a centrá dizajnu vo Francúzsku i v zahraničí, väčšinou ľudí, ktorých poznáme z rôznych osobných kontaktov.

Čo je pre vás príťažlivé na vystavovaní?

Išlo nám predovšetkým o propagáciu nových ľudí a ich projektov. Výrobcovia skôr oslovujú dizajnérov, ktorí už majú meno, ktorí majú za sebou nejaké práce. Nedôverujú novinkám, nechcú riskovať. Je teda ťažké vyjsť zo školy a hneď začať samostatne pracovať, keď o vás nikto nevie, nestoja za vami žiadne agentúry ani výrobcovia. Pokiaľ sa o nás nezaujíma reklama, nepíše sa o nás, nie sme medializovaní, musíme sa predstaviť. Táto výstava je príležitosťou ukázať ľuďom aj niečo iné, než to, čo už poznajú.

Je vo Francúzsku veľa absolventov dizajnu, ktorí nemajú prácu?

Väčšina ľudí, ktorých poznáme a ktorí skončili školu, pracuje pre rôzne agentúry alebo priamo v podnikoch. Samozrejme, že niektorí aj nenájdu zamestnanie, lebo vo Francúzsku je veľmi veľa absolventov umeleckých škôl. Ale percento zamestnanosti absolventov dizajnu je dosť vysoké.

Je to aj otázka publicity. Kedysi dizajnéri našli ťažšie prácu, lebo sa o nich nevedelo. V súčasnosti je to ľahšie, lebo mladí už vedia, ako sa propagovať, ako nadviazať kontakty. Môžeme využiť napr. pomoc asociácie VIA, ktorá sleduje absolventov škôl a organizuje pre nich možnosti uplatnenia. Zdá sa mi, že dnes si mladí dizajnéri môžu oveľa ľahšie nájsť spôsob, ako sa presadiť so svojimi návrhmi, než kedysi.

Čo robí VIA?

Názov organizácie je doslova „Valorizácia a inovácia v nábytkárstve“ (Valorisation et innovation dans l'ameublement). Študenti dizajnu sa môžu uchádzať o publikovanie svojich návrhov cez túto inštitúciu. VIA im financuje výrobu prototypu a s týmto prototypom v rukách si potom hľadajú výrobcu. Ak majú viac dobrých projektov, získajú tzv. bielu kartu, ktorá je odporúčaním pre výrobu. Takúto kartu má napr. Eric Jourdan. VIA vydáva aj katalóg, v ktorom zdarma publikuje prototypy mladých dizajnérov a prostredníctvom katalógu ich môžu predávať alebo hľadať výrobcov. Napríklad študenti cez katalóg predávajú svoje práce z prieskumov.

Bude katalóg z výstavy Biennale-Off?

Po skončení tejto výstavy sa pokúsime publikovať akýsi post-katalóg, kde uverejníme fotografie z výstavy a súpis adries účastníkov výstavy. Riadny katalóg tohto roku z finančných dôvodov nebudeme môcť vydať, ale pokúsime sa to stihnúť do budúceho bienále.

Môžete predstaviť svoje práce na výstave?

Natalie: Predstavujem projekt, ktorý sa týka témy Piknik. Ide o nachádzanie jednoduchého a lacného riešenia termoplastického spracovania nádob. Škola mi umožnila pracovať na novej linke, na ktorej môžem robiť prototypy. Pripravujeme výstavu týchto prác v Štokholme.

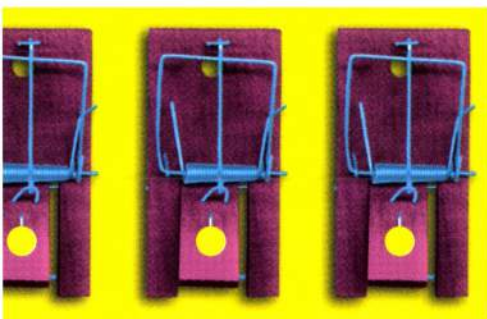
Jerome: Zaujímať sa predovšetkým o tvar a farbu. Päť rokov som sa venoval výskumu na oddelení umenia, tento posledný rok sa venujem dizajnu, najmä práci s plastickým materiálom ako je polyuretán. Vo svojej diplomovej práci sa venujem uplatneniu farby pre nemocnice, zaujíma ma aj psychológia pacientov, chcel by som sa tejto téme ďalej venovať.

Alexandra: Vystavujem tu dva svoje diplomové projekty. Jeden sa týka stien v byte. Uvažujem o ich konštrukcii, farbách, o priestorových možnostiach stien. Druhý sú kovové lampy, ktoré sa dajú ľahko vyrobiť.

Pierre: Ja som bývalý študent akadémie, skončil som minulý rok. Moja inštalácia je o hľadaní iných funkcií nábytku. Pracujem s kovovými štruktúrami a prídavnými prvkami. Mením farby, formáty nábytku alebo oblečenia. Obmieňaním tradičných foriem mením ich funkciu.

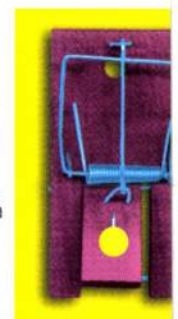
Ďakujem za rozhovor.

Adriena Pekárová



28/4/1998

DESIGNUM



V 90. rokoch sa v Nórsku rovnako ako v mnohých európskych krajinách postupne otvorila možnosť akademického bádania aj vo vnútri výtvarných profesií, t. j. medzi architektmi, dizajnérmi a výtvarnými umelcami. V každej z týchto oblastí bolo možné nadviazať na niečo, čo možno nazvať profesijným diskursom, o čom svedčí aj tradícia súkromných a verejných diskusií, existencia architektonických, dizajnérskych a výtvarných časopisov i odborných publikácií. V každej z týchto profesií vždy existovali ľudia, ktorí sa venovali hlbšiemu skúmaniu problému svojho odboru, či už z pedagogických alebo osobných dôvodov. Na rozdiel od zavedených univerzitných akademických disciplín, bádanie zamerané na problémy vlastnej praktickej profesie (profesijné bádanie) nemalo obvyklé zakotvenie a podporu vo vlastných profesijných inštitúciách, či vo vlastných vedeckých hodnotniach. Architekti, dizajnéri i umelci považovali bádateľskú činnosť svojich kolegov skôr za činnosť polosúkromnú, ktorá nevyžaduje vlastný inštitucionálny rámec. Navyše v týchto odboroch, na rozdiel od už etablovaných nevýtvarných profesijných disciplín, ako napr. medicína, právo či technika, prevládala názor, že výtvarná práca má intuitívny charakter, ktorý sa v podstate nedá racionálne vedecky bádať. Zároveň však bolo počuť hlasy výtvarníkov, že historici umenia a umenovedci, t. j. predstavitelia tradičného akademického bádania vo výtvarnom umení, prístupujú k tomuto svetu iba zvonku.

Vývoj smerom k budovaniu akademickej profesijnej nadstavby v Nórsku súvisí sčasti so snahou nielen niekoľkých posledných ministrov školstva, rovnako ako niektorých príslušníkov profesie, pozdvihnúť pedagogickú i profesijnú úroveň týchto tradične neakademických odborov. Zároveň tu na samotné profesijné odbory bezpochyby pôsobí priťažlivo aj čaro samotných akademických hodností, ktoré pridávajú profesii prestíž v očiach okolitého sveta. Preto je prirodzené, že modelom je etablovaný univerzitný svet akademického bádania, v ktorom je samo bádanie profesiou.

V Nórsku sa zvyšovanie profesijnej úrovne cestou vedeckého výskumu začalo vyvíjať na začiatku 80. rokov. V tom čase bol niektorým stredným umeleckým školám udelený status vysokých škôl, čím učitelia získali možnosť venovať 50 percent svojho pracovného času na bádanie, ktorého široká definícia zahŕňala osobný, pedagogický a profesionálny rozvoj. Tieto nové vysoké školy však neboli automaticky postavené na úroveň univerzít. Hlavný rozdiel bol v tom, že nemali právo udeľovať doktorské tituly. Takúto možnosť malo okrem univerzít iba niekoľko samostatných tzv. univerzitných škôl, ktorým bol udelený vedecký status, s očakávaním, že budú rozvíjať svoj bádateľský systém. Vysoká škola architektúry v Oslo (AHO), ktorá je jedinou univerzitnou školou architektúry v hlavnom meste, získala na začiatku 80. rokov status vedeckej inštitúcie tiež ako protiváha fakulty architektúry pri Technickej univerzite v Trondheime. AHO je relatívne malá samostatná inštitúcia so zhruba 45 stálymi učiteľskými miestami a asi 350 študentmi.

Ukázalo sa, že možnosť udeľovať doktoráty nevedie sama osebe k produkcii doktorských dizertácií a že nie je ľahké takúto akademickú nadstavbu vôbec vybudovať. Cestu z ťažkostí ukázala až reforma doktorského štúdia na univerzitách, ktorú na začiatku 90. rokov z podnetu ministerstva školstva vypracovala celonórska Univerzitná rada. V jej pozadí bola interná potreba univerzít a univerzitných škôl vytvoriť spoločný rámec pre postgraduálne vedecké vzdelávanie, ktorý by platil pre celú akademickú komunitu a ktorý by zefektívnil doktorské štúdium a produkciu doktorských dizertácií. Výsledkom reformy bol vlastný doktorandský zákon, ktorý prišiel aj s požiadavkou povinného, organizovaného vedeckého vzdelávania a ktorý sa stal východiskom pre budovanie doktorandského štúdia pri AHO. Zákon zároveň liberalizoval úroveň nórskeho doktorátu, ktoré do tých čias, aspoň v humanitných vedách, boli zhruba na úrovni titulu DrSc. používaného v bývalom Československu (či na úrovni nemeckých Habilitation). Koncepcia nórskeho doktorátu, ktorá teraz približne zodpovedá bývalej československej vedeckej hodnosti CSc., leží podľa zákona niekde medzi tradičnou európskou koncepciou doktorátu, kde sa všetka váha kladla na samostatnú dizertáciu, a americkou koncepciou, ktorá síce tiež ústi v dizertácii, ale bez verejnej obhajoby, a kde sa hlavný dôraz kladie na výchovu špecialistov.

Nórsky doktorský zákon, podľa ktorého sa riadi doktorský program AHO, bol prijatý v roku 1992 a podobné zákony boli prijaté v Dánsku (1993) a vo Švédsku (1994). Nórsky doktorský zákon zaviedol štyri hlavné princípy:

1. Obmedzenie dĺžky doktorandského štúdia na 3 roky pri plnom úväzku, prípadne 6 rokov pri polovičnom úväzku, pritom kandidáti (doktorandi), ktorí získali doktorandské štipendium vypisované jednotlivými inštitúciami, majú v skutočnosti k dispozícii štyri roky, z čoho dohromady jeden rok (25 percent ročne) sú povinní venovať vyučovaniu.
2. Ustanovenie školiteľa doktorandskej práce.
3. Uzavretie písomnej zmluvy formalizujúcej prijatie do doktorandského programu a špecifikujúce právne, ekonomické a administratívne aspekty. Zmluva je uzatvorená medzi doktorandom, školiteľom, riaditeľom doktorského programu a vedúcim školskej vedeckej rady.
4. Povinnosť absolvovať vedecké vzdelanie organizované inštitúciou udeľujúcou doktoráty.

V roku 1996 sa AHO navyše rozšírila o Inštitút priemyselného dizajnu, ktorý sa odlúčil od Vysokej umelecko-priemyselnej školy v Oslo a s podporou ministerstva školstva zvolil pričlenenie k Vysokej škole architektúry. Vzhľadom na to AHO okrem doktorandského vzdelávania architektov a urbanistov získala aj výsadné právo poskytovať vedecké vzdelávanie pre ostatné výtvarné profesie, či už ide o dizajnérov, učiteľov výtvarnej výchovy či výtvarníkov vôbec.

Postgraduálne doktorandské štúdium pri AHO sa však nebuduje samo od seba len na základe ministerského výnosu: dnešná silná pozícia AHO v tejto oblasti je z najväčšej časti výsledkom organizačnej práce urbanistky profesorky Haliny Dunin-Woysethovej, ktorá je vedúcou tohto programu a jeho dušou

Jan Michl



a ktorá ho budovala a bola zodpovedná za jeho koncepciu a fungovanie od začiatku 90. rokov až dodnes. Doktorandský program pri AHO je postavený na vzťahu k dvom rôznym svetom: jednak k svetu jednotlivých profesií, tak ako sa odráža v odborných diskusiách posledných desaťročí, jednak k akademickému svetu univerzitného výskumu. Akademické zakotvenie AHO v nórskom doktorskom zákone tiež vysvetľuje, prečo sa vedecké vzdelávanie na AHO orientuje skôr na tradičné, t. j. písané doktorandské dizertácie, a nie na doktorandské práce predkladané vo forme výtvarných diel, ako to obhajujú a presadzujú niektorí výtvarníci. Londýnska Royal College of Arts napr. pripúšťa nielen doktorandské dizertácie (*doctoral degree by thesis*), ale i tzv. doktorandské projekty (*doctoral degree by project*), kde je dôležité výtvarné dielo, zatiaľ čo písaná časť spočíva v dokumentácii bádania potrebného na vytvorenie diela. AHO k tejto otázke pristupuje tak, že profesia, ktorá ešte len buduje svoju akademickú dimenziu a trvá na používaní doktorských titulov (teda vedeckých hodností, ktoré majú zmysel iba vo vzťahu k univerzitnému, akademickému svetu), je nútená definovať charakter doktorandských prác podľa akademického štandardu. Tým však nie je povedané, že príklady vlastnej výtvarnej tvorby nemôžu hrať v doktorandskej práci výtvarníkov dôležitú úlohu. Vytvorenie vlastného systému vedeckého vzdelávania je však pre inštitúciu udeľujúcu doktoráty značne náročná. Pre praktiku profesie je dobre fungujúce vedecké vzdelávanie ešte dôležitejšie než pre akademických študentov a pretože AHO má pravdepodobne jedno z najsystematickejších organizovaných vzdelávacích programov v Európe (dnes celkom 50 doktorandov), chcem detailnejšie popísať koncepciu, štruktúru a organizáciu tohto vzdelávania.

Zatiaľ čo štúdiom na univerzitách je vo väčšine prípadov od začiatku zamerané bádateľsky, architekti, dizajnéri a výtvarníci v podstate nie sú na rozdiel od svojich univerzitných kolegov pripravení na vedeckú dráhu. Aj keď možno predpokladať, že záujemcovia o doktorandské štúdium medzi architektmi, dizajnérmi a výtvarníkmi majú vážny záujem, a teda aj istú predchádzajúcu skúsenosť s bádáním, predstavuje pre nich prechod od normálneho ukončeného profesijného štúdia či praxe k postgraduálnej, čisto bádateľskej činnosti zásadnú mentálnu a v mnohom i životnú zmenu. Doktorandské školenie budúcich vedcov z týchto disciplín má preto za úlohu v pomerne krátkom čase a v zhustenej forme poskytnúť kandidátom nielen náhľad do základov metodológie a filozofie vedy, ale aj úvod do vedeckých tradícií vlastných profesií, a zároveň podporovať vytvorenie vlastného bádateľského prostredia.

Jedným z princípov doktorandského programu AHO je, že vyučovanie dôsledne stavia na hosťujúcich odborníkoch. Pokiaľ ide o všeobecnú vedeckú problematiku, využíva AHO odborníkov z nórskeho univerzitného prostredia. Popri odborných témach škola pozýva etablovaných vedcov z cudziny. Študenti takto získavajú okrem iného aj cenný prehľad o poslednom vývoji v zahraničí, či už v teórii vedy alebo v profesijnom bádání. Takáto stratégia navyše zaisťuje, že doktorandský program školy je uznávaný v domácom univerzitnom prostredí, a zároveň tým, že využíva popredných zahraničných odborníkov, si zaisťuje rešpekt v medzinárodných odborných kruhoch. Vyučovací jazyk odbornej časti je anglický. Prakticky všetka odborná literatúra, či už pôvodná alebo preložená, ktorú majú študenti povinne preštudovať, je v angličtine, odborné prednášky, kurzy a semináre prebiehajú tiež po anglicky a mnoho doktorandov píše svoje práce anglicky, alebo aspoň plánuje ich vydanie v anglickom jazyku. Iba doktorské kolokviá, vzhľadom na to, že obvykle všetci účastníci hovoria nórsky, sú vedené v nórsčine.

Program vedeckého štúdia má tri časti. *Prvá časť* predstavuje úvod do sveta bádania a jej cieľom je zoznámiť doktoranda s problematikou filozofie vedy a teórie humanitných vied, oboznámiť ho s kľúčovými metodologickými problémami bádania vôbec a obzvlášť s tými, ktoré sa dotýkajú bádania v architektúre, dizajne a výtvarnom umení.

Druhá časť sa skladá z úvodu do teoretických základov profesijných odborov. Ide predovšetkým o zoznámenie sa s tradíciou odbornej diskusie v dizajne, architektúre a urbanizme. Tu rozlišujeme medzi profesijným diskursom a profesijnou disciplínou: zatiaľ čo prakticky každá profesia má svoj viac či menej rozvinutý profesijný diskurs, profesijnú disciplínu, t. j. vedeckú rovinu diskusie je potrebné v prípade väčšiny praktických profesií najsôr budovať a rozvíjať. Pokým každý profesijný diskurs oplyva nejasne definovanými pojmami, módnymi termínmi a myšlienkovými stereotypmi, profesijnú disciplínu je možné vidieť ako zosobnenie snahy vniesť myšlienkový poriadok do profesijného diskursu. Doktorandský program, doktorandské dizertácie a publikované profesijné bádanie má za cieľ prispieť k budovaniu a upevňovaniu takého myšlienkového poriadku v odbore. Disciplíny majú však aj kultúrny rozmer: doktorandi sa v tejto časti tiež dozvedajú, že sa disciplíny líšia podľa bádateľskej kultúry tej-ktorej krajiny. Kým európski kontinentálni, t. j. nebritskí bádatelia obľubujú teoretické konštrukcie (tu je Slovensko aj Česko zreteľne v orbite francúzsko-nemeckého príklonu k teórii), je anglosaská bádateľská tradícia viac skúsenostná a pragmatická.

Medzi zahraničnými vedcami, ktorí dosiaľ prednášali v rámci nášho doktorandského programu (trojdenné intenzívne prednáškové a seminárne celky spojené do jedno- alebo dvojtyždňových úsekov), boli napríklad Paul Greenhalgh z Victoria and Albert Museum v Londýne, Alberto Pérez-Gómez z univerzity v Montreale, Michael Hays z Harvardu, Roger Scruton z Bostonskej univerzity či Jonathan Woodham z univerzity v Brightone. Navyše osobné kontakty so zahraničnými odborníkmi uľahčujú získavanie zahraničných oponentov v súvislosti s neskoršou verejnou obhajobou doktorskej práce.

Tretia a posledná časť má za cieľ pomôcť ujasniť a vybudovať teoretickú základňu pre doktorandovu vlastnú dizertačnú prácu. Jej výsledkom má byť revidovaná, zreľšia a od toho času záväzná formulácia pôvodného doktorského projektu, na ktorého základe bude kandidát prijatý na doktorské štúdium. Táto časť stojí na spolupráci medzi AHO a inými inštitúciami školiacimi doktorandov.

Na záver ešte pár slov o štruktúre jednotlivých častí programu a jeho financovaní. Pedagogická štruktúra každej z troch častí je vybudovaná na modeli, ktorý vypracovala univerzita v Roskilde (Dánsko). Hlavnou črtou

tohto pedagogického modelu je, že študent je v každej časti programu opakovane, avšak v rôznych rovinách nútený konfrontovať rovnakú odbornú problematiku:

1. Pred začiatkom prednášok a seminárov dostane študent balík xeroxových kópií článkov a častí kníh, ktoré vybral prednášajúci odborník a ktoré má študent za úlohu preštudovať.

2. Problematika, o ktorej sa hovorí v odporúčaniach textoch, sa potom objavuje aj v prednáškach hosťujúceho odborníka a je predmetom diskusie na jeho seminároch.

3. Po skončení prednáškových týždňov dostane kandidát za úlohu napísať prácu, ktorej téma korešponduje s témami prednášok.

4. Napokon je táto doktorandova práca ústne prezentovaná a je predmetom diskusie na kolokviu v prítomnosti ďalších kandidátov a vedúceho doktorského programu. Tento systém sa opakuje v každej z troch menovaných častí programu, zakaždým užšie a užšie zameranej na vlastnú tému dizertačnej práce.

Doterajší popis doktorského programu školy pravdepodobne vytvoril dojem, že AHO venuje na tento program značnú časť svojho rozpočtu. V skutočnosti sa program v podstate financuje sám na základe systému, ktorý vytvorila Halina Dunin-Woysethová ako vedúca programu. Škola síce dostáva prídelené od ministerstva školstva každý štvrtý rok zhruba 5 štvorročných doktorandských interných štipendií, ktoré pokrývajú platy doktorandov plus náklady spojené s ich pobytom v škole (pracovné miesto, telefón, počítač, kópie atď.). Inak je ale celá prevádzka programu, vrátane platu vedúceho programu, platu jeho asistentky, financovania prednášok hosťujúcich odborníkov a pobytu zahraničných hostí, honorárov pre externých konzultantov kandidátov, ako aj nákladov spojených s tlačou dizertácií a s verejnou dišputou, financovaná z poplatkov, ktoré si škola vyžiadala od externých kandidátov. Každý druhý rok totiž otvára AHO svoje doktorandské štúdium aj pre záujemcov z iných inštitúcií a pre súkromné osoby (bývalí študenti, učitelia, umelci, praktizujúci architekti a dizajnéri atď.). Tí, ktorí boli s konečnou platnosťou prijatí na štúdium, sú povinní zaplatiť asi 120 tisíc nórskeho korún (t. j. asi 16 tisíc US dolárov), ktoré majú pokryť skutočné náklady školy na jedného doktoranda. Túto sumu zaplatia buď zamestnávateľia doktorandov (školy, štátne úrady), alebo vo výnimočných prípadoch aj doktorandi sami.

Úplne na záver dve informácie. Budúce doktorandské štúdium na AHO sa začne v jeseni 1999 pod názvom Millenium Project a bude prebiehať v spolupráci s ďalšími škandinávskymi krajinami. V Oslo sa začne prvá časť - (úvod do sveta vedy) a druhá časť (úvody do teoretických základov jednotlivých odborov) sa rozdelí medzi Oslo (dizajn), Stockholm (architektúra) a Aarhus v Dánsku (urbanizmus a krajinné plánovanie). V Helsinkách bude záverečný týždeň venovaný všetkým trom meradlám videným z ekologickej perspektívy. Druhá informácia sa týka štipendijných možností, ktoré existujú v rámci študentských výmenných programov Európskej únie (Socrates/Tempus) v prípade slovenských záujemcov o doktorský program AHO, či absolvovanie niektorých jeho častí. Pre prípadných záujemcov o absolvovanie celého programu je podmienkou prijatie projektu doktorandskej práce, termín odoslania žiadosti je február 1999. Bližšie informácie poskytne sekretárka programu Ingunn Gjoerva (AHO, P.O.Box 6768 St. Olavs Plass, V-0130 Oslo, fax: + 4722111970, e-mail: ingunn.gjoerva@aho.no).

DOKTORANDSKÉ ŠTÚDIUM PRE DIZAJNÉROV V BRATISLAVE



Ľudovít Petránsky

Prof. PhDr. Ľudovít Petránsky, DrSc., je profesorom dejín a teórie výtvarného umenia, je rektorom pre oblasť dizajnu na Fakulte architektúry STU v Bratislave.

Zdôrazňovanie spoločenského a odborného postavenia dizajnu si aj v súčasnosti vyžaduje hľadanie najrôznejších foriem jeho hodnotenia, rôznorodého prezentovania nevyhnutnosti produktu v živote človeka, ako aj formovanie kvalitatívne nových tendencií v odbornej príprave mladej generácie. Musím konštatovať, že práve táto samostatná disciplína, ktorá výtvarne invenčne syntetizuje poznatky rôznych vied, techniky a iných odborov, nemá stále dostatok priestoru a uznania pre svoj progresívny rozvoj. Z týchto dôvodov je pozitívny každý krok ktorejkoľvek inštitúcie a osobnosti na získanie zodpovedajúceho spoločenského a kultúrneho statusu dizajnu. K významným činom v tomto smere patrí aj priekopnícka príprava, zrod a realizácia doktorandského štúdia (DrŠ) na Slovensku ako najvyššej formy vysokoškolského vzdelávania od roku 1997. V tejto súvislosti chcem konštatovať, že tento druh štúdia vznikol logicky v kontexte európskeho a svetového školstva a je zároveň aj výrazom dozrievania našich pedagógov v interakcii s požiadavkami absolventov rozličných odborov dizajnu. Čo je zvlášť potešiteľné, je aj pozitívnym príkladom schopnosti spolupráce viacerých škôl (FA STU v Bratislave, VŠVU v Bratislave, DF TU vo Zvolene, SJF TU v Košiciach) a ich predstaviteľov pri realizácii spoločného a nevyhnutného programu v tejto oblasti.

Doktorandské štúdium sa organizuje a prebieha podľa zákona č. 172/1990 Zb. o vysokých školách v znení neskorších predpisov Vyhlášky Ministerstva školstva Slovenskej republiky č. 131 z roku 1997, ktorá bola uverejnená v Zbierke zákonov Slovenskej republiky dňa 15. mája 1997 (čiastka 61).

Na základe uvedených dokumentov, doterajšej akreditácie určitej školy v polohe školiaceho pracoviska, ako aj spoločných dohôd vedúcich akademických funkcionárov bola Fakulta architektúry STU v Bratislave poverená gestorovaním zriadenia troch spoločných odborových komisií (SOK) v odboroch Architektúra (35-01-9), Urbanizmus (35-02-9) a Dizajn (82-21-9). Absolventom vedných odborov Architektúra a Urbanizmus sa po úspešnom vykonaní dizertačnej skúšky a obhajoby dizertačnej práce udeľuje vedecko-akademická hodnosť philosophiae doctor („PhD“) a v umeleckom odbore Dizajn umelecko-akademická hodnosť artis doctor („ArtD“).

Spoločná dizajnérska odborová komisia s celoslovenskou pôsobnosťou má svoje sídlo na FA STU v Bratislave. Jej členovia boli nominovaní vlastnými pracoviskami (FA STU, VŠVU, DF TU, SJF TU) a schválení Umelecko-vedeckou radou FA STU. Na prvom zasadnutí v roku 1997 (3. 12.) si členovia SOK v tajnom hlasovaní zvolili predsedu (prof. PhDr. Ľudovít Petránsky, DrSc.) a dvoch podpredsedov (doc. Ing. akad. soch. Štefan Klein a doc. Ing. Jaroslav Jarema, CSc.). Jej ďalšími členmi sú: doc. akad. soch. František Burian, doc. akad. soch. Ferdinand Chrenka, prof. Ing. arch. akad. arch. Rastislav Janák, doc. Ing. Štefan Schneider, CSc., prof. Ing. Peter Havaš, CSc., a doc. akad. soch. Peter Humaj).

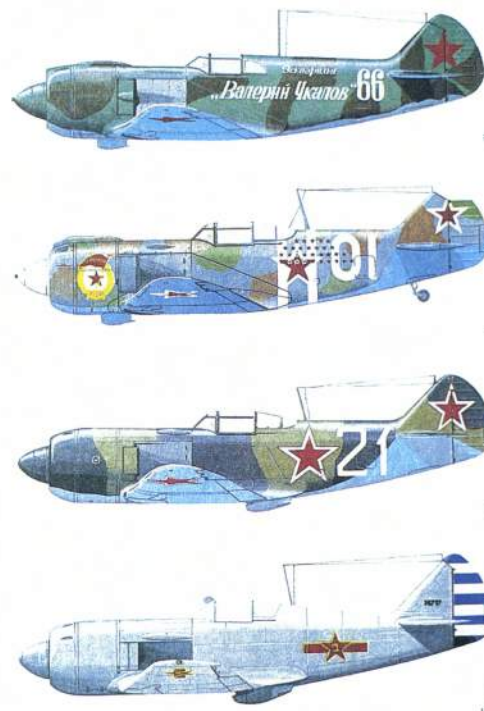
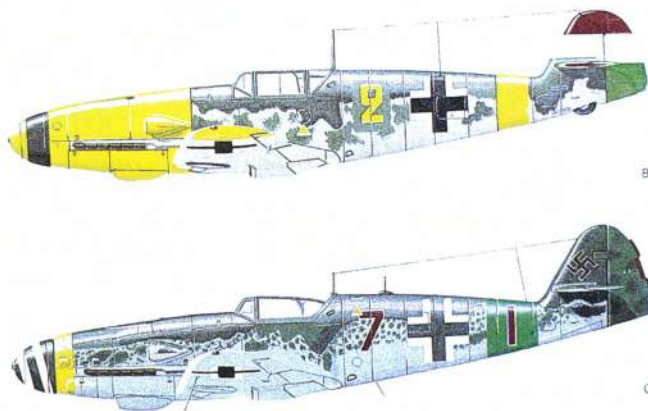
Prvá etapa práce komisie sa okrem systému organizačných a rokovacích postupov venovala analýze samotného zmyslu doktorandského štúdia, z ktorého vyplynula aj štruktúra predmetov pre tento odbor: Spoločenskovedné kontexty dizajnu, Manažment dizajnu, Navrhovanie výrobku v kontexte súčasných technológií, Kultúrna identita výrobku, Dizajn a multimédiá, Mimofakultný resp. mimoškolský predmet DrŠ viazaný k téme (doma alebo v zahraničí), Experimentálne laboratórium dizajnu a Návrh produktu z hľadiska vízie vývoja spoločnosti. (Z týchto titulov si vyberá doktorand určitý počet podľa zamerania svojej doktorskej dizertačnej práce.) Predmetová skladba rešpektuje skutočnosť, že DrŠ nemôže byť len formálnym rozšírením či doplnením vysokoškolského štúdia, ale musí mať kvalitatívne nový obsahový program. Ten sa dá formovať len v kompatibilitate s aktuálnymi potrebami uplatnenia dizajnu doma a v koordinácii s európskymi a svetovými tendenciami v tejto oblasti. Aj preto považujeme za nutné, aby doktorand okrem iného absolvoval časť svojho štúdia v zahraničí. Samotnú tému vypisuje príslušné školiace pracovisko, ale hlavný priestor pre jej definitívne formulovanie sa dáva študentovi a jeho školiteľovi.

Spoločná odborová komisia pre dizajn nerešpektovala striktné - a niekedy aj konzervatívne - stanovené podmienky pre prijímanie na doktorandské štúdium. Vo svojich záveroch konštatovala, že táto možnosť sa poskytuje každému (teda napríklad aj absolventom umenovedných a iných odborov), kto kvalitou svojho programu (teoretického, historického aj umeleckého) prispeje k rozvoju dizajnu na Slovensku. Na doktorandské štúdium bolo prijatých 25 uchádzačov. Takýmto prístupom (a mohli by sme uviesť aj ďalšie momenty) sa rozširujú profesionálne špecifické podmienky pre neunifikovaný a invenčne životaschopný priestor nových smerov dizajnérskej výchovy. Neaplikujú sa bezducho všetky zásady vyhlášok a smerníc bez rešpektovania osobitostí dizajnérskeho prejavu.

V školskom roku 1998/1999 sa uskutočnili prvé prijímacie pohovory na internú aj externú formu DrŠ na FA STU v Bratislave, ktorá je zatiaľ jediným akreditovaným školiacim pracoviskom. (Je tu aj možnosť docentských habilitácií a profesorských inaurácií v odbore dizajn.) Som však presvedčený, že toto oprávnenie čoskoro získajú všetky zainteresované inštitúcie. FA STU vzhľadom na túto prechodnú situáciu, ako aj vzhľadom na dobrú spoluprácu vedení a zástupcov uvádzaných škôl už v tomto školskom roku poskytla možnosť prijatia uchádzačov zo všetkých škôl. Je potešiteľné, že sa to prejavilo v značnom záujme o tento druh vzdelania zo strany najmladšej, ale i staršej generácie. Doktorandské štúdium v odbore dizajnu je živým organizmom, ktorý bude reflektovať nové poznatky a inovácie v celej svojej štruktúre.

Zdeno Kolesár

Stíhacie lietadlá Messerschmidt B 109. Nemecko, 1942.



Stíhacie lietadlá Lavočkin, ZSSR, 1942.



Pierre Boulanger, André Lefebvre, Flaminio Bertoni: Citroen 2 CV. Prototyp, 1935.

R 2. SVETOVÁ VOJNA

Ku krutým paradoxom dejín ľudskej civilizácie patrí skutočnosť, že vojnové konflikty a ich príprava patria k najvýznamnejším katalyzátorom materiálnych a spoločenských premien, stimulujú vývoj, ktorý ďaleko presahuje kontext konkrétnych bojových operácií. Mimoriadne nástojčivo si tento fakt uvedomíme na pozadí najnovších dejín.

Pri analýze problémov súvisiacich s premenami dizajnu nášho storočia sme už upozornili na to, že prvá svetová vojna akcelerovala potenciál vedy a techniky, neskôr využitý v mierovej výrobe. Chróm, pôvodne používaný na hlavice projektilov, sa napríklad uplatnil ako erbový moderný materiál v povrchovej úprave funkcionalistického nábytku z ohýbaných oceľových rúrok, ale aj v kontexte štýlu art déco. Vojna bola stimulom pre hektický vývoj bojových strojov. Zbrane, vojenské autá, „pohyblivé pevnosti“ (prvé tanky použili britské vojská v roku 1916), a najmä lietadlá, ktoré sa stali dôležitou súčasťou vedenia boja, preverovali konštrukčné riešenia, neskôr využité v mierovom priemysle. Vojna však bezpochyby ovplyvnila aj globálne trendy v dizajne. Širší nástup racionalistických prúdov, sledovateľný v dvadsiatych rokoch, bol do značnej miery podmienený znechutením z vojny (najmä jej záverečná etapa sa stala symbolom nezmyselných vojnových útrap a zbytočného zabíjania) a úsilím reformovať spoločnosť na racionálnych princípoch. Práve v týchto intenciách sa Bauhaus a ďalšie centrá dizajnerskej avantgardy zaoberali dizajnom ako prostriedkom sociálnej reformy.

Aj keď si to možno neuvedomujeme, najmä v súvislosti s druhou svetovou vojnou sa zrodili mnohé dnes bežne využívané civilizačné výtoby. Tlak vojenskej výroby s jej zvýšenými materiálovými a technologickými nárokmi, ale aj „odvelenie“ strojov a pracovných síl do zbrojnej výroby, dali impulz k výskumu a vývoju materiálov a výrobných procesov, ktoré by boli málo efektívne v mierových časoch.

Kvantitatívne potreby zbrojnej produkcie stimulovali nové techniky masovej výroby vo viacerých kľúčových druhoch priemyslu. V súvislosti s nedostatkom tradičných materiálov (kovy, guma a ďalšie) sa objavujú „záračné vojnové materiály“. Polyetylén, ktorý bol vyvinutý ako materiál pre vojenské radary a ďalšie vysokofrekvenčné zariadenia, našiel po vojne veľa komerčných aplikácií. Podobne polymetylmetakrylát (organické sklo), používaný v druhej svetovej vojne v leteckom priemysle, sa neskôr stal ideálnym materiálom pre objektívy fotografických prístrojov. Spomínané materiály sa spolu s ďalšími termoplastami (PVC, polystyrén), vyvinutými alebo po prvý raz širšie využitými počas vojny, spracovávanými technikami odlievania, vstrekovania do formy alebo vákuového formovania, stali nosnými materiálmi povojnového veku plastov a umožnili plný rozvoj nového dizajnerskeho tvaroslovía, tzv. „biomorfolnej moderny“.

Veľa technických novinek, vyskúšaných počas vojny, sa neskôr v transformovanej podobe uplatnilo v kontexte mierovej výroby, napr. zdokonalené rádiokomunikačné prístroje, prúdové lietadlá atď. Skúsenosti z vývoja riadených striel (von Braun) vy-

Foto: archív autora



Volkswagen - vojenská verzia. Nemecko, 1939.



Jeep (detail), USA, 1941.

Jeep, USA, 1941.



užila éra kozmických letov. Vo vyratúvaní aplikácií vojenských výskumov by iste bolo možné pokračovať. Ovplynili bezprostredne i sféru dizajnu. Analýzy účinnosti spojenia človeka so strojom, realizované výskumnými skupinami ozbrojených síl, boli napríklad dôležitým podkladom pre ergonomické riešenia vo viacerých odvetviach povojnového dizajnu.

A napokon - hoci sa to v súvislosti s prenášaním princípov priemyselnej racionalizácie na hubenie ľudí zdá dosť cynické - treba spomenúť ešte jednu sféru vplyvu druhej svetovej vojny na neskoršiu povahu dizajnu. Upozornila na ňu trojica historikov dizajnu S. Bayley, P. Garner a D. Sudjic: „...výskumy vojnové doby pomohli zmeniť tvár dizajnu a ďalej zdôrazniť novoobjavený vplyv inžiniera-dizajnéra, ktorý zvestovali pionieri modernizmu a ktorý sa stal základnou črtou moderného hnutia.“¹⁾ Efektívnosť a funkčná inovatívnosť sa stali kľúčovými pojmami v úsilí o dosiahnutie vojnovej prevahy a hoci zabíjanie ľudí bolo v priamom protiklade k ľudským cieľom otcov modernizmu, paradoxne zrejme prispelo k upevneniu pozícií moderny v povojnovej ére. Obdobie druhej svetovej vojny popri úvahách o etických aspektoch dizajnerskej profesie ponúka i podnety k analýze vzťahu dizajnu, ideológie a politiky. Na komplikácie pri hľadaní priamej súvislosti medzi formami uplatňovanými v dizajne a spoločensko-politickými pomermi či dizajnerskou „filozofiou“, ktorá za týmito formami stojí, sme upozorňovali už v súvislosti s evidentnou príbuznosťou foriem uplatňovaných v niektorých prejavoch neskorej secesie a funkcionalizmu.²⁾ Bez toho, aby sme chceli celkom spochybniť názor, že existuje priama zviazanosť medzi ideologickou koncepciou či sociálnymi cieľmi sledovanými úžitkovou tvorbou a formami, ktoré táto tvorba nadobúda, musíme v súvislosti s dizajnom nami sledovaného obdobia túto tézu prinajmenšom relativizovať. Ako najpríznačnejší možno v tomto smere uviesť rozporuplný vzťah ideológie a rôznych koncepcií dizajnu v nacistickom Nemecku.

Je všeobecne známe, že bašta funkcionalistickej etiky dizajnu - Bauhaus - bol zlikvidovaný fašistami. Tŕňom v oku fašistov však bola skôr faticová orientácia či židovský pôvod viacerých pedagógov než dizajnersky racionalizmus tvoriaci jadro pedagogických metód Bauhausu (hoci napr. vulgárne kritiky plochých striech ako „negermánskych“ boli súčasťou atakov zo strany NSDAP). Aj po etablovaní „völkisch“ štýlu (akéhosi „germánskeho“ variantu umelecko-remeselnej práce, stavajúceho proti „vykorenenému kozmo-



Ferdinand Porsche, Erwin Komenda: Volkswagen. Prototyp, 1936.

politizmu“ tradičné rurálne formy viazané na národnú ideológiu „krvi a pôdy“³⁾ ako piliera nacistickej politiky sa v obchodoch predávali bauhausovské produkty navrhnuté Wilhelmom Wagenfeldom či Marianne Brandtovou, dokonca sa dochovala fotografia Adolfa Hitlera sediaceho na kresle z ohýbaných oceľových rúrok. Viacerí historici dizajnu⁴⁾ upozorňujú na ambivalentnú povahu nemeckého dizajnu nacistickej éry. Pre ideologickú propagandu sa využívali napríklad Zeppelinove vzducholode alebo automobily sugestívnych aerodynamických foriem výrobcov Auto Union a Mercedes, ktoré si v tridsiatych rokoch odovzdávali štafetu svetových rýchlostných rekordov. Tie, podobne ako lietadlá konštruktérov Messerschmidta či Heinkela, rozhodne nezodpovedali oficiálnej „völkisch“ estetike. Bolo by bezpochyby komické (i keď nie vylúčené) zdobiť bojovú stíhačku rustikálnym ornamentom. Tam, kde išlo o potrebu dosiahnutia vojenskej prevahy, dokázali nacisti dôsledne zhodnotiť prednosť modernej mechanizovanej výroby a racionalistického dizajnu. Pozoruhodný je však fakt, že pre zastieranie skutočného účelu bojových strojov udeľoval Hitler ich autorom (napr. v roku 1938 práve spomenutým dvom leteckým konštruktérom) národné ceny za „kultúrnu prácu“ a „umeleckú tvorbu“.⁵⁾ Takto „inžinierskemu“ dizajnu priznal umeleckú signifikantnosť a deklaroval tým vlastne svoj obdiv ku „kozmo politnému“ funkcionalistickému dizajnu. Podobne rozporuplné hľadanie adek-



Plagát propagujúci sporenie na kúpu Volkswagenu. Do akcie sporenia 5 ríšskych mariek týždenne sa od augusta 1937 do konca vojny v Nemecku zapojilo asi 320 000 ľudí.

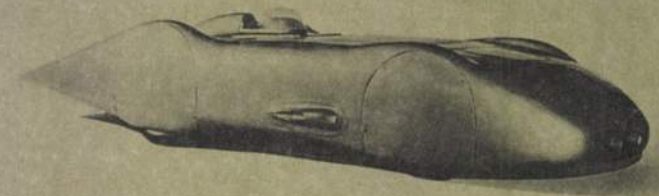
vátnej formovej reči pre fašistickú ideológiu charakterizovalo i medzivojnovú situáciu v Taliansku, kde sa popri futuristoch aj racionalisticky orientovaná skupina architektov a dizajnérov prihlásila k fašizmu a súperila s neoklasickými.

Dôkladnejšie analýzy dizajnu vojenskej techniky však ostávajú z viacerých dôvodov tabu pre väčšinu historikov dizajnu. Hlavným dôvodom je nepochybne antihumánna podstata tejto výrobnéj sféry. Ako sa vysporiadať s faktom, že po stránke zosúladenia funkcie (t. j. ničenia a zabíjania), konštrukcie, úžitkových materiálov a výrobných procesov dizajn zbraní dosahuje často vysoký štandard, ktorý je navyše podčiarknutý adekvátnou symbolikou formy vyvolávajúcej pocit agresívnej deštrukcie? Môže ísť napriek tejto „asociálnej“ podstate o kvalitný dizajn? S normatívnym názorom o etike formy a čestnom funkcionalizme, ktorý môže byť len výsledkom demokratických spoločenských pomerov, tu iste nevystačíme. Ide o mimoriadne komplikovaný problém, ktorý vyžaduje relativizujúci „ústupok“ v hodnotiacich súdoch. Tento problém treba nateraz aspoň naznačiť, pričom ho nemožno viazať iba na kontext vývoja bojovej techniky a jej využívania v „skutočných“ vojnách. Ak si uvedomíme obľúbenosť súčasných akčných filmov s poetikou priam obsesívne stavajúcou na brutálnom používaní ničivých zbraní (Terminátor, Predátor, Robocop a pod.), potom nemožno nesúhlasiť s názorom Johna Hesketa, že hoci „...o estetike strachu sa málo diskutuje, ...mocné neosobné formy vojenskej výzbroje patria k najrozšírenejším a najevoaktívnejším obrazom našej doby.“⁶⁾

Zložité osudy zrodu a vývoja dizajnerských projektov možno ilustrovať aj na dvojici automobilov, pôvodne spätých s atmosférou pred a počas druhej svetovej vojny, z ktorých sa neskôr stali evergreeny svetovej automobilovej produkcie Volkswagenu a Jeepu.

Keď v roku 1930 Rakúšan Ferdinand Porsche presídlil do Stuttgartu, začal sa v spolupráci s nemeckými výrobcami motoriek NSU a Zündapp venovať vývoju malého automobilu. Tieto firmy napokon ostali verné výrobe motocyklov, ale po Hitlerovom prejave na berlínskom autosalóne v roku 1934, v ktorom požadoval lacné ľudové auto, Porsche podpísal zmluvu s Nemeckým združením automobilového priemyslu a začala sa intenzívna príprava výroby malého auta. V Hitlerových plánoch mal Volkswagen tvoriť pendant „Volkswohnung“ (ľudového bývania) a mal aj maskovať masívnu výstavbu diaľnic, ktoré zohrávali dôležitú úlohu v jeho militaristických plánoch. Nové ľudové auto nemalo cenovo presiahnuť tisíc mariek a po realizácii prototypu (1936-37) sa malo začať vyrábať v novozaloženom závode vo Wolfsburgu (1938). Porsche a jeho spolupracovník Erwin Komenda v návrhu karosérie (automobil mal vzadu uložený vzduchom chladený motor) nadväzovali na výtvarný medzivojnový aerodynamický dizajn a veľmi pravdepodobne sa inšpirovali malým aerodynamickým automobilom, ktorý okolo roku 1933 pre kopřivnickú Tatra pripravoval ďalší Rakúšan Hans Ledwinka (Tatra napokon začala vyrábať väčšie aerodynamické limuzíny, ktorým sme sa venovali v predchádzajúcej časti tohto seriálu). Azda stojí za zmienku, že malý automobil ako znak nacistickej „demokracie“ užíval Adolf Hitler už počas svojich predvolebných agitačných ciest v dvadsiatych

Pretekárske vozidlo W 125 firmy Mercedes-Benz, 1938.



Obrný transportér Humber. Veľká Británia.



rokoch a bola ním Ledwinkova „nezničiteľná“ Tatra 11 z roku 1923.

Vráťme sa však k Volkswagenu. Vzhľadom na vypuknutie vojny začal závod vo Wolfsburgu namiesto civilného auta vyrábať terénne autá pre armádu (bolo ich vyrobených okolo stotisíc) a sériová výroba „chrobákov“ sa začala až po skončení vojny pod protektorátom britskej armády. Neskôr toto auto prekonal rekord Fordu T v počte vyrobených kusov. Koncom päťdesiatych rokov jeho lakonická „rozumná krása“ pomáhala v USA nabúrať hegemoniu márnratných cestných krížnikov a vo výrobe ostalo až do konca 70. rokov, resp. v juhoamerických licenciách ešte dlhšie. O tom, že „chrobák“ sa zaradil medzi najvýznamnejšie dizajnerské opusy nášho storočia, svedčí i súčasné úsilie oživiť jeho imidž vo firemnom redizajne, ktorý však už má málo spoločné s pôvodným ľudovým vozidlom pre najširšie vrstvy.⁷⁾

Zatiaľ čo zrod Volkswagenu bol viazaný na ideologickú bázu, ktorá napokon viedla k rozpútaniu 2. svetovej vojny, Jeep už bol strojom projektovaným špeciálne pre vojenské operácie. Čiastočne síce nadviazal na výrobu, ktorú sa pokúšal rozvinúť v USA koncom dvadsiatych rokov britský výrobca automobilov Austin,

hlavný podiel na jeho vývoji však mali popri vojenských odborníkoch americké firmy Bantam a Willys. Záverečné práce urýchlil najmä japonský útok na Pearl Harbour v roku 1941. Jeep (názov vznikol zo skratky General Purpose - všeobecné určenie) na rozdiel od medzivojnovnej americkej automobilovej produkcie pôsobiacej módnymi efemérnymi zmenami na predstavivosť zákazníkov (tento trend vyvrcholil v 50. rokoch v „dream cars“ - autách snov) predstavoval automobil redukovaný na absolútny funkčný základ, nevelmi pohodlný, ale spoľahlivý a odolný stroj, schopný naplniť požiadavky kladené na univerzálny vojenský dopravný prostriedok. Jeho výroba (cez vojnu vyše pol milióna kusov) sa však postupne neobmedzovala len na vojenské potreby a „džíp“ sa stal synonymom terénneho automobilu so skutočne „všeobecným určením“. Anticipoval čoraz bohatšiu zastúpenú kategóriu automobilov „off-road“, ktoré gravitačná sila súčasných módnych trendov „príťahuje“ z necivilizovaných končín do ulíc miest.

Poznámky

- 1) Bayley, S., Garner, P., Sudjic, D.: Twentieth Century. Style and Design. London 1986, s. 168.
- 2) Pozri 5. časť tohto seriálu.
- 3) Pozri aj Déclaration extraite de „Mein Kampf“. In: Noblet, J. de: Design. Introduction à l'histoire de l'évolution des formes industrielles de 1820 à aujourd'hui. Paris 1974, s. 160.
- 4) Heskett, J.: Industrial Design. London 1980, s. 190 a d. Lindinger, H.: Germany. The Nation of Functionalism. In: Castelnovo, E. a kol.: History of Industrial Design III. Milano 1990, s. 90 a d.
- 5) Podľa Heskett, J.: c. d., s. 193.
- 6) Tamtiež, s. 190.
- 7) V medzivojnovnom období sa zrodili i ďalšie projekty malých európskych automobilov, ktoré patrili po 2. svetovej vojne k najpredávanejším: Citroen 2CV (Pierre Boulanger, André Lefebvre, Flaminio Bertoni, výr. od 1949) a Fiat 500 (Dante Giacosa, výr. od 1936 ako „500“ a od 1957 ako „Nuova 500“).
- 8) Jeep dodnes v inovovanej podobe vyrába firma Chrysler.

Štefan Holčík

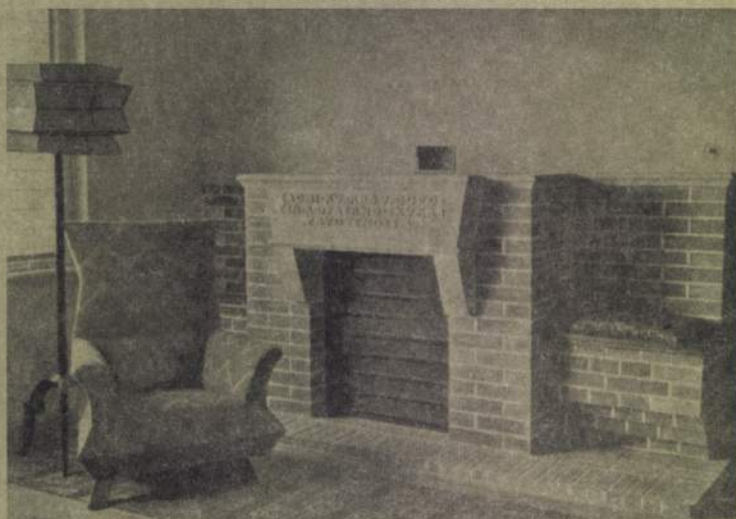


KUBISTICKÉ OBDOBIE V TVORBE ARTÚRA SLATINSKÉHO

Architekt Artúr Szalatnai-Slatinský sa narodil v roku 1891 a zomrel v Bratislave na jeseň 1961. Počas štúdií na polytechnike v Budapešti sa rozhodol prestať používať svoje pôvodné meno Schlesinger a prijal meno podľa svojho rodiska - Hornej Slatiny (maď. Szalatna) neďaleko Bánoviec nad Bebravou, kde bol jeho otec správcom grófskeho majetku. Až po druhej svetovej vojne si meno poslovenčil.

Prvú svetovú vojnu prežil Szalatnai ako vojak na frontoch v severnom Taliansku a v Alsasku, po návrate sa usadil v Bratislave v novokonštituovanom Československu. Ako absolvent budapeštianskej školy, vychovaný v doznievajúcej secesii, sa prekvapivo rýchlo odpútal od dekorativizmu, ktorý poznačuje jeho študentské projekty a je badateľný v jeho zachovanom skicári.

Pre svojich klientov v Bratislave navrhoval objekty, ale aj interiéry a jednotlivé kusy zariadenia. Boli to predovšetkým obytné priestory, ale aj zariadenia obchodných miestností a sanatórií. Napriek tomu, že osobne asi nepoznal ani pražský ani parížsky kubizmus, sú diela z jeho najranejšej tvorby (1920 - 1925) výrazne poznamenané vtedy už prekonaným kubizmom. Kubistické prvky, čiastočne kombinované s prvkami dnes označovanými za art déco, sa objavujú už v jeho interiéroch



Vykurovacie teleso navrhnuté A. Szalatnaiom-Slatinským do interiérov bytu Mgr. Kempného. Polovica 20. rokov.



Prototyp vitríny navrhnutý pre módný salón v Bratislave. Z roku 1924 je aj stojanová lampa (tienidlo bolo neskôr prerobené).

synagógy ortodoxov na Heydukovej ulici. Výraznejšie sú viditeľné v jeho súťažných návrhoch na úpravu pivníc Starej radnice na reštauráciu (Rathauskeller).

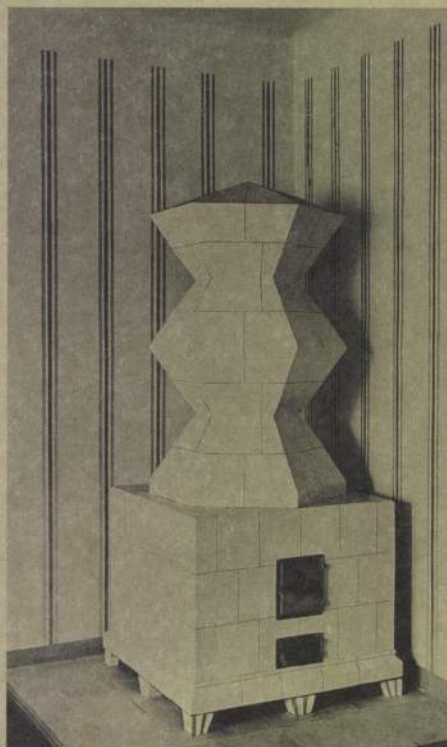
Jeho „kubizmus“ v architektúre nevychádzal len z čistej snahy po módnej dekorácii či ornamente, ale z poznania možností použitia nového materiálu - železobetónu. Je to zrejme najmä z jeho nerealizovaného projektu na vybudovanie čajového či mliekarenskeho pavilónu na detskom ihrisku na nábreží Dunaja. Tento projekt vznikol pravdepodobne v súvislosti s aktivitami vystavovateľov v areáli Dunajských veŕtrhov.

Kubistické prvky sa výraznejšie uplatnili na budove sanatória „Caritas“ na Zochovej ulici (portály, mreže). Reliéf medzi oknami podľa Szalatnaiovej kresby vytesal Alojz Rigele. V spolupráci s týmto sochárom vznikla podľa architektovej nákresoj aj socha „Alchymista“ v prejazde domu lekárnik Karola Kempného na Radlinského ulici (1924-1925) a socha múzy nesúcej model domu na Puškinovej ulici (odstránená). Reminiscenciou na kubizmus, ale už v úplne modernej chápanej architektúre, je riešenie železobetónového liateho plafónu v jedálni penziónu Grünhut (teraz Perugia) na Zelenej ulici.

V nábytkovej tvorbe sa architektov sklon ku kubizmu prejavil najmä

v riešení jednotne poňatých interiérov v byte Mgr. K. Kempného, kde okrem nábytku navrhol aj vykurovacie telesá.

Vynikajúcim príkladom jeho nábytkovej tvorby je prototyp vitríny, ktorú navrhol pre istý módny salón v Bratislave. Prototyp vyrobila firma Müller na Schöndorfskej (teraz Obchodnej) ulici. Vitrínu používala manželka architekta až do svojej smrti v roku 1990. Z toho istého obdobia (1924) je aj stojanová lampa (tienidlo neskôr prerobené). Artúr Slatinský používal vo svojom byte aj kreslo rovnaké ako v hale bytu Kempného a keramické doplnky - napríklad trojramenný svietnik - z produkcie iných dizajnérov, ktoré dokumentujú jeho vzťah k obdobiu poznamenanému kubizmom.



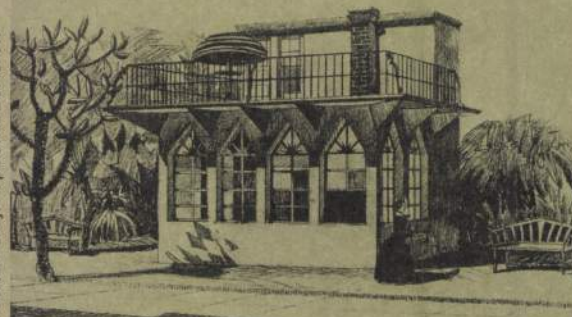
Vykurovacie teleso navrhnuté A. Szalatnaiom-Slatinským do interiérov bytu Mgr. Kempného. Polovica 20. rokov.



Socha „Alchymista“ realizovaná podľa Szalatnaiovej nákresoj v spolupráci so sochárom Alojzom Rigelem (1924-1925).

Z interiérovej tvorby A. Slatinského sa zachovalo veľmi málo. Len niekoľko vyblednutých fotografií z 20. rokov a pár zachovaných kusov v súkromnom majetku dnes svedčí o jeho mnohostrannej aktivite, ktorá bola významným prínosom pri formovaní novej kultúry v Bratislave po prvej svetovej vojne.

Návrh pavilónu v areáli detského ihriska na nábreží Dunaja. I. polovica 20. rokov.



Súťažný návrh na úpravu suterénnych priestorov Starej radnice v Bratislave. I. polovica 20. rokov.



Talents in DE SIGN UM Competition Year II

By Adriana Pekárová, page 3

The second year of DE SIGN UM competition offered an opportunity to all design departments at Slovak graduate schools to introduce the best student works. Design departments at the technical universities in Bratislava, Košice, Zvolen, and at the Academy of Fine Arts in Bratislava have nominated 5 works for the competition, which were created during the winter and summer semester. DE SIGN UM readers could read about them in the first and third of this year. The final judgement was pronounced by an expert jury, which decided who would win the awards. The competition, organised by DE SIGN UM editors, bears a name indicating its objective - to provide space for creativity of the young generation and to show ideas of design students, future professional designers, of whom we have high expectations for the near future. The competition platform, together with the publication space provided by the magazine, extend the starting designers' opportunities to verify their projects and to confront their views and solutions with other young designers. As student works from all design departments in Slovakia were represented in the competition, it provided a unique opportunity to compare the character and differences between design education at various school types. We could see a wide range of education concepts, from an intellectual creative approach, to using advanced technical platforms, up to building contacts based on the existing technological and technical background of manufacturing companies. All those approaches to education of young talents are since they are designed to prepare professionals, who will be not only able to come justified up with new ideas and solutions, but who will also be characterised by certain resistance to stereotypes and by the enthusiasm to overcome them. The idea to give an opportunity to young professionals was a leading one even in our choice of the jury members - consisting of young designers, of course, with some practical experience providing a guarantee of their professional qualities. Their task was not an easy one, requiring not only considerable expertise and capability to formulate their opinions, but also a lot of responsibility, because they had to compare works by students from various schools, different subjects, and at various stages of design creation - works introduced as computer visualisation, models, and drawings. In this respect, we must stress the fact that students are familiar with computer work, being able to use even advanced software.

Providing opportunities to apply designer skills and personal potential is also a key issue of the future and the sense of design education and professional training. Therefore, the competition has also shown evident efforts of the Slovak schools to look for contacts in the manufacturing sphere - to search for companies, which can give to students some tasks to solve and offer them the necessary material background. In return, they can get new impulses, helping to reach their business aims. Many students have used this opportunity very well, while there still remains an open question, how it will be used and evaluated by manufacturing companies. Young people have a great potential of ideas and skills, together with a natural need for self-actualisation. But the vision of a designer - who wants to create beautiful and useful things - is different from the reality of contemporary industries, i.e. the target environment of design education. However, it is very important how designers will interpret their views through design to manufacturers and users, and how they will be able to communicate with them.

Two competition years have also brought experience, resulting in a challenge to consider certain changes of the rules, for instance, how to use the motivating effect of competition to stimulate students' initiative, so that they could show their interest in entering the competition themselves. The nomination of works for competition is done by teachers twice a year - according to the valid competition rules - but what would the participation be like, if the nomination would be decided by students? Can we plan to extend the competition by foreign contacts? Those issues should be considered before the invitation the next year. I believe that the editors will offer there new stimulation, welcomed by design students and teachers.

The Tatra Museum

By Jana Pauly, page 16

The establishment of a new museum requires a considerable background of knowledge, not only concerning its operation, character of collections, and optimum ways of presentation, but even on such matters like how to get exhibition rooms and how to keep the depository. A contemporary museum must be not only an information bank, but it is to be situated in an attractive environment, accessible to visitors.

The new Tatra museum, now the Technical Museum at Kopřivnice in the Czech Republic, has not been built on a green field. The city had invited architects and designers for a specific project: to redesign an unfinished building, originally a multi-purpose cultural centre, to make a museum, which was to be opened on the occasion of the 100-th anniversary of the first automobile production in Czechia. Due to time shortage, the variant of the original building completion was chosen.

However, you would think that no limitation was given to the project authors, when you see the new complex, connecting old and new building sections. The museum actually radiates incredible enthusiasm and courage of the authors' team: the architect Miloš Kučera, the designers Evžen Scholler and Pavel Škarka, and the graphic artist Aleš Stankovský, who invented various arts of finesse under the leadership of the museology expert V. Tomolová. Actually, from ruins they have managed to build a modern and high quality museum, ranging among the leading ones in the Czech Republic.

The museum building facade continually follows the cultural centre, facing a pedestrian zone. At the same time it was necessary to respect vertical lines of the neighbouring dominant Tatra hotel building. The project authors have managed it through putting stress on horizontal lines of the museum, finished by a radical diagonal of the partially glass museum roof, dynamically falling down to the lawn area. The contrast between white museum facade and the blue steel structure of row windows brightens the otherwise sober architecture of the square.

The museum building, coronated with a pillar bearing the museum logo, attracts attention, gives a feeling of cleanness and lightness, and reminds us of functionalist buildings of 1930s. A well designed vista point of the museum is the only preserved wagon of the legendary Slovak express train "Slovenská strela", seeming by coming up at the museum visitors. Particularly the night lighting of this solitaire exhibit makes it a unique streamline symbol of the middle 1930s.

One enters museum by a cascade stairway, naturally orientating visitors towards the entrance. There is even a ramp, enabling access without barriers to museum rooms.

A rational layout of the museum interior separates the exposition and presentation zones from office rooms. The entrance hall with an information stand, which is also a small souvenir shop, looks friendly. It is followed by a wardrobe, with a rest area. From there, through a wide opened entrance, we come into exposition rooms with a lowered ceiling, creating an atmosphere full of festive expectations. The visitor is not disappointed, as the way through the museum goes along a corridor of attractive colours and materials. Chronological exposition sequence with simply presented exhibits, interrupted by arranged scenes, reflects world-wide museum exposition trends the main hall has particularly outstanding layout, with galleries articulated by steel structures creating an atmosphere of technological environment, where motor-cars and air-planes are placed. The main exhibition hall is similar design; it is dominated by a steel structure as well. The exposition nobles is stressed by highlighting major exhibits. Transparent acrylate has been used in an interesting way for space orientation in the articulated interior and to mark the exhibits. The museum has also a spacious, glassed in exhibition hall for special events on the museum ground-floor, which literally draws us to enter.

The first specialised event was a repeated exhibition from the National Technical Museum in Prague under the name "Design of Tatra Motor-Cars", which originally was a supplementary activity to a two-day seminar on the occasion of the 100th anniversary of the beginning of the Tatra motor-car production. When we prepared the seminar and the exhibition in the beginning of 1997, we didn't know that both of those events would in fact place a period behind Tatra motor car production.

The original exhibition presented works by engineer teams and designers Hans Ledwinka and Erich Ullrich, František Kardaš, Zdeněk Kovář, the designer team of the Tatra office in Prague, lead by Ing. Popelář, Otakar Diblík, and the Bratislava design centre lead by Ing. V. Mičík. From works of the last 10 years, was made a selection of design projects by Václav Král, Jiří Španihel, Pavel Huška, Vlastislav Výborný, and Geoff Vardi, a redesign of Tatra cars by students at VŠUP Prague, VÚT and FAVU Brno, and ČVUT Prague. The museum floor area and technical background have allowed us to supplement the exhibition by restored Tatra 97 and Ecora V8 cars, designed to overcome the Czech speed record in 1996. Its body was designed by an amateur designer Josef Hrazdírka from Trutnov. An exhibition of designer sketches, photographs and models of the Tatra car factory introduces to visitors a development line of Tatra motor-cars from 1930s to the shutdown in 1990s.

Dialogues in Copenhagen

By Lúbia Pedersen, page 19

From October 1st to 9th, 1998, there had been Bratislava Days taking place in the capital of Denmark, Copenhagen. The main part of this event included three exhibitions at the Town Hall of the Copenhagen district Frederiksberg. This district with rich cultural traditions is a self-government unit situated in the centre of Copenhagen. Bratislava Days originated in co-operation between the Municipality of Bratislava and the communal government of Frederiksberg.

The presentation consisted of the following expositions: the most specialised one was the cultural and historical exhibition about the capital of Slovakia, prepared by the Municipal Museum of Bratislava. The second one was devoted to illustrations of children books from collections of the Bratislava City Gallery. The third exhibition under the name "Dialogues" was a presentation of Slovak crafts, decorative art and design. The authors were Júlia Kunovská and Katarína Hubová in co-operation with the Slovak Design Centre. Júlia Kunovská was also the author of the genuine exhibition arrangement. The Dialogues exhibition was a dominating part of Bratislava Days in Copenhagen. The authors J. Kunovská and K. Hubová followed two major exhibition objectives. The first one was to create a chamber exhibition of considerably representative exhibits able to briefly and convincingly introduce traditions of Slovak decorative art, development directions, and major personalities. The second objective followed from the fact that there was high-level decorative art and design in the host country, where their legacy has been continually developed and became respected not only by artists but by a broad public too. We can say that both objectives were met very successfully. As a starting point the authors have chosen national traditions of crafts in Slovakia and their transformation into the contemporary production in the work by particular craftsmen and artists. Instead of a comprehensive documentation they decided to present things, which are specific, characteristic and interesting in the field of crafts, decorative art and design. So dialogues originated between the past and the present, traditions and modernity, folklore handicrafts and professional design, dialogues between several generations, and last but not least an inspiring dialogue with the Danish audience.

The exhibition has introduced nearly 150 works by 36 authors and several dozens of historical exhibits from collections of various Slovak museums and galleries. It was divided into five parts, showing materials which have a particular place in the material culture of Slovakia as well as their own artistic characteristics and development. Those five materials - glass, wood, fibre, metal, and wire - have been projected into the exhibition plan, besides other things, also through a decent colour differentiation, which continued in the catalogue. Each material was introduced in the exhibition by a brief description (interesting texts of high information value were published in the catalogue). Particular exhibits presented the above materials in various functions and processing technologies, as well as in a chronological continuity from historical exhibits to modern design.

Prevailing names were those of "classic" authors, major personalities who considerably influenced the development in the respective material design and processing.

However, the exhibition has given space also to young artists, and even to students, because it is just them, who are to continue the creative dialogue with their teachers and with traditions.

A part of the exhibition was also the table "Homage to Tinkers", which was awarded the European WCC Prize in 1996 (design by Júlia Kunovská). This table was exhibited at the Museum of Decorative Art in Copenhagen at the same time. A specially fabricated copy was installed there at the occasion of the meeting of Scandinavian members in the World Crafts Council (WCC) and it had been exhibited at the Museum for more than two weeks. It happened to be a period of very high audience numbers (not only to this museum) due to autumn school holidays and so called Cultural Night, therefore, it is delightful that this work could be placed in such a well situated central institution.

I have made a mini-inquiry at the town hall asking ten randomly chosen visitors on their opinion of the exhibition. Many of them praised the installation as being professional, light and sophisticated (one of them compared it to Finnish architecture). They were persuaded that Slovakia had rich traditions in decorative art, considerably different from the Danish ones, which give a basis to a high-quality contemporary creation. One man "a bit artist, working with metal" has seen it in forms of metal exhibits, another one "a bit glass connoisseur" has seen it in the glass exhibition. In their opinion, the exhibition has convincingly spanned a bridge between the past and the present, despite there was a relatively small number of exhibits. In general, the valuation as "refined, inspiring, modern" was repeated.

Letters from St. Etienne

By Adriana Pekárová, page 24

Presently, the world of design is a richly structured sphere in which various professions have their own territories and ways of influencing it. Each profession plays a certain role in the extraordinary dynamism of the development of design which lead to almost a frightening increase in the influence of design on our society, unfortunately not always in a positive way. The goal of attracting all professions - designers, producers, architects, managers, businessmen or sociologists - to come to the festival in Saint-Etienne is a formidable one. Not only because of enormous organizational work but also because of the clarification of the meaning of such a broadly conceptualized event. The expectations of the organizers were met in the days of November 7-15, 1998 when Saint-Etienne became a city of the meeting of professionals from all over the world at the 1st International Biennial Design Festival.

In its colorful mosaic of exhibits, lectures and company presentations, the festival presented, above all, the opportunity to meet formally and informally with designers, journalists, managers, students as well as teachers at various places in St. Etienne. Numerous groups of participants, looking for an up-to-date lecture, fashion show, an exhibit of historical design, excellent products of successful designers or individualized artifacts which were at the borderline between art and design, were walking between the Convention Center, the Museum of Modern Art and Fine Arts Academy.

The festival's central exhibition, in spite of the extraordinary spectrum of designs, was not a celebration of objects but rather a celebration of the very thing from which design originates, i.e., the variety of intellectual background springing from cultural and social roots of individual countries. This exhibit took place on more than 10 000 m² surface where 350 representatives from 40 countries presented their work - individuals, companies, teams, design schools, etc. It was a show of creativity, technological miracles and managerial skills which reflected the various needs and multifaceted ways to fulfill them. The exhibit as a whole brings a certain alternative of design assessment: not by strict economic criteria of success or fashion of certain designers but rather by individual input into designer programs, be it by the individual designer or a company with a pronounced identity. The broadness of designer approaches is manifested, on one hand, by the collection of the British Design Group of products of perfectionistically clear forms and innovative materials and technologies as a proof of the success of well prepared (and developed for decades) system of state support for design in Great

Britain and, on the other hand, by a set of artifacts from African designers who can just as well be called artists from Mali, Ivory Coast, Senegal, and Burkina Faso. The creative and emotional force of these artists, fed by the ancient African culture where material, although "borrowed" from nature, has remained the same, made an immediate impression on the Europeans accustomed to sophisticated interpretations of their own needs. The wrinkled structure of an old canoe curiously bringing a "recycled" bench up to the level of an artifact with a memory and a soul does not need any explanation ... The act of democracy appears to me to be one of the main traits of this festival, evidently noticeable when going from one exhibit to the next, and not only in terms of the selection of the designs (although there were "organizers" here in interesting blue clothing who prevented the touching of enticing structures and surfaces of the designer creations to reach unmanageable proportions). The light wood presentation furniture without minimal surface treatment harmonized gently with both, the perfect industrial product and a student model. Most of all, however, this type of presentation gave the visitor the possibility of approaching the exhibit piece without unnecessary barrier of glass, boxes, etc. Thus the exhibit, as a rich source of inspiration, offered directly an eye-to-eye perception and, judging by the number of students bending over the exhibit pieces, taking notes or sitting on the floor drawing what ever caught their interest, the message was understood.

To make the whole picture of the biennial festival complete, we have to mention two lecture cycles of personalities from different parts of the world who confirmed that the question of design is a question of identity, be it in Australia or Brazil.

The purple - blue little trap on a yellow cover of the 300 page catalogue from the festival which records every participation of an individual or an institution appears like a piece of jewelry, an aesthetic object - but, careful! It is still a trick. A trap for human longing for further excitement, for more and more products which do not have the chance to get old before they are replaced by new ones, better ones. This is design as well. Maybe it was precisely this thought that inspired the author of the visual concept of the festival, the Slovak artist Johanna Balušiková, when she selected the effective symbol of the event. It can be a reminder of the upper limit which we do not want to cross and, in order to avoid it, we need such a type of an open forum of discussions as was offered by the 1st year of the biennial festival of design in Saint-Etienne.

By Katarína Hubová, page 26

The exhibition pavilion - Parc des Expositions - was a place of interesting and pleasant experiences in November.

Side by side, without prejudice, without borders or other barriers, there was an exhibition of countries from all continents.

In the friendly, non-pompous atmosphere of the exhibition site we also seemed to perceive the offered international expositions more intensely, happily and relaxed. We have compared apparently incomparable things without problems: professional designers with students, design studios with schools, or industrial products with objects - solitaires. We admired new technologies as well as traditional manufacturing procedures. We have enjoyed seeing exhibits, presenting various cultural traditions and national identity as well as visionary designer ideas of future products. I am not quite sure what contributed more to the unique atmosphere, whether it was the famous French "joie de vivre" or the creative spirit of the School of Fine Art in Saint-Etienne, accompanying this special event from the beginning to the end.

Anyone, who has some experience in organising such events, knows that the work is very demanding. Therefore, it is surprising and admirable that this burden was taken up by a school of art, teachers and students, who had not only helped to install the exhibits, but organised and arranged the exhibition Biennial Off themselves. The spirit of the general "school" conception of the Biennial was also in the graphic design of promotional materials. Its author is a graphic design graduate from the Academy of Fine Arts in Bratislava, Johanna Balušiková. She created it in the framework of her postgraduate studies at the Ecole des Beaux Arts. It must

have been a satisfaction for her, and it was an experience for us to see the whole town decorated with bright yellow posters bearing the logo of Design Biennial '98. The edition of a catalogue of 392 pages - rather a publication documenting in a logical and clear way the contemporary design situation, was also admirable. Slovak participation in the Biennial was supported by students' works and projects from technical universities in Košice, Bratislava, and Zvolen. Of a greater scope was the exposition of the Academy of Fine Arts - Design Department. We have been very pleased that the award in a strong competition of 34 schools from all over the world was given just to this school. A great contribution to this success came also from girls - students of clothing design at the Department of Decorative Art of the Academy of Fine Arts led by Júlia Sabová, whose presentation of a fashion show has captivated the French audience. The award is particularly valuable because the Slovak fashion show had a strong counterpart in the French fashion show, introduced under the name of Parade by former students of the Saint-Etienne School of Fine Art, G. Ghislaine Coudert and her partner C. Minoiy. The show of a pure and compact concept created a vision of the approaching new millennium. Unlike our students, who introduced their own models in a broad scale, the French ones have shown plastic models, supported by an interesting scenography. Both shows were completely different and they didn't compete with each other. The Design Biennial has offered a great range of exhibits. Everybody could find his/her favourite one. As I have mentioned above, the unique atmosphere has surely positively influenced our impressions and feelings. All participants have agreed that they liked "it" very much. The same words were used by Dominik Tatarka in his book "Man on Travels", describing his journey to France. It is not by chance that the words he wrote 30 years ago are valid even today and the book is still topical:

"We liked it. We liked it very much. The more talented a nation, the more it can enjoy life, the more pleasure and joy it can create."

Chapters from the Design History VIII Design and World War II

By Zdeno Kolesár, page 30

One of the painful paradoxes in the history of human civilisation is the fact that wars and their preparation had been among the most important catalysts of material and social change, stimulating developments reaching far beyond the context of actual warfare operations. This fact has become particularly striking on the backdrop of latest history. In our analysis of events related to design development in our century we have already mentioned that World War I had accelerated the potential of science and technology, which was later utilised in peacetime manufacturing. Chromium, originally used for projectile heads, was later used as a modern surface finish material for functionalist furniture of bent steel pipes, but also in context of art deco. The war acted as a stimulus for hectic development of combat machines. Arms, military cars, "armoured mobile fortresses" (first tanks were used by the British army in 1916), but particularly military aircraft, which became an important part of warfare, all of them had tested design solutions which were later used in peacetime industries. The war, however, has influenced even global design trends. In 1920s, there had been broad rationalist movements in disgust of war (particularly its last stage became a symbol of absurd suffering and useless killing), striving to reform the society on rational principles. Just with those intentions Bauhaus and other centres of designer avant-garde had approached design as a means of social reform. Even though we might not be aware of that fact, particularly in the context of World War II there have been many civilisation achievements which are now generally used. The pressure of wartime production with its increased material and technological demands as well as "the command" of machines and labour force to military production have given an impulse to research and development of materials and manufacturing procedures, which would not be of much effect in peacetime. Quantitative needs of wartime production have stimulated new technologies of mass production in several key industries. Because there was a lack of traditional materials (metals, rubber, etc.), "miraculous war materials"

have sprung up. Polyethylene, developed as a material for military radars and other high-frequency equipment, has found a lot of commercial applications after the war. Similarly, polymethylmethacrylate (organic glass), used during World War II in aviation industry, later became an ideal material for photographic lenses. The above mentioned materials, together with other thermoplastics (PVC, polystyrene), which were either developed or for the first time wider used during the war, shaped by casting, injection or vacuum moulding, became bearing materials of the after-war era of plastics, enabling full development of a new designer morphology, called "biomorphic modernism". Many technological inventions, which had been tested during the war, were later applied in a transformed way in the context of peacetime production, e.g. in improved radiocommunication devices, jet aircraft, etc. Experience from the development of guided missiles (von Braun) was used in the era of space-flights. We could introduce many other examples how war research results were applied later. They have directly influenced the sphere of design as well. Analyses of the man-machine operation efficiency, performed by military research groups, for instance, were used as a basis for ergonomic solutions in several fields of after-war design. And finally - though the application of industrial rationalisation principles to killing people might seem cynical - another sphere of influence of World War II on later design character has to be mentioned. It was pointed out by three design historians, S. Bayley, P. Garner, and D. Sudjic, that "... wartime research has helped to change the face of design and to accent further the newly revealed influence of design engineers, which had been announced by pioneers of modernism and which became a basic feature of the modern movement." Effectiveness and functional innovation became key words in the efforts to achieve military supremacy, and though killing people was contradictory to original humanitarian aims of modernism, paradoxically, it obviously contributed to fix the position of modernism in the after-war era.

Besides considerations of ethical aspects of the designer profession, the period of World War II gives cause to analyse the relation between design, ideology and politics. Complications in looking for direct relations between design forms and the socio-political situation or design "philosophy" behind those forms have been already indicated with respect to obvious similarity of forms applied in some aspects of late art nouveau and functionalism. Without questioning the idea that there is a direct connection between the ideological conception or the social aims followed by applied arts and their forms, we must say that with respect to design of that period this thesis has at least a relative validity. As the most characteristic example we can introduce the contradictory relationship between ideology and various design conceptions in Nazi Germany. It is generally known that the bastion of functionalist design ethics - Bauhaus - was liquidated by the fascists. A thorn in the side of the fascists, however, was rather the left orientation and Jewish origin of several teachers than design rationalism creating the core of Bauhaus pedagogical methods (though, for instance, there was vulgar criticism of flat roofs as being "non-German" ones, which was a part of the attacks from the side of the NSDAP). Also, after the establishment of the so-called "völkisch" style (a "Germanic" variant of artistic handicrafts, replacing "uprooted cosmopolitanism" by traditional rural forms bound to the national ideology of "blood and soil") as a pillar of the Nazi policy, Bauhaus products designed by Wilhelm Wagenfeld or Marianne Brandt were on the market, and even a photograph of Adolf Hitler sitting in a armchair of bent steel pipes has been preserved. Several design historians have called attention to the ambivalent nature of German design in the Nazi era. The ideological propaganda had used, for instance, the Zeppelin airships or automobiles of suggestive aerodynamic forms like Auto Union or Mercedes, relaying world records in races of 1930s. Those cars as well as aeroplanes designed by Messerschmidt or Heinkel were obviously not in accord with the official "völkisch" aesthetics. It would be surely comical (although not impossible) to decorate a fighter aeroplane with rustic ornaments. Where they had the need to achieve a military supremacy, the Nazis were able to consistently utilise advantages of modern machine-worked manufacturing and rationalistic design. It is interesting, however, that in order to hide the actual purpose of combat

machines, Hitler awarded their authors (e.g. in 1938 the two above mentioned aeroplane designers) national prizes for "cultural work" or "artistic creation". In this way he acknowledged the artistic significance of "engineering" design, and so he declared his admiration of "cosmopolitan" functionalist design. A similar contradictory search for adequate forms of the fascist ideology was characteristic for the interwar situation in Italy, where besides futurists even a rationalistically orientated group of architects and designers acknowledged fascism and competed with neo-classicists.

A more detailed analysis of war technology design, however, remains a taboo for the majority of design historians. The main reason surely is the antihuman nature of this production sphere. How to put up with the fact that harmonisation of function (i.e. destroying and killing), structure, materials and production procedures in design of arms often achieves a high standard, which is even accentuated by an adequate symbolism of forms, evoking a feeling of aggressive destruction? Can this design be a high quality one, despite its "asocial" nature? Standard views of form ethics and honourable functionalism, which can result only from democratic social order, will surely not be sufficient. It is a very difficult problem, requiring a relative "concession" in values. For the present, this problem should be at least mentioned, whereby it cannot be seen only in the context of warfare technology and its use in "actual" wars. If we realise the popularity of current action films, obsessively based on brutal use of destroying arms (Terminator, Predator, Robocop, etc.), then we must agree with the view of John Heskett that though "... aesthetics of fear is not discussed much, ... powerful impersonal forms of military equipment are among the most frequent and evocative pictures of our time". 6) Difficult fates of design projects can be illustrated on a couple of vehicles, originally connected with the atmosphere before and during World War II, which later became evergreens of Volkswagen and Jeep production.

When in 1930 the Austrian Ferdinand Porsche moved to Stuttgart, he started in co-operation with German motorcycle manufacturers NSU and Zündapp to work on the development of a small automobile. Finally, those companies remained motorcycle manufacturers, but after Hitler's speech at the Berlin autosalon in 1934, where he required a cheap people's car, Porsche signed a contract with the German Automobile Industry Association and intensive preparations for a small car production had started. According to Hitler's plans Volkswagen was to be a pendant of "Volkswohnung" (people's housing) and it was also to mask a massive construction of highways, playing an important role in his militaristic plans. The new people's car was to cost not more than thousand German marks and after the construction of a prototype (1936-37) it were to be manufactured in the newly established plant at Wolfsburg (1938). Porsche and his collaborator Erwin Komenda have applied in the body design (the car had an air-cooled engine at the back) achievements of interwar aerodynamic design and probably they were inspired by a small aerodynamic automobile, designed about 1933 for Tatra Kopřivnice by another Austrian designer, Hans Ledwinka (finally Tatra started production of bigger aerodynamic limousines, described in the last part of this series). It might be worth mentioning that a small car as a symbol of Nazi "democracy" had been used by Adolf Hitler already during his election campaign in 1920s, and it was Ledwinka's "indestructible" Tatra 11 from 1923. But let's go back to Volkswagen. Because of the outbreak of war the plant in Wolfsburg had started to manufacture military cars (about 100.000 such cars were produced) and the series production of small "Beetles" started only after World War II under the British army protectorate. Later on, this car broke the record of Ford T in the number of manufactured pieces. In late 1950s its laconic "reasonable beauty" had helped to break the hegemony of prodigal motor-way cruisers in the USA and remained in production until the end of 1970s or even afterwards in South American licences. The fact that the "Beetle" has ranged among the most successful design works of our century is confirmed by current efforts to revive its image in a redesign, which has, however, not much in common with the original people's vehicle. While the origin of Volkswagen was tied with an ideological basis, which finally led to World War II, Jeep had been already designed specially for military operations. Although it partially followed up the production started

in the USA by the British automobile manufacturer Austin in late 1920s, the major role in its development was played, besides military specialists, by the American companies Bantam and Willys. Final works had been particularly accelerated by the Japanese attack on Pearl Harbour in 1941. Jeep (its name originated from the abbreviation of General Purpose), in contrast to interwar American automobile production, stimulating imagination of customers by fashionable ephemeral changes (this trend culminated in "dream cars" of 1950s), represented a car reduced to the absolute functional basis, not a very comfortable, but a reliable and resistant machine, able to fulfil all requirements of a universal military means of transport. Its production (during the war more than half million pieces), however, was gradually not limited only to military needs and Jeep became a synonym for an actually "general purpose" off-road car. 8) It anticipated the still more and more numerous category of "off-road" cars, "attracted" by the current fashion trends from countryside to city streets.

Cubist Period in the Work

by Architect Artúr Szalatnai - Slatinský

By Štefan Holčík, page 33

The architect Artúr Szalatnai - Slatinský was born in 1891 and died in Bratislava in autumn 1961. During his studies at the Polytechnic in Budapest, he had decided to abandon his original name Schlesinger and accepted a name after his place of birth Horná Slatina (Hung. Szalatna) near Bánovce nad Bebravou in Western Slovakia, where his father was an earl's estate factor. After World War II he changed his name to a Slovak one. Szalatnai had spent World War I as a soldier fighting on fronts in Northern Italy and in Alsace. After his return, he settled down in Bratislava in the newly constituted Czechoslovakia.

As a graduate of the Budapest school, educated in art nouveau, he has quickly left decorativism, which marked his student projects and which is quite apparent in his preserved sketch-pad.

For his clients in Bratislava he designed objects, interiors, and individual furniture pieces, particularly for apartment rooms, but also interiors of commercial rooms and sanatoriums. Despite the fact that he probably did not know either the Prague or the Paris cubism, his early works (1920-1925) are considerably marked by cubism, which had been already overcome by that time. Cubist elements, partially combined with elements now called art déco, are visible as early as his design of the orthodox Jewish synagogue on Heydukova street. They are even more expressed in his competition proposals for adaptation of the old City Hall cellars (Rathauskeller) to a restaurant.

His "cubism" in architecture followed not only from pure striving for fashionable decoration or ornaments, but from knowing the option to use a new material - reinforced concrete. This is obvious particularly from his drawings of the tea or milk pavilion designed for children's playground at the Danube quay-side, which had never been constructed. This project probably originated in connection with exhibition activities in the area of the Danube fairs.

Cubist elements have been more expressively applied at the "Caritas" sanatorium building on Zochova street (portals, lattice-work). A relief between the windows according to a Szalatnai's drawing was carved by Alojz Rigele. The combination of this sculptor's work and the architect's drawings resulted in the sculpture "Alchemist" located at the under pass of the house of the druggist Karol Kempný on Radlinského street (1924/25) and the sculpture of a Muse holding a house model on Puškinova street (removed). The design of cast reinforced concrete ceiling in the dining-room of the Gmhut boarding-house (now Perugia on Zelená street) is reminiscent of cubism with quite modern architecture. The architect's inclination to cubism in furniture design has been particularly manifested in the uniformly conceived interiors of Mr. K. Kempný's apartment, where Szalatnai designed not only the furniture but radiator boxes as well. An outstanding example of his furniture design is the prototype of a showcase for a fashion salon in Bratislava. The prototype was manufactured by the company Miler on Schnodorská street (now called Obchodná). The showcase had been used by the archi-

tect's wife until she died in 1990. From the same period is also a standard lamp (the lamp shade was later redesigned). Artúr Slatinský had used in his apartment an armchair of the same design as the one in the hall of Kempný's apartment, and ceramic accessories by other designers, revealing his relation to the period marked by cubism. From interior design by A. Slatinský only some faded photographs and several pieces have been preserved in private collection, reflecting his extensive activities, which considerably contributed to creating a new culture in Bratislava after World War I.

Graphic Studios IV CD - Creative Department

By Dagmar Poláčková, page 44

World-wide the 1970s are generally considered to be a starting period of "total" visualisation penetrating into all sorts of cultural information. Computers, enabling simple processing of pictures, creating their various mutations, are able complete information in a digital way. Those changes have initiated the birth of a newly structured aesthetics also in graphic design, which became a "stage" medium, an interpretation place to show messages and visions...

Great opportunities for designers have opened up by immense and accessible computer data-bases. Graphic designers, however, create above all through searching for new contexts.

The Bratislava graphic and creative studio Creative Department (CD) has focused on the implementation of such graphic design trends since its establishment. In the multimedia field, they have been most expressively represented by creating the Slovak private television Markiza corporate identity visualisation (based on the archetype existence of four elements - air, fire, water, earth) and by the design of Markiza corporate identity manual. Communication, and particularly transparency, clarity, identity, but also associative variety of information is considered by the CD authors Simona Bubánová-Tauchmannová and Andrej Krátky to be primary condition and aim of their work. Their visual design is always based not only on a profound market research, but also on a research of social environment and psychology of the target group, which is to be addressed by the visual information.

Visual language characteristics of CD projects consist particularly in the interactions between dialogical couples: text-picture, text-typography, colour-raster, area-space, whole-detail (and in the case of Markiza TV all of that was used in time, motion, and space). Formal principles of composition and mutual proportions of the above couples vary and depend on the concrete meaning. They have created a model for the Eclipse print works, clearly defining the corporate identity of CD: text information represented by pictures. Expressive typography (to support sensual perception, sometimes even hand-writing is used - e.g. the Pharmavit campaign), colour (bright yellow, green, blue, etc.) and choice detail pointing a photographic story stress the dominance of contents. Any composition element, however, represents also decorative art creation, aimed at evocation of human emotions. Wide spectrum of CD's interests, either in the sphere of multimedia, classical media, or co-authorship in television programs (e.g. the video-track on advertisement "Reklamátor") brings a precisely constructed complex, resulting from a professional and long-term interest in giving concrete answers to contemporary change of environment and developing fundamental principles of communication in practice.

From an interview with Simona Bubánová and Andrej Krátky

What were the reasons for establishing CD with the current orientation? What is the place and character of graphic design in this context?

CD: CD was established in response to the need for implementing our dream of a small, productive and creative team, maintaining the exceptional combination of complementary characters. Both of us had some experience with co-operation in an advertising agency and we realised that from a long-term point of view it was necessary to establish an independent studio. Special situation in advertising agencies, cumulating often controversial interests of strong personalities, results in great

labour force rotation, therefore, it is difficult to keep a continuity and to build a professional team. It has been three years already since, we have been successfully working as an independent team.

CD has been engaged in all areas of communication in advertising, however, there are two major activities: creation of advertising communication, from communication strategy, to creative solutions and to materialised advertising media, and, on the other hand, brand creation, starting from the name, going to logo and packaging design, to final product communication. Of course, none of them can do without graphic design, but we believe that design is only one of the means used to achieve our client's communication objectives. We try to understand design in a more complex way, not only from the academic point of view. We always use such means which serve the communication message in the best way. Our design is near the so-called communication interface, through which the audience's eyes communicate with the product. Interface must be captivating but not misleading; it must be simple to use (nobody will look into manuals), and it must not disturb communication. In the best case, however, it is able to communicate itself.

CD has become popular in Slovakia, particularly through the visual representation of TV Markiza graphics. What meaning did this work have for you?

CD: The corporate identity of TV Markiza was only one of our projects. Interesting about it was the fact that television as a medium also served as a means to communicate its own identity. So the Markiza manual does not include usual solutions of business cards and headed paper, but visual solutions of the screen, those invisible principles which help to create the unique environment for communication with the viewer. Despite the two-dimensional nature of TV medium, the manual has been designed for a three-dimensional space, and, moreover, all of that is moving. Is that still a graphic design? It is a pity that principles, stipulated in the manual, are not always obeyed in the reality of TV broadcasting.

Many graphic designers are reluctant to respect the clients' marketing strategies. They have the feeling that they are being pushed by them very much to the so-called middle stream - banality, average quality? What is your reaction to that?

CD: As we are often responsible for communication concepts ourselves and we take part in marketing considerations and research, we never feel to be tied by the client's strategy, in contrary, we try to create it in co-operation with the client. Therefore, there is no fight with clients or marketing experts. Marketing principles don't make us confirm to bad taste, but they force us to serve communication and sales. Good taste contributes to increase sales under any circumstances. The best praise for communication work is to see that it has really contributed to sell the idea. And that can be evaluated.

What are your plans for the future development of CD itself and with respect to its competitive environment?

CD: CD is a small flexible company, so it can easily adapt to the needs of our customers. We hope to be able to gradually build up unity in diversity, particularly unity in the quality of the approach and the results, and diversity in applying various forms and ways of communication. We must say that originality is an obvious part of creative communication, but originality at any price is its great enemy. In other words, it is possible that everything has already been invented, but we believe to be able to invent it better. In this sense, we believe that contents should always prevail over forms. If graphic studios are more concerned with forms, we are and always remain more concerned with contents.

Slovak Graphic Artists at the Dansk Plakatumuseum

By dj, page 49

Two years have passed since the starting idea, preparation, and installation of a representative exhibition of Slovak posters at the Dansk Plakatumuseum in Aarhus. For this first Slovak presentation at the renowned poster museum, its director and exhibition curator has selected works by Pavol Choma, Dušan Junek, and Lubomír Longauer. A collection of more than 100 works, selected from their poster creation of the latest decade, was on exhibition from August 28th to November 1st, 1998. The

exhibition opening took place during the time of a popular Aarhus festival of art - Aarhus Festuge. Numerous exhibition visitors have shown their interest in and recognition of works by Slovak graphic artists and several of them bought the author's prints of the exhibited posters, using the presence of Slovak authors to get the prints signed by the them directly. The exhibited collection included mostly cultural posters - theatre, exhibition, ideographic posters, while a major part of the exhibition was represented by authors' posters and successful posters from international poster shows in Brno, Trnava, Lahti, Warsaw, Toyama, etc. The exhibition initiator P. Stougaard asked the authors to design, specially for the exhibition in Denmark, their promotion posters and to make a joint catalogue. With their artistic and technical qualities, those materials have attracted great interest among the visitors and the Danish press. After the exhibition, P. Choma, D. Junek, and L. Longauer as the first Slovak artists were included among selected authors with special personal files of their works at the Dansk Plakatumuseum. Following the exposition of Slovak works, there will be a last joint exhibition of this year of world-wide graphic design legends - Shigeo Fukuda from Tokyo, Alan Fletcher from London, Waldemar Świerzy from Warsaw, and Seymour Chwast from New York.

My Meeting with Yossi Lemel

By Lubomír Longauer, page 57

After various troubles, which always occur in organising the Trnava Poster Triennial, the greatest reward is personal participation of the exhibiting graphic artists. The most "exotic" guest at the Triennial '97 was YOSSEI LEMEL from Israel. The problems he had at our border crossing made him upset. We met at the reception and visited together the synagogue, where his posters were exhibited.

I like the space in the Trnava synagogue. During the Triennial opening, I noticed in almost all visitors a solemn feeling evoked by this place, marked by a suggestive nostalgia of its fate and the fate of its creators, in contrast to the colourful lively posters. But when I visited the synagogue with a guest from Israel, I felt it even stronger. He was particularly impressed by that place.

"At the border crossing I was sorry to have gone to this country, but now I see that it was not in vain." He looked at his watch and said: *"It's time of worship."* He read (I was fascinated that he was reading and not deciphering) all inscriptions in the synagogue and translated them to English. At the holocaust victims memorial in front of the synagogue he read the inscription about souls of the dead, and when I asked him whether they were not against the poster exhibition taking place in the synagogue, he answered: *"They are very glad."*

In our discussion of about one hour, we have managed to say many important things: about his Central-European ancestors, of whom many died in concentration camps; and about the fact that the main reason why he had a studio with employees was because he wanted to make posters. In short, I have found that we were two men of the same blood group. The well-known and often repeated truth has been confirmed to me, namely that personal contact is the best to overcome barriers of mistrust and prejudice and that despite differences we have a lot in common. I could not sleep the night before the opening day. I was in stress, whether we would manage to print the catalogue, and I was disgusted by a lot of small-mindedness behind the scenes. When I am exhausted, I am perhaps more pathetic, therefore, the discussion with Yossi Lemel was a balm to my soul. Well, such an event like the Trnava Poster Triennial should be a real feast, making us to forget for a while about our day-to-day hard work for clients, trying to meet dead-lines, and being permanently behind schedule. It also gives more sense to our work. I was disappointed that this feast had been ignored by the majority of our domestic colleagues, whom I had known for many years. Therefore, I greatly appreciate the understanding with Yossi Lemel and I shall never forget it. I think that it is more important than to evaluate his artistic work. Lemel believes in the classic, focused language of symbols and confirms the viability thereof. I hope that our meeting was not the last one and that there will be other opportunities for professional discussions.

ODVAHA VYDAŤ SA VLASTNOU CESTOU NA POLI DIZAJNU AJ PODNIKANIA NIE JE SAMOZREJMOSTOU ANI V STABILIZOVANEJ ČASTI EURÓPY. AK SA MALÁ NEMECKÁ FIRMA VYRÁBAJÚCA SVETIDLÁ ROZHODNE OBSTÁŤ V TVRDEJ KONKURENCII, MUSÍ SI VERIŤ, A TÚTO VIERU MUSÍ O NIEČO OPRIEŤ. V PRÍPADE, O KTOROM SA DOČÍTATE, JE TO OSOBNOSŤ DIZAJNÉRA A MAJITEĽA ROVNOMENNEJ FIRMY TOBIASA GRAUA.

ROK 1998 BOL PREŇHO MIMORIADNE ÚSPEŠNÝ. OCENENIE IF PRODUCT DESIGN AWARD Z PRESTÍŽNEJ HANNOVERskej SÚŤAŽE SPOLU S UDELENÍM CENY CENTRA DIZAJNU SEVERNÉHO PORÝNIA - VESTFÁLSKA V ESSENE ZA NAJNOVŠIU PRODUKCIU JEHO FIRMY ZARADIL DO PRVEJ DESIATKY NAJPROSPERUJÚCEJŠÍCH EURÓPSKÝCH VÝROBCOV SVETIDIEL.

Taa (1996). Nastaviteľná závesná lampa s tienidlom z fúkaného skla.

Tobiasov príbeh

Tobias Grau sa narodil r. 1957 v Hamburgu. Študoval dizajn na Parsons School of Design v New Yorku, po skončení pracoval v Design and Development Office of Knoll International v Pensylvánii, USA. Roku 1984 založil vlastnú firmu Tobias Grau KG v Hamburgu. V začiatkoch podnikania mu pomáhala manželka Franziska a miniatúrny tím spolupracovníkov. Dnes má firma 35 interných zamestnancov. Roku 1987 sa Grau úspešne uviedol na Medzinárodnom veľtrhu nábytku v Kolíne nad Rýnom. O rok neskôr začal pôsobiť pod hlavičkou Graudesign pri redizajne hotelov a značkových predajní (napr. sieť 40 predajní výrobcu džínsov Werdin). Ako interiérový a priemyselný dizajnér pracoval pre mnohých významných klientov. Roku 1993 dostal výročnú cenu amerického časopisu ID Magazine.



Sídlo firmy Tobias Grau KG v Rellingene. Architektonický návrh: Bothe-Richter-Teherani.



Pohľad na budovu z južnej strany s hlavným vchodom vpravo.

svietidlá so signatúrou Tobias Grau

Bodové reflektory vyrobené špeciálne pre priestory na prízemí.



Konferenčnú miestnosť osvetľujú stropné lampy George.



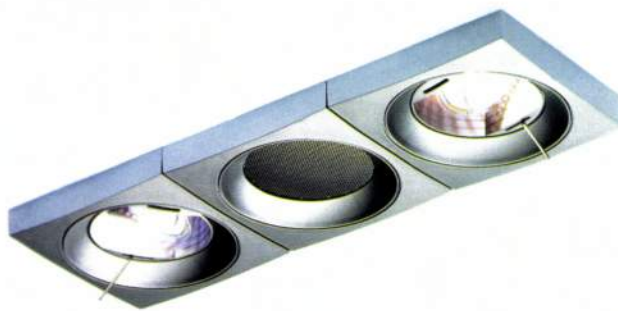


George, Lulu a ďalší

Tobias Grau už od čias štúdia inklinoval k práci so svetlom. Jeho snahou je navrhovať variabilné polyfunkčné série svietidiel na báze typologickej jednoty. Grauove „rodiny lúč“, vyhotovené prevažne v kove, sú vhodné do rôznych interiérových či exteriérových situácií a zodpovedajú životnej filozofii ľudí 90. rokov: priestor, v ktorom sa zdržiavam, je súčasne pracoviskom i miestom oddychu. Inak povedané, obklopujem sa predmetmi, ktoré mi funkčne vyhovujú a páčia sa mi - rovnako doma, aj v zamestnaní.

Od debutu v Kolíne uplynulo len pár rokov a svietidlá Tobiasa Graua sa stali kultovými. Napríklad George (1996) sa dnes objavuje vo všetkých výberových publikáciách o dizajne 90. rokov. Ide o tvarovo dokonalý reflektor s konvexnou šošovkou vyrobený z vonkajšieho čierneho skla s farebným vnútrom. Po zasvetení sa okrem silného kužela svetla objaví aj skrytá časť žiarovky ako mystický bod v tme. Svietidlo je v stojacej verzii umiestnené na elegantnom trojnohom statíve s komplementárnym fotografickým „slnečníkom“.

George (1996). Cena parížskeho veľtrhu Lumière '98.



OMM Square (1998). Modulárny systém svetidiel a zvukovo-signalizačnej techniky.

Série *Mademoiselle Lulu* a *Madame Lulu* (1996) alebo *OMM* (1997) rozširuje Grau o čoraz rafinovanejšie a ušľachtilejšie varianty. *Lulu* je v dievčenskej verzii vybavená textilnými tienidlami pastelových farieb s jemnou sieťotlačou, v dámskej zasa tmavšími tlmenými farbami (vrátane striebornej a zlatej) s ručne plisovanou „spodničkou“. *OMM* zasa vychádza z elementárneho tvaru svetelného bodu v metalickom kruhu.

Na aprílovom veľtrhu Euroluce '98 v Miláne mal premiéru najnovší produkt Tobiasa Graua navrhnutý v spolupráci s Petrom Sonntagom, modulárna zostava *OMM Square* v štvorcovom ráme. Vďaka zjednotenému tvaru jednotlivých častí zostavy umožňuje kombináciu bodového osvetlenia so zvukovými reproduktormi, požiarnymi a bezpečnostnými senzormi a pod. Samostatnú kapitolu tvorí skupina závesných svetidiel s orientálnymi názvami *Taa* (1996), *Pur Dong* (1997) a *Too* (1998) s tienidlami z fúkaného matného bieleho skla jemných tvarov a série kovových sťahovacích lúčov *Tai* (1997) a *Oh* (1998) s až sochársky poňatým závažím na nastavenie výšky svetidla. Technicky dokonalé, no o čosi menej poetické sú aj najnovšie nástenné kovové svetidlá *Oval* a *Victor* (1998).

Budova - vizitka firmy

V lete t. r. sa firma presťahovala do Rellingenu, priemyselnej štvrte v okrajovej časti Hamburgu, kde architekt Hadi Teherani postavil atypickú budovu v tvare oválneho „potrubia“, ktorá pripomína vysvietený dizajnerský objekt. Projekt vznikol v úzkej spolupráci s Tobiasom Grauom, obdivovateľom japonského architekta Tadaa Ando. Budovu treba chápať v kontexte s vyrábanými svetidlami: je tvarovo čistá, vyrobená zo skla a kovu, sofistikovane narábajúca s prírodným i umelým svetlom. Jej povrch tvoria sčasti hliníkové pláty pospájané na spôsob lietadlového pláštá, sčasti sklené plochy obložené otočnými lamelami reagujúcimi na intenzitu svetla. Budova je zo severnej strany skosená a vyplnená kompaktnou sklenou plochou. Z južnej je „odkrojená“ v pravom uhle a využitá na inštalovanie 54 m² solárnych článkov dodávajúcich 4,5 KW do vlastnej siete. Nosníky z lepeného dreva v tvare veľrybieho skeletu zmäčkujú interiér farbou i charakterom použitého materiálu. Zvonka slúžia na kĺbové fixovanie tieniacich lamiel.

Tobias Grau sa dôkladne pohral aj s osvetlením dvojpodlažnej budovy. Zariadenie novostavby bolo preňho šancou na navrhnutie nových svetidiel: už spomínaného halogénového modulu *OMM Square*, ktorým sú priamo osvetlené pracovne na poschodí, a bodových lúčov v kovových „klietkach“, ktoré sú súčasťou stropnej konštrukcie na prízemí. Túto lampu - k veľkej ľúlosti architekta Teheraniho - nebudú vyrábať sériovo. Pri návrhu nástenného svetidla *Oval* sa však už vopred počítalo so zaradením do novej kolekcie Tobias Grau 1998.

Too (1998). Závesné svetidlo s kladkou z liateho zinku.



Mária Riháková

Oval (1998). Rám je vyrobený technológiou liatia kovu do formy pod tlakom, čo v exteriéri zabezpečuje vysokú odolnosť.



Foto: Tobias Grau KG, Rellingen

Victor (1998). Nástenná lampička z liateho kovu (bronzu, hliníka, matného chrómu).





Vývoj novej značky.
Práca pre Heineken Slovensko.



Realizovaný návrh značky.



Definitívna podoba nového produktu.

grafické štúdiá IV.

Mohli by ste prezradiť vašu východiskovú študijnú profesiu, vaše minulé profesijné priority a zamerania? Pokúste sa definovať, akým spôsobom svoje poznatky a skúsenosti využívate dnes v práci CD.

S. B.-T.: Vyštudovala som VŠVU v Bratislave, odbor munumentálna maľba. Počas štúdia som absolvovala polročnú stáž v Paríži na École National des Beaux Arts u profesora Oliviera Debré. Po ukončení vysokej školy som bola ešte niekoľko mesiacov na stáži v Zürichu, kde som sa venovala komputrovému umeniu. Počas školy, a hlavne po nej som zrealizovala veľa domácich a zahraničných výstav. K najdôležitejším patria výstavy v Múzeu moderného umenia v Paríži, Arti et Amiciate v Amsterdame, v Múzeu moderného umenia v Chicagu a Filadelfii, Galerie Maeght v Paríži, Ľubľane, Joslyn Art Museu v Omahe... Od roku 1993 som pracovala v slovenskej pobočke americkej reklamnej agentúry BBDO.

A. K.: Vyštudoval som grafický dizajn, konkrétne knižnú grafiku a písmo u profesora Solperu v Prahe. Pôvodne som bol naozaj presvedčený, že typografia a kniha sú to jediné, čomu sa chcem venovať. Ale už počas štúdií sa moje obzory začali rozširovať, čo súviselo aj so skúsenosťou s rôznymi ďalšími médiami a s jedinečnou atmosférou vysokej školy. Takže po skončení školy som bol otvorenejší pre rôzne možnosti. Zároveň nastalo obdobie, keď sa začalo ukázať, že istá výsadnosť grafického dizajnu u nás bola čiastočne umelo vyvolaná absenciou ostatných prostriedkov slobodnej komunikácie. A tak s poklesom prirodzenej požiadavky po čistom grafickom dizajne a narastaním dopytu po iných formách komunikácie som aj ja začal profesionálne pôsobiť skôr v reklame a komunikácii všeobecne. Nazval by som to prirodzeným vývojom.

SEDEMDESIATE ROKY SA VO VŠEOBECNOSTI POVAŽUJÚ VO SVETE ZA ZAČIATOK BOOMU „TOTÁLNEJ“ VIZUALIZÁCIE PRENIKajúcej DO VŠETKÝCH DRUHOV I KULTÚRNYCH INFORMÁCIÍ. POČÍTAČOVÝ „MANUÁL“ UMOŽŇUJÚCI JEDNODUCHÉ MANIPULÁCIE OBRAZU, VYTÁRANIE JEHO RÔZNYCH MUTÁCIÍ, DOTVÁRA INFORMÁCIE DIGITÁLNYM SPÔSOBOM. TIETO ZMENY INICIOVALI ZROD NOVOŠTRUKTÚROVANEJ ESTETIKY AJ V OBLASTI GRAFICKÉHO DIZAJNU. TENTO SA STAL „INSCENAČNÝM“ PROSTREDIEM, INTERPRETAČNÝM PRIESTOROM PRE ZOBRAZENIE SPRÁVY, VÍZIE...

NAJVÄČŠIE MOŽNOSTI OTVORILA TVORCOM DIZAJNU OBROVSKÁ A DOSTUPNÁ POČÍTAČOVÁ BÁZA DÁT PRVKOV, KTORÉ SÚ K DISPOZÍCII. GRAFICKÝ DIZAJNÉR VŠAK TVORÍ PREDOVŠETKÝM PROSTREDNÍCTVOM HĽADANIA NOVÝCH KONTEXTOV. VZNIKÁJÚ TÝM FORMY UTVÁRANIA - MODELOVANIA VZÁJOMNÝCH VZŤAHOV, KTORÝMI SA KONSTITUJE EVIDENCIA, TRANSPARENTNOSŤ ČI VÝKLAD KOMUNIKOVANÉHO VÝZNAMU. ŠTÚDIO **CREATIVE DEPARTMENT** SMERUJE OD ZAČIATKU SVOJEJ EXISTENCIE K REALIZÁCIÍ PRÁVE TAKTO PONÍMANÝCH TENDENCIÍ GRAFICKÉHO DIZAJNU. V OBLASTI MULTIMÉDIÍ SA PREZENTOVALI DOTERAZ NAJVÝRAZNEJŠIE MYŠLIENKOVOU VÍZIOU (VYCHÁDZA Z ROZVINITIA SÚVISLOSTÍ ZÁKLADNEJ ARCHETYPÁLNEJ EXISTENCIE ŠTYROCH ŽIVLOV - VZDUCH, OHEŇ, VODA, ZEM) A REALIZÁCIOU VIZUÁLNEHO MANUÁLU TELEVÍZIE MARKÍZA. KOMUNIKATÍVNOSŤ A PREDOVŠETKÝM TRANSPARENTNOSŤ, JASNOSŤ, ADRESNOSŤ, ALE I ASOCIATÍVNU BOHATOSŤ INFORMÁCIE POVAŽUJÚ AUTORI CD **SIMONA BUBÁNOVÁ-TAUCHMANOVÁ** A **ANDREJ KRÁTKY** ZA PRIORITNÚ PODMIENKU A CIEĽ SVOJEJ PRÁCE. PRÍPRAVA A NÁVRH VIZUÁLNEHO RIEŠENIA KONCEPCIE JE V ICH ŠTÚDIU VŽDY PODLOŽENÁ DÔKLADNÝM PRIESKUMOM SITUÁCIE TRHU, ALE I SOCIÁLNEHO PROSTREDIA A PSYCHOLÓGIE ADRESÁTA, CIEĽOVEJ SKUPINY, KTORÚ MÁ VIZUÁLNA INFORMÁCIA OSLOVIŤ. CHARAKTERISTICKÉ IDENTIFIKAČNÉ ZNAKY VIZUÁLNEHO JAZYKA A PREZENTÁCIE KONCEPČNEJ PREDSTAVY SPRACOVÁVANÝCH PROJEKTOV CREATIVE DEPARTMENTU SÚ POSTAVENÉ NÁSLEDNE PREDOVŠETKÝM NA INTERAKCII DIALOGICKÝCH DVOJÍC, VÍZIE, KTORÉ UTVÁRAJÚ SYNERGETICKÝM SPÔSOBOM KONEČNÝ VÝZNAM: TEXT-OBRAZ, TEXT-TYPOGRAFIA, FARBA-RASTER, PLOCHA-PRIESTOR, CELOK-DETAIL (A V PRÍPÁDE MARKÍZY TOTO VŠETKO V ČASE, POHYBE A PRIESTORE). FORMÁLNE PRINCÍPY KOMPOZÍCIE A VZÁJOMNÝCH PROPORCIÍ JEDNOTLIVÝCH STRÁN USPORIADANIA DVOJÍC JE PREMENLIVÉ A VIAŽE SA KU KONKRÉTNEMU, POŽADOVANÉMU VÝZNAMU. PRE TLAČIAREŇ ECLIPSE VYTVOŘILI MODELOVÝ

PRÍKLAD, KTORÝM CREATIVE DEPARTMENT JASNE DEKLAROVAL SVOJU CI. KONCEPT VYCHÁDZAL ZO SNAHY PRÍŤAŽLIVOU FORMOU PROPAGOVAŤ KLIENTOVE SLUŽBY: PONUKOU BOLI TLAČIARENSKÉ SLUŽBY, AKO O TOM HOVORÍ INZERCA, TLAČE VEĽKÉHO FORMÁTU. CD PRIPRAVILO INZERCIU, KTORÁ UŽ VO SVOJOM PRVOM VIZUÁLNOH KONTAKTE NESIE INFORMÁCIU TÝM, AKO JE FORMÁLNE KONCIPOVANÁ, O TECHNOLOGICKÝCH MOŽNOSTIACH, KTORÉ TLAČIAREŇ PONÚKA, ZASTUPUJE TÚTO TEXTOVÚ INFORMÁCIU INTENCIONÁLNE - OBRAZOM. DOPLŇUJÚCE INFORMÁCIE A TEXT UPÚTAVKY JE POSUNUTÝ OD INFORMÁCIE PRIAMEJ CEZ VTIPNÝ OBSAH TEXTU K NAVODENIU ISTOTY A SERIOZNOSTI, KTORÚ ECLIPSE ZARUČUJE OKREM ZÁKLADNÝCH DANOSTÍ AJ TÝM, ŽE SA SNAŽÍ ZOHĽADŇOVAŤ POPULÁRNE, ZÁKAZNÍKA ZVÝHODŇUJÚCE PODNETY, PRICHÁDZAJÚCE Z OKOLITÉHO PROSTREDIA. TÝM SA ZÁROVEŇ DEKLARUJE JEJ DYNAMIKA A ZÁJEM O SPOTREBITELA. VÝRAZNÁ TYPOGRAFIA (NA PODPORU POCITOVÉHO VNÍMANIA VYUŽÍVA NIEKEDY I RUČNÉ PÍSMO - KAMPAŇ PRE PHARMAVIT), FARBA (VÝRAZNÁ ŽLTÁ, ZELENÁ, MODRÁ A POD.) I VÝBER FOTOGRAFICKÉHO, PRÍBEH CELKU POINTUJÚCEHO DETAILU (FOTOGRAFIA VYDESENÉHO MANAŽÉRA PRERÁTAJÚCEHO CENY, ODDYCHUJÚCEJ ASISTENTKY S NOHAMI VYLOŽENÝMI NA STOLE...) I JEHO UMIESTNENIE V KOMPOZÍCII NESIE V SEBE ROVNAKO AMBIVALENTNE AKO VŠETKY OSTATNÉ PRVKY KONCEPCIE JEDNAK POUKAZ K DOMINANTE OBSAHU (UPOZORŇUJE NA PREDNOSTI ČI MOŽNOSTI KLIENTA, TU TECHNOLOGICKÉ MOŽNOSTI TLAČE), ČO MÔŽEME POVAŽOVAŤ ZA PRETEXTOVÚ VÄZBU K SPROSTREDKOVÁVANEJ SPRÁVE, ALE KAŽDÝ ELEMENT KOMPOZÍCIE PREDSTAVUJE I VOĽNÚ VÝTVARNO-DEKORATÍVNU KREÁCIU, KTORÁ JE VŠAK ZÁROVEŇ PRESNE CIELENÁ K EMOCIONÁLNYM STRÁNKAM ĽUDSKÉHO VNÍMANIA. ŠIROKOSPEKTRÁLNE ORIENTOVANÉ ZÁJUMY CREATIVE DEPARTMENTU, ČI UŽ V PROSTREDÍ MULTIMÉDIÍ, KLASICKÝCH MÉDIÍ I NA PÔDE SPOLUAUTORSTVA NA REALIZÁCIÍ TELEVÍZNYCH PROGRAMOV (REKLAMÁTOR), PRINÁŠAJÚ VŽDY PRESNE VYBUDOVANÝ, LOGICKÝ KOMPLEX, KTORÝ VYRÁSTÁ Z PROFESIONÁLNEHO A DLHODOBÉHO ZÁJUMU O REALIZOVANIE KONKRÉTNÝCH ODPOVEDÍ NA AKTUÁLNE ZMENY PROSTREDIA A ROZVÍJA ZÁSADNÉ PRINCÍPY KOMUNIKÁCIE V PRAXI.



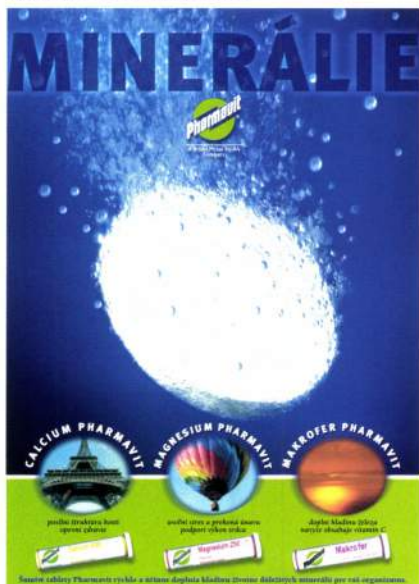
Revitalizácia značky Corgoň.

Práce pre Heineken Slovensko.

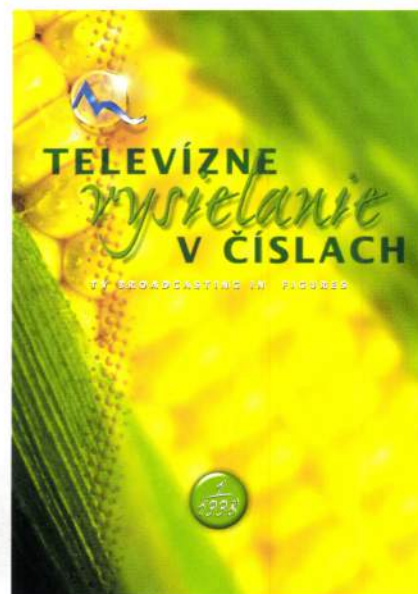
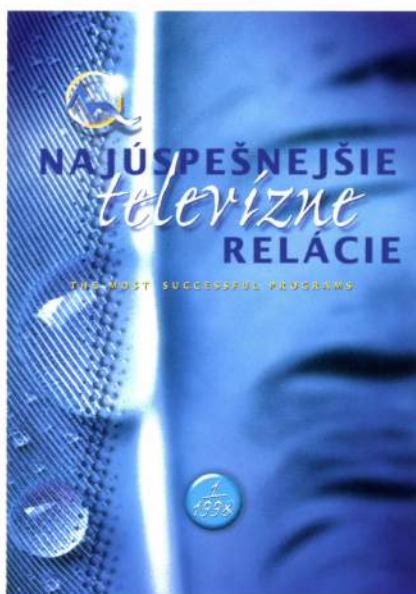
Vývoj novej značky.



Plagát pre Bristol-Myers Squibb.



grafické štúdio IV.



Obálky informačných brožúr.

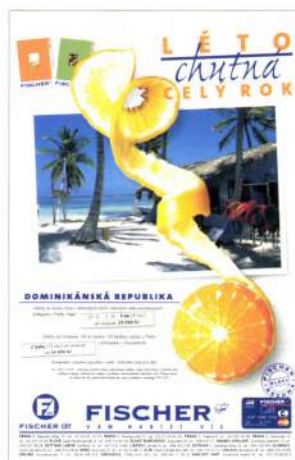
CD: Creative Department je kreatívne štúdio pre oblasť komunikácie. Samozrejme, podstatná časť komunikačných prostriedkov, ktoré používame, či už pre reklamu alebo vývoj a presadzovanie značiek, je vizuálna. Všade tam sa grafický dizajn využíva ako základný prostriedok. Ale základné tvorivé prístupy sú rovnaké pre všetky komunikačné problémy, nielen grafické.

Z akých dôvodov vzniklo CD so súčasným zameraním, povahou činnosti a aké je miesto a charakter grafického dizajnu v tomto kontexte?

CD: Štúdio vzniklo z potreby realizovať vlastnú predstavu o malom, produktívnom kreatívnom tíme, pre zachovanie výnimočného spojenia dopĺňajúcich sa charakterov. Oba sa sme mali za sebou skúsenosť zo spolupráce v jednej reklamnej agentúre a pochopili sme, že z dlhodobého hľadiska je potrebné vytvoriť nezávislé štúdio. Zvláštne podmienky reklamných agentúr, kde sa kumulujú často protichodné záujmy silných osobností, spôsobujú rýchle striedanie zamestnancov, a tak je veľmi obtiažne udržiavať si kontinuitu a budovať profesionálny tím. Už tri roky sa nám to darí veľmi úspešne na nezávislej pôde. Všetky očakávania, ktoré sme do takejto formy existencie vkladali, sa nám zatiaľ vyplňajú.

CD sa zaoberá všetkými komunikačnými oblasťami v reklame. Existujú však dve hlavné vetvy našej činnosti, jednak je to vytváranie reklamnej komunikácie od komunikačnej stratégie cez kreatívne riešenia až po materializované reklamné nosiče, na druhej strane vytváranie značky od názvu cez logo a packaging dizajn až opäť po komunikáciu hotového produktu. Obe sa, samozrejme, nezaobídu bez grafického dizajnu, ale v našom ponímaní je dizajn iba jedným z prostriedkov slúžiacich na dosiahnutie komunikačných cieľov klienta. A tieto ciele sú v každom prípade merateľné - vždy ide o to „predať“ - či už tovar alebo službu. Dizajn sa tiež snažíme ponímať širšie, nielen v akademickom zmysle (ako nás to učia v škole), ale ako podmnožinu celej vizuálnej kultúry. Takže sa ne-snažíme preferovať čisto grafické riešenia alebo aké-

Plagáty (1997-1999).



koľvek riešenia, preferujeme vždy to, čo najlepšie slúži danej myšlienke - komunikačnému posolstvu. Sme odporcami jediného pohľadu. Niektorí sa na vec pozerajú cez oči grafického dizajnéra, iní cez oči fotografa, ďalší cez oči nezávislého umelca. Tento „vlastný“ pohľad im potom slúži na ospravedlnenie komunikačných neúspechov. My radšej skúšame o veciach rozmýšľať vopred. Takže dizajn má u nás blízko k takzvanému komunikačnému interface (používateľské rozhranie) – je to miesto, ktorým oči diváka komunikujú s produktom. Interface musí zaujať, ale nesmie zavádzať, musí byť jednoduché na používanie (nikto nebude listovať v príručkách) a nesmie rušiť komunikáciu. V najlepšom prípade však môže aj samo komunikovať, a to väčšmi, ako by sa mohlo zdať.

CD je známe širokej verejnosti predovšetkým prostredníctvom vizuálneho stvárnenia grafiky televízie Markíza. Čo pre CD táto práca predstavovala?

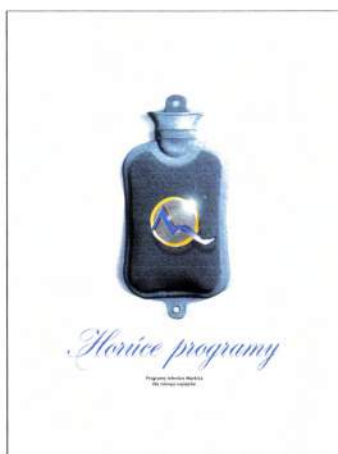
CD: Corporate identity televízie Markíza bola iba jedným z našich projektov. Na ňom je zaujímavý fakt, že televízia ako médium je zároveň aj prostriedkom ku komunikácii vlastnej identity. Takže manuál Markízy neobsahuje obvyklé riešenia navštívenky a hlavičkového papiera, ale vizuálne riešenie prostredia obrazovky, tie neviditeľné zásady, ktoré pomáhajú vytvárať nezameniteľné prostredia pre komunikáciu s divákom. Zaujímavé je tiež, že napriek dvojrozmernosti televízneho média je manuál koncipovaný ako trojrozmerné utváranie priestoru, a to celé v pohybe. Je to ešte grafický dizajn? Nanešťastie realita televíznej produkcie spôsobuje, že zásady zakotvené v manuáli nie sú vždy dodržiavané, čo je na škodu veci.

Širokospektrálne zameranie CD a dôkladná marketingová príprava, ktorá predchádza samotnému grafickému riešeniu zadaného problému, má svoje výhody i negatíva. Mnohí grafickí dizajnéri sa bránia vychádzať príliš v ústrety marketingovým stratégiám zákazníkov. Majú pocit, že ich až priveľmi smerujú k tzv. strednému vkusovému prúdu väčšiny, k banalite, k priemernosti. Akým spôsobom reagujete vy?

CD: Keďže častokrát sme sami zodpovední za komunikačnú koncepciu a stojíme pri marketingových úvahách a prieskumoch daného problému, nikdy sa necítíme zviazaní strategickým zámerom, naopak, snažíme sa ho spoluvytvárať. Preto nepoznáme boj s klientom alebo s marketingovým odborníkom. Marketingové pravidlá nenútiť prispôbovať sa nízkemu vkusu, ale žiadajú slúžiť komunikácii a predávať. Dobrý vkus pomáha predávať za každých okolností. My sa vždy skôr čudujeme, ako sa niektorí klienti nechajú vodiť za nos



Imidžová inzercia.



Novoročenka.



VITAJTE V BUDÚCNOSTI

VÝHRADNÝ DOVOZCA
COLUMBEX
Informačné technológie

LASEROVÉ TLAČIARNE 3. TISÍCOČIA
KYOCERA

niektorými našimi kolegami, ktorí pod pláštikom nekonformnosti a jedinečnosti dokážu klientovi spôsobiť ťažké obchodné straty. Najlepšie ocenenie práce v komunikácii je, keď vidíte, že vaša práca naozaj predáva myšlienku. A to sa dá spočítať.

V súčasnosti sa často hovorí o agresivite reklamy, ktorej hlavným vyjadrovacím prostriedkom je grafický dizajn, klasický v tlačenej forme i šírený médiami. Nakoľko je váš výber zákazníka či produktu, ktorý spracováate, v tomto ohľade ekologický?

CD: Reklama je najagresívnejší spôsob otvorenej komunikácie, ale je tiež najúprimnejšia. Reklama priznáva svoje farby. Je to tiež zábava. Existujú mnohé negatívnejšie formy vnucovania názorov, na ktorých najhoršom konci stojí násilná politická agitácia a vymývanie mozgov. Samozrejme, že akýmkoľvek náznakom takejto práce sa vieme úspešne vyhnúť aj preto, že sme dostatočne nezávislí. A čo sa týka poklesnutých produktov typu rôznych „herbaživotov“ a zaručených liekov na čokoľvek, ich predajcovia našťastie nemajú dostatok vkusu, aby si na spoluprácu vybrali nás. Na druhej strane nás teší, že niektoré naše projekty vytvárame práve pre serióznych farmaceutických klientov, takže naše snaženie má aj humánne ciele. Inak získavanie a udržiavanie klienta vyžaduje mnoho ďalších profesionálnych schopností, ktoré len veľmi vzdialene súvisia s dizajnom.

Máte svoju vlastnú predstavu o budúcom vývoji CD vo vnútri i voči konkurenčnému prostrediu s ohľadom na vizuálnu stránku?

CD: CD je malá flexibilná firma, takže sa ľahko dokáže prispôbiť potrebám svojich zákazníkov. Predpokladáme, že s rozširovaním nášho portfólia klientov sa nám podarí postupne budovať jednotu v rozmanitosti. Jednotu hlavne v kvalite prístupu a výsledkov, rozmanitosť vo využití rôznych foriem a spôsoboch komunikácie. V tejto súvislosti si možno treba povedať, že originalita je samozrejmosťou súčasťou kreatívnej komunikácie, ale originalita za každú cenu je jej veľkým nepriateľom. Inak povedané, je možné, že všetko už bolo vymyslené, ale my veríme, že to dokážeme vymyslieť lepšie. Takže sa snažíme využívať rôzne vplyvy, rôzne prostriedky, ale vždy v záujme myšlienky. V tomto zmysle je pre nás vždy obsah nad formou. Ak grafické štúdiá sú viac o forme, my sme viac o obsahu.

Ďakujem za rozhovor.

Dagmar Poláčková



Vizuálne riešenie relácie TV Markíza Reklamátor.



grafické štúdio IV.

DANSK PLAKATMUSEUM

alebo ako naplniť sen

DANSK PLAKATMUSEUM V AARHUSE, ŠPECIALIZOVANÉ MÚZEUM PLAGÁTU S JEDNOU Z NAJVÄČŠÍCH ZBIEROK NA SVETE, ZAČALO OFICIÁLNE SVOJU ČINNOSŤ V NOVEMBRI ROKU 1993. MESTSKÁ RADNICA V AARHUSE, KTOREJ ROZHODNUTIA SÚ SPRÁVIDLA VEĽMI TESNÉ, ROZHODLA V PRÍPADE VÝSTAVBY MÚZEA HLASMI VŠETKÝCH SVOJICH ČLENOV. BOLO TO VÍŤAZSTVO INICIÁTORA, ZAKLADATEĽA A SÚČASNÉHO RIADITEĽA MÚZEA PEDERA STOUGAARDA (1946). SEDÍM V JEHO DOME A PEDER STOUGAARD MI ROZPRÁVA SVOJ NEUVERITELNÝ, ALE AUTENTICKÝ PRÍBEH. JEHO ROZPRÁVANIE DOPŔŇAM FAKTMI A DOJMAMI, KTORÉ SOM ZÍSKAL NA NÁVŠTEVE V DÁNSKU.

Slovenskí grafici v Dansk Plakatumuseum

Od idey cez prípravu a realizáciu reprezentatívnej výstavy slovenského plagátu v Dansk Plakatumuseum v Aarhuse uplynuli dva roky. Pre prvú slovenskú prezentáciu na pôde renomovaného múzea plagátu si jeho riaditeľ a kurátor výstavy vybral Pavla Chomu, Dušana Juneka a Ľubomíra Longauera. Kolekcia vyše 100 diel z ich afišatickej tvorby vybranej z obdobia posledných desiatich rokov bola vystavená od 28. augusta do 1. novembra 1998. Otvorenie výstavy sa konalo v čase populárneho aarhuského festivalu umenia Aarhus Festuge. Početní návštevníci výstavy prejavili svoj záujem a uznanie tvorbe slovenských grafikov veľmi konkrétne a viacerí si kupovali autorské výtlačky vystavených plagátov, využívajúc prítomnosť slovenských autorov, aby si ich signované odnášali priamo z vernisáže. Vo vystavenej kolekcii boli predovšetkým kultúrne plagáty - divadelné, výstavné, ideové, významnú časť tvorili autorské plagáty, ako aj úspešné plagáty z medzinárodných svetových prehliadok v Brne, Trnave, Lahti, Varšave, Toyame a ďalších. Iniciátor výstavy P. Stougaard požiadal autorov, aby si ich signované odnášali k výstave v Dánsku navrhli a realizovali svoj propagačný plagát a spoločný katalóg. Tieto materiály vyvolali svoju výtvornosť i realizačnou kvalitou veľký záujem u návštevníkov výstavy i dánskej tlače. Po skončení výstavy boli P. Choma, D. Junek a Ľ. Longauer ako prví slovenskí umelci zaradení medzi vybraných autorov, ktorí majú v Dansk Plakatumuseum vytvorený osobný archív svojich diel. Expozícia slovenských diel vystrieda posledná tohtoročná spoločná výstava legiend svetového grafického dizajnu - Šigeo Fukuda z Tokia, Alan Fletcher z Londýna, Waldemar Swierzy z Varšavy a Seymour Chwast z New Yorku.



P. Stougaard: Všetko začalo v roku 1970. Sedíme vlastne na historickom mieste, kde bolo zasiate semienko myšlienky vzniku múzea plagátov. Boli to práve poľské plagáty, ktoré mi otvorili oči a obzor práve pre umenie plagátu. Ako aktívny umelec som mal najskôr jednu miestnosť, kde popri vlastnej tvorbe som predával voľné umenie - olejomaľby, pastely, plastiky, ale nebolo to komerčne úspešné podnikanie. Jeden z priateľov sa ma spýtal, prečo neskúsim predávať poľské plagáty. A ja mu odpovedám: prečo nie? A tak v roku 1970 som usporiadal prvú výstavu poľského plagátu v Dánsku práve tu v Aarhuse v galérii, ktorej som dal meno „Galéria VÝCHOD“. Po dánsky „galéria“ znamená miestnosť na predaj umenia. Poľskí diplomati, ktorí prišli na vernisáž, boli šokovaní, keď zistili, že „Galéria VÝCHOD“ je umiestnená v bývalom obchode s cukrovinkami. Galériou bol vlastne môj vyprázdnený byt a poľské plagáty už vtedy svetoznámych autorov viseli v mojej spálni, kuchyni, obývačke i na toalete - celý byt som použil ako jeden výstavný priestor. Poľskí diplomati a hostia, vidiac to množstvo diel svojich slávnych krajanov, sa nechali uniesť bezprostrednosťou situácie, vypili sme spolu ich diplomatickú vodku, pridali sa k nim naši zástupcovia z mestskej rady v Aarhuse, prišli novinári, ktorí o tom zoširoka publikovali, a bola to veľká sláva, veľký úspech. Nejaký čas som potom plagáty vystavoval a predával, ale opäť prišlo obdobie, v ktorom sa moja finančná situácia zhoršila.

Neskôr, začiatkom 70. rokov mi ľudia začali nosiť aktuálne divadelné, filmové, kultúrne i politické plagáty a pýtali sa ma, či ich môžu u mňa vystaviť. Samozrejme, že som im to umožnil, a s radosťou som vzápätí pozoroval, ako sa mnohí okoloidúci zastavovali, pozorovali tie plagáty, čítali ich, prejavovali o ne veľký záujem. Keď vystavené plagáty prestali byť svojou časovou informáciou aktuálne, majitelia mi tie plagáty darovali. Veľmi ma to potešilo, lebo patrím k tým ľuďom, čo neradi čokoľvek zahadzujú, ale ich radšej zhromažďujú a vytvárajú zbierky.

Impozantné muzeálne zbierky v súčasnosti presahujú 120 tisíc archivovaných exponátov z vyše 100 krajín sveta. Mimoriadnu hodnotu zbierky nevytvára ich úctyhodné množstvo, ale kvalita diel a mená tvorcov - osobností svetovej výtvarnej kultúry a dizajnu: A. M. Cassandre, R. Savignac, P. Picasso, A. Rodčenko, El Lisičij, G. Klimt a mnohí iní. V národných kolekciami je silne zastúpený napr. fínsky plagát, francúzsky, poľský, japonský, americký, nemecký a, samozrejme, dánsky. V domácej kolekcii sú aj plagáty dánskych autorov, ktoré boli vytvorené na protest proti okupácii Československa ruskými vojskami v roku 1968. Samozrejme, bohato je zastúpený aj slovenský a český plagát. Zbierky Dansk Plakatumuseum slúžia na výstavy, reprezentáciu, študijné účely i kultúrno-spoločenské podujatia. Vo všetkých prípadoch sú však skvelou kultúrnou propagáciou malého, ale vyspelého Dánska.

P. Stougaard: Pri tvorení a kategorizácii zbierok ma napadla myšlienka, že urobím najväčšiu výstavu plagátov, aká kedy bola v Dánsku. Spôsob, akým som tento zámer začal realizovať, je dôležitý z hľadiska neskoršieho vybudovania celého Dansk Plakatumuseum a jeho zbierok. Písal som na zastupiteľské úrady, ambasády

a konzuláty všetkých štátov, ktoré mali svoje diplomatické zastúpenie v Dánsku, vysvetľoval som svoj zámer a požiadal som, aby mi poslali do zbierky plagáty svojej krajiny. Reakcia bola taká, v akú som dúfal: prišlo veľa plagátov a listov s ďalšími kontaktmi na divadelné a kultúrne inštitúcie. Tak sa mi podarilo vytvoriť okruh záujemcov o moju myšlienku usporiadať výstavu. V tom čase sa mi žilo zvlášť ťažko a nechcem dramatizovať, ale boli situácie, keď som si musel položiť otázku, či budem večerať, alebo pošlem ďalších 50 listov. A veľa krát zvíťazili listy... Chcem tým povedať, že je veľmi dôležité, aby bol človek pevne odhodlaný dosiahnuť svoj cieľ. Bol to dlhý a úporný boj, lebo plagáty v Dánsku dovtedy neboli nijako zvlášť cenené. Najťažšie bolo presvedčiť miestnych radných politikov, aby investovali práve do toho „podozrivého podujatia“ - výstavy plagátov. Napokon sa mi v roku 1974 podarilo zorganizovať v Umeleckom múzeu v Aarhuse prvú výstavu plagátov, na ktorej som prezentoval plagáty zo 74 (podľa roku výstavy) krajín sveta. Výstava mala úžasný úspech. Dánske noviny vtedy s nadšením písali, že v Aarhuse je nejaký umelec, ktorý vystavuje svoju zbierku neuveriteľných 1 500 plagátov. Dnes je to úsmevné, keď viem, že súčasná zbierka v archívoch Dansk Plakatumuseum je vyše 120 tisíc exponátov. Pri tejto pamätnej výstave v roku 1974 som sa utvrdil v myšlienke, že založím špecializované múzeum plagátu, a tak vznikol roku 1986 fond Dansk Plakatumuseum. Mestská rada mi prideliла priestory na archív, peniaze na základné vybavenie a jedného nezamestnaného, ktorý mi mal pomáhať. Okrem priestorov na archív sme však na činnosť nedostali žiadnu podporu. V tom období som okrem vlastnej tvorby veľkú časť môjho času, energie a vlastných financií venoval vzniku Dansk Plakatumuseum.

Aj v Dánsku, krajine so svetoznámych dizajnom a bohatou kultúrou, bolo treba urobiť veľa, aby sa kvalita tvorby grafického dizajnu a plagátu začala chápať zodpovedne a primerane jej spoločenskému pôsobeniu. Stalo sa tak vďaka vysokej úrovni tvorby takých autorov, ako je Finn Nygaard, Per Arnoldi, Bo Bedixen, Finn Skódt, Per Møllerup či mladší Peter Bysted, Birgitte Kath a ďalší. V Aarhuse žijúci Bo Bendixen patrí nielen k medzinárodne renomovaným umelcom, ale je i komerčne veľmi úspešným tvorcom. Jeho rozsiahle štúdio sídli v centre mesta v bývalej tabakovej továrni a vznikajú tu všetky návrhy dnes už vo svete známej „Bo Bendixen Collection“ - od tričiek, čiapok, šortiek, šálok a keramiky až po tašky, pohľadnice, samolepky, plagáty, kalendáre a mnohé iné príjemné veci pre deti a dospelých. S touto kolekciou sa stretnú záujemci v sieti jeho galérií v Dánsku, Nemecku i Japonsku. Charakteristický rukopis celej kolekcie dal pečať aj priestoru galérie, ktorá lákala návštevníkov i kupujúcich. Bolo pre nás povzbudzujúce, že zatiaľ aspoň v Dánsku sa dobrý dizajn aj dobre predáva.

P. Stougaard: V 80. rokoch sa v novinách často objavovala otázka: „Stougaard - bude mať múzeum, nebude mať múzeum?“ Už som bol z toho márneho úsilia miestami veľmi vyčerpaný. Už som začínal mať pocit, že onedlho si ľudia začnú na mňa ukazovať prstom ako na čudáka, čo stále snívá o svojom múzeu plagátov! V roku 1992 som zavolať svojmu priateľovi-redaktorovi v dánskej televízii, či by nechcel mať so mnou nejaké inter-



Foto: Pavel Chroma



view o tom, že som už pripravený vzdať sa svojej myšlienky vytvorenia múzea plagátu. Celé roky tlač písala o mojej myšlienke zriadenia múzea plagátu, takže sa nedalo povedať, že nikto o tom nič nevedel. Necelú hodinu po odvysielaní tohto interview, v ktorom som jasne povedal, že už ma vyčerpalo to všetko zbytočné úsilie a že sa vzdávam myšlienky vytvoriť múzeum dánskeho plagátu, u mňa zazvonil telefón. Riaditeľ mestského múzea jedného dánskeho mestečka, dosť vzdialeného od mesta Aarhus

mi povedal, že majú pre moje múzeum veľkú budovu, majú pre mňa milión korún na činnosť a bývanie pre nás so ženou, keď sa k nim presťahujeme. Vedeli, že medzinárodné múzeum plagátu by bol skvelý magnet pre turistov. Každé mesto sa snaží prezentovať nejakou zvláštnosťou a oni prví pochopili, že toto by bola pre nich originálna atrakcia. Po televíznom interview som počas dvoch mesiacov dostal ďalších 15 kvalifikovaných ponúk z celého Dánska, ktoré mali jedinou podmienku - len aby sa Dansk Plakatumuseum dostalo k nim. Napokon predsa len aarhuská mestská rada rozhodla o tom, že zbierka plagátov zostane v Aarhuse. Na základe toho v rokoch 1992-93 prebiehali prípravy a výstavba budovy, ktorá bola priradená k mestskému múzeu. Na sklonku roku 1993 bolo Dansk Plakatumuseum v Aarhuse otvorené. Nikdy nezabudnem na tento deň. Celá ulica, ktorá vedie k Dansk Plakatumuseum, bola zaplnená dlhým radom ľudí. Stál som tam niekoľko hodín a prijímal úprimné prejavy sympatií, drobné pozornosti a darčeky. Bol to pre mňa veľký prejav úcty, že prišlo také množstvo ľudí a vyslovilo mi podporu a uznanie, že som svoj dlhý boj nevzdal a získal múzeum pre ich mesto.

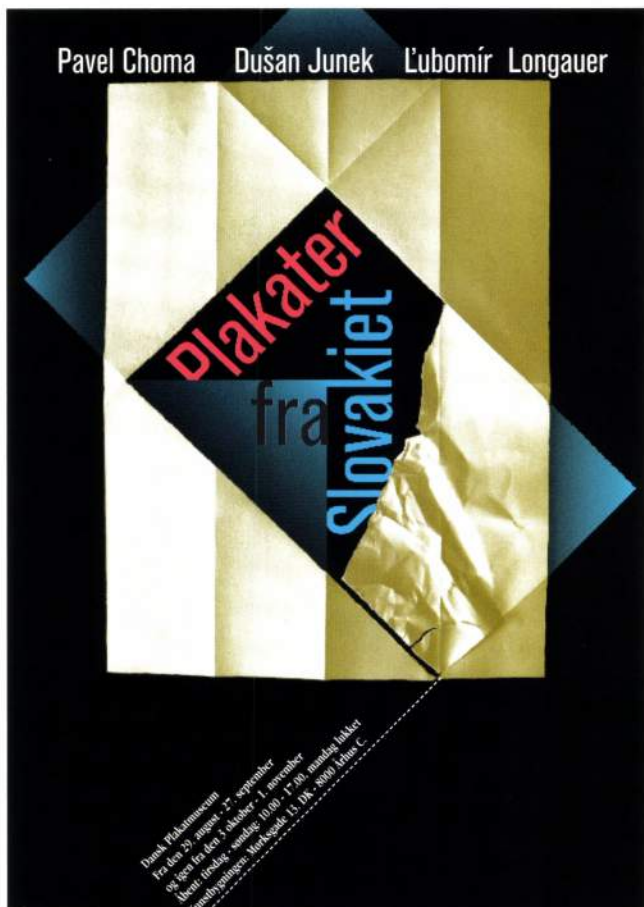
Od vzniku Dansk Plakatumuseum usporiadal Peder Stougaard viac ako 60 výstav. Múzeum svojou zaujímavou výstavnou dramaturgiou priťahlo mnohých návštevníkov a obdivovateľov dizajnu, špeciálne plagátu. Získalo si dôveru najvýznamnejších umelcov, autorov a inštitúcií, čo najlepšie dokumentujú autorské výstavy osobností, ako napr. A. M. Cassandre, P. Picasso, P. P. Piech, F. Nygaard, P. Kirkeby, Ib S. Olsen, M. Bouvet, S. Fukuda, A. Fletcher a ďalší. Tieto výstavy striedajú národné kolekcie japonského, poľského, francúzskeho, dánskeho plagátu a veľmi populárne sú tematické výstavy plagátov: jazzový plagát, cirkusový, hudobný, filmový, plagáty Európskej únie, plagáty na tabakové výrobky...

Z veľmi zaujímavej výstavy „plagáty mesta Aarhus“ vznikla reprezentačná publikácia, ktorú mi ako milú pozornosť venoval riaditeľ múzea Peder Stougaard. Tento duchovný otec i motor všetkých aktivít inštitúcie vytvára a realizuje náročnú dramaturgiu múzea bez širokého tímu ľudí, bez dirigizmu akéhosi ministerstva či inej štátnej zbytočnosti. Tie štátne inštitúcie, ktoré majú v Dánsku, sa starajú o všeobecne priaznivú kultúrnu klímu. Nepochybne aj preto majú v Aarhuse Dansk Plakatumuseum - mimoriadne kultúrne centrum s mimoriadnymi zbierkami a aktivitami.

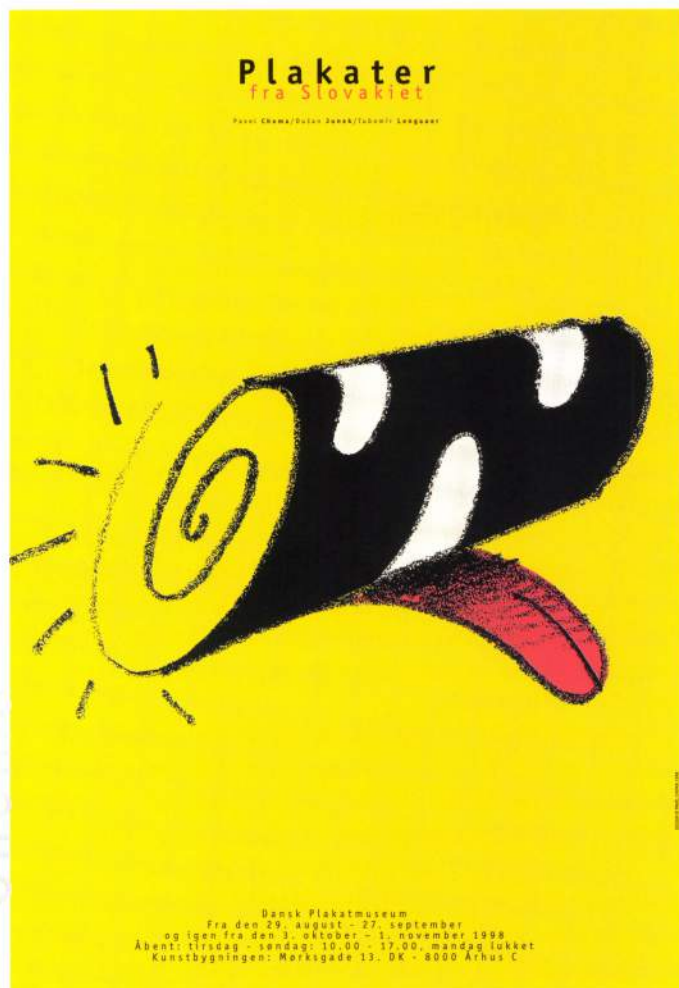
P. Stougaard: Po viacerých výstavách skvelých dánskych i svetových tvorcov plagátu je tu výstava slovenských grafikov. Všetko hovorí o tom, že máme spoločné záujmy, názory, že máme spoločných priateľov medzi skvelými výtvarníkmi vo svete, čo je veľmi príjemné a povzbudzujúce. A na mojej práci je zaujímavé to, že všetky tie aktivity sú medzinárodné a človek sa pohybuje ponad i naprieč

Výstava je osobitá a homogénna. Plagáty slovenských priateľov poznám zo vzájomnej účasti na mnohých bienále a a výstavách vo svete, kde sa ich tvorba úspešne prezentovala a bola oceňovaná. Pre dánsku verejnosť je táto stredoeurópska tvorba zaujímavá, lebo má iné umelecké a ľudské východiská.

Finn Nygaard, popredný dánsky grafik



Plagáty pre spoločnú výstavu slovenských grafikov v Aarhus.



hranicami a spoznáva nových skvelých ľudí-tvorcov, získava nové obzory. Na budúci rok plánujem pripraviť v Dansk Plakatumuseum veľkú výstavu významných žijúcich umelcov a tvorcov plagátov z celého sveta. Viacerých som už oslovil vďaka účasti na Bienále Brno a kontakty na mnohých skvelých autorov som našiel v obsiahlom brnianskom katalógu. Dansk Plakatumuseum sa stalo vo svete známym, veď významní tvorcovia pošlú kolekcie 50 či viac svojich diel len inštitúcii, ku ktorej majú dôveru, že ich plagáty budú vystavené alebo uložené v zbierkach primeranej profesionálnej a umeleckej úrovne. Pred dvoma rokmi, keď sa otváral ďalší ročník svetoznámeho bienále plagátu vo Varšave, poľské ministerstvo kultúry ma pozvalo na vernisáž. Moja účasť vo Varšave sa rozšírila medzi poľskými umelcami, a tak som sa stretol smŕňmi autormi poľského plagátu, ale aj zahraničnými umeleckými osobnosťami, vrátane legendárneho Šigeo Fukuda. Uvedomil som si, že moje múzeum sa definitívne dostalo na mapu sveta plagátov. Podarilo sa dokázať, že Dánsko ako každá malá krajina s tendenciou mať komplexy sa môže významne profilovať a prezentovať. Podľa mojej vízie by sa Aarhus mal stať mestom plagátu. Ak Boh dá a budem dlho žiť, sa tak aj stane.

Po tomto rozprávaní sa mi takmer zdalo, že je to smutnokrásna rozprávka od veľkého Stougaardovho krajana Hansa Christiana Andersena. Ale perfektne výstavné priestory novostavby Dansk Plakatumuseum v Aarhus, jeho rozsiahly zbierkový fond, veľký záujem prominentných i tých „obyčajných“ ľudí o umenie plagátu ma presvedčili, že táto rozprávka je zhmotnením sna jedného cieľavedomého, nesmierne pracovitého a pre svoju ideu zapáleného človeka. Tento príbeh by mohol byť poučný pre mnohých z nás. Aby napríklad naše tak ťažko vybojované Trienále plagátu Trnava s dnes už veľmi cennými zbierkami začali zainteresovaní chápať a venovať sa mu s takou vážnosťou a profesionálnym prístupom, ako si táto medzinárodná akcia zasluhuje. Takéto príbehy a takíto ľudia posúvajú malé krajiny dopredu a do stredu diania.

Dušan Junek

Už predložená dokumentácia hovorila o tom, že tvorba P. Chomu, D. Juneka a L. Longauera je výborná a z pohľadu budúcej prezentácie v Dánsku aj veľmi zaujímavá. Moje predpoklady sa naplnili a samotná vernisáž bola silným umeleckým i ľudským zážitkom. Výstava priťahuje záujem a obdiv návštevníkov. Okrem profesionálnej práce sme sa spolu s mojimi spolupracovníkmi veľmi zblížili so slovenskými grafikmi a získali sme v nich dobrých priateľov. Je nepochybné, že naše kontakty budú pokračovať aj budúcnosti.

Peder Stougaard, riaditeľ Dansk Plakatumuseum a kurátor výstavy



Agáta Žáčková

PRESTÍŽNU CENU KAJ FRANCK DESIGN PRIZE ZÍSKAL ZA ROK 1998 VŠESTRANNÝ NÁVRHÁR HEIKKI ORVOLA (1943), JEDEN Z NAJVÝZNAMNEJŠÍCH FÍNSKÝCH UMELCOV STREDNEJ GENERÁCIE. VO SVOJEJ BOHATEJ A MNOHOSTRANNEJ TVORIVEJ ČINNOSTI SA VENUJE NAVRHOVANIU PROTOTYPOV PRE SÉRIOVÚ VÝROBU (KOV, KAMENINA, SKLO, TEXTIL), AKO AJ INDIVIDUÁLNEJ TVORBE SKLÁRSKÝCH OBJEKTOV, ÚŽITKOVÉHO SKLA FÚKANÉHO DO FORMY, ALE AJ TEXTILNÝCH DEKORAČNÝCH LÁTOK A MINIATÚR.

Heikki Orvola napriek tomu, že sa realizuje ako autor v niekoľkých materiáloch, sklo považuje za seba najbližšie a vo svojej tvorbe ho aj najviac uprednostňuje.

Vyštudoval keramiku na Inštitúte priemyselného výtvarníctva v Helsinkách (1963-68), kde následne pôsobil na oddelení sklárskych techník a úžitkovej keramiky. K pedagogickej činnosti sa znovu vrátil v rokoch 1977 - 1991, keď pôsobil na oddelení sklárskych techník. Ako návrhár pracoval v sklárni Nuutajärvi (1968 - 1983) a v továrni pre kameninu a porcelán Arabia (1987 - 1993). Spolupracoval však aj s výrobcami smaltovaného a liatinového riadu Järvenpää Emali (1976 - 1984) a textilu a skla Marimekko (1985 -1995).

V počiatkoch jeho dizajnerskej činnosti môžeme za najúspešnejšiu považovať spoluprácu s koncernom Wärtsilä, a to konkrétne s továrňou na výrobu smaltovaného a liatinového riadu Järvenpää Emali. Z produkcie továrne patrila medzi najznámejšie a komerčne najúspešnejšie súprava Finella, ktorú navrhol Heikki Orvola. Finella predstavovala typ smaltovaného varného riadu, v ktorom sa jedlo môže servírovať aj na stôl. Spodná časť jednotlivých kusov bola špeciálne tvarovaná a vybrúsená, aby na platniach elektrického sporáka nedochádzalo k zbytočným stratám elektrickej energie. Jednoduché a elegantné tvary s tíkovými úchytkami preslávili autora a výrobcu nielen doma, ale aj za hranicami Fínska. Dve kanvice patriace do súpravy získali cenu Formes Utiles v Paríži 1979.

Podobné ocenenie dosiahol Heikki Orvola aj svojím návrhom liatinového riadu s príklopom Hautarouva, ktorý vyrobila tiež Järvenpää (Formes Utiles, 1980). Táto cena mu bola priznaná nielen za vysokú kultúru tvarového riešenia, ale aj za termostatické vlastnosti (úspora energie) a za skutočnosť, že v ňom jedlo neprihára.

Prostredníctvom Kaja Francka (1911 - 1989) sa dostal Heikki Orvola do sklárne Nuutajärvi. Sklo ako materiál, jeho možnosti a práca s ním učarili Orvolovi a od tohto obdobia sa mu venuje aj profesionálne. Jeho prvé sklené súpravy pre sériovú výrobu boli charakteristické racionálnym tvarom a čistou formou (Her, Mayakuu 1969, Aurora 1972). Akýsi protipól k jednoduchým líniam týchto súprav tvorili v 80. rokoch jeho farebne bohaté až barokovo poňaté súpravy (Filigrani). Pri ich tvorbe využíval tradičné sklárske techniky (filigrán, grál, pieskovanie skla a pod.).

Vďaka takýmto experimentom, ktoré spočívali predovšetkým v striedaní matných a lesklých povrchov, farebnosti, vnútornej dekorácie, vznikli unikátne práce vytvárajúce napätie medzi jednoduchým tvarom a bohatou farebnou a štrukturálnou spracovaným povrchom.

Samostatnú oblasť v jeho bohatej výtvarnej činnosti tvoria abstraktne poňaté textilné miniatúry.

Spočiatku boli len akýmsi vyplňaním času medzi realizáciami sklenených a keramických artefaktov, neskôr sa však stali dôležitou súčasťou jeho tvorivej práce. Tvorbe a realizácii textilných miniatúr (výšivky, aplikácie) sa venuje od roku 1983. Tieto vystavuje spolu so svojimi individuálnymi prácami a priemyselnými návrhmi z oblasti skla a keramiky.

Vďaka spolupráci s firmou Marimekko vznikli jeho dekoračné látky s tlačným, farebne tlmeným dezénom. Dekor ako taký bol dlhé roky zaznávaný a skoro úplne cudzí pri povrchovej úprave fínskeho skla a keramiky. Orvola vďaka svojim textilným miniatúram, v ktorých používal aj techniku aplikácie, sa k jeho používaniu začal stavať pozitívne aj pri spracovaní povrchu predmetov z iných materiálov. V jeho dekoroch, ale aj tvarových riešeniach, objavujeme silný vplyv kubizmu a ruskej avantgardy (Festivo 1989, Maya 1995, Stardust 1995). Geometricky ladené, čisto až puristicky poňaté kameninové súpravy na jedenie navrhované Heikki Orvolom pre firmu Arabia (Moreeni 1992, 24 h, 1996, Blues 1998) predstavujú zase pokračovanie



HEIKKI ORVOLA



Zo série The Grand Canal a Venezia Aperto Vetro, 1998.



Séria fliaš Puljoja, 1992.

Sklená socha Stardust, 1995. Zo zbierok Victoria & Albert Museum v Londýne.



Servis 24h. Od r. 1996 ho vyrába firma Arabia.



Nápojová súprava Aurora.
Od r. 1972 ju vyrába firma Iittala.

línie tradičného severského tvarovania bez dekoru v jednofarebnom vyhotovení. Heikki Orvola počas celej svojej doterajšej návrhárskej činnosti stál v službách priemyslu. Vlastnej umeleckej činnosti sa mohol venovať len sporadicky. Z tohto dôvodu bolo preňho dôležité získanie 15-ročného grantu od fínskej vlády (1994), ktorý mu umožňuje venovať sa vlastnej kreatívnej aktivite, študijným pobytom a experimentovaniu v individuálnej tvorbe.

Heikki Orvola je vážnou osobnosťou fínskej dizajnerskej scény. Ako umelec je uznávaný a vysoko hodnotený nielen doma, ale aj za hranicami svojej vlasti. Je nositeľom Štátnej dizajnerskej ceny (1980) a medaily Pro Finlandia (1984). Jeho práce sa nachádzajú v desiatkach umeleckých zbierok po celom svete. Svoju tvorbu predstavil od roku 1970 na niekoľkých samostatných výstavách, prezentujúcich renomované fínske podniky a dizajnerské výrobky doma i v zahraničí. Patrí tiež medzi sto top dizajnérov, ktorých talianska firma Alessi pozvala k spolupráci.

Cena Kaja Francka za rok 1998, ktorej poslaním je oceniť autora alebo kolektív tvorcov, ktorí vytvorili esteticky, ekologicky, technologicky a eticky vysoko kvalitné diela, sa ocitla opäť v správnych rukách.

Servis Moreeni. Od r. 1992 ho vyrába firma Arabia.



Foto: Timo Kauppila a Design Forum Finland

YOSSI LEMEL
The Power of Graphic Design



[JASNÉ POSOLSTVO]

angažované plagáty Jossiho Lemela

Mária Riháková



1945-1995 SIX NUMBERS. 50 YEARS SINCE THE LIBERATION OF AUSCHWITZ

Plagát zo série Šesť čísel, vytvorenej pri príležitosti 50. výročia ukončenia 2. svetovej vojny. 1995.

„MIMORIADNE MNOU OTRIASLA VOJNA V LIBANONE. KEĎ SA ROKU 1982 SKONČILA, ROZHODOL SOM SA, ŽE SA MUSÍM VYJADRIŤ K TĚMAM, KTORÉ MA TRÁPIA. KEBY SOM SA BOL NARODIL AKO POLITIK, IŠIEL BY SOM DO POLITIKY. ALE JA SA NA TO NEHODÍM.“

JOSHI LEMEL

Jossiho názory

Jossi Lemel je otvorený človek. Na poslednom Bienále grafického dizajnu v Brne mal prednášku, v ktorej hovoril o svojej tvorbe v kontexte súčasnej izraelskej spoločnosti. Ako grafik pracuje s limitmi, ktoré si asi ťažko dokážeme predstaviť. Napríklad nesmie zobraziť muža a ženu na tom istom plagáte. Donedávna dokonca na plagátoch nesmel používať farby použité na palestínskej vlajke. Tabuizované sú aj témy ako viera a tradícia. Ultraortodoxní veriaci majú verejný život pod prísnou kontrolou. Pre Jossiho je to výzva k zaujatiu jednoznačného postoja, aj za cenu neprijemného konfliktu s mocou.

Rovnako nekompromisne ako bojuje za liberalizáciu názorov vo svojej krajine, sa vyjadruje aj k izraelsko-palestínskym konfliktom, porušovaniu ľudských práv, xenofóbii, rasizmu, biede, AIDS.

Číslo na otcovej ruke

Lemelove plagáty hovoria lapidárnym grafickým jazykom. Nemá rád experiment, je tradičný vo výraze, jednoduchý v realizácii. Na malej ploche pracuje s asociáciami a jeho silou je hlboká myšlienka. Efekt husej kože, ktorý vyvolávajú jeho posolstvá, je však pozitívny. Nechce nenávidieť, nevyzýva k pomste, iba konštatuje: nezabudnime.

Čo môže o holokauste vypovedať viac ako veľký detail čísla vytetovaného na predlaktí osviečimského väzňa, Jossiho otca?

Čo upozorňuje názornejšie na rozdiely sveta bohatých a chudobných, severu a juhu planéty, ako krutá podoba golfovej palice a vyziabnutej nohy Afričana?

Čo hovorí stručnejšie o bezmocnosti vojsk OSN vo vojnových konfliktoch ako prevrátená korytnačka s pancierom v tvare bledomodrej prilby?

Postoj k identite

Jossi Lemel hľadá čo najkratšiu cestu od vizuálneho vnemu k svedomiu. Pátos myšlienok, ktoré tlmočí formou zrozumiteľnej pointy, je nepredstieraný. V Lemelovej tvorbe sa nedá odlišiť autenticita posolstva od úprimnosti tvorcu. Jeho názor je jasný cez témy, ktoré si vyberá.

Svojho času v Izraeli zakázaný plagát zobrazuje ženské pohlavie štylizované jednoduchým grafickým prvkom do Dávidovej hviezdy. Pýta sa: Kto je Žid?

Kontroverzne bol prijatý aj Lemelov plagát k 50. výročiu založenia štátu Izrael:

kultová fotografia, na ktorej otcovia-zakladatelia v Eilate vztyčujú vlajku nového štátu, modifikovanú na symbol známej hamburgerovne.

Analogia a metafora sú Lemelovými spojenkami aj v sérii plagátov s názvom Izraelský kaliber, kde nachádza národnú identitu v zdanlivo nepodobných atribútoch (jarmulka, nábojnica kalibru 5,56, plod sabry).

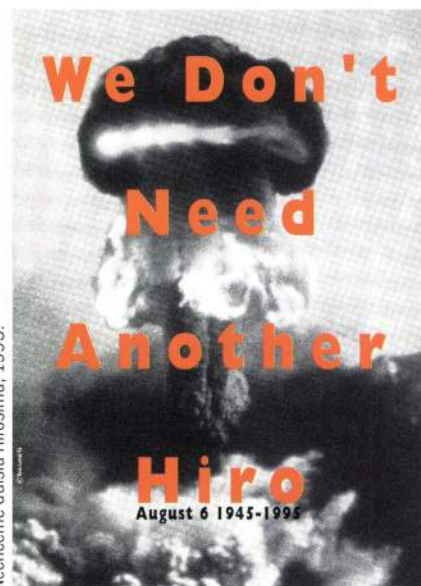
Jossiho výzva

Jossi má mimoriadny cit pre kontrast fotografie a slova. Niekedy stačí, ak k sebe priradí dva odlišné zábery, a posolstvo je čitateľné. Inokedy sa pohrá so slovami, ako napr. v protivojnovom plagáte *We Don't Need Another Hiro*, kde vychádza z podobnosti anglického slova hrdina s Hirošimou.

Sila grafického dizajnu je v Lemelovej tvorbe často vyjadrovaná zámenou ceruzky a náboja.

„Letecký“ záber farbičiek v podobe namierených rakiet s jadrovými hlavicami netreba komentovať. Na inom plagáte zobrazuje krehký mier na Blízkom východe obrazom náboja spútaného tenkými nitkami a špendlíkmi. Typickým prvkom v jeho tvorbe je aj ceruzka-kaktus alebo počítačová klávesnica poskladaná do tvaru ručného granátu, účinné podobenstvá grafikovej misie.

Ani jedna, ani druhá zbraň však *nemusí* ubližovať. Jossi sa vyjadruje jasne: môžeme všeličomu zabrániť, ak budeme chcieť.



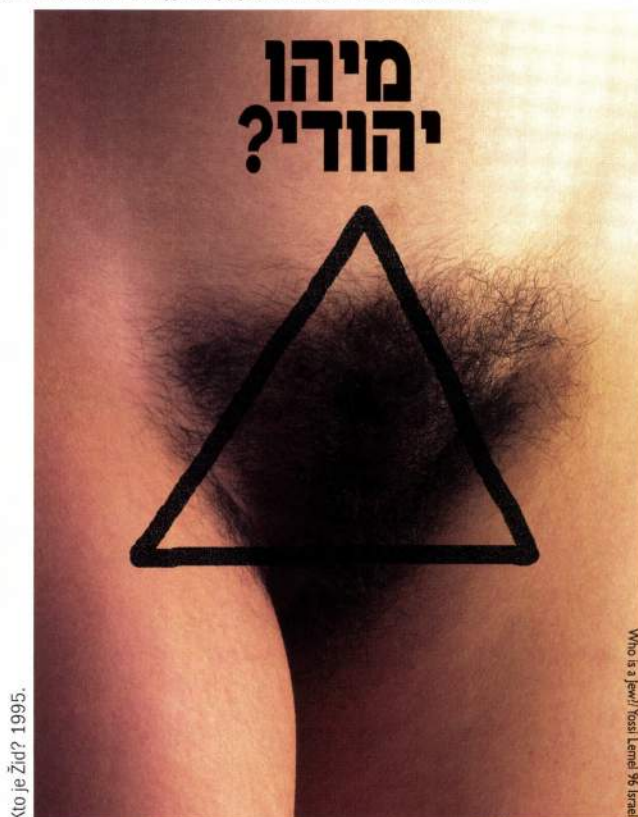
Nechceme ďalšiu Hirošimu, 1995.



Neschopný, 1995.



Plagát k 50. výročiu založenia štátu Izrael, 1998.



Kto je Žid? 1995.

Who is a Jew? Jossi Lemel '95 Israel



שני צדדים לשלום

Both Sides of Peace

جانبي السلام

Israeli and
Palestinian
Political Posters
City Gallery of
Contemporary Art,

Raleigh,
North Carolina
December 7,
1996

Jossi Lemel sa narodil r. 1957 v Jeruzaleme ako potomok poľských emigrantov, ktorí prežili holokaust. Vystudoval grafický dizajn na Bezalel Academy of Arts and Design v Jeruzaleme (1983). Vo funkcii art director pracoval v reklamných agentúrach v Tel Avive a neskôr v Paríži. Získal viacero národných a medzinárodných ocenení, o. i. prvé ceny v súťaži Zlatý rez, organizovanej Asociáciou izraelských grafických dizajnérov (1996), a v súťaži izraelských reklamných agentúr Otot (1983, 1994), ceny Medzinárodného bienále grafického dizajnu v Brne (1994, 1998), belgickom Monse (1995), v súťaži Epica '97 v Lubfane a inde. V lete 1998 mal v Hamburgu svoju prvú výstavu na európskom kontinente. Jeho plagáty sa nachádzajú v zbierkach viacerých svetových galérií. Reklamná agentúra Lemel-Glazer-Bar Advertising z Tel Avivu, ktorej je od r. 1994 spolumajiteľom a kreatívnym riaditeľom, pracuje pre známe firmy, ako sú napr. Harley Davidson, Hoffmann La Roche, Olivetti, Samsung, Speedo, Mizuno a iné.



Moje stretnutie s Jossi Lemelom

Po rôznych peripetiách, ktoré sa vždy vyskytnú pri organizácii trnavského Trienále plagátu, je potom najväčšou odmenou osobná účasť vystavujúcich grafikov. Na Trienále '97 bol hosťom takpovediac najexotickjším JOSSI LEMEL z Izraela. Pri prechode našich hraníc mal problémy, ktorými bol znechutený. Stretli sme sa na recepcii a spoločne sme navštívili synagógu, kde mal vystavené plagáty.

Vždy ma osloví priestor trnavskej synagógy. Pri vernisáži trienále som vnímal takmer u všetkých návštevníkov slávnostnú náladu, ktorú vyvoláva. Spôsobuje to priestor chrámu poznačený sugestívnou nostalgiou jeho osudu i osudu jeho tvorcov v kontraste s farebnou živostou plagátov. No tým, že som ho navštívil s hosťom z Izraela, som ho vnímal ešte intenzívnejšie. Priestor ho mimoriadne oslovil.

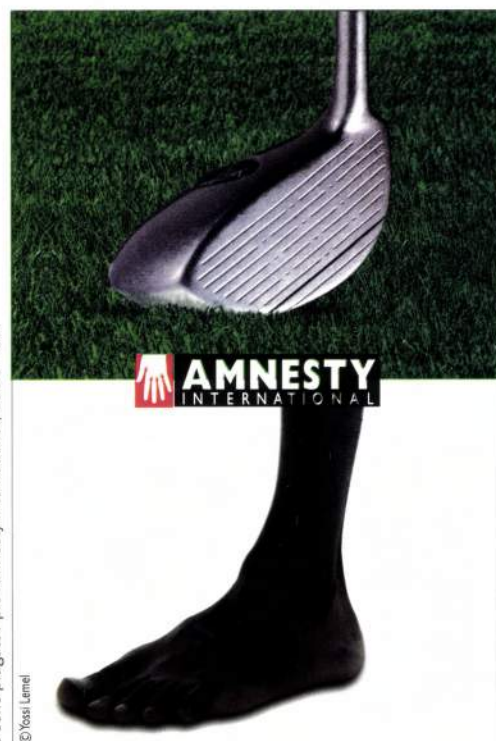
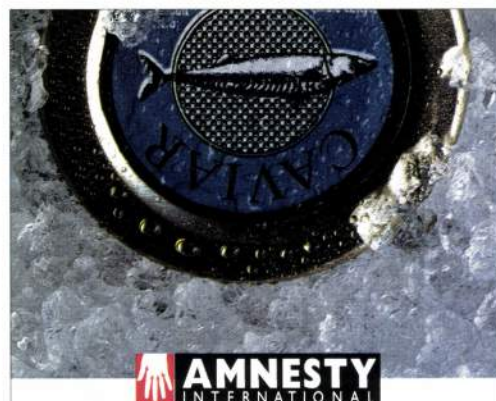
„Na hraniciach som ľutoval, že som sem išiel, no vidím, že to nebolo nadarmo.“ Pozrel na hodinky a povedal: „Je čas bohoslužieb.“ Prečítal (fascinovalo ma, že prečítal, nie rozlúštil) všetky nápisy v synagóge a preložil ich do angličtiny. Na pamätníku obetiam holokaustu pred synagógou prečítal nápis o dušiach zomrelých a na moju otázku, či nenamietajú, že sa v chráme vystavujú plagáty, odpovedal: „Sú veľmi radi.“

Za niečo viac ako hodinu nášho rozhovoru sme si stihli povedať veľa podstatného: o jeho stredo-európskych predkoch, z ktorých mnohí zahynuli v koncentrákoch, o tom, že štúdio so zamestnancami má hlavne preto, aby mohol robiť plagáty, slovom, objavil som v ňom spriaznenú dušu s mojou krvnou skupinou. Potvrdili sa mi známe a mnohokrát opakované pravdy o tom, že osobný kontakt najlepšie prekonáva bariéry nedôvery a komplexov a že napriek rozdielnosti máme mnoho spoločného.

Celú noc pred vernisážou som nespál, bol som v napätí, či stihneme vytlačiť katalóg, znechutený z mnohých zákulisných malostí. V stave vyčerpanosti som možno viac patetický, než je zdravé, preto na mňa zapôsobil rozhovor s Jossi Lemelom ako balzam. Lebo akcie toho druhu, akým je trnavské Trienále plagátu, majú byť sviatkom, ktorý na chvíľu dáva zabudnúť na naše každodenné loptenie v službe klientovi, večné naháňanie termínov a permanentné nestíhanie. Dáva našej práci aj hlbší zmysel. Bol som sklamaný, že je tento sviatok ignorovaný väčšinou domácich kolegov, ktorých poznám dlhé roky.

O to viac som vnímal porozumenie s Jossi Lemelom, a práve preto naň nikdy nezabudnem. Zdá sa mi to dôležitejšie ako hodnotiť jeho umelecký výraz. Lemel je vyznavačom klasickej údernej reči symbolu a potvrdzuje jej životnosť. Dúfam, že som sa s ním nestretol naposledy a ešte bude príležitosť porozprávať sa aj o nej.

Lubomír Longauer



Zo série plagátov pre Amnesty International, 1996 – 97.

Luboš Grék

fyzický model, prototypy a počítače



Modelovanie na obrazovke počítača bolo predmetom predchádzajúcej časti nášho seriálu (DE SIGN UM) č. 3/98 - pozn. red.). Virtuálny model, čiže model, ktorý existuje len v elektronickej podobe v pamäti počítača, je veľmi dôležitým štádiom návrhu výrobku. Umožňuje efektívne napredovanie vývoja výrobku s dokonalým prepracovaním rôznych variantov, zhodnotením tvarového a konštrukčného riešenia z pohľadu ekonomiky výroby, poskytuje názorný a jednoznačný materiál pre marketingové rozhodnutia. Možnosti výpočtovej techniky idú oveľa ďalej. Výrobok môže byť na obrazovke „oživený“ v reálnych prevádzkových podmienkach, testovaný pod rôznymi mechanickými vplyvmi, môžete sa prechádzať jeho vnútom. Virtuálny model sa môže stať základom pre reklamu a následný úspech na trhu. Zaoberajme sa však problematikou, ktorá je bližšia dizajnérskemu štúdiu.

Pri vývoji množstva výrobkov sa ukazuje, že správne konečnému rozhodnutiu by prispela možnosť pozrieť sa na reálny model (vzorku, prototyp), podržať ho v ruke, pocítiť skutočnú hmotnosť a tvary. Pred dizajnérom vzniká úloha preniesť virtuálny model do reality. Aké možnosti mu na to poskytujú programy, ktoré dizajnér používa?

Jednou z najprístupnejších možností je príprava výrobných dokumentácie a následná výroba modelu klasickými výrobnými postupmi. Táto cesta je schodná pri návrhu jednoduchších a tvarovo menej náročných výrobkov, ako je napríklad nábytok.

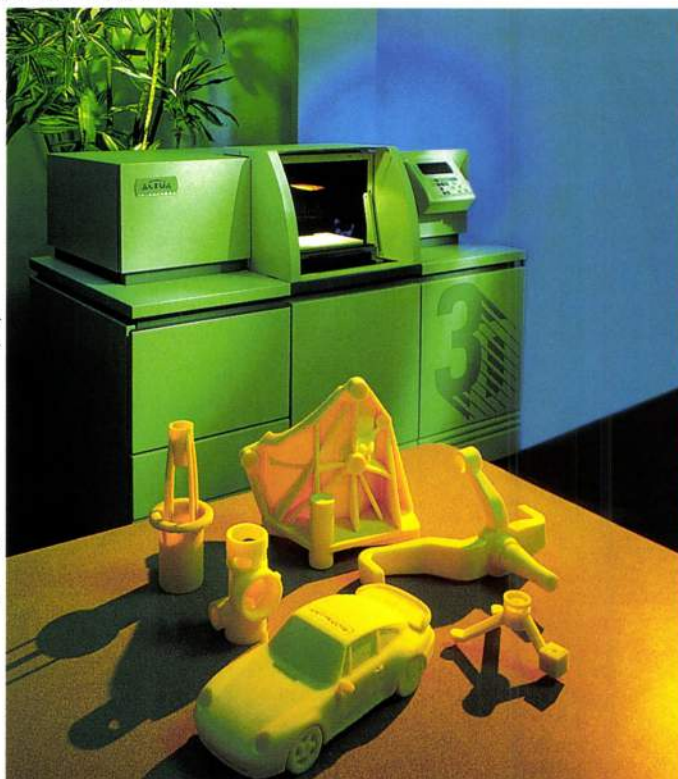
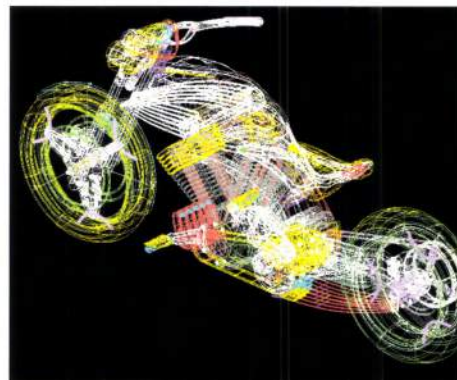
Presné určenie rozmerov, okótovanie, doplnenie legendy a sprievodných textov je samozrejmosťou väčšiny programov (jedným z najznámejších je AutoCAD). Problémy nastávajú, ak sú výrobky tvarovo zložitejšie. Ukazuje sa, že trojrozmerný virtuálny model, s ktorým sa dizajnér celé hodiny „hral“, aby dostal ten správny tvar, sa nedá jednoznačne preniesť na papier, ktorý je len dvojrozmerný. Takýto postup vedie prakticky vždy k znehodnoteniu úsilia dizajnéra.

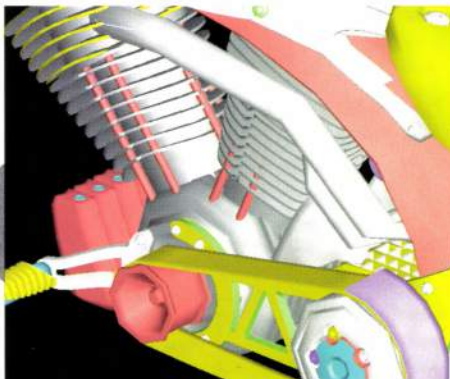
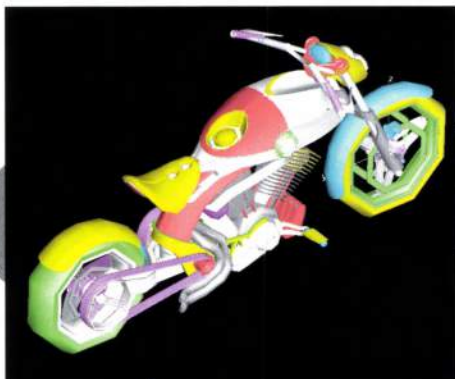
Cesta vedie cez použitie rozličných modelovacích techník a zariadení, ktoré umožnia vyrobiť trojrozmerný model priamo z počítačových dát bez prostredníctvom výrobných dokumentácie. Táto cesta si vyžaduje aj nové programové nástroje.

Jedným z najdostupnejších je opracovanie modelu na obrábacom stroji s číslícovým riadením (CNC). Na tieto účely je možné použiť aj menej nákladné modelárske frézovačky, prípadne obrábacie centrá. Tie opracujú z mäkkého modelárskeho materiálu („umelé drevo“) dokonalý tvar výrobku podľa NC programu, ktorý popisuje dráhy nástroja a parametre obrábania. Pre dizajnérov, ktorí už používajú výkonné trojrozmerné dizajnérske systémy, je zaujímavým riešením nový programový produkt spoločnosti DeskArtes s názvom RapidCAM. Tento z virtuálneho modelu vygeneruje dráhy nástroja a automaticky pripraví NC program vhodný pre rozličné riadiace systémy. Program stačí preniesť do ovládacieho počítača obrábacieho stroja a onedlho držíte v ruke reálny fyzický model. Systém RapidCAM pracuje s dátami vytvorenými rôznymi programovými systémami a generuje programy z povrchových modelov vo formáte STL.

Vývoj posledných rokov priniesol nové technológie aj do rýchlej výroby prototypov (rapid prototyping), ako stále častejšie volajú tieto metódy. Využívajú hlavne možnosti počítačov pri spracovaní priestorových dát a riadení špecializovaných technologic- kých zariadení.

Jedným z pionierov v oblasti rýchlej výroby prototypov sa stala stereolitografia. Táto technológia bola založená na objave hustnutia a tvrdnutia fotopolymérov po osvetlení UV lúčmi. Vytvrdnutie kvapalného fotopolyméru pritom nastáva len v ob-





lasti tesne okolo bodu osvetlenia. Proces prebieha nasledovne.

Virtuálny model, vytvorený v CAD systémoch, je prevedený do špeciálneho formátu (STL, SLA). Na rozdiel od vonných plôch, vymodelovaných dizajnérom, tieto dáta popisujú ľahšie matematicky spracovateľné informácie: konverziou sú plochy s voliteľnou presnosťou nahradené malými trojuholníkovými plôškami, ktoré s určitou aproximáciou stvárajú výsledný objekt. Takto upravený virtuálny model je ďalej pripravovaný na výrobu: určuje sa jeho orientácia v priestore tak, aby bol výsledný model presný, aby bol vytvorený rýchlo a efektívne. Zvyčajne je potrebné k nemu pridať aj niektoré obslužné objekty, ktoré nebudú súčasťou výsledného modelu (napr. podporné plochy). Po zorientovaní v priestore je model matematicky rozrezaný na tenké vrstvy hrúbke jednu alebo niekoľko desiatin milimetra (podľa požadovanej presnosti výsledného fyzického modelu) a popis každej vrstvy je uložený v pamäti. Na základe popisu týchto vrstiev a vlastností použitého fotopolyméru je potom vygenerovaný program pre riadiaci systém stereolitografického zariadenia.

Fáza výroby samotného stereolitografického modelu prebieha v stereolitografickom zariadení. V súčasnosti ich je celý rad, odlišujú sa rozmermi a objemom pracovnej komory a taktiež oblasťou použitia. Každé z týchto zariadení pozostáva z rovnakých troch základných častí: nízkoenergetického lasera, sústavy zrkadiel riadených servopohonmi a pracovnou platňou, ktorá je taktiež riadená servopohonom.

Pracovná komora je vybavená nádržou s fotopolymérom, v ktorej sa pohybuje pracovná platňa, na ktorej dochádza k rastu modelu. Samotný proces je pomerne jednoduchý: na základe dát z riadiaceho systému laserový lúč usmernený sústavou zrkadiel vykreslí na hladine kvapaliny plochu jednej vrstvy rozrezaného modelu. Potom sa platňa

ponorí do nádrže s fotopolymérom dostatočne hlboko, aby sa vytvorená vrstva úplne namočila, a vynorí sa naspäť tak, že vzdialenosť medzi vytvrdnutým fotopolymérom a hladinou kvapaliny sa rovná práve hrúbke jednej vrstvy. Celý proces sa potom opakuje, až dokiaľ nebude vo vaničke hotový celý model.

Tým, že pri stereolitografickej výrobe modelov vlastne dochádza k transformácii problému trojrozmerného k dvojrozmernému, je možné jednoducho vytvárať aj zložité priestorové útvary. Touto metódou je možné vyrobiť modely inak nevýrobitelné – duté predmety, ktorých dutiny obsahujú ďalšie predmety („ježko v kletke“).

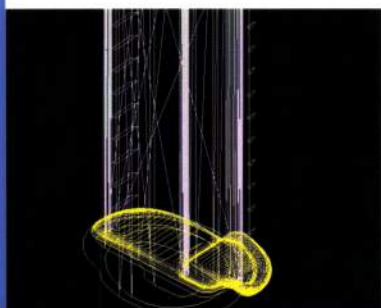
Popri stereolitografii existuje rad novších technológií, ktorých princípy sú podobné. FDM (Fused Deposition Modeling) vyrába modely z práškoveho plastu, ktorý sa natavuje na nižšie vrstvy. Výhodou takéhoto zariadenia je jeho použiteľnosť v bežných kancelárskych podmienkach. Stále nižšie cenové relácie pri

nášajú tzv. metódy 3D-printingu (tlač v 3D). Jednou z posledných je novinka priekopníka stereolitografie – firmy 3D Systems, ktorá prišla s metódou MJM (Multi-Jet Modeling), pri ktorej sa špeciálne vyvinutý, nie príliš drahý termostopolymér v 3D-tlačiarňi Actua 96 tryskami nanáša na predchádzajúce vrstvy podobne, ako sa v atramentových tlačiarňach nanáša na papier atrament. Výsledkom je relatívne lacný a presný model, vhodný na otestovanie tvarových vlastností výrobku.

Efektívna príprava dát pre metódy rapid prototypingu je špecifickým postupom, pre ktorý boli vyvinuté zvláštne a veľmi výkonné programové nástroje. Ich popredným predstaviteľom je DeskArtes Rapid Tools. Slúži na konverziu súborov s geometrickými dátami modelov, vyprodukovaných rôznymi CAD/CAM systémami do formy optimalizovanej pre výrobu modelov metódami rapid prototypingu. Poskytuje nástroje na efektívnu manipuláciu s týmito modelmi, na automatizovanú verifikáciu dát, na vyhľadávanie a korekciu chýb, ktoré sa v týchto modeloch v rôznej miere, v závislosti od použitého CAD systému a zručnosti operátora, môžu vyskytnúť. Užívateľské prostredie umožňuje zobrazovať výsledky analýz a problematické miesta v geometrických modeloch v každom štádiu ich prípravy na výrobu modelu.

Niektoré špeciálne funkcie umožňujú výrobu veľkých modelov a zabezpečujú zníženie výrobných nákladov. Slúžia napríklad na rozdelenie modelu do menších objemových častí, z ktorých každá môže byť vyrobená zvlášť; na optimálne rozmiestnenie menších častí modelov v pracovnom priestore stereolitografického zariadenia; na vytvorenie dutín vnútri príliš veľkých objemových modelov.

S využitím softvéru DeskArtes Rapid Tools sa zrýchľuje celý proces výroby prototypu, ktorý sa stáva „rapid“ od začiatku do konca. Model je možné už chvilu po dokončení v počítači podrobiť podrobným testom – estetickým, mechanickým, rozmerovým i kvalitatívnym. Výsledkom testov býva buď rozhodnutie urobiť korekcie do návrhu i konštrukcie, alebo poskytnutie CAD dát odborníkom z ďalších predvýrobných etáp – na spracovanie technologických postupov výroby, výrobu foriem, prípravkov a výrobných pomôcok. V tej chvíli už dizajnér pracuje nad ďalšou perspektívnou úlohou.





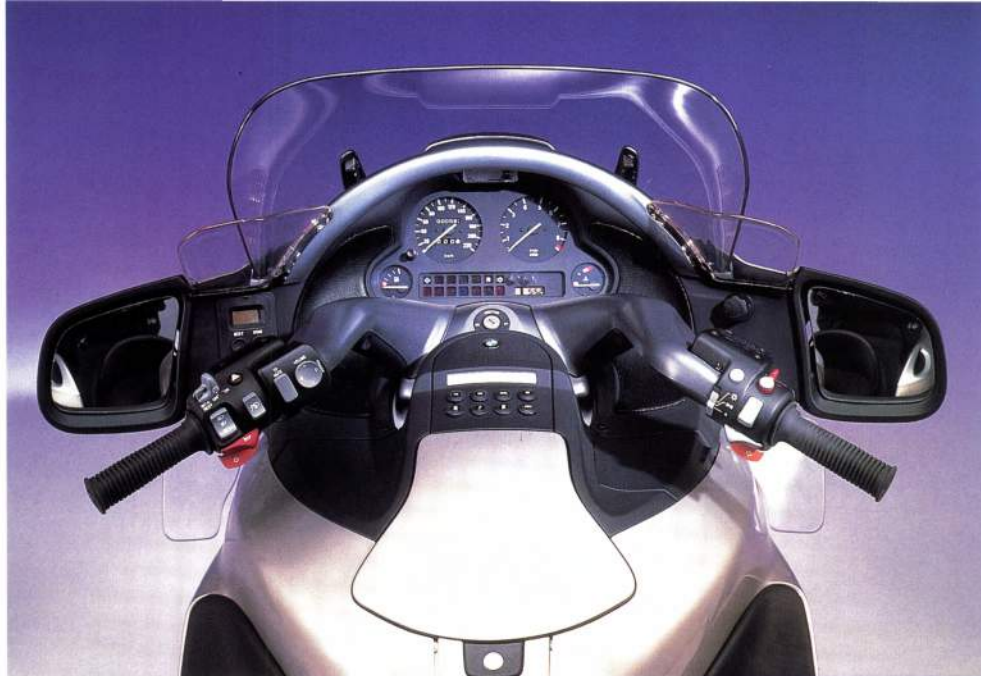
BMW R 1100 RT.



I N T E R M O T

Peter Gotthardt

INTERMOT MNÍCHOV SA STAL NAJVVÄČŠOU PREHLIADKOU MOTOCYKLOV A SKÚTROV NA SVETE. PO ROZDELENÍ KOLÍNSKEJ IFMA NAŠLI MOTOCYKLE A SKÚTRE SVOJ DOMOV V NOVOPOSTAVENOM KOMPLEXE, OTVORENOM VO FEBRUÁRI 1998. MOTOCYKLOVÝ SVET V TOMTO NOVOM STÁNKU ATA KOVAL VŠETKY ĽUDSKÉ ZMYSLY - OČARIL ZRAK KRÁSOU FARIEB, MATERIÁLOV A POVRCHOV, VYBIČOVAL SLUCH KALEIDOSKOPOM SPRIEVODNÝCH UDALOSTÍ, ZVUKOVÝCH ATRAKCIÍ A CHODU MOTOROV, USPOKOJIL HMAT, ALE AJ ČUCH VŮŇAMI NOVÔT, KOŽE, RICÍNU A PALIVA. A PREDOVŠETKÝM VYŠIEL V ÚSTRETY TÚŽBE SLEDOVAŤ STAV A SMEROVANIE V OBLASTI, KDE VLÁDNE FENOMÉN NA DVOCH KOLESÁCH. SVET MOTOROV UKÁZAL SVOJU PLNOKRVNOSŤ A DYNAMIKU AJ V ŠTATISTICKÝCH ČÍSLACH: 1. ROČNÍK INTERMOT MNÍCHOV OBSADIL 7 Z 12 OBROVSKÝCH HÁL, PREDSTAVILO SA NA ŇOM 905 VYSTAVOVATEĽOV Z 35 KRAJÍN SVETA, FESTIVAL VIDELO VIAC AKO 150 TISÍC OBDIVOVATEĽOV ZO 72 KRAJÍN, VÝSTAVNÁ PLOCHA OBSIAHLA 85 TISÍC M² A PLOCHA KEMPU BOLA 40 000 M². ZÁUJEM O MOTOCYKLISTIKU A SNAHU POSTAVIŤ JU DO NOVÉHO PRIAZNIVÉHO SVETLA POTVRDZUJÚ AJ SLOVÁ SPOLKOVÉHO MINISTRA DOPRAVY NEMECKA MATTHIASA WISSMANNA: „AK NECHCEME MAŤ PROBLÉMY S MOBILITOU V 21. STOROČÍ, POTREBUJEME MOTOCYKLE.“



BMW K 1200 LT

Najväčšie plochy tradične obsadili najväčší výrobcovia, ktorí vzájomne bojujú na svetovom trhu motoriek a skútrov. Yamaha, Honda, Suzuki a Kawasaki súperili s talianskymi firmami Ducati, Gilera, Laverda, Bimota a MV Augusta a Moto Guzzi, či s európskym gigantom BMW proti zvyšku sveta, ktorý reprezentovala značka Harley Davidson z USA s produkciou klasiky alebo ázijský gigant Kymco s paletou ľahkých motocyklov a skútrov. Súboj značiek, veľkolepé scény, vizuálne efekty a šou dopĺňali vystavovatelia - obchodníci spolu s firmami zaoberajúcimi sa stylingom, tuningom či klasickí predajcovia náhradných dielov a príslušenstva. Yamaha predstavila už minulý rok svojho najrýchlejšieho a najväčšieho „koňa“ R1, a preto svet zvedavo čakal, čím oslní v nižších triedach. V strednej triede sa dočkal novej YZF RG - čistého a superfahkého motocykla vážiaceho 169 kg bez paliva a s 13 tisíc otáčkami za minútu. Hranica červeného poľa je až 15 tisíc za minútu, 120 konských síl predstavuje účtyhodných 200 konských síl na 1 liter zdvihového objemu. Zdá sa, že druhý najväčší svetový výrobca posunul latku vyššie, a to o poriadny kus. Novú R6 sestersky doplní model ZYF - R7 v limitovanej sérii - špeciál, ktorý obohatí konkurenciu v superbikoch. Je to radový 4-valec s 5 ventilmi nad piestom a s titánovou zliatinou v spojovacích hriadeľoch a vo ventiloch.

Honda predstavila vo svojom veľkolepom stánku niekoľko prototypov s alternatívnym pohonom určeným pre mestskú premávku, ale hlavne novú 600 R, ktorej prednosťou je, podľa vzoru ostatných v tejto triede, nový rám z hliníkových profilov, o 13 kg ľahší ako jeho oceľový predchodcovia. Tento model chce konkurovať Kawasaki ZX-6R, ktorá mala svoju premiéru tento rok. Na porovnanie: nová Honda oproti Yamahe v kubatúre 600 cm³ disponuje v modeli CBR 600 len 110 koňmi pri optimálnej hodnote 12 500 otáčok za minútu.

Suzuki prekvapila triumfom sily v podobe modelu GSX 1300R so športovo-turistickým vzhľadom. 175 konských síl a 300 km/h predstavuje atribúty sily obra, ktoré sa však nevyčerpávajú so snahou o jemné mäkké tvarovanie celokapotáže, nový look čelnej plochy s atypickým rozložením svetlometov. Tvar dobre stavaného nosorožca sa výborne zhoduje s výrazom prérivového hybridu sily a húževnatosti - športu a turistiky.

Snaha o nový vzhľad sa nevyhla ani strednej triede. Taliani sa pokúšajú o nový zrod značky MV Augusta, ktorej modely sú prepracované v každom detaile. Pozornosť svojou originalitou a novým tvarovým prístupom upútala hlavná zadná vidlica, čo harmónicky kontrastuje s prostotou kapotáže. Šiky Talianov na trhu posilňuje aj 25-ročná značka Bimota s trhákom ciest Bimota DB 4, už štvrtým modelovým spracovaním s motorom Ducati 900 SS, ukotveným v ráme z oválnych hliníkových profilov. Tento stroj vážiaci 165 kg patrí medzi najľahšie v superbikoch. Zdá sa, že vyrábať čo najľahšie stroje patrí medzi špeciality Bimoty, čo možno sle-



AGUSTA



DUCATI



HONDA

dovať aj na ostatných modeloch. Ďalšou špecialitou tohto výrobcu nie je len použitie motorov od Yamaha, Ducati a Suzuki pod vlastnými rámami, ale hlavne ich spracovanie. Invencia sa prejavuje aj v tvare a použitých konštrukčných materiáloch - ušľachtilé kompozity spolu so zliatinami ponúkajú nové smerovanie v sériovej výrobe a novú estetiku v konštrukcii rámov.

Ducati na svojej výstavnej ploche oslnil novinkou Ducati 750 SS. Stroj s touto konštrukciou sa predstavil na pretekoch superportov už v roku 1972 v talianskej Imole, kde šokoval svet 1. a 2. miestom. Ducati 750 SS je dodnes nositeľom prvenstva v ponuke tejto značky spolu s Ducati 900 SS. Sú to moderné motocykle s ultraklasickým chápaním konštrukcie - kombinácia moderného chápania v kvalite a sile spolu s jednoduchosťou a eleganciou osvedčenej klasiky.

BMW je najväčší európsky výrobca a zároveň správca druhého najväčšieho trhu s motocyklami na svete. Za 7 mesiacov roku 1998 sa predalo až 42 tisíc kusov motocyklov, čo je oproti roku 1997 na talianskom trhu nárast o 27 percent a o 45 percent na trhu USA. Typ boxer - s charakteristickým uložením valcov naprieč ležato - kraľuje značke už 75 rokov. Svoj imidž buduje dlhé roky krok za krokom. Posledné modely preberajú niektoré ikonografické znaky známe z automobilovej divízie BMW, napríklad tvar dvoch prieduchov so stredovou konzolou tlakového nasávania. Mäkká konzervatívnosť v tvare, trpezlivosť ušľachtilosť v materiáloch, decentnosť vo farebných kombináciách sa odrazila aj v ponuke na rok 1999. Stredobodom záujmu medzi novinkami je R 1100 S a svetová premiéra K 1200 LT. Toto najluxusnejšie turistické BMW (v triede sa mu vyrovná len Suzuki GSX 1300 R, ale pomer výkonu a sily je v prospech Suzuki práve vďaka rozloženiu a uloženiu pohonnej jednotky) a BMW K 1200 LT vyrovnávajú nedostatok dravej sily neuveriteľným komfortom - sú vybavené napríklad tempomatom, palubným počítačom s navigačným systémom, rádiom s CD-meničom a poskytujú neporovnateľný luxus jazdy. Tento motocykel je nosným programom v exporte na americký trh a svojimi prednosťami, predovšetkým suverénnou jazdnou dynamikou, kvalitou dizajnu a cenou, má všetky predpoklady poraziť v predaji hviezd 80. rokov Hondy Golwing 100 Paneuropan.

V štýle sériovo vyrábaných motocyklov možno charakterizovať tri smery. Toto delenie súvisí, celkom logicky, aj so špecifikami krajín pôvodu: Japonsko - ostrovná expanzia do celého sveta, Taliansko - horkokrvnosť a exhibícia konštrukcie a napokon Nemecko - typická snaha o ušľachtilosť a čistotu v tvarovom a kvalitatívnom prevedení.

1. Najagresívnejší smer využíva tvaroslovie akoby vetrom natiahnutých línií, lomené krivky v horizontálach, tlakové nasávanie okolo svetlometov, pod nimi alebo vedľa nich. Tento znak motocyklovej klasiky je v chápaní čelnej nárazovej plochy invenčne spracovaný u lídrov talianskej štylistickej školy - Bimota a Ducati. Bimota sa vyznačuje netradičnými vedenými nasávačmi ponad čelnú plochu cez nádrž nad hlavu valcov alebo na okraji čela kapotáže, na stranách ochranného štítu, kde sa stávajú súčasne aj podstavcami či držiakmi spätných zrkadiel, čím prichádza k fúzii funkcií. Funkčný prienik, snaha šetriť hmotnosť a odľahčiť stroj sú charakteristické pre letecký priemysel.

2. Ušľachtilosť a materiálová náročnosť - boj o hmotnosť a prostotu tvaru cítia u Ducati a Bimota, kde je poznávacím znamením dravá sila motora, pútavý rám ako technické priznanie estetiky spoločne s prostou elegantnou kapotážou. Tento stav je evidentný práve u značky Bimota, ktorá najviac uplatňuje technologické inovácie v produkcii - každý typ motorky má iný rám, ktorý viac či menej v sebe ukrýva implantovaný motor.

3. Tretím smerom je jasná štylistická čistota a jednoduchosť, zjavná najmä v turistickej supertriede reprezentovanej novinkami BMW K 1200 LT a Suzuki GSX 1300 R Hayabusa - dva dokonale „zabalené“ motocykle najvyššej triedy, ktorej sú luxus a komfort vlastné. Toto rozdelenie platí pre celú škálu cestných motocyklov a superbikov vo všetkých kategóriách a typových označeniach: šport, super šport alebo turistická trieda, pretože ide o najviac zastúpené kategórie. Názor na výzor v produkcii veľkosériových motocyklov a v iných modelových radoch sa môže líšiť, zjavná je však všeobecná tvarová zhoda alebo podoba, aj keď všetky továrenské značky poctivo a cielene budujú svoj imidž a identifikačné atribúty.

Iný názor, iné „šatstvo“, iný styling ponúkajú tuningové firmy zaoberajúce sa naladením sily výrazu a sily pohonnej jednotky a podvozku. Takže dnešná „motochirurgia“ dokáže zmeniť radový motocykel na špičkový superbike - kráľa ciest - za 7-15 tisíc DM na nepoznanie. Existuje množstvo tuningových a stylingových firiem ponúkajúcich najagresívnejšie kompozitné materiály a ušľachtilé kovové zliatiny, ktoré sa donedávna používali len v astronautike a letectve. Snaha o originalitu, jedinečnosť, úsporu hmotnosti, honba za dravou silou a čoraz vyšším spoločenským statusom alebo agresívnej hodnoty ega, fiktívne hodnoty nových potrieb konzumnej spoločnosti a jej morálky sú dominantami konca desaťročia a jvami správania sa na konci tisícročia. V boji o originalitu výrazu upútal nemecký Phoenix, známa úpravárenská firma všetkých top tried so zmenami konštrukcie a detailov, a český Innotech, ktorý sa líši koncepciou myslenia. Na báze sériových superbikov zasa Honda CBR 900 RR a Suzuki 750 GSXR, ktorí ponúkajú originálne „oblečenie“ s prvkami skutočne svetovej jedinečnosti. Na Hondy Fireblade 900 CBR RR je jednosedadlový samonosný monokok prechádzajúci do karbon-kevlarovej nádrže, hmotnosť oproti pôvodnej fabrikovej verzii klesá o 12 kg, pričom objem nádrže je naopak ešte väčší.

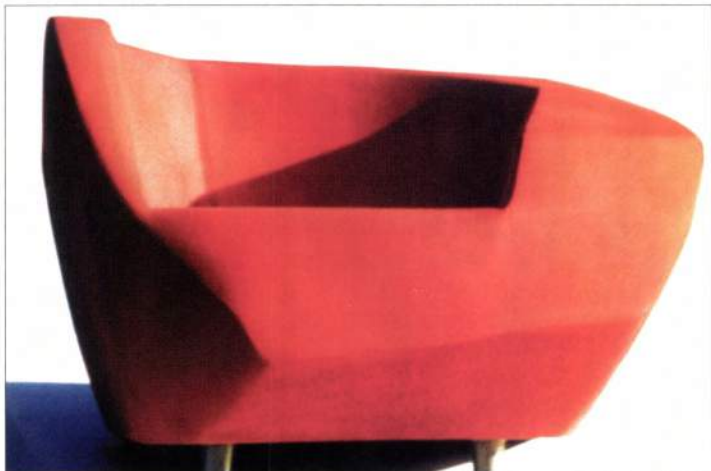


Bimota

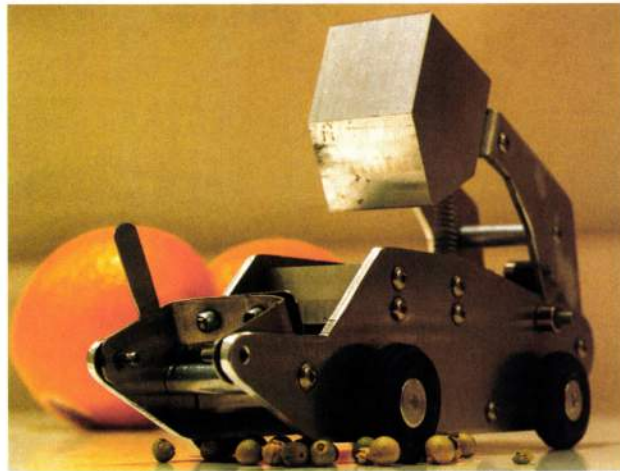


Innotech Crea na báze Honda CBR.

Foto: autor a archív



Kreslo Sasso. Dizajn: **Cecilia Vitas Volcoff Kasher**, USA. Materiál: drevo, polyuretánová pena, textilný alebo kožený potah.



Mobilný drvič korenia. Dizajn: **Justin Willow**, USA. Materiál: antikoro, hliník, nitrómové vlákno.

Študenti a projekty - I. D. 1998

44. edícia americkej ročenky priemyselného dizajnu Annual Design Review priniesla vyhodnotenie súťaže najlepších svetových dizajnerských produktov a koncepcií roka 1998 osobitne hodnotených v ôsmich kategóriách: spotrebné predmety, grafický a obalový dizajn, stroje, nábytok, environmentálne produkty, študentské práce a projekty. Porota posudzovala rekordný počet príhlášok - 2800. Najlepšie práce sa ocitli v októbri na týždennej výstave v new-yorskom obchodnom centre Gotham City.

V kategórii študentských prác a koncepcií porotu prekvapilo množstvo elektronických zariadení, ktoré skôr vyvolávali nové potreby než by uvažovali o reálnych požiadavkách ľudí. „Dizajnéri by si mali v prvom rade klásť otázku: potrebujeme tento produkt?“, povedal jej člen David Sterling. Preto skôr vyzdvihla predmety späté s aktuálnymi potrebami ľudí a inšpirované prírodou.

Medzi najlepšie práce tejto kategórie patrí kreslo Sasso Cecilie Vitas Volcoff Kasher z Art Center College v Pasadene. Je dokonalou esenciou nekonformného myslenia Generácie X, čiže mladých ľudí do 30 rokov. Vychádza zo zjednodušeného tvaru kusa kameňa, v ktorom asymetricky umiestňuje miesto na sedenie. Ocenený produkt Justina Willowa zo Stanfordskej univerzity zase uplatňuje imagináciu a humor v oblasti kuchynských doplnkov ako sú napr. poskakujúca soľnička alebo drvič korenia v podobe „tanku“.

V kategórii dizajnerských projektov bolo ocenené svoje chápanie osobného počítača dizajnerského štúdia Herbst Lazar Bell Inc. z Chicaga, akejsi „rastliny“ napájanej solárnou energiou, ktorá sa skladá z viacerých centrálne ovládateľných prvkov, napr. displeja, digitálnej kamery, zvukového záznamníka a pod. Počítač Zuzu's Petals (Lupienky malej Zuzu) je reakciou na hyperinformačnú revolúciu a jej katastrofickú víziu ovládania sveta čiernymi skrinkami.

Počítač Zuzu's Petals. Dizajn: **Herbst Lazar Bell Inc.**, USA.
Materiál: plastická látka vstrekaná do formy, ručne vyrobené doplnky, hliník.



Invalidný vozík. Dizajn: **Remco Killaars**, 1998.
Foto: Hans van der Mars.

Graduation '98

Je názov výstavy prác absolventov prestížnej holandskej dizajnerskej akadémie v Eindhovene, ktorú otvorili 21. októbra 1998 v amsterdamskom Berlage Exhibition Centre. Prehliadka dizajnerskej invencie nastupujúcej generácie sa uskutočnila už po ôsmi raz. V tomto roku Akadémia dizajnu výrazne posilnila svoju spoločenskú prestíž tým, že okrem tradične udeľovaných dvoch cien pre najväčšie dizajnerské nádeje (René Smeets Prize a Wolkenkrabber Prize) vyhlásila dve nové ceny: Cenu publika a cenu SFT Top Talent Prize pre najlepšieho absolventa, ktorú finančne dotuje holandský zväz značkových výrobcov (SFT).

Spoločným menovateľom všetkých štyroch cien je domáca dizajnerská scéna. René Smeets bol prvým riaditeľom eindhovenkej akadémie, „Mrakodrapom“ zase nazývajú amsterdamskú dominantu postavenú architektom J. F. Staalom r. 1932. Cena publika tiež nie je výnimkou - návštevníkmi výstavy sú totiž prevažne bývalí absolventi akadémie, ktorí sa združujú v nadácii The Graduates. Hoci toto ocenenie je viac symbolické (sprevádza ho „iba“ udelenie ironickéj trofeje v podobe znetvoreného putovného pohára), jej váha je vo verdikte skutočných profesionálov. Laureátom tejto novej ceny sa stal Remco Killaars.



BMW C1

Toto je označenie už predstaveného alternatívneho vozidla pre nové tisícročie, alebo inak inovatívnej syntézy motorizovaného bicykla. Projekt sa zrodil roku 994, ale ako produkt sa vozidlo objavilo na minuloročnom autosalóne vo Frankfurte, v septembri 1998 na Intermote v Mníchove bolo prezentované ako vozidlo pripravené do predserie po úspešných nárazových testoch. Koncom roka 1999 bude spustená sériová výroba a od začiatku roku 2000 sa má objaviť na trhu, najprv v krajinách EÚ.

Konštrukcia projektu má nemecko-taliansko-rakúsky pôvod. Rám je dielom konštruktérov BMW A. G., Mníchov, dizajn karosérie je z turínskej dielne Bertone Carozzeria Spd. a motor pochádza z podniku Bombardier-Rotax GmbH. BMW zastrelil projekt a ponúka tak typ nového vozidla - nový spôsob individuálnej mobility pre budúcnosť - označovaného aj ako citymobil, motobil alebo skúter.

Orientácia pri koncepcii bola veľmi jasná: ponúknuť bezpečnosť a komfort jazdy patriaci k autu a skĺbiť ho s ľahkosťou jazdy malého motocykla, s jeho jednoduchou ovládateľnosťou a manipuláciou.

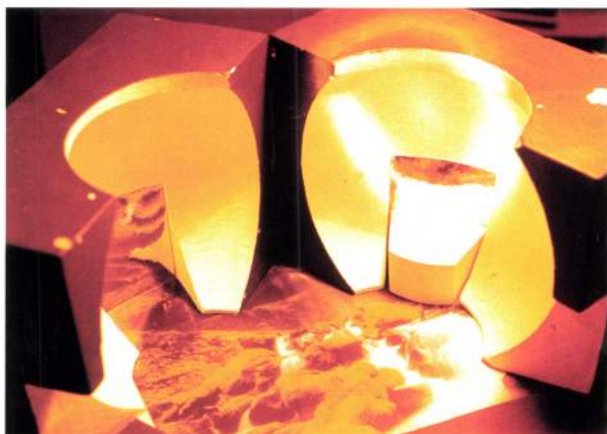
Inováciou projektu je predovšetkým revolučná koncepcia pasívnej bezpečnosti. Pasažier má pocit jazdy v aute - bez prilby, v anatomicom sedadle s opierkou hlavy, zabezpečený dvomi pásmi, a to v uzavretom dvojtom ráme z rúrkových profilov. Rám je konštruovaný dôsledne tak, aby bol schopný absorbovať energiu nárazu. Podľa marketingovej stratégie by vozidlo malo konkurovať mopedom a skútom v triede 125 cm³, či ďalším rodinným autám. Snahou je vytvoriť novú skupinu „funmobilu“, mestského vozidla a rozšíriť ponuku kuriérskych služieb v aglomeráciách.

pg

Kúpeľ' budúcnosti

Presne pred rokom sme na tomto mieste avizovali vypísanie súťaže o najlepšiu víziu kúpania v budúcnosti, nazvanej Cena Friedricha Wilhelma Dükeru, ktorú vypísal popredný nemecký výrobca sanitárneho zariadenia z Karlstadtu. Firma Friedrich Wilhelm Düker GmbH Co organizovala podobnú súťaž už po štvrtý raz: r. 1988 bola súťažnou témou vaňa, r. 1990 sprcha a r. 1993 miniatúrna kúpeľňa. Tohtoročná súťaž vychádzala z kvalitatívne odlišného pohľadu: išlo v nej o netradičné riešenie kúpeľa v budúcnosti ako kultúrneho zážitku spájajúceho užitočnosť a krásu. Organizátori zozbierali 138 návrhov nielen od dizajnérov a príbuzných profesií, ale aj od sociológov, psychológov, spisovateľov, filozofov a lekárov, ktorým bola súťaž určená. Potešiteľné je, že druhú cenu ex aequo získala skupina I. D. M. A. zo Slovenska. Za touto skratkou sa skrýva otec Milan a synovia Rastislav a Martin Gromnicovci z Ružomberka, ktorí vo svojej idei kúpeľa budúcnosti využili hologramy. Porota ocenila technicky realizovateľný návrh guľovitého priestoru, v ktorom hrá veľkú úlohu príroda. „V našej fantázii často zabúdame na najjednoduchšie veci, ako sú more, osvieženie pod vodopádmi alebo v horskej bystrine, kúpeľ v liečivom prameni. Kúpeľňa budúcnosti ... bude pestrý kaleidoskop situácií, priestorových modelov, prostredí, všetkého možného a nemožného, čo len existuje na Zemi a vo vesmíre. Odpoveďou je trojdimenzionálna projekcia hologramov v prírodnej kúpeľni,“ tvrdia autori.

„Plavky“, multifunkčný vodný a aromatický kúpeľ. Návrh: Ya-Chyi Chou, Andreas Sommerwerk, Vysoká umelecká škola Berlín, oddelenie priemyselného dizajnu. 4. cena.



Virtuálna realita: zjednodušený model guľe s tromi atribútmi - umývadlom, vaňou a sprchou - doplnený hologramom horskej bystriny. Návrh: I. D. M. A., Slovensko. 2. cena.

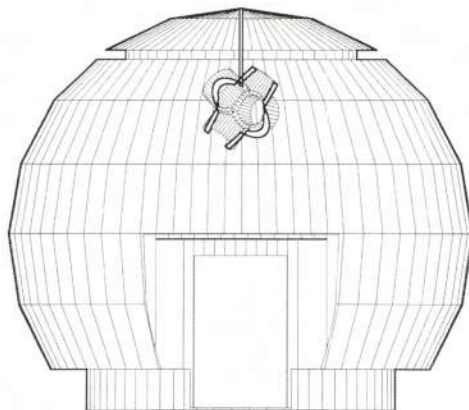
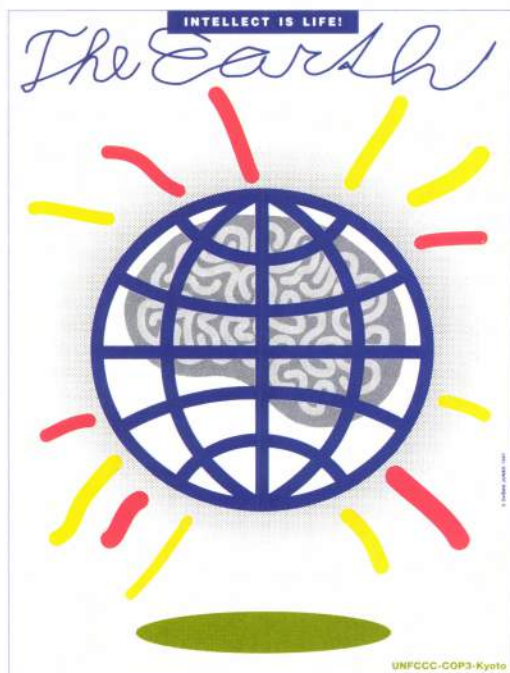


Foto: Schott Relations Hamburg



Rozum je život

Staré japonské císařské město Kjóto bylo v listopadu 1997 hostitelem 3. celosvětové konference OSN o klimatických změnách na zemi. Stretnutie vládných predstaviteľov vyše 160 krajín bolo zavŕšené prijatím dokumentu vymedzujúceho environmentálne zásady globálnej ochrany klímy na zemi. Súčasťou konferencie bola výberová výstava *Environmental Poster Design Exhibition in Celebrating of UN 3 Kyoto*. Organizátori oslovili vyše 100 renomovaných grafických dizajnérov, aby navrhli plagát s ekologickou výzvou a prezentovali ho na tomto podujatí.

Zo Slovenska bol pozvaný umelecký riaditeľ GRAFIQ Studio v Bratislave Dušan Junek, známy svojou tvorbou plagátov, za ktoré získal viaceré medzinárodné ocenenia.

Pre výstavu v Kjóte vytvoril plagát s apelujúcim sloganom „Rozum je život!“. Toto dielo vybrala Environmental Agency of Japan spomedzi 74 zahraničných grafikov (M. Glaser, I. Chermayeff, S. Chwast, P. Bernard, M. Bouvet, H. Matthies, U. Loesch, G. Emery, A. Fletcher, M. Garrett, W. Swierzy, R. Tissi, N. Troxler, A. Logvin, D. Reisinger, A. Beeke a iní) a 54 najvýznamnejších domácich dizajnérov (napr. S. Fukuda, K. Nagai, M. Kacui) ako hlavný vizuálny symbol pre celonárodnú kampaň na podporu Kjótskeho protokolu. Výber plagátu slovenského autora zdôvodnili organizátori „vysokou mierou komunikatívnosti, medzinárodne zrozumiteľnou umeleckou rečou jeho diela a vtipným nápadom propagujúcim závažnú tému pre celé ľudstvo“.



Trojkolka pre firmu Rabo, 1980.



Interiér vozňa mestského kodánského vlaku pre DSB, 1995.

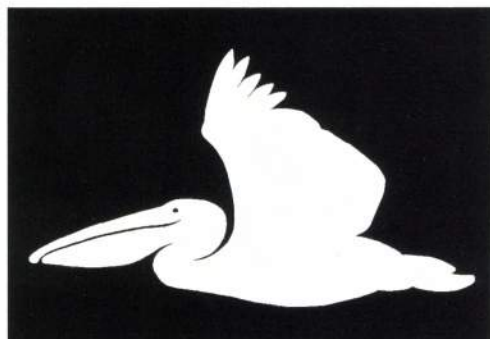
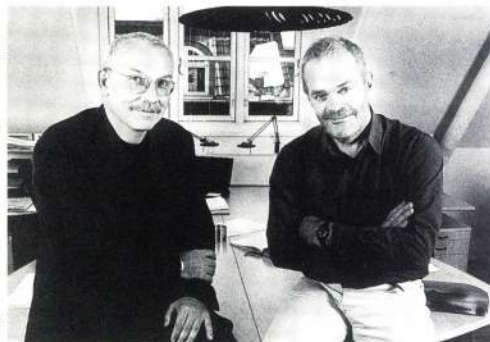
Pelikan Design

Výročnú cenu Dánskej rady pre dizajn za rok 1998 získala dvojica dizajnérov Niels Gammelgaard a Lars Mathiesen, ktorí sú známi viac pod názvom a logom svojho štúdia Pelikan Design. „U pelikánov je lovenie rýb spoločnou záležitosťou. Rovnako spoločne riešime my naše dizajnérske úlohy,“ vysvetľujú dizajnéri. Okrem symbolického významu má vizuálny názov firmy aj komerčný význam, keďže uľahčuje identifikáciu. Za dvadsať rokov vzájomnej spolupráce sa N. Gammelgaard a Lars Mathiesen stali autormi celého radu dnes už klasických produktov predovšetkým z oblasti nábytkárskej výroby (sedací kancelársky nábytok pre firmy IKEA, Duba, Bent Krogh A/S a i.). Mimoriadne úspešná bola aj žltá detská trojkolka pre podnik RABO, ocenená dánskou Cenou za priemyselný dizajn v roku 1980, ktorá sa v rôznych verziách používa takmer vo všetkých škôlkach v Dánsku. V posledných rokoch sa významnou mierou podieľali na dizajne interiérov nových vozňov mestského vlaku, ktorý premáva v regióne hlavného mesta.

Tvorba Pelikan Design sa vyznačuje funkčnosťou, logikou, flexibilitou, nekompromisným prístupom k požiadavkám výroby a zároveň inovatívnosťou, ktorá takmer vždy vedie k zjednodušeniu konštrukcií a procesov. Dôvody nového dizajnu sú podľa autorov tri: nové materiály, zmenené potreby a nové výrobné metódy. Za najlepšie konštruovaný komponent v produkte považujú ten, ktorý v ňom nie je, lebo vďaka dizajnérovi sa stal prebytočným. Dizajn podľa nich nie je len navrhovaním produktov, ale vytváraním riešení, ktoré vo vysokej miere zohľadňujú ekonomickú stránku. „Dobrá dizajn je dobrý biznis,“ hovoria autori, podľa ktorých moderná počítačová technika rozvíja kreativitu.

Ľubica Pedersenová

Pelikan Design: Lars Mathiesen a Niels Gammelgaard.





Knižnica „Vajce“. Dizajn: Jiří Pelcl, 1998.
Foto: Konsepti

Pelcl v galérii Konsepti

Autorskú výstavu z najnovšej tvorby lídra českého dizajnu Jiřího Pelcla (1950) usporiadala v dňoch 26. 11. - 31. 12. 1998 pražská galéria Konsepti. Pedagóg Vysokiej umelecko-priemyselnej školy, kde od r. 1997 vedie ateliér architektúry a dizajnu, sa predstavil návrhmi interiérov, nábytku a úžitkových predmetov s nezameniteľným rukopisom. Pre Pelcla sú charakteristické vzdušno-robustné nábytkové solitéry, humorné porcelánové kreácie a svojrázne interiéry s rafinovanými sochárskymi prvkami vzbudzujúcimi veselosť a duševnú pohodu (nie náhodou zariaďoval napr. rezidenciu prezidenta Havla na Pražskom hrade, 1990).

Tvorba Jiřího Pelcla je zastúpená v zbierkach Umeleckopriemyselného múzea v Prahe a Moravskej galérie v Brne, ale aj v súkromných kolekciami v rôznych častiach Európy a USA.

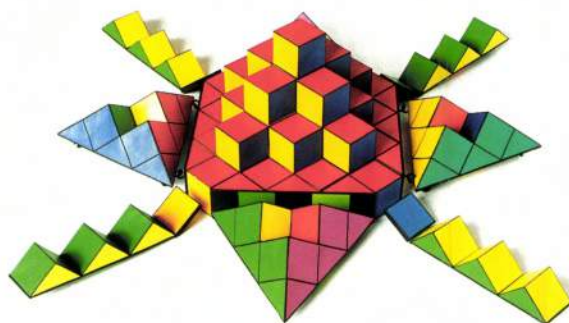
Naj... drevená hračka

Na jeseň 1998 vypísalo Lesnícke a drevárske múzeum vo Zvolene súťaž O naj... drevenú hračku, ktorá sa týkala predmetov vyhotovených z dreva v kombinácii s prírodnými materiálmi, určených na hranie detí rôznych vekových skupín. Súťažilo sa v dvoch kategóriách - sériovo vyrábaná hračka a originály, prototypy, návrhy a modely.

V prvej kategórii, do ktorej sa prihlásilo 10 súťažiacich so 117 predmetmi, nebola udelená žiadna cena. Uznanie v tejto kategórii získala firma BIBZA, s. r. o., z Turčianskych Teplíc za polyfunkčné hracie prvky Autička.

V druhej kategórii, do ktorej sa prihlásilo 46 autorov s 216 predmetmi, odborná porota udelila cenu O naj... drevenú hračku autorky Ingrid Solárikovej z Košíc za stavebnicu Bufo - zázračná pyramída a ŠŮV v Kremnici, oddeleniu tvorby hračiek a dekoratívnych predmetov, za súťažnú kolekciu prác s osobitným dôrazom na rehabilitačné hračky. Uznanie v tejto kategórii dostal Ján Trška z Košíc za univerzálnu stavebnicu Bagogo, ŠŮV z Košíc za kolekciu súťažných prác a Miroslav Šipkovský zo SPŠD vo Zvolene, odbor tvorby a konštrukcie nábytku, za skladačku Rodinka.

Ocenené práce sú do 31. 1. 1999 vystavené v Lesníckom a drevárskom múzeu vo Zvolene.



Bufo - zázračná pyramída. Dizajn: Ingrid Soláriková.
Polyfunkčná drevená stavebnica určená na rozvoj aktivít detí predškolského veku a ako didaktická pomôcka v ranom školskom veku. Vychádza z farebnosti Ostwaldovho kruhu, tvarovej variability a vzájomnej kombinovateľnosti jednotlivých prvkov. Formou hry podporuje vnímanie farieb a tvarov, kombinačné schopnosti a predstavivosť, ako aj rozvoj malých pohybov a manipulácie. Súčasťou hračky sú aj rozprávkové texty, ktoré umožňujú rozšíriť hracie aktivity o nové varianty. Stavebnica je doplnená o videozáznam s prezentáciou spôsobov jej využitia.

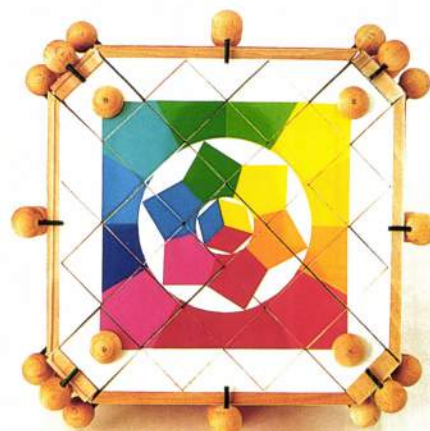


Foto: archív Ľubomíra Solárika



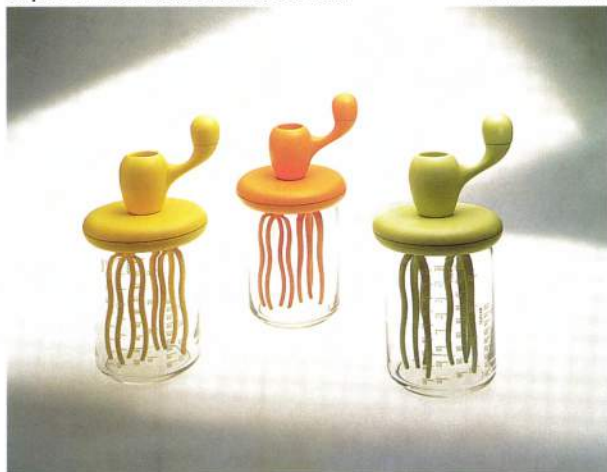
Jasper Morrison: Otvárač na fľaše Socrates.



Ettore Sottsass: Cukornička z radu ES.



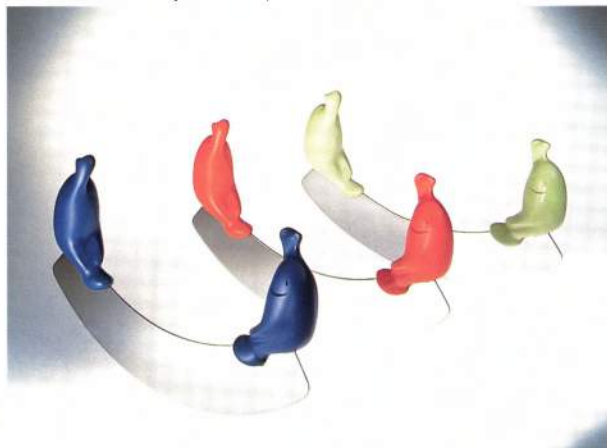
Philippe Starck: Servírovacia súprava Boaat.



Marta Sansoni: Ručný šľahač Folpo.



Jasper Morrison: Stolik Op-la.



Stefano Pirovano: Krájač So Zó.



Norman Foster: Podnos.

Novinky firmy Alessi 1998

V roku 1998 firmy Alessi prišla s novými produktmi, ktoré rozvíjajú hlavné témy firemnej stratégie: vyhľadávanie špičkových dizajnérov a architektov, pre ktorých je práca pre firmu často „odskočením si“ od náročných tímových úloh a humorne chápaný predmet zo širokej škály každodenne používaných pomôcok na stolovanie či iné všedné rituály. Práve u týchto drobností sa výrazne uplatňujú rôzne druhy plastov a možnosti ich farebného tvarovania. Tento trend reprezentuje rad F.F.F. (Family Follows Fiction), ktorý ponúka iný pohľad na rutinné práce pri príprave jedla.

Spoluprácu s Albertom Alessim opäť potvrdili také osobnosti ako Norman Foster či Philippe Starck alebo Ettore Sottsass. Novinkou roku 1998 bola aj ucelená stolovacia kolekcia (šalátová misa a misky s naberačkami, koreničky, otáčací servírovací stolík, otvárač na fľaše) z dielne anglického dizajnéra Jasperra Morrisona, popredného návrhára mnohých talianskych, nemeckých, ale aj japonských firiem.

Súpravu Boaat (materiál plast ABS) navrhol P. Starck na podávanie japonských jedál. Inšpiroval sa tradíciou riadu používaného v japonskom stolovaní i vzhľadom tradičnej japonskej techniky čierneho laku, ktorú evokuje úprava plastu. Funkčné i estetické nádoby s viečkom možno použiť okrem stolovania aj na ukladanie jedál do chladničky.

Poézia kontrastu

Po úspechu výstavy usporiadanej v lete na Pražskom hrade sa aj na Slovensku predstavil svojou tvorbou významný rakúsky architekt srbského pôvodu **Boris Podrecca**. Výstavu Poézia kontrastu, ktorá sa uskutočnila v dňoch 22. 9. až 1. 11. 1998, usporiadala Slovenská národná galéria v spolupráci s Rakúskym kultúrnym inštitútom v Bratislave. Boris Podrecca (1940) vyštudoval architektúru na Technickej vysokej škole a na Akadémii výtvarných umení vo Viedni. Získal viacero domácich aj medzinárodných ocenení, napr. Plečnikovu cenu v Ľubľane (1982, 1992), Cenu mesta Viedne za architektúru (1990), cenu San Giusto d'Oro v Terste (1997) a ďalšie. Je riaditeľom Inštitútu pre architektonické riešenie vnútorného prostredia a navrhovanie vo Viedni a riadnym profesorom univerzity v Stuttgarte, ako pedagóg však pôsobí aj v Paríži, Londýne a na Harvardovej univerzite v Cambridge.

Podrecca je architekt-etnológ odchovaný kultúrnou a náboženskou rozdielnosťou miest, v ktorých vyrastal (Mostar, Terst, Viedeň). Priznáva sa k láske ku „geografickému“ modernizmu typu Plečnika, k spájaniu heterogénnych prvkov do novej identity m(i)esta. Medzi jeho najúspešnejšie práce patria Vila Moralič v Cavtate pri Dubrovniku (1986 - 89), kostol vo Fontanafredda (1987 - 92), obchodný dom Kika v Klagenfurte (1989), administratívna budova v St. Pölten (1993 - 98), rekonštrukcia námestia v Pirane (1989) a Leobene (1997) a prestavba múzea Ca'Pesaro v Benátkach (1990). Podrecca je často prizývaný k účasti na riešení expozičných priestorov, napr. na milánskom Trienále, v rotterdamskom múzeu architektúry NAI a inde. Spolu s G. Peichlom a R. F. Weberom realizujú od r. 1995 avantgardnú stavbu Veže milénia vo Viedni.

Katalóg výstavy Poézia kontrastu je záujemcom k dispozícii v knižnici SCD.



Administratívna a obchodná budova Tor zum Landhaus v St. Pölten. Spolupráca: **W. Pfoser**.

Aqua Florafloat Project, plávajúce modálne kontajnery na pestovanie kvetov. Výrobca: **Nautilus Schanskorven Helloo**, Holandsko. **Cena za ekológiu v kategórii A.**



Aluminium in Motion Award '98

Aluminium Center sídlaci v holandskom Woerdene v spolupráci s Európskou asociáciou hliníka (EAA) organizuje každoročne súťaž dizajnérov, výrobcov a konštruktérov sériovo vyrábaných produktov z hliníka. V kategóriách priemyselné nástroje (A) a spotrebiteľské výrobky (B) súťažia inovatívne produkty vyrobené výlučne, resp. prevažne z aluminia, pri ktorých sa hodnotí originalita a funkčnosť použitia materiálu, funkčnosť výrobku, dizajn, trvanlivosť, recyklačné možnosti a estetická hodnota. Do užšieho kola nominovala medzinárodná porota 39 výrobkov z 15 krajín Európy. Okrem cien v hlavných kategóriách boli v každej z nich udelené aj zvláštne ceny za dizajn, inováciu a ekológiu. Víťazné práce súťaže Hliník v pohybe boli predstavené v septembri t. r. na výstave Aluminium '98 v nemeckom Essene.

Prenosná neelektrická lampa. Výrobca: **D4 Industrial Design**, Holandsko. **Cena za dizajn v kategórii B.**



Tandem Twin, korčule so zdvojenými kolieskami. Výrobca: **Interraps Almelo**, Holandsko. **Cena za inováciu v kategórii B.**



Good Design Award 1998

Koncom októbra vyhlásili v Tokiu výsledky medzinárodnej súťaže priemyselného dizajnu Dobrý dizajn, známej aj ako udeľovanie značky G-Mark, ktorú každoročne od r. 1957 organizuje Japonská organizácia pre podporu priemyselného dizajnu (JIDPO).

Medzinárodná porota v tomto ročníku vybrala spomedzi 717 prihlásených prác tie, ktoré spĺňali spotrebiteľsky najžiadanejšie kritériá jednoduchého používania a vysokej kvality. Veľkú cenu získal inovatívny bicykel Transit T20 SCX z Veľkej Británie. Hlavné ceny v 15 kategóriách získali najmä špičkové japonské priemyselné produkty, ako napr. vagón osobnej dopravy vyrobený pre Západojaponskú železničnú spoločnosť firmou Kawasaki, bicykel na elektrický pohon firmy Honda a digitálna videokamera Canon XL1, ale aj stolička Medachair navrhnutá Talianom Albertom Medom pre nemeckého výrobcu Vitra. V kategórii univerzálny dizajn získal ocenenie vysoko-výkonný japonský reproduktor Panasonic EAB-AE70, v kategórii interaktívny dizajn softvér IRIX 6.5 americkej firmy Silicon Graphics a v kategórii ekologický dizajn miniatúrne autíčko Prius HK-NHW 10 výrobcu Toyota Motor Corporation.

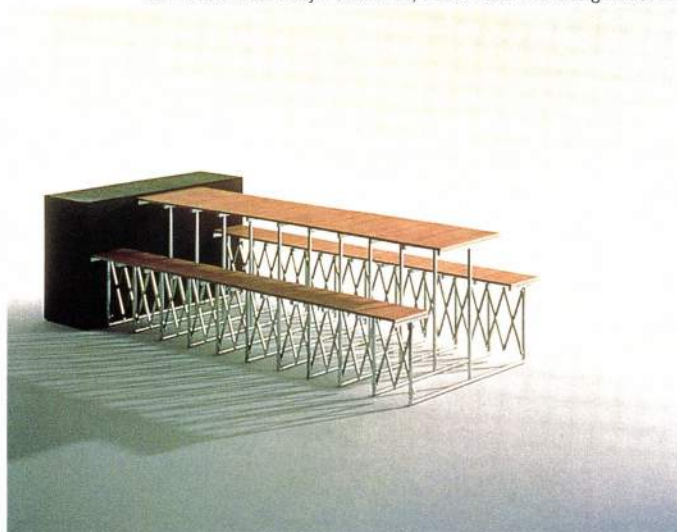


Bicykel Transit T20 SCX. Dizajn a výroba: **Bridgestone Cycle Co., Ltd.**, Veľká Británie, 1998. Tomuto výrobku porota udelila najvyššie ocenenie preto, že dáva užívateľovi „osviežujúci pocit z používania“ a „uspokojenie z vlastnenia“. Bicykel je vyrobený z monolitického karbónového rámu s unikátnym riešením pohonom zadného kolesa.

Stolička Solid. Dizajn: **Heinz H. Landes**, 1986. Foto: Heinz H. Landes.



Stôl Tabula rasa. Dizajn: **Ginbando**, 1987. Foto: Vitra Design Museum.



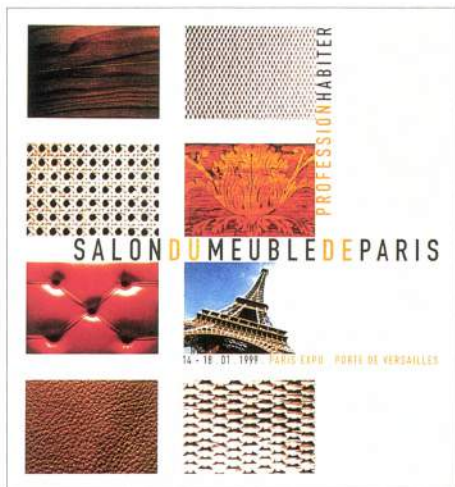
Knižnica. Dizajn: **Pentagon**, 1988. Foto: Bernhard Schaub.



Cieľavedomá jednoduchosť

V polovici októbra '98 otvorili v známom Vitra Design Museum v nemeckom Weil am Rhein výstavu s názvom Vedome a jednoducho, ktorá prezentuje do konca januára '99 domáce výrobky produkované od polovice 80. rokov pod vplyvom naliehavej potreby alternatívnej hmotnej kultúry.

Filozofické a emocionálne aspekty navrhovania jednoducho vyrobiteľných produktov, charakteristické pre tzv. nový nemecký dizajn, nadväzujú snahou o funkčný purizmus na staršie hnutia, najmä Bauhaus. Na výstave sa prezentuje 100 exponátov prevažne z oblasti nábytku, osvetlenia a bytových doplnkov z dielní 60 nemeckých dizajnérov či dizajnerských štúdií. Kurátori Volker Albus, Markus Bach a Monika Wallová poňali ideu Inštitútu pre zahraničné vzťahy, hlavného organizátora tejto putovnej výstavy, ako hľadanie paralely medzi tradičnými vzormi funkcionalistickej interiérovej kultúry a súčasnými tendenciami prostej formy, ktorá čoraz častejšie využíva recyklované materiály. Koncom 20. storočia sa totiž k axióme jednoduchosť materiálu a technológie pridružuje aj ekologická kvalita, čo v procese výroby znamená najmä energetickú a materiálovú redukciu.

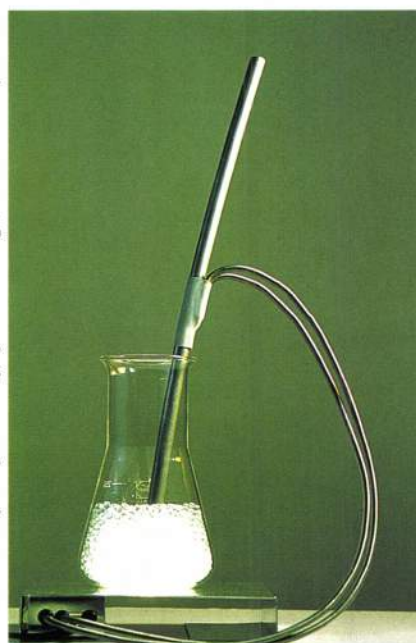


Nové logo parížskeho Salónu nábytku.

My Funny Valentine. Dizajn: Jean Charles de Castelbajac, výrobca: Ligne Roset, 1998. Z časti Veľké storočia.



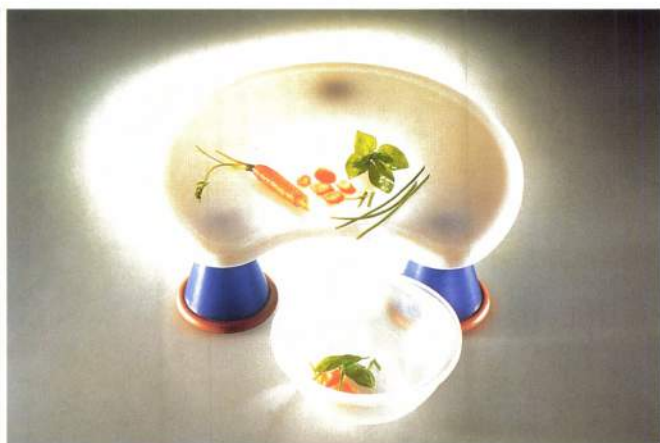
Alchimy. Dizajn: Arik Levy, výrobca: L. Design, 1998. Z časti Experiment.



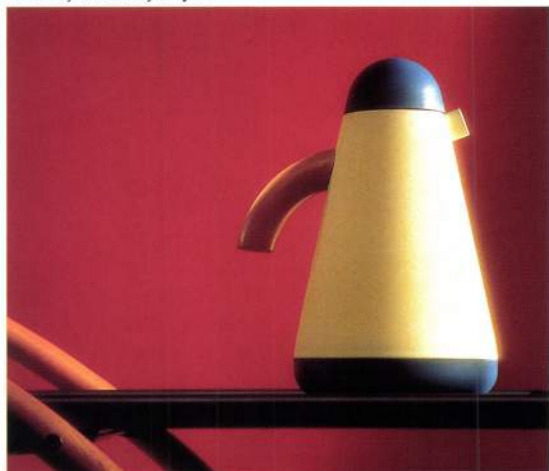
Nábytková šou v Paríži

18. januára 1999 sa zatvorili brány výstavniska Porte de Versailles v Paríži, ktoré bolo predchádzajúcich päť dní metropolou svetového nábytkárstva. Preteky s kolínskym veľtrhom nábytku, ktorý sa otvoril v deň ukončenia parížskej prehliadky, sú nemilosrdné: bojuje sa o počet zúčastnených firiem, o návštevníkov, o pozornosť médií, skrátka o obchod. Ku cti oboch podujatí však slúži fakt, že sú organizované na vysokej profesionálnej úrovni a poskytujú priestor najmä dobrému, až vynikajúcemu dizajnu.

Parížsky Salón nábytku sa v tomto roku niesol v znamení nového vizuálneho štýlu a príťažlivej dramaturgie, ktorá dala dôraz na „živú profesiu“, čiže podporila inováciu v dizajne a technológiách (časť Métropole) a do úzadia posunula tradičný nábytok (časť Village). Nové nábytkové tendencie sa profilovali na výstave v šiestich sekciách: Experiment, Štýl NASA, Ďaleký východ, Severský dizajn, Veľké storočia a Organické formy. V dizajne stánkov bola čitateľná inšpirácia mestským prostredím: časté bolo využívanie obrazoviek s videoprojekciou, výkladov, neónov. Autorom vizuálneho štýlu Metropoly bol známy francúzsky dizajnér a architekt Christophe Pillet, ktorý získal ocenenie Tvorca roka na parížskom veľtrhu nábytku r. 1994. Nositeľom tejto ceny za rok 1999 sa stal Alberto Meda.



Podložky Ufo. Dizajn: Syn.



Termoska Fontan. Dizajn: S.T.R., Angeletti a Ruzza.



Plast a drevo

Talianska firma Rede Guzzini, ktorá bola známa predovšetkým produkciou stolovacích predmetov a doplnkov do interiéru z dreva, rozšírila svoju výrobu aj o spracovanie plastov. Dokonca sa jej úspešne darí kombinovať tieto dva materiály, ako napríklad v prípade termosky Fontana. Nádobu termosky je vyrobená z povrchovo upravovaného polypropylénu, rúčka je z tvarovaného a ručne opracovávaného hrubého dreva a vytvára výrazný prvok dizajnu termosky.

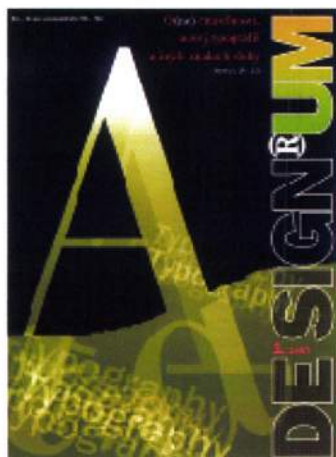
Kolekcia podložiek na krájanie z dielne dizajnérskeho štúdia Syn (Marina Paul a Francesco Scansetti) prevažuje plast (materiál polyetylén), ktorý bol použitý vzhľadom na hygienické a manipulačné požiadavky.

... máte

všetky čísla DE SIGN[®]UM ?

DOPLŇTE SI PREDCHÁDZAJÚCE
ROČNÍKY DE SIGN UM:

jednotlivé čísla ročníka 1997 ponúkame
za zvýhodnenú cenu **po 40,- Sk**
čísla ročníka 1998 po 60,- Sk



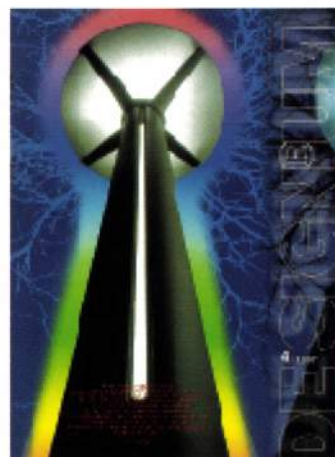
1/97



2/97



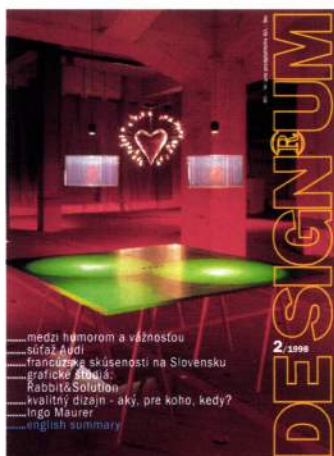
3/97



4/97



1/98



2/98



3/98



4/98

Ročník 1999

➔ DE SIGN UM bude vychádzať v rovnakom rozsahu ako v predchádzajúcom roku, ale vzhľadom na zvyšovanie nákladov na výrobu časopisu a cien poštovného, **sme nútení zvýšiť cenu časopisu na 80,- Sk.**
(Cena jedného čísla vo voľnom predaji je 100 Sk)

➔ **Predplatné na rok 1999 je 320,- Sk vrátane poštovného pre domácich predplatiteľov (doporučené poštovné si hradí objednávateľ).**

Pre zahraničných predplatiteľov (aj ČR) budeme účtovať k tejto sume náklady na poštovné.

➔ Každý predplatiteľ dostáva zdarma jeden výtlačok publikácie Zdeno Kolesár: Kapitoly z dejín dizajnu I.

➔ **Publikáciu budeme zasielať spolu s DE SIGN UM č. 1/98 výlučne predplatiteľom!**

➔ **Nezabudnite uhradiť predplatné do konca februára 1999!**

Objednávka časopisu DE SIGN UM

Meno a priezvisko alebo názov firmy

Adresa (telefón)

Objednávam si záväzne DE SIGN UM

Ročník 1999 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 Ročník 1998 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 Ročník 1997 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4

Časopis zasielajte poštou: ☐ obyčajne (320,- Sk) ☐ doporučene (392,- Sk)

Predplatné uhradím: ☐ zloženkou ☐ žiadam vystaviť faktúru

dátum a podpis:

novinka pre predplatiteľov DE SIGN UM v roku 1999!

vychádza špeciálna príloha DE SIGN UM:

ZDENO KOLESÁR: KAPITOLY Z DEJÍN DIZAJNU I.

- rozšírené vydanie pohľadov na históriu dizajnu, ktoré vychádzali v DE SIGN UM od roku 1997



Publikáciu dostanú zdarma len tí, ktorí si predplatia DE SIGN UM na celý rok 1999. Budeme ju zasielať spolu s prvým číslom DE SIGN UM.

VYUŽITE VÝHODY PREDPLATNÉHO!

Objednávka časopisu DE SIGN UM

Najväčší veľtrh nábytku na Slovensku



FIRMA
DESIGNU

**VÝSTAVA NÁBYTKOVÉHO
DESIGNU**

NITRA 2. – 7. 3. 1999

denne od 9.00 do 18.00 h, 2. 3. otvorené pre odborníkov a novinárov

NÁBYTOK A BYVANIE '99

tel.: 00421 87 572 201-5, fax: 00421 87 359 86, <http://www.agrokomplex.sk>, e-mail: nabytok@agrokomplex.sk




AMNESTY
INTERNATIONAL

