

designum³2007



časopis o dizajne / design magazine

ročník / volume XIII

cena / price 65 SK / Kč / 5 €

spektrum

02	profil	karol weisslechner - odkaz zakódovaný v detaile	Jozef Kovalčík
12	fórum	tri pohľady na POP DESIGN	Ivan Luknár Ferdinand Chrenka Adriana Pekárová
15	prieskum	všvu bratislava	Silvia Lutherová
19	prieskum	FA STU bratislava	Peter Varga
20	súťaž	B - fashion a lenka sršňová	Lucia Gavulová
22	report	salone internazionale del mobile milano 2007 očami troch návštevníkov	Ludvika Kanická Michal Lalinský Zuzana Zacharová
28	interview	jan kolář: design nesmí být povrchní	Lucia Gavulová
32	reflexia	cesta ku krásnej knihe: aleš votava	Mária Rišková
34	+ rozhovor	s vladislavom rostokom	Mária Rišková
38	knih	život štěstí překvapení	Lucia Gavulová
38	+ rozhovor	so zuzanou lednickou	Lucia Gavulová
40	súťaž	mladý obal 2007	Lucia Gavulová
44	+ rozhovor	s janom činčerom	Lucia Gavulová
46	teória	vlyv na obal	Roman Ficek
50	súťaž	národná cena za dizajn 2007 - zasadanie poroty	redakcia
52	súťaž	absolut elements 2007	
56	projekt	príd sa ofotiť so šperkom - betty majerníková	Mária Nepšinská
59	info	cumulus mieri do Bratislavy	

história

60	profil	z anonymity vystupuje františek crhák	Johanna Pauly
----	--------	---------------------------------------	---------------

monochróm

66	štúdia	uvažovanie o originalite	Koen De Winter preklad Matej Gyárfáš
71	právno	priemyselný dizajn vo vzťahu k iným formám duševného vlastníctva	Zdenka Hajnalová
74	INFOFOBANKA	POZNÁTE IS DIZAJN?	REDAKCIA
76	knížnica	podoby moderného designu	Silvia Lutherová

infobox

78	súťaže, výstavy, veľtrhy, knihy	Silvia Lutherová
81	summary	preklad Matej Gyárfáš
88	tiráž	



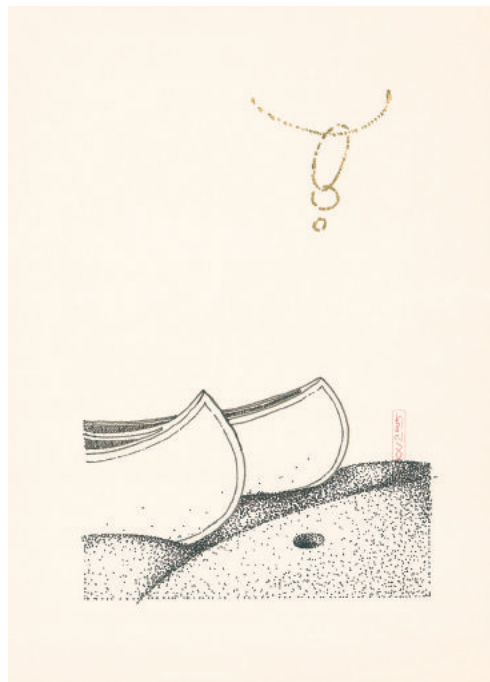


1

spektrum

karol weisslechner ~ odkaz zakódovaný v detaile

detailná prepracovanosť, ľahkosť v experimentovaní, nerešpektovanie hraníc médií či spájanie lacných a vzácnych materiálov; to sú len niektoré z charakteristík, ktoré vystihujú tvorbu a prístup umeleckého šperkára, dizajnéra, interiérového architekta a pedagóga karola weisslechnera. tento rok sa stal rektorom vysokej školy výtvarných umení, svoje päťdesiate narodeniny oslávil rekapitulujúcou výstavou karol weisslechner 007 a pripravuje vydanie rozsiahlej publikácie, ktorá zachytáva jednotlivé etapy a témy jeho rozmanitého diela.



2

3

Kto vás najviac ovplyvnil, koho pokladáte za svoj vzor?

Musím sa priznať, že už v detstve, keď kamaráti túžili byť kozmonautmi či požiarnikmi, ja som sa chcel stať umelcom-výtvarníkom. Osud však skúšal moju trpezlivosť, lebo na známu ŠUP-ku som sa dostal až na štvrtý raz, po absolvovaní výstavníckej učňovky. Hlásil som sa na grafické oddelenie, ale zhodou istých okolností som sa ocitol na aranžérskom oddelení u profesora Rudolfa Filu. Vtedy som to pociťoval ako nešťastie, lebo grafiku som považoval, na rozdiel od aranžérstva, za umenie. Dnes som hrdý, že sa môžem hlásiť k „filovcom“, veď práve profesor Fila mi otváral tie správne dvere do sveta umení. Aj keď to bola náročná rehoľa, som mu vďačný za veľa. Neskôr som mal šťastie na ďalšiu osobnosť – študoval som na VŠVU v Bratislave a v ateliéri interiérovej architektúry som mohol ako posledný študent zažiť profesora Vojtecha Vilhana.

Čo vo vás zostalo dodnes z toho, čo vám odovzdali Fila a Vilhan?

Po štúdiu u nich oboch sa mi úplne zotrelí hranice medzi architektúrou, tvorbou objektov, scénografiou, šperkom, kresbou či grafickým

dizajnom. Venujem sa všetkému na rovnakej úrovni a s tým istým nasadením, aj keď posledné roky sa stal primárnym šperk, ktorý je pre mňa plnohodnotným výtvarným a výrazovým médiom. Na tejto ceste zohral dôležitú úlohu Anton Cepka, medzinárodne uznávaná osobnosť vo sfére umeleckého šperku, ktorý mi bol osobným učiteľom a priateľom, no aj ďalší slovenskí a zahraniční autori, priatelia, ktorí mi približovali svet autorského šperku.

Aké boli vaše pedagogické začiatky?

VŠVU som absolvoval pomerne neskoro, až v roku 1988 – nielen že ma prijali až na druhý pokus, ale aj preto, lebo som musel prerušiť štúdium na dva roky a absolvovať vojenskú službu. Krátko po novembrovej revolúcii som mal predstavu, že si otvorím interiérové štúdio, no na VŠVU sa odohrali zásadné zmeny a vyzvali ma, aby som sa uchádzal v konkurze o miesto pedagóga na Katedre architektúry. Viedol som niekoľko rokov ateliér prípravného kurzu. V roku 1995 ma oslovil Anton Cepka a ponúkol mi vedenie ateliéru šperku, pretože išiel do dôchodku. Bola to pre mňa pocta a veľká výzva, no na druhej strane veľká zodpovednosť prevziať ateliér práve po takej



osobnosti, ktorá je síce u nás nedocenená, ale svet Cepku uznáva ako výtvarníka, ktorý etabloval autorský šperk na umeleckej scéne už v 60. rokoch. **Vyštudovali ste architektúru, neskôr ste ju aj vyučovali, potom ste prešli k šperku. Čím vás „zlákalo“ práve toto médium?**

Afinita k šperku je u mňa pomerne dávna, vždy bol pre mňa vyrovnávajúcou výtvarnou disciplínou. Interiérová architektúra je naviazaná na silné koncepčné myslenie v priestore, na vytváranie funkčnosti a zaujímavého tvaru, no realizáciu vždy preberajú firmy. Frustrovalo ma, že neviem ovplyvniť viac, než strážiť remeselníka, pričom som mal vždy ambíciu sám niečo zrealizovať od začiatku do konca. Už počas školy som vytváral voľné výtvarné objekty rôznej veľkosti či architektonické makety. Po jej skončení zase veľké, nábytkom inšpirované objekty, ako napríklad kreslo Slamený Hubert, Kúpili sme si obývačkovú stenu Viola, alebo som vytvoril Relikviár pre fľašu koňaku. Tieto veľké objekty som teda zrealizoval sám, no popri nich som sa venoval aj šperkom, ktoré merali v tom čase približne meter. Išlo o šperkové objekty vytvárané na prehliadky, fungujúce v istej interakcii s ľudským telom. Boli to ľahké konštrukcie, ktoré

mali geometrické tvary, často aj svetelné a iné efekty. Pripínali sa na telo a pri pohybe zohrávali svoju úlohu.

A do centra pozornosti sa čoraz viac dostával detail...

Áno, presne tak. V detaile je pre mňa zakódovaná fajnnosť a sila odkazu daného objektu. Fascinuje ma prepracovanie a nuansovanie vecí, ktoré na prvý pohľad nie sú ani viditeľné a dajú sa vnímať až pri pozornom sledovaní. V období, keď som začal objekty zmenšovať, keď sa stali komornejšími a prepracovanejšími šperkami, vytváral som artefakty čitateľnej nielen v prvom pláne. Išlo o malé architektúry s perforovanými stenami, vo vnútri ktorých je ďalší objekt alebo architektúra. Sú to priestory v priestoroch a v nich je ešte perla, či osteň, alebo sú pokryté práškovým pigmentom, ktorý sa uvoľňuje, ak je šperk pripnutý na odev. Ľudia na niečo, čo sa vysypáva, reagujú znepokojene. Je to hra čistoty, nepoškvrneneosti a ich protikladov.

Napätie medzi protikladnými prvkami, ktoré zamedzujú jednoznačnej narácii, je prítomné v mnohých vašich prácach, asi najvýraznejšie v objekte HIV negatív?



Čo podnietilo vznik tohto objektu?

Konkrétne tento objekt, inšpirovaný monštranciami, bol prvýkrát inšcenovaný na zlatom podstavci, s ľudskou krvou v skúmavke, a v pozadí bola nainštalovaná baroková drapéria. Pôsobilo to sakrálné, s plným vedomím odkazu, ktorý objekt v sebe niesol. V tom čase sa prevalilo, že je tu reálna hrozba AIDS. Teda že láska, a hoci aj jedno pomilovanie, môže znamenať ortieľ smrti, rovnako ako nekonečné spojenie a puto. Znepokojovalo ma, že taká silná inštitúcia, ako je katolícka cirkev, si pred týmto faktom zatvára oči a tvári sa, že sa nič nedeje. Na zákaz používania kondómov narážam aj kruhovou brošňou Svetožiara, ktorá je vlastne sakrálné inšcenovanou schránkou na prezervatív.

Z tohto obdobia sú aj pôsobivé Kacírske ikony, ktoré majú zvláštny, možno až pasoliniovský nádych...

Kacírske ikony sú fragmentmi citovanými z obrazov od Jeffa Koonsa, ktorý dokázal z pornografie vytvoriť umelecké dielo tým, že priamočiaru pornografickú polohu posunul do iného stupňa vizuality. Na svojich „ikonách“ som však zahalil, čo je v Koonsových obrazoch odhalené. Hra takéhoto sakrálného inšcenovania ma v tom čase zaujímala aj ako interiérového architekta. Zisťoval som, že aj veľmi profánne produkty, ktoré chcú zasiahnuť zákazníka, sú zinscenované v obchodoch a butikoch skoro až tak, ako sa v kostoloch inscenujú sväté obrázky či sochy. Najčerstvejším príkladom sú predajne firmy Apple, kde sú produkty vystavené na veľkých bielych stoloch silno evokujúcich oltárny stôl v kostole. **Sexualita a témy, ktoré sa jej dotýkajú, bývajú pre mnohých autorov nástrojom na ironizáciu, či dokonca posmech z náboženstva. Aj vy v mnohých prípadoch kladiete vedľa seba sexuálne a náboženské zobrazenia či motívy, posúvate ich k sebe, zamieňate, alebo aj pokrývate. Je za tým čistá irónia, alebo aj osobné zaujatie?**

Určitá miera irónie tam je, ale nie je to irónia voči náboženstvu ako takému. Nemôžem povedať, že by išlo o zaujatie či snahu riešiť si nejaký osobný problém s náboženstvom. Pri HIV negativ? to bolo pobúrenie z určitého neprijateľného postoja, ako určité náboženstvo, ktoré vnímam aj ako ideológiu, počas svojej existencie vedelo využívať

určité výrazové prostriedky, aby si našlo cestu k recipientovi. Fascinuje ma staré umenie, tabuľové gotické obrazy, ikony, relikviáre a obrovské monštrancie, kalichy a ostatné obradné predmety, ale aj to, čo sa neskôr tvorilo pre profánny svet – barokové misy, čaše a iné nádoby. Štúdium týchto vecí pôsobí a vplýva aj na moje hľadanie v tejto sfére. Artefakty odkazujúce k náboženstvu jednoducho vznikajú z vnútornej potreby a neviem ich niekedy ani jasne dekodovať.

Objekty vytvorené zo železobetónu možno chápať ako reakciu na spoločenské pomery na sklonku socializmu?

Betón nad zlato či Váza na kvety sú pre mňa jednak výpoveďou o časoch, keď boli všadeprítomné paneláky, všetko sa betónovalo, aj ľudia mi pripadali akýsi zabetónovaní, tak ako celý režim aj s jeho funkcionármi. No rovnako sú objekty zhmotnením určitých spomienok. Napríklad Váza na kvety, ktorú tvoria „zaštepene“ železné roxory, je zároveň spomienkou na detstvo a môjho suseda, ktorý zaštepoval stromčeky. V tom čase vznikol tiež Ručiaci jelen, televízia s jelením parožíom,





7

ktorým zase reagujem na každodennú propagandu o úžasnej socialistickej spoločnosti. Objekt Na ružičkách ustlané bol mojou reakciou v čase vzniku Slovenskej republiky, vtedy som totiž vnímal ako trúfalé rôzne nahováranie, že len v prípade samostatnosti sa staneme malým Švajčiarskom. To, čo vytváram, je teda spojením minulosti, ale aj toho, čo práve zažívam. Inokedy je reakciou na aktuálne spoločenské témy.

Niektoré vaše šperky prikrývate skleneným poklopom. Akú funkciu má plniť?

Sklenenými poklopmi sa kedysi prikrývali sakrálné predmety, neskôr sa vo Francúzsku darovali mladomanželom a vo vnútri boli z vosku modelované celé prírodné scenérie. U nás bol tiež rozšírený „šturc“ – sklenený poklop, pod ktorým boli inscenované náboženské výjavy. Snažil som sa uchopiť tento odkaz tak, že súčasťou tejto malej inštalácie či scény sa stane šperk. Ak sa naskytne príležitosť, že sa ním chcem ozdobiť, odoberiem ho z kompozície a neskôr ho vrátim späť pod sklo. Máloktorý z mojich šperkov je každodenný, skôr sú určené na mimoriadne príležitosti. Sila šperku ako umeleckého originálu je v tom, že v spoločnosti vyvoláva pozornosť a otázky. Nenosený je často

ukrytý v tme šperkovnice alebo trezoru. Chcel som, aby ostal na očiach ako súčasť umeleckého objektu v interiéri.

Na poslednej výstave sa medzi ostatnými objektmi veľmi výrazne vynímajú svietidlá, čo bolo impulzom k ich vzniku?

Vznikli v spolupráci s nábytkárskou firmou, s ktorou realizujem niektoré navrhované interiéry. Svietidiel bolo viac, všetko sú to prototypy. Časť z nich reagovala na tému krištáľového lustra, ktorý je stále synonymom niečoho hodnotného a luxusného. Táto téma ma zaujímala v minulosti a je pre mňa opäť aktuálna, pričom sa ju vždy pokúšam uchopiť trochu inak. Musím však podotknúť, že sú tiež hľadáním dizajnu svietidla, ktoré by do súčasného minimalistického interiéru vedelo vniesť trochu poézie. Mimochodom – je len málo klientov, ktorí chcú a akceptujú čistý minimalistický interiér, pričom ani ja nie som zástancom ortodoxného minimalizmu, radšej hovorím o minimalizme s ľudskou tvárou. Keď mám možnosť robiť interiér v tomto duchu, vždy sa ho usilujem zmäknúť, emotívne rozihrať napríklad historizujúcim prvkom či niečím podobným.

Na čom práve pracujete a aké témy rezonujú vo

vašej súčasnej tvorbe?

Pri tvorbe šperkov ma stále láka experimentovanie s materiálmi, po dlhšej fáze zaujatia drahými kovmi a polodrahokamami sa usilujem uchopiť tému prírody, čo bolo vidno z najčerstvejších prác na výstave. Mám nazbierané zaujímavé prírodniny, nájdené drobnosti a naplaveniny z mora, ktoré by som rád spracoval do šperkov aj väčších objektov, inštalácií. Chcem pokračovať v cykle perokresieb a iluminácií, ale vo väčšom formáte, láka ma aj maľba. Čo sa týka tém, držím sa nevyčerpatelnej inšpirácie telesnosti, zmyselnosti, symboliky a vzťahov. Uvidím, možno život prinesie aj niečo, čo ma vyprovokuje k reakcii.

Vaše výstavy sú vždy veľmi precízne nainštalované, prečo kladiete taký veľký dôraz práve na tento aspekt prezentácie?

Inštalácia je vždy dôležitou súčasťou mojich výstav, čo určite súvisí s tým, že výstavníckej tvorbe sa venujem už dlho a nepodceňujem túto stránku. Naopak – som presvedčený, že inscenovanie obsahu hrá významnú úlohu v tom, ako dielo prehovorára k návštevníkovi. Preto neprichádzam s vecami len tak, neimprovizujem a nečakám, „čo to vydá“. Inštaláciu a koncepciu inscenovania jednotlivých prvkov k výstave vypracúvam a pripravujem na výkresoch dopredu tak, aby tvorila s vystavenými predmetmi jeden celok. Samozrejme, je nutné vyvarovať sa toho, aby formálna stránka prevážila. Pri koncipovaní každej expozície chcem, aby divák objavoval veci a mal z toho zážitok. Veľký význam prikladám aj farebnému vyznenu a svetelnej réžii. **Vytvorili ste šperky či iné objekty aj na sériovú výrobu?**

Potenciál sériovej výroby malo jedine riešenie súťaže Ars liturgica, ktorú vypísala firma vyrábajúca sakrálné predmety. Navrhol som prvky, ktoré sú vzájomne kompatibilné. Ich kombináciou môže byť z monštrancie svietnik, krucifix alebo iný sakrálny predmet. Aj keď som súťaž vyhral, napokon sa, žiaľ, návrh nerealizoval vo výrobe. Odvtedy som takú možnosť nemal, ak nerátam ceny SOZA alebo ocenenia Zlatý slávik a iné, čo sú v podstate tiež solitéry. Priznám sa, že nemám ambície navrhovať šperky na sériovú výrobu. Ale keď navrhujem interiér alebo výstavu pre konkrétneho klienta, beriem do úvahy aj ekonomickú stránku, musím byť racionálny pri výbere a využívaní materiálov, lebo som zväčša

limitovaný konkrétnym rozpočtom. Snažím sa predostrieť najefektívnejší návrh, samozrejme, na vysokej funkčnej a výtvarnej úrovni.

Komunikujete so zákazníkom, alebo mu predkladáte hotové návrhy bez toho, aby ste ho bližšie spoznali?

Pre tvorcu interiéru je podľa mňa nesmierne citlivou záležitosťou spoznať klienta, keďže musí vedieť reagovať na osobné rituály, napríklad na to, ako ráno vstáva, kam ide, aké má iné potreby. S klientmi si spolu prezeráme literatúru, zisťujem, k čomu inklinujú a v čom sa im páči žiť. Usilujem sa vytvoriť prostredie, v ktorom sa budú cítiť dobre. Ak vopred nepoznám človeka, pre ktorého navrhujem, zvyčajne sa s ním počas realizácie natoľko zblížim, že zväčša zostávame priateľmi. Bez osobného kontaktu to nejde, pretože architektúra ako taká, no predovšetkým interiér nás obklopuje, zahaľuje, dotýkame sa ho, preto na nás veľmi silno vplyva a mení naše myslenie, konanie, rozhodovanie či psychickú dispozíciu. **Zaujímavý na vašich šperkoch je fakt, že vedia jednak rýchlo upútať pozornosť, prilákať oko, no vzápätí začnú vzbudzovať svojou komplexnosťou rozmanité otázky, pričom dekoratívna stránka prichádza do hry až ako posledná, nie je to tak?**

Áno, dekoratívna funkcia mojich šperkov len na úrovni módného doplnku nie je primárna. K tvorbe šperku pristupujem podobne ako sochár, maliar, videoumelec atď. Hodnota autorského šperku nespočíva len v cene použitého materiálu, ale v jeho umeleckej hodnote. Musím ešte podotknúť, že dôležité miesto pri tvorbe mojich šperkov má hra s emóciami. Používam tvary a symboly, ktoré vyvolávajú isté súvislosti a spomienky a tie vyprovokujú ďalšie úvahy. Chcem ísť ďalej, ako zostávať len pri dekorovaní. Pri navrhovaní šperku pre konkrétnu osobu uplatňujem podobné východiská, ako som spomínal pri interiéroch, teda že pristupujem veľmi individuálne a reagujem na osobnosť budúceho nositeľa.

Veľkou výhodou šperku je to, že nie je obmedzený iba na galériu, teda na priestor, ktorý by spoluurčoval jeho umeleckú hodnotu...

Často sa stretávam s otázkou, či je umelecký šperk nositeľný, alebo je len výtvarným objektom. Ako som povedal, moje šperky sú artefaktmi a, samozrejme, majú v sebe dimenziu nositeľnosti.

Prírodzene, nie ako bižutéria alebo komerčný šperk na každodenné nosenie. U nás je zatiaľ málo osobností, ktoré by svoju individualitu rady podčiarkli autorským šperkom, ale napríklad už vo Viedni je určitá vrstva ľudí, ktorá vedome nosí umelecké šperky. Predovšetkým pri spoločenských príležitostiach či vernisážach možno stretnúť ľudí s originálnymi objektmi. Menia sa na malé chodiace galérie. Tým je dosah umeleckého šperku možno širší ako v prípade iných výtvarných médií. V zahraničí patrí autorský šperk aj k obľúbeným zberateľským artefaktom.

Nepokladáte za problematické to, že u nás je šperk stále vnímaný ako niečo nižšie, že fetišizácia takzvanej „voľnej“ tvorby médiami tu má stále svoje miesto a horlivých zástancov?

V našom regióne je to dosť výrazný problém, pretože označenie „úžitkové umenie“ je často chápané ako menejcenné. Uvažovať takýmto spôsobom je krátkozraké a absurdné, hlavne ak si uvedomíme súčasné prelínanie médií a ich nestálosť. Podľa mňa je jedno umenie a jedna tvorba, pri ktorej však vždy ide o kvalitatívne kritériá.

Ak je to teda tak s delením na „voľné“ a „úžitkové“ umenie, prečo sa táto schéma stále odráža v koncepcii organizácie VŠVU?

To je otázka, o ktorej som dlho uvažoval v čase, keď ma kolegovia oslovili, aby som sa stal rektorom, a chcem o nej viesť naďalej diskusie. Uvedomujem si, že názvy katedrií nie sú presne definujúce, no momentálne neviem, či iná štruktúra školy, o ktorej sa občas diskutuje, by bola zmyslupnejšia, keď dostatočne nevyužívame tú, ktorú máme v súčasnosti. Rozhodujúce je, čo sa v ateliéroch konkrétne deje, aké sú výsledky. Som presvedčený, že na zmenu štruktúry školy nedozrel čas, preto chcem spolu s celým tímom kolegov vylepšiť a vycibriť existujúci systém, sfunkčniť ho naplno, počnúc servisnými pracoviskami až po ateliéry a katedry, pričom chápem všetky ateliéry ako rovnocenné. Bude však treba reagovať aj na otázku dopytu a frekvencie jednotlivých študijných odborov. Potom môžeme uvažovať o reštrukturalizácii, o zmenách názvov, ale vždy to bude o zodpovednosti vedúcich ateliérov a celého kolektívu školy.

Prečo sa úspešný výtvarník a pedagóg rozhodol kandidovať na rektora?

Pred štyrmi rokmi ma po prvýkrát kolegovia oslovili, aby som kandidoval, no vtedy som odmietol. Mal som dojem, že to nie je celkom moja parketa. Hlavnou pohnútkou, prečo som tentoraz ponuku prijal, aj keď som si bol vedomý neľahkej úlohy, bolo, že som v minulosti často kriticky vystupoval v diskusiách a snažil sa o riešenia.

Mal som pocit, že dozrel čas, jednoducho som sa nechcel len prizerať a riešiť otázky školy na úrovni vedúceho katedry. Záleží mi na tejto škole, pretože som sa kedysi na ňu túžil dostať, nakoniec som ju vyštudoval, stal sa pedagógom a, samozrejme, som s ňou spätý. Hoci nelipnem na nej tak, že by som tu chcel byť za každú cenu, ani nie som závislý od jej štruktúr či rôznych pracovísk. To všetko mi dáva možnosť byť slobodný v rozhodovaní a snažiť sa počas funkčného obdobia posunúť túto školu na úroveň dobre fungujúcich európskych výtvarných škôl. Chcem zaviesť jasné pravidlá hry, pretože tam, kde sú pravidlá, sa zlepšia a vyčistia aj vzťahy. Na druhej strane som si vedomý, že nie všetci tu príjmu a mnohí budú znepokojení, pretože pravidlá otvárajú hru, v ktorej nie je vopred určený výsledok.

Akú úlohu by tu mali hrať študenti?

Študenti sú pre mňa stredobodom diania, všetky spomenuté pragmatické veci sú len prostriedkom. Mladí ľudia sa ocitajú po zložitých prijímacích skúškach v ateliéroch a my ako pedagógovia sme zodpovední za to, čo im odovzdáme. Pre mňa je deprimujúce, keď počujem názory niektorých absolventov, že sa v škole nič nenaučili. Možno je to ich chyba, možno ich nikto dostatočne nemotivoval a nemal adekvátne nároky. Školu chápem ako organizmus, ktorý musí podnecovať a mať jasné ciele, pedagogické programy. Usilujem sa teda pokračovať v skúsenostiach získaných od profesorov Filu a Vilhana, ktoré ma svojim spôsobom povzbudili prijať úlohu pedagóga ako určitú výzvu.

Takže vám ide predovšetkým o zmenu atmosféry?

Zmena atmosféry je jedným z najťažších krokov tohto procesu, pretože závisí od energie ľudí, ktorí tu sú a majú zaužívané určité stereotypy. Nepochybujem však o ich kreativite a verím, že túto energiu tvorivo využijú k pozitívnym výsledkom a zlepšeniu atmosféry. K tomu sú však



8

9

potrebné určité skúsenosti a zážitky. Školu totiž chápem aj ako inštitúciu, kde by sa mali odohrávať rôzne spoločné aktivity. Takto sa pestuje súdržnosť, ktorá je veľmi dôležitá. Rád by som aj v tejto oblasti dosiahol istý európsky štandard.

Sme škola, ktorá sa s nedávnou minulosťou vysporiadala snáď najradikálnejšie, a na tento odkaz mladej histórie školy som hrdý. Onedlho bude sláviť 60. výročie založenia. Chcem, aby táto najstaršia výtvarná vysoká škola na Slovensku bola stále mladá, so silnou väzbou na Európu a svetové výtvarné dianie. Aby aj naši absolventi považovali za správne životné rozhodnutie, že si zvolili štúdium práve na VŠVU v Bratislave. ■

- 1 Pohľad do výstavy „Karol Weisslechner 007“, foto: Jena Šimková
- 2 Iluminácia 1, (tempera, plátkové zlato), 2003
- 3 Iluminácia 2, (tempera, plátkové zlato), 2003
- 4 „Piercing“, brošňa (český granát, striebro, perla, pigment, zlátenie), 2006
- 5 HIV negativ?, Objekt, 1992
- 6 Beton nad zlato, Objekt, 1988
(foto: Jena Šimková)
- 7 Kacírske ikony, Cyklus objektov, 1994
- 8, 9 Dve brošne z cyklu Paríž 2006,
(patinované striebro, malba na dreve,
jantár, perla, bavlna)

výstava „Karol Weisslechner 007“, GMB, Mírbachov palác, Bratislava 3. 4. – 17. 6. 2007



tri pohľady na POP DESIGN

1.

Ivan Luknár

študent VŠVU, 2. ročník, ateliér transport dizajn, iniciátor a spolukurátor výstavy POP DESIGN

Dňa 26. apríla sa v Satelite uskutočnila študentská výstava pod názvom POP DESIGN. Nápad zorganizovať podobnú akciu vznikol koncom leta 2006.

Najsôr bolo všetko len v rovine úvah, ktoré sme ani nebrali celkom vážne, pretože pôvodne zamýšľaný priestor nebolo z dôvodu rekonštrukcie možné vôbec použiť. Začiatkom nového roka sme sa však dostali do Satelitu, galérie SCD, a myšlienka opäť ožila.

Po zväžení a odsúhlasení sme celú akciu začali vnímať reálne a pracovať na nej. Jednoznačne najväčším problémom sa ukázalo byť samotné zháňanie študentov. Našťastie sa našlo dosť takých, ktorí boli ochotní sa zapojiť a súhlasili. Potom už šlo všetko oveľa rýchlejšie a naša prvá výstava začala nadobúdať kontúry. Na samom začiatku nebol žiaden plán a malo sa jednať dokonca o niečo ako spoločný neorganizovaný happening, ktorý by mal určitý odkaz na dizajn, resp. to, čo pod týmto slovom každý zúčastnený rozumie.

Každá inštalácia, dielo či skôr výtvar mal byť vyhotovený konkrétne pre túto akciu (čo sa však, bohužiaľ, nepodarilo celkom naplniť). Samotná vidina výstavy mala byť motiváciou pre tvorbu autorov - študentov. Nemala pritom rozhodovať ani forma, ani prostriedok, záležalo na každom jednotlivcovi, na čo sa cíti a čím sa chce prezentovať. Rozhodne sme sa chceli vyhnúť sterilnej, ba až nudnej a sivej, klasickej galerijnej prehliadke.

Ako jedna z ďalších rovín sa vynorila priam až provokatívna úroveň autorských prác. To je pomerne nezvyklé a v očiach mnohých aj kriticky vnímané. Úroveň sa však dá najmä v umení len veľmi ťažko hodnotiť a myslím, že to môže pomôcť k širšej diskusii. Pre mňa osobne - ako iniciátora a spolukurátora - akcia splnila svoj cieľ. Na dobu dvoch týždňov spojila a sústredila rôznorodé práce študentov

z dvoch rovnako zameraných vysokých škôl. Dokázala, že je možné sa prezentovať a že má význam pracovať aj mimo školských zadaní. Ale hlavne ma potešila pomerne veľká účasť návštevníkov pri otvorení: už len tento fakt spolu s atmosférou dodával celej akcii silnejší náboj.

Výstava je len vtedy výstavou, ak pritiahne ľudí, donúti ich pozeráť sa na veci, na ktoré by sa možno inak nikdy nepozerali. A núti človeka k zamysleniu v živom priestore. V tomto prípade som bol veľmi spokojný, či už sa jedná o pozitívne, alebo negatívne reakcie. Dôležitá je aktivizácia samotného diváka. Je ťažké hodnotiť výstavu ako celok, oveľa účelnejšie je z nej vyberať a hodnotiť jednotlivé exponáty. Ešte zaujímavejšie je to vo vzťahu/kontraste k ostatným dielam.

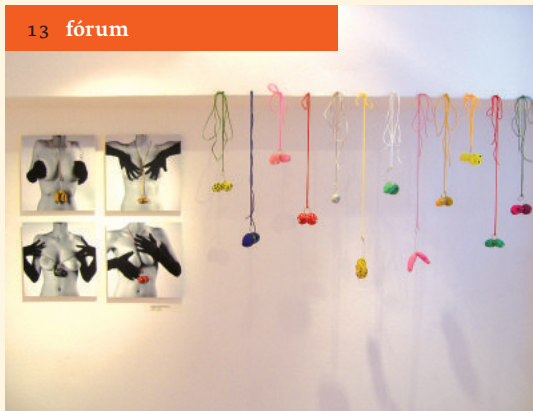
Celkovo sa ukázalo, že je chuť tvoriť, prezentovať sa a naopak, z druhej strany je chuť pozeráť sa a hodnotiť.

Vďaka značnej pomoci spoluorganizátora Ondreja Alušika a celého vedenia Slovenského centra dizajnu sa podarilo uskutočniť túto, dúfam, že nie ojedinelú akciu. ■

2.

*Doc. akad. soch. Ferdinand Chrenka
dizajnér a pedagóg*

V dňoch 26. 4. - 10. 5. 2007 sa v bratislavskej galérii Satelit Slovenského centra dizajnu uskutočnila výstava študentov Slovenskej technickej univerzity - Ústavu dizajnu a študentov Vysokiej školy výtvarných umení v Bratislave s názvom POP DESIGN. Ako som sa dozvedel z tlačovej správy: „Aj keď v názve akcie je slovo dizajn, návštevníci sa môžu tešiť na širší záber a veľkú rozmanitosť exponátov. Predstavujú sa študenti s rôznymi, viac či menej umeleckými projektmi a výrazovými prostriedkami. Hranice sa často posúvajú, niekedy aj zmazávajú. Základnou myšlienkou bolo ponúknuť mladým a tvorivým študentom priestor a motiváciu na zrealizovanie



svojich vlastných projektov. Veľký dôraz sme kládli na samotnú inštaláciu, ktorá dokáže veľa zvýrazniť. Študenti mali maximálnu voľnosť a rozlet.

Pre mnohých je to prvá verejná výstava.“ (Ivan Luknár – študent katedry dizajnu VŠVU)

Len či to tak bolo naozaj. Pokúsím sa najprv niečo dozvedieť o hlavných pojmoch tejto výstavy a pomôžem si trochu teórie z internetu.

SCD – štátna organizácia, zriadená Ministerstvom kultúry SR, ktorá cielene podporuje a rozvíja pôvodný slovenský dizajn a plní mnoho ďalších funkcií.

Satelit – výstavný priestor SCD, ale aj sprievodca, prenasledovateľ, napodobňovateľ, družica obiehajúca okolo centrálného telesa, telekomunikačné, vedecké, špionážne alebo kozmické teleso, anténa družicového prijímača...

Pop – druh obuvnickeho lepidla, označenie praroslávneho kňaza, slovinská TV stanica, väčšinou synonymum hudobnej kultúry, smeru vo výtvarnom umení. V hudbe ho charakterizuje masová kultúra, nenáročné texty a ich predvídateľná štruktúra, cieľom je komerčný úspech (predstavitelia – Abba, Beatles, Bee Gees, Madonna, Prince, Michael Jackson...).

Čitateľným predstaviteľom pop kultúry bol Elvis Presley (plagát k výstave). Hudba ako „spotrebný tovar“ sa mohla rozširovať aj bez autentického vystúpenia, vďaka rozmachu nových telekomunikačných technológií – rádio, televízia... Citlivý človek môže nájsť tieto spojenia aj s dizajnom. Podobnosť so sériovou výrobou a kultúra máš je čitateľná aj v pop-artovej tvorbe Andyho Warhola.

Tak podme na to. Som bežný človek, náhodou idem okolo plagátu, nepoznám súvislosti. Veď aj pre bežných ľudí je SCD štátnou inštitúciou zaoberajúcou sa propagáciou dizajnu. Čítam – výstava Pop design v galérii Satelit SCD. Ešte som nevstúpil, a už som zaujatý, lebo verím slovám, ktoré čítam, sú pre mňa

nositeľmi významu. Pop design aj Satelit dráždia moju zvedavosť. V prvej miestnosti ma čakajú na stene „akési“ obrázky menšieho formátu a text „Ako dlho si nestál na tráve?“. Na zemi je nainštalovaná tráva. V priestore je zavesený kvetináč, v ktorom „odpočívajú“ plyšový medvedík. Na stene ďalší plagát, oranžová stolička a stôl. Predsieň galérie, zážitok ma hádam ešte čaká, zatiaľ tomu nerozumiem. Kráčam ďalej. Predo mnou je najväčší priestor galérie, vľavo je nainštalovaná maľba – figurálne štúdio charakteru školských cvičení – prelínajúca sa do abstraktného obrazu. Pod obrazmi sú voľne nainštalované tašky a na zemi leží čosi, čo sa dá zrejme skladať. Pop a design mi aj tu akosi chýbajú. Oproti opäť abstraktná maľba, figurálne štúdio, na zemi len tak invenčne nainštalované štyri kruhy s piatym v strede...

Mohol by som pokračovať ďalej, ale...

SCD malo voľný termín a dalo šancu vystavovať študentom dizajnu. Sympatické. Ale bez konceptu, komunikácie, čo kto doniesol, kam to položil. Výstava bola spontánnym stretnutím ambiciózných študentov dvoch vysokých škôl, ale aj ukážkou nezrelosti, neprofesionálnosti, autorského egoizmu, ktorý spájajú všadeprítomný chaos. Výstava v 6 miestnostiach galérie Satelit nemala žiadne čitateľné spojenie, gradáciu ani inštalčný zámer. Slová Ivana Luknára o dôležitosti inštalácie nemôžem brať vážne. Maximálna voľnosť a rozlet sa tu však predstavili v tom najhoršom svetle. Uvedomme si, že takýmito výstavami zavádzame laickú verejnosť, ktorá si občas môže myslieť, že dizajn je všetko, čo komukoľvek vypadne z rúk. Mrzí ma, že v tejto nekonceptnej prezentácii zanikli aj kvalitné exponáty. Najsmutnejšie však je, že mnohí zo zúčastnených študentov dizajnu boli spokojní.

Pop design ostal nedotknutý. ■



3.

o príležitostiach a rizikách

Mgr. Adriana Pekárová

programová námestníčka SCD

Rôznorodé reakcie na májovú výstavu študentov dvoch bratislavských dizajnerských škôl vo výstavnom a informačnom bode Satelit na Dobrovičovej ulici ma podnietili osvetliť zámer, prečo sme (Slovenské centrum dizajnu - pozn. red.) takejto „neviazanej“ výstave (v zmysle témy, nie príliš prísnych kritérií výberu a subjektívneho kurátorského oka) poskytli priestor a príležitosť na realizáciu. Dôvodom nie je snaha o nekritickú obhajobu tohto rozhodnutia, ale pokus o načrtnutie iného uhla pohľadu na výstavu.

Pri uvažovaní o zmysle Satelitu a rozbiehaní jeho činnosti bola dôležitou motiváciou mladá generácia. Počítali sme s mladými dizajnermi, študentmi aj užívateľmi dizajnu ako s vystavujúcimi i návštevníkmi, ktorí by tu našli miesto na prezentáciu svojich projektov. Naším cieľom bolo (a stále je) vytvoriť také podmienky, aby bol Satelit považovaný za priestor, kde možno nájsť nielen dobrý dizajn, ale aj podnet, tému na diskusiu, akési „zrkadlo“ stavu dizajnu a zároveň príležitosť na overovanie si vlastných tvorivých schopností. S príležitosťou na jednej strane súvisí riziko, na strane druhej - príležitosť a risk balansujú na neistej látke ambícií a reálnych možností bez záruky na úspech.

Aj toto sme si uvedomovali, keď sme študentom dizajnu pri realizovaní ich vlastného výstavného projektu prisľúbili ústretovosť. Mimoriadne nás potešil fakt, že si výstavu sami vymysleli a odhodlali sa ju aj svojpomocne zorganizovať. Zámerne sme nechceli vstupovať do výberu výstavnej kolekcie

a ponechali sme im voľnú ruku - dostali príležitosť vyskúšať si vlastné sily, bez profesionálneho pedagogického „dozoru“ a zástity, ktorá nie vždy umožňuje študentský výkon reálne rozoznať. Mali teda príležitosť sami riadiť tento proces - a naozaj ma prekvapilo, koľkí chceli vystavovať: pôvodný skromný odhad bol 20 vystavujúcich (po 10 z každej školy), napokon ich však bolo až 35! Všetci so záujmom prišli na stretnutie kvôli organizácii výstavy, podieľali sa na nákladoch na vernisáž a inštaláciu a rozumeli si aj v rámci vzájomného „delenia sa“ o priestor. Výsledkom úsilia bola pre Satelit okrem iného aj vskutku zaťažkávacia skúška - tlačnica na otvorenie, aká sa tak skoro asi nezopakuje. Záujem vystavujúcich aj ich priateľov bol naozaj mimoriadny.

Pokúšam sa preto dešifrovať, čo by to všetko mohlo znamenať, resp. naznačovať: Bola to príležitosť naozaj mimoriadna? Bol to prejav nedostatku možností prezentovať sa? Nebol to signál zväčšujúceho sa generáčného odstupu, keď sa študenti cítia najlepšie sami medzi sebou? Nechýba tu dialóg, v rámci ktorého by sa jednotlivé strany o sebe dozvedeli viac?

Nechcem hodnotiť umeleckú úroveň výstavy - práce mali naozaj široké kvalitatívne rozpätie, a čo je dizajn, by sa podľa nej dalo charakterizovať len veľmi ťažko. Myslím si však, že ponúknutá príležitosť za to riziko stála. Som presvedčená, že zúčastnení sa niečo naučili, skúsili prísť so svojou „kožou na trh“ a niest za to zodpovednosť.

POP DESIGN by mohol byť dobrým začiatkom pre spustenie potenciálneho pravidelného podujatia Študentský salón - lebo presne takýto charakter v konečnom dôsledku mal. ■

všvu bratislava – letný semester 06/07

názov *lie – stand*

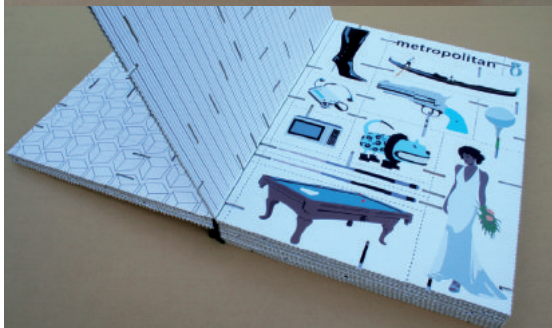
autor *Karol Prudíl*

pedagóg *Doc. Pavel Choma*

ateliér *grafického dizajnu III., 4. roč.*

Kniha je objektom, ktorý prechádza zmenami v dizajne rovnako, ako automobily alebo produkty pre domácnosť. Význam solitéru, alebo malého nákladu aj v knižnej tvorbe pretrváva a narastá. Nové technológie ho priamo podporujú. Pomocou „postprodukčnej“ apropiácie a rekontextualizácie znakov som vytvoril knihu/objekt, do ktorého sa môže človek ponoriť nezávisle od prostredia a nechať sa unášať fantáziou a ponúknutými možnosťami. Môže si k nej vytvoriť vzťah.

Išiel som teda opačným smerom; nie s dizajnom von, ale s dizajnom dovnútra – k človeku. Rozhodol som sa pre objekt, ktorý sa dá VZIAŤ, UKRYŤ, PRETVÁRAŤ a znova POSKLADAŤ. Netúži zaujať každého diváka – bude prijatý tými správnymi. Každá strana tvorí vlastný kontext pomocou hesla, na ktoré sa nabaľuje určité množstvo asociácií z obrázkov. Súbor všetkých strán potom vytvára širokú škálu súvislostí v ľudskom živote. Je to reč znakov a vedie k meditácii. Rámec knihy nie je celkom jasný, ale vytvára a ohraničuje sa sám. Hovorí subjektívne a zároveň tvorí priestor na reakciu pomocou rozloženia knihy na elementárne čiastky. Tieto čiastky sú voľne spájateľné do nových kontextov vytvárajúcich priestor, čo simuluje urbánne prostredie. Pomocou súvislých štruktúr na zadných stranách sa porozdeľované časti dajú odznova spojiť v pôvodnom zložení. Kniha tak definitívne stráca svoju formu, ale nie obsah. Má len jednu požiadavku: osobný záujem – to je dôležitá vlastnosť pre globalizovanú spoločnosť, ktorá tvorí prostredie dizajnu. ■



názov *bandaska*

autor *Ján Turzo*

pedagóg *Björn Kierulf*

atelier industrial dizajnu, 2. roč.

Letný semester sa na oddelení priemyselného dizajnu niesol v znamení reality – reálna téma od reálnej firmy. Zadávatelom bola firma Plastipack a ponúkla dve zadania: PET fľaša k 100. výročiu vody Absopure na americkom trhu a ekologická téma redukcia, životnosť, opätovné použitie a návratnosť materiálov. K zadaniam sme mali zabezpečené konzultácie s inžiniermi, aby sme sa k reálnemu výsledku dostali čo najbližšie. Budúcnosť snád prinesie aj realizáciu niektorého z našich projektov.

Vybral som si druhú tému, keďže sa mi zdala zmyslupnejšia. Navrhol som väčšie rodinné balenie na stolovú vodu, lebo na našom trhu chýba a musíme kupovať zbytočne veľké a celkovo neefektívne balenia 6 dvojlitrových fliaš. Základ môjho návrhu bandasky je v elementárnej geometrii. Je to hybrid gule (teleso s minimálnou plochou povrchu pri maximálnom objeme – úspora materiálu) a kocky (medzi kockami na palete nie je nevyužitý priestor, preto je najefektívnejšie stohovateľným objektom). Kľúčový nápad, ktorý vyriešil väčšinu problémov, je umiestnenie uzáveru na priestorovej uhlopriečke bandasky. Keď je uzáver na jej konci, zapadne práve do voľného miesta medzi bandaskami uloženými na palete.

Základné riešenie podobné hracej kocke som sa usiloval skultivovať, zjemniť a ergonomicky prispôbiť. Zvlnenie steny nie je samoúčelné; slúži ako spevnenie a najmä stohovanie bandasiiek. Jamka v strede umožňuje uchopenie.

Porovnanie účinnosti zaplnenia europalety 7-litrovými bandaskami a 2-litrovými fľašami: objem europalety:

$$0,8 \text{ m} \times 1,2 \text{ m} \times 2,5 \text{ m} = 2,4 \text{ m}^3 = 2\,400 \text{ l}$$

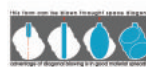
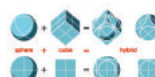
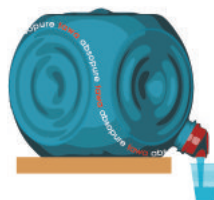
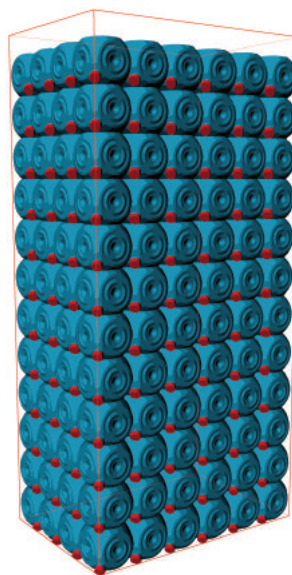
$$\text{do 2 l fliaš sa zmestí } 672 \text{ ks} \times 2 \text{ l} = 1\,344 \text{ litrov,}$$

čo zaplní paletu na 56 %

$$\text{do 7 l bandasiiek sa zmestí } 288 \text{ ks} \times 7 \text{ l} = 2\,016 \text{ litrov,}$$

čo je 84 % účinnosť

Firma Plastipack sa rozhodla najlepšie riešenia aj oceniť. Môj projekt bandasky získal cenu za inovatívny dizajn. ■



front plan
ground plan





názov PICNIC

autor Magda Major

pedagóg Doc. Juraj Gavula

ateliér sklárskeho výtvarníctva, 4. roč.

Súčasný konzumný trh očakáva od dizajnérov neustále nové produkty. Tvorcovia sa zaoberajú problémom vytvárania produktov s novým, esteticky pôsobivým tvarom. Jedným z riešení je, podľa môjho názoru, zamýšľať sa nad otázkou recyklácie a druhotného využívania prvkov v dizajne.

Pretváranie bežných, použitých alebo neužitých predmetov dáva dizajnérom nové možnosti a mení význam všedného dizajnerskeho produktu. Pravidlá používania konkrétnych vecí na konkrétny účel sa menia. Konzument slobodne prispôbuje funkcie predmetov svojim vlastným potrebám.

Práve tu sa zrodila moja idea vytvoriť sériu úžitkového skla, ktoré uspokojí aktuálne estetické očakávania a zároveň obsahuje a kombinuje prvky „starého“ aj „nového“ dizajnu. Ide o súpravu pohárov určených na piknikové „stolovanie“ v prírode. Univerzálnosť využitia v závislosti od potreby je samozrejmosťou. ■



názov Tea Set Lace

autorka Monika Toporová

pedagóg Ivica Langerová-Vidrová

ateliér keramiky, 3. roč.

materiál oxidačný porcelán

V návrhu čajového setu Lace (čipka) som využila viacero východísk:

1. krehké čajové servisy vystavované v sekretároch (tie, ktoré pri používaní - ide výlučne o výnimočné príležitosti - vyžadujú maximálnu sústredenú na pohyb)
2. geometriu a jednoduchosť formy
3. čipky, ktoré vo mne evokujú pocit domova, jemnosť a zároveň precíznú prácu; v keramickom prevedení následne značnú krehkosť
4. pohyb a hravosť.

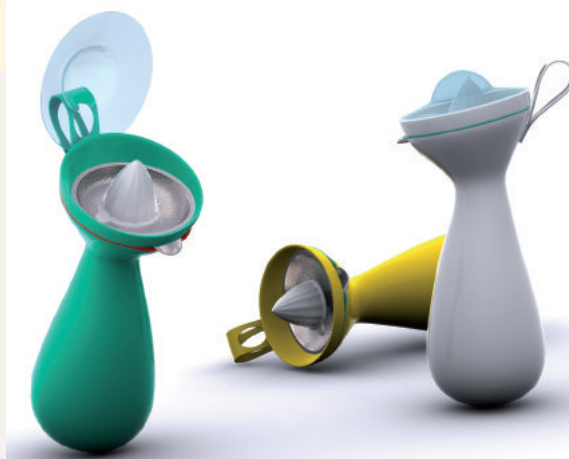
Môj čajový servis môže byť prevedený v niekoľkých variantoch: ako labyľ či stabyl, alebo s rôzne umiestnenými čipkami, či bez nich. ■



FA STU bratislava – letný semester 06/07

*názov Ručný elektrický odšťavovač na citrusy
autor Barbora Tobolová 5. ročník
pedagóg Doc. Akad. Soch. Peter Paliatka
materiál recyklovaný plast*

Ručný elektrický odšťavovač na citrusy je prenosný a použiteľný rovnako v exteriéri, ako aj v interiéri. Pri návrhu tvaru odšťavovača som sa inšpirovala kvapkou čerstvej ovocnej šťavy. Jednoduchá, bionická forma je ideálnym tvarovým doplnkom do každej domácnosti. Odšťavovač sa zapína pritlačením citrusu na centrálnu rotačnú časť. Môžeme ho použiť položený na stole s priloženým pohárom, ale aj v ruke a odšťavovaním priamo do koktailu.▪



*názov Dataprojektor
autor Milan Nemček 5. ročník
pedagóg Doc. Akad. Soch. Peter Paliatka*

Dataprojektor som chcel vymaniť zo stereotypu klasických dataprojektorov typu škatuľa. Usiloval som sa o to dizajnom plynulých, takmer organických liniek. Predná časť je podobná maske auta, rovnako k automobilu odkazujú aj zadné kolesá, ktoré slúžia pri polohovaní na nastavenie sklonu obruče. Obruč slúži na prenášanie prístroja na spôsob kabelky a zároveň sa ňou nastavuje sklon projektora. Prístroj možno vyzdvihnúť do výšky pomocou zadných nôh (jednoduchým pretočením dozadu), ktoré ladia s líniou obruče. Na ostrenie optiky je určené manipulačné koliesko na hornej ploche nad optikou. Projektor sa ovláda dotykovými tlačidlami umiestnenými v zadnej časti, kde sú aj vstupy na pripájanie káblov, skryté za dvierkami na pántoch, podobne ako pri televízoroch. Mojim zámerom bolo evokovať hravosť, ktorú som podčiarkol zvolenou škálou neštandardných farieb. ▪



slovenka víťazkou b-fashion v zlíne

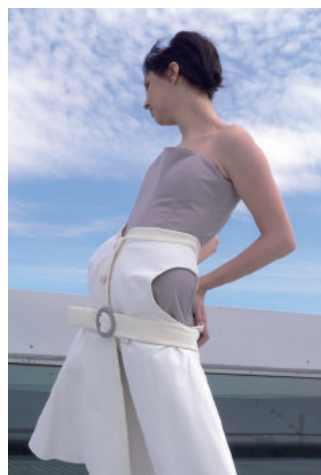
vo svete českého odevného dizajnu sa objavila nová súťaž s názvom b-fashion in zlín

Už samotná lokalita napovedá, kto je v pozícii generálneho partnera akcie: spoločnosť Baťa. Tradíciu novej súťaže založili študenti Fakulty multimediálnych komunikácií zlínskej Univerzity Tomáša Baťu. K stáliciam v podobe Top Styl Designer, Prague Fashion Week a Prague Free Fashion Weekend tak v diapazóne aktivít našich českých susedov, podporujúcich mladých profilujúcich sa odevných dizajnérov, pribudla ďalšia udalosť. Špecifikom B-fashion je aj udeľovanie ocenenia pre dizajnéra obuvi. Súťaž si vytýčila štandardné (hoci ušľachtilé) ciele: predstaviť práce mladých slovenských a českých dizajnérov – študentov vyšších a vysokých škôl, umožniť im dialóg a konzultácie s odborníkmi a pomôcť im preraziť na trhu. Zadaníu poslať tri skice odevných kompozícií vyhovelo 33 prihlásených. Odborná porota, zložená z ikon českej módnjej scény: Liběna Rochová, Klára Nademlýnska, Helena Fejková, Denisa Nová, fotografa Gorana Tačevského, profesorov zúčastnených škôl: Doc. Júlia Sabová akad. mal., vedúca ateliéru Odevný dizajn na VŠVU v Bratislave, a zástupcov spoločnosti Baťa, vybrala 12 postupujúcich finalistov. Slávnostná prehliadka modelov finalistov sa konala 9. mája na streche Baťovho mrakodrapu v Zlíne. Titul Talent roka 2007, finančnú odmenu, možnosť stáť u Liběny Rochovej a prezentáciu víťaznej kolekcie na prestížnych módných súťažiach získala **Lenka Sršňová** z bratislavskej VŠVU.

Študentka Ateliéru odevného dizajnu, ktorá minulý rok absolvovala študijný pobyt na University of Lapland na Fakulte umenia a dizajnu vo Fínsku, sa na súťaži predstavila s kolekciou Classically chic... Kolekcia je tvorená tromi šatami, ktorých línia dokonale kopíruje krivky ženského tela. Napohľad pôsobia ako kompaktný harmonický celok, v druhom pláne je však hra s geometriou a posun o dve úrovne nižšie, ktorý napriek všetkému siluetu šiat nedeformuje.

Kolekciu stmeluje základný prvok – korzet, prítomný na každom modeli, v bokoch vystužený a rozšírený. Naň nadväzuje druhá časť – odev pôvodne určený horným telesným partiám – kabátik, top alebo šaty – ktorý je nositeľom posunu. V novej koncepcii tak krčnej priamke zodpovedá priamka pásová a hrudnej priamka sedová.

Jednoduchým zásahom dostali šaty nový rozmer. Navonok silueta nepripúšťa netypické riešenia, pretože šaty na pohľad nie sú nositeľmi ničoho neštandardného – sú prirodzené a jednoduché. Farebnosť osciluje v škále belavej, tmavej a lilavej. Celkový dojem zdokonaľuje čistota strihového riešenia a vypracovanie v krajčírskom detaile – či už ide o pevný tvar podšitých sukni, otvorených prieramkov, alebo jednoliateho korzetu.



Štúdium odevného dizajnu mohlo byť v súčasnosti vnímané ako „výhodné“. Módný biznis je už aj u nás na vzostupe a hoci je súčasne stále v plienkach, má potenciál rozvíjať sa. Ako vnímaš svoje budúce možné uplatnenie na Slovensku?

Čo sa týka odevného priemyslu na Slovensku, je naozaj len v plienkach. Mladí dizajnéri to nemajú ľahké – ak chcú svoju prácu predať, musia ju podriaďovať zákazníkovi, trhu, cene. Slovensko je malé, čo je výhodou aj nevýhodou: človek sa môže rýchlejšie zviditeľniť, no na druhej strane tu nie je veľa miesta pre veľa dizajnérov. A pracovať ako dizajnér pre nejakú firmu je na Slovensku tiež zložitý, keďže zatiaľ je v trende podniky skôr zatvárať, ako otvárať. Chcela by som tvoriť na Slovensku, pred-

tým by som však ešte na čas uprednostnila pôsobenie v zahraničí - vo forme stáží na zahraničných školách, alebo pracovné skúsenosti v rôznych zabežaných odevných firmách. Prináša to so sebou veľa skúseností a inšpirácií. Vždy je výhodné sa na vec pozerať z rôznych uhlov. Učím sa celý život a konfrontácia s názormi iných ľudí z odevného alebo školského prostredia je pre mňa určite veľmi prínosná.

Nepochybne sleduješ tvorbu slovenských odevných dizajnérov - či už vekových súputníkov, alebo generačne starších profesionálov. Sú podľa teba odporovateľné nejaké špecifiká slovenského módnego dizajnu?

Čo sa týka slovenského módnego dizajnu, je ťažké to zhodnotiť. Pod tento pojem možno radíť viac-menej úzky okruh ľudí a je dosť ťažké sa presadiť a zviditeľniť. Charakter slovenskej módnego scény v posledných rokoch operuje s pojmom celebrity, okolo ktorých sa krúti svet. Mám pocit akoby módni návrhári tvorili len pre ne, pre pár ľudí, a na realitu a ulicu, kde to žije, sa zabúdalo. Na uliciach sa nosia zahraničné značky, trendy prichádzajú tiež zo zahraničia, akoby naša módnego scéna ignorovala fakt, že aj Slovensko dokáže byť originálne, určovať a presadzovať si vlastný dobrý dizajn. Len pár zasvätených z okolia to vníma, ale na



verejnosť prenikne len málo. Ale to už je zasa o inom.

Myslím, že je len otázkou času, kedy to tu naozaj začne fungovať a prichádzajúca generácia dizajnérov rozhybe ľudí, módu a aj módnego biznis.

Čo bolo tvojou hlavnou inšpiráciou pre vznik kolekcie na motív zadania Dialóg tela a odevu, za ktorú si získala víťazné ocenenie Talent roka 2007?

Téma Dialóg tela a odevu ma zaujala ihneď. Spracovala som vzťah tela a odevu v konštrukčnom a strihovom riešení tak, že som odev posunula o dve priamky dole, ako som už spomínala. Išlo mi o hru tvaru a siluety, kde je na prvý pohľad všetko, ako má byť, ale pri bližšom nahliadnutí je na odevu poznať zmenu a posun vrchného odevu do dolnej časti tela. Je to zmena harmonická,

neruší, nekričí, len nevtieravo z odevu vytvára niečo iné.

Čo bolo pre teba na realizácii kolekcie najdôležitejšie?

Najdôležitejšia bola pre mňa samotná kresba, návrh. Bola na nich dokonale zachytená myšlienka a idea práce, ktorú som sa čo najvernejšie snažila preniesť do materiálu. Pre mňa je dôležité nápady zachytené v kresbe zrealizovať čo najvernejšie. Rovnako mi záležalo na vypracovaní a voľbe materiálu. Vlastne celý proces, od zadania témy po prezentovanie výsledného diela, je nesmierne dôležitý a zaujímavý. Dôležitý je každý jeden krok. Výsledný odev je potom čo najlepší a je to na ňom vidieť. ■

Coat down, Dress down

salone internazionale del mobile milano 2007 očami 3 návštěvníků

miláno a kartell text Ing. arch. Ludvíka Kanická, CSc.

zdroje a foto tlačové materiály Salone del Mobile a časopis Intramuros 129

Slovo Miláno v ústech nábytkáře znamená jediné: označuje nejvelkolepější přehlídku evropského nábytkového designu Salone Internazionale del Mobile. Samotné jméno severoitalské metropole už v sobě nese něco noblesního. Jak jinak a kde jinde by měla být přehlídka kultivovaného nábytku, ne-li v srdci průmyslového regionu s výraznou tradicí nábytkářské výroby. Vždyť Itálie se společně s Německem a Francií dělí o první tři místa v evropské produkci a italský design je skutečně „značka“. Ta mimochodem není asociována výlučně s nábytkem. Obdivujeme italská auta, italské boty, italskou módu... Proč právě nábytek, když zrovna mnoho autorů skvělého designu z Itálie nepochází? Ale to předbímám...

Velkolepý „festival nábytku“ rozhodně není omezen „jen“ stěnami výstavního areálu. Probíhá v celém městě pod názvem Fuori Salone. O jeho nezaměnitelnou atmosféru pečuje organizátor, italský časopis bytové kultury Interni. Ten každoročně vydává brožuru Interni itinerari, ve které mapuje den po dni celkem 360 událostí probíhajících v době konání milánského veletrhu nábytku mimo výstaviště.

Velkou koncentrací designu a protipólem čtvrti Rho je jihozápadní městská část Zona Tortona. Zde je řada průmyslových staveb, zajímavých dvorů a zákoutí, které na rozdíl od naleštěného výstavního areálu vytvářejí zvláštní „oprýskanou kulisu“ celé řadě drobnějších či větších expozic firem, designérských studií a ateliérů, kde je k vidění zejména na experimentální činnost.

Dalším pilířem milánského nábytkového svátku ve městě je pak původní výstavní areál Trienále. V době konání salónu zde letos probíhala mimo jiné putovní výstava Supernormal, kolekce několika stovek „obyčejných“ předmětů skvělého designu, kterou vybíral japonský designér Naoto Fukasawa společně s Jasperem Morissonem.

Vzhled k této rozmanitosti je jisté, že na návštěvu Milána je nutné rezervovat si několik dnů. Při kratší době pobytu není možné vše obsáhnout při zachování rozumné míry schopností vnímání, a tak je třeba postupovat metodou priorit: např. navštívit nejvýznamnější akce Zony Tortona, pak zamířit do výstavního areálu a skončit ve městě. Základní výstavní schéma salonu se nemění: nábytek z kategorie „design“ „moderna“ a „klasika“,

obrok se střídají odborné salony osvětlení a kuchyní a nedílnou součástí je pavilon experimentů Salone Satellite.

Stejně nemožné je i v krátkém článku nastínit nejnovější trendy v oblasti bytové kultury, jak se občas po novinářích vyžaduje. Již samotné slovo trend není zcela v pořádku. Vždyť náš interiér by neměl podléhat krátkodobým změnám a marketingovým hlediskům. Proto mne na salónech tohoto formátu obvykle zajímají tři věci. Především je to celková scénografie expozic a jejich schopnost v tak obrovské konkurenci návštěvníka zaujmout, dále je to samozřejmě samotný nábytek a v neposlední řadě dynamický faktor výstavy, to znamená firemní personál. No a v mém případě především samotní tvůrci – designéři. Proto jsem si vybrala firmu Kartell. Na

ní lze totiž všechna tato hlediska názorně předvést.

Firma je světovou jedničkou ve využívání plastů. Vznikla v roce 1949 v průmyslové oblasti milánské provincie a v roce 1974 vybudovala nový objekt v městečku Noviglio. Vyznačuje se intenzivní aplikací výzkumu, inovací a využitím moderních technologií. Jedním z technických ředitelů firmy byl i proslulý designér Alberto Meda. Sortiment je nadčasový. Tvoří ho originální a široká řada snadno udržovatelných výrobků z polypropylénu a polykarbonátů odolných vůči atmosférickým změnám. Mohou být opakní, polotransparentní či transparentní. Svým designem se samy nabízejí k interakci s jakýmkoliv stylem. Jsou kosmopolitní a nomádské, aplikovatelné v libovolném prostoru. Kolekce křesel, židlí, stolů, úložných elementů a drobných doplňků má využití od bytových interiérů pro kavárny, hotely, letiště a jiné veřejné prostory. Zásadní roli v procesu rozhodová-

ní zákazníka hraje také nečekaná barevnost sortimentu.

Obchodní úspěch firmy spočívá v její spolupráci se špičkovými designéry. Dlužno zdůraznit, že většina z nich není původem z Itálie, ale dokázali se sžít s firemním stylem, který permanentně kultivují. Na letošním salónu předvedli inovace tito dnes již uznávaní evropští tvůrci: Ronan&Erwan Bouroullec (pohovka Pol -3), Antonio Citterio (stolek Flip, židle Spoon Chair-4), Patrick Jouin (židle Thalia-5), Ferruccio Laviani (lampa Neutra, Toobe), Piero Lissoni (židle Lizz-7, křeslo Pop-9), Philippe Starck (židle Mademoiselle-1, Dr. Yes-10, Mr. Impossible, váza Misses Flower Power-2, stolek Tiptop-8) a Marcel Wanders (taburet Stone-6). Patrick Jouin a Marcel Wanders jsou v teamu nováčky, k dalším dlouhodobým firemním spolupracovníkům patří Ron Arad, Anna Castelli Ferrieri, Michele de Lucchi, Alberto Meda, Paolo Rizzato, Patricia Urquiola a zesnulý nestor designu Vico

Magistretti. Expozice na milánském výstavišti se nesla v duchu dvou velkých témat: oslava 20-letého výročí spolupráce s Philipem Starckem a zahájení spolupráce Kartellu se stylysty Domenicem Dolcem a Stefanem Gabbanou.

Když v roce 1987 předvedl Philippe Starck na milánském salónu stohovatelnou židli Dr. Glob s polypropylenovým sedákem, nikdo netušil, že se spolupráce protáhne na 20 let. Po tuto dobu nepřestával Starck obohacovat výrobní program firmy modely odvážného designu, mezi nimiž vyniká zejména Louis Ghost. Je to vlastně redesign křesla z období krále Ludvíka XVI., který barokní tvary vyjadřuje současným materiálem. Jeho nadčasovost a použitelnost v jakémkoliv interiéru způsobila, že je forma židle nepřetržitě v provozu, o čemž svědčí i úctyhodný počet, 150 000 vyrobených exemplářů.

Oslavy byly zahájeny hned v lednu v kolínském showroomu



1



2



3

- 1 Mademoiselle, Philippe Starck,
- 2 Spoon Chair, Antonio Citterio
- 3 Dr. Yes, Philippe Starck

instalací „Kartell Popstyle“, dle návrhu dalšího firemního designéra Ferruccio Lavianiho. Tématem výstavy byl komiks a reklamní jazyk. Za tímto účelem byla vyrobena limitovaná série židle Louis Ghost ve stylu pop-art s pruhy a puntíky. Ve stejnou dobu se na pařížském bulváru Raspail objevila ve vitrínách butiků židle Mademoiselle, interpretovaná v honosných dezech firm Burberry, Missoni Homme, Dolce&Gabbana, Moschino, Valentino... Slavnost vyvrcholila na milánském veletrhu, kde Philippe Starck předvedl židli Mademoiselle v nonkonformním leopardím de-

zenu Dolce&Gabbana a maxivázu Misses Flower Power. Tento nový výrobek opět boří vžitá schémata, a to nejen svojí obří výškou 164 cm, ale i použitím vnitřní a vnější formy a kontrastem průsvitných tvarů s opakními. Je to produkt příznačně originální a lehce ironický, se kterým Kartell proniká mimo sféru nábytku do oblasti bytových doplňků.

Současná doba je charakteristická nekonečnou kombinovatelností dříve nekombinovatelného. V tomto duchu Kartell díky Philippu Starckovi výrazně přeběhl dobu. Je také typickým představitelem propracované

technologie ve službách veřejnosti. Modely jsou dostupné každému milovníkovi dobrého designu. Na druhé straně je třeba zdůraznit i exkluzivitu a luxus, kterou vyjadřuje spolupráce se styly, jako současný trend v designu nábytku.

Návštěva salónu v Miláně by měla být samozřejmostí pro všechny nábytkáře. Jsme členy Evropské unie a její konkurenční prostředí je nesmlouvavé. Inspirace je nezbytná, vždyť firemní ekonomika s ní i bytovou kulturu společnosti může často posunout dopředu i zdánlivě nenápadný nápad. ■

kontrashow truc salón

ak si už teraz plánujete aprílovú cestu do milána v roku 2008, rezervujte si vo svojom cestovnom itinerári aspoň dva dni na vzrušujúce aktivity v pulzujúcej štvrti zona tortona!

Milánsky týždeň dizajnu je koncentrovaná prehliadka inovatívnych tvorivých nápadov dekoncentrovaná do viacerých lokalít lombardského priemyselného centra. Nosnou scénou je tradične I Saloni, salón nábytku organizovaný výstavníckou spoločnosťou Cosmit. Megalomanská show sa už druhý rok tešila z čerstvého veľtržného komplexu Rho Pero, ktorý navrhol taliansky architekt Massimiliano Fuksas ako strapec obrích pavilónov usporiadaných okolo ústredného 1,5 kilometra dlhého korza. Jeho dominantou je rozvlnený sklenený baldachýn prekrývajúci celý areál.

Užívateľsky veľmi pohodlné prostredie salónu nábytku hostilo tento rok okolo štvrtí milióna návštevníkov, zvedavých na expozície noviniek vyše 2 500 nábytkárskych spoločností. Podstata salónu je však skôr kontraktáčna, než prezentačná; preto priťahuje pozornosť hlav-

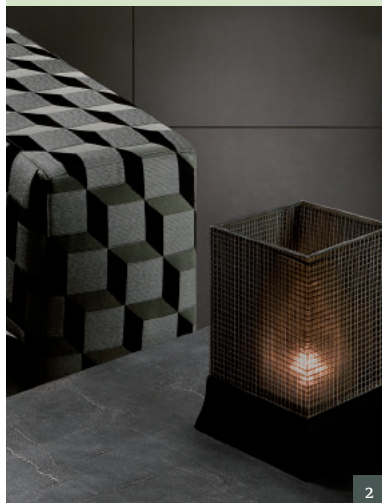
ne obchodníkov či architektov hľadajúcich partnerov pre svoje projekty. Tým, ktorí na týždeň dizajnu neprišli z pracovných dôvodov, môže prílišná upätosť I Saloni, frenetický zhon a prevaha (hoci dobre padnúcich) oblekov prekážať. Tí sa môžu radšej orientovať na milánske centrum, ktoré je domovom vlajkových showroomov najprestížnejších spoločností, nakopených najmä na Via Durini, a módneho „posh“ distriktu Brera. Tu však vládne nedotknuteľná, jemne snobská atmosféra luxusu, s ktorou to ne-

treba preháňať.

Preto je nakoniec najočakávanejším a najviac vyhľadávaným dejiskom Zona Tortona – bývalá priemyselná štvrť postupne premenená na pulzujúci kotel dizajnerskeho nadšenia. Po piatich rokoch predchádzajúcich edícií Zona Tortona Design Event, zahájených v roku 2001 komornou show Giulia Cappelliniho, je dnes avantgardným podujatím s charakterom niekde na polceste medzi „salónom odmietnutých“ a truc akciou naproti veľkému konzervatívne osadenstvu



Dizajnerská štvrť Zona Tortona je miestom patriacim hlavne mladým a nezávislým. Tvorí rafinovanú opozíciu trochu strojeného salónu v Rho Pero. www.zonatortona.com



2



3

- 2 v Armani Teatro, neprístupnom stánku aristokratickej vznešenosti, bola predvedená nová kolekcia Armani Casa, založená na najvyberanejších druhoch materiálov.
www.armanicasa.com
- 3 vnútorné terasy v modelovom príbytku Underconstruction skrývali vzácnu kombináciu ticha, tieňa a absencie ľudí – dokonalé miesto na oddych od expozičného ruchu.
- 4 tradičným vystavujúcim v Superstudio Piu je Tom Dixon, aktuálne zameraný na starobylé techniky spracovania kovov – napríklad v podobe tepaných tienidiel Beat Lights
www.tomdixon.net

v Rho Pero. Zona Tortona sa stala scénou jedinečných akcií medzinárodnej dizajnerskej komunity; s návštevníkmi hlavne z radov mladých dizajnérov, študentov a všadeprítomných „trend-setterov“ (lovcov novín, vychytávačov a cool kreatívov). V Tortone vystavujúce spoločnosti sú garantmi okázalých, a predsa ľudsky prívětivých prehliadok, ktoré so sebou prinášajú aktuálne názory na interiérovú, nábytkársku a dizajnersku

tvorbu. S ľahkosťou nekonvenčných postojov či nezávislých ideí tu z každej strany prýšči energia módného a dynamicky sa rozvíjajúceho odvetvia dizajnu životného štýlu.

Superstudio Piu – rozľahlé priestory továrenských hál – je miestom, kde celý nápad s autonómnou štvrtou dizajnu vznikol. Dnes tradične hostí avantgardných vystavovateľov, ako sú holandskí dobrodruhovia od Moooi (ktorí však tento rok úplne

sklamali), Tom Dixon či príkladná francúzska organizácia V.I.A., pretláčajúca inovatívne nápady začínajúcich autorov. Podzemie Superstudia sa ocitlo v réžii tureckej iniciatívy ILK, ktorej cieľom je zviditeľniť Turecko, podľa všeobecnej (a rozhodne nesprávnej) mienky dizajnerskej nezaujímavý región. Nádvorie zasa ovládla puristická architektúra Underconstruction – projekt montovaných domov, pri vývoji ktorých spojili svoje úsilie di-

text Zuzana Zacharová, design factory foto Helena Voleková

vivat taška!

Vlastniť tak tú najkrajšiu a najzaujímavejšiu... Takú, čo sa mi práve hodí k oblečeniu? Alebo radšej tú, čo isto unesie tú neuveriteľne ťažkú kôpku prísneho výberu katalógov? Aaach... tak to je ona, tú musím mať!

Neuveriteľné, čo všetko prehrmí myslou architekta ženského rodu počas návštevy obľúbeného I SALONI INTERNAZIONALE v Miláne. Každoročné nadšenie z nových trendov v dizajne nábytku vystriedal minulý

rok úctivý obdiv k vesmírnej a nadčasovej architektúre nového výstavného areálu. Atmosféra ma zasiahla natoľko, že pre znovunastolenie vnútornej harmónie som sa tento rok celkom prirodzene

zamerala na veci drobné, spotrebné, veľmi trendové a zdanlivo neperspektívne. Napríklad papierová taška. Fascinuje ma na nej najmä jej krátka životnosť a moment aktuálnosti. Toto nie je „design



4

zajnírka Paola Lenti s Bestetti Associati a niekoľkými ďalšími spoločnosťami. Ich rezervované dielo s elegantnými detailmi a upokojeným imidžom ostro kontrastovalo s uponáhlanou pestrou masou neustále sa pohybujúcich návštevníkov. Vnútorne dvory miesovsky rozvoľneného príbytku sa preto stali vyhľadávanou black-out zónou na odpočínok či únik pred zhomom.

Okrem Superstudia a niekoľkých ďalších továrenských

hál na Via Tortona boli mnohé výnimočné akcie roztrúsené aj v okrajových častiach Tortony. Nový dizajnový hotel NHow od Mattea Thuna sa konečne zaskvel v celej svojej nádhere. Nadja Swarovski a jej dizajnérsky uvedomelá interpretácia krištáľových lustrov predstavila ďalšiu várku celebrit a top dizajnérov, ktorí sa zmocnili večnej krásy brúseného skla v trblietavej inštalácii Swarovski Crystal Palace. A napokon

DuPont, spoločnosť, ktorá pred štyridsiatimi rokmi vyvinula dnes vyhľadávaný Corian, uviedla inovatívny koncept Corian Nouvel Lumieres, na ktorom spolupracovala so svetoznámy architektom Jeanom Nouvelom (pozri Designum 02/07). Komplexné obytné prostredie, celé vytvorené z Corianu a z nehmotného svetla, patrilo k skutočnému vyvrcholeniu Zony Tortony a vlastne celého Milánskeho týždňa dizajnu. ■

forever“, o ktorý všetci denne úporne bojujeme. To je „design for this moment“, prinášajúci dizajnérovi obrovskú dávku tvorivej slobody. Papierová taška je ten správny produkt, ktorý okrem svojho obsahu unesie aj odvážne posolstvo z oblasti nových trendov v grafickom dizajne a experimentov v komunikačnej stratégii firiem. No čo je najpodstatnejšie, okamžite uspokojí našu prirodzenú túžbu vlastniť krásnu vec. Hoci len na chvíľu... ■



národní cena za design 2007, ČR

jan kolář — design nesmí být povrchní

grafický dizajnér a držitel české národní ceny za design 2007
za návrh jednotného vizuálního štýlu
královohradeckého kraja

Študoval si Vyššiu grafickú školu a Vysokú školu Umeleckopriemyslovú v Prahe, v ateliéri grafického dizajnu a vizuálnej komunikácie. Vnímaš medzi zmienenými školami rozdiely? Dala ti niektorá z nich viac než tá druhá? Základní rozdíil mezi Grafickou školou a Umprum je asi v tom, že Grafická škola připravuje studenty zejména na zvládnutí rutinní práce grafika ve studiu a na Umprum se student dále specializuje jako samostatný grafický designér. Obě školy byly pro mě důležité. Grafická škola byl pro mě začátek všeho, i když na samém začátku studia jsem o Umprum ani nesnil, tak na konci absolutoria jsem to přeci jen zkusil. Na podruhé se mi pak podařilo být třetím z těch asi 150 každoročních uchazečů. Zpočátku mi to příliš nešlo, nerozuměl jsem si s profesorem, spolužáci byli někdy nafoukaní a studení, což v ateliéru, kde je celkem ze všech ročníků zhruba 20 lidí, je pak znát na celkové atmosféře. V polovině studia, kdy přišel nový profesor Rostislav Vaněk, se to zlomilo, a ty následující tři roky mi daly ohromně moc.

Už takmer desaťročie pracuješ vo vlastnom grafickom štúdiu, no grafické štúdio má aj tvoj otec, u ktorého si pracoval v rokoch 1995 až 1998. Dalo by sa tomu rozumieť tak, že grafický dizajn máte takpovediac v rodine? Nelákali ťa aj iné formy dizajnu?

Ano, jsme taková výtvarnická rodina, jak říká můj kamarád „vydesignovaná rodinka“. Sestra, táta a švagr dělají také grafický design a máma je textilní výtvarnice. Nejdříve jsem se výtvarnému zaměření snažil vyhnout, chtěl jsem se věnovat spíše literatuře, ale nakonec jsem se dobrovolně přidal k rodinné tradici a celkem jsem tomu rád, i když... I když si myslím, že dnes bych šel studovat architekturu nebo fashion design. Přejde mi, že grafický design je u nás stále trochu podceňovaný oborem. Sice je velmi frekventované slovo „vydesignovaný“, ale málokdo ví, že než designér profesně „vydesignuje“ sám sebe, trvá to roky – v případě vysokoškolského studia stejně dlouho jako třeba medicína. To jsem ale začal z té temnější stránky. Faktem je, že

i přes všechna ta úskalí a někdy i díky jim je grafický design hodně zajímavá profese. V Čechách stále ještě zůstává prostor pro sólo výtvarníka nebo malé studio i v projektech, které v zahraničí většinou dělá velká agentura. Takové projekty dělám nejraději, obecně mě přitahuje taková práce, která v něčem přesahuje rámec grafické úpravy. Projekt, u kterého musím „na zelené louce“ přemýšlet v širších souvislostech, vymýšlet, obhájit a následně vyrobit systém, který by měl fungovat alespoň tak dlouho, jak trvalo mé studium. Myslím si, že kvalitní design vytváří sice nenápadně, ale za to s větším a pravidelnějším příspěvkem něco jako úroveň obecného vkusu a estetiky.

... myslím, že by to minimálně malo byť jedným z jeho poslání. Aké sú podľa tvojich osobných kritérií znaky dobrego grafického dizajnu a ako vnímaš pozíciu a možnosti grafického dizajnéra v súčasnej vizuálnej kultúre?

Myslím si, že dobrá práce grafického designéra se v zásadě neliší od jiných profesí. Stejně jako všude jinde i tady platí, že



dobrá práce je ta, kterou člověk dělá poctivě s nadšením, s odborností, s inteligencí, s úsměvem a s vizí, která přesahuje krátkodobý pohled nebo prospěch. Je to trochu něco jako v partnerství. Aby jste si někoho všimli, musí vás zaujmout, přitahovat nejen na první pohled, musíte mu rozumět a chtít být porozuměn, pak chcete vytvářet trvalejší a hlubší vazbu. Stejně je to s designem a jeho pozicí v kultuře, nesmí být jen sexy, nesmí být nesrozumitelný, ale zároveň nesmí být povrchní, pak funguje vizuální komunikace, která může mít širší a hlubší dopad než jen billboardově sloganový efekt „lásky na první pohled“.

Na svoj vek máš obdivuhodné množstvo skúseností z pôsobenia na poli grafického dizajnu, veľa realizácií, niekoľko ocenení... Kedy sa ti začalo dariť a čo všetko tomu predchádzalo?

Zkušeností není nikdy dost, ale je pravda, že jsem měl to štěstí, že už na Grafické škole jsem se dostal k některým zajímavým realizacím, které jsou dodnes v mém portfoliu. Často to byla úplná náhoda, nebo spíš má tehdejší drzost. Například jsem

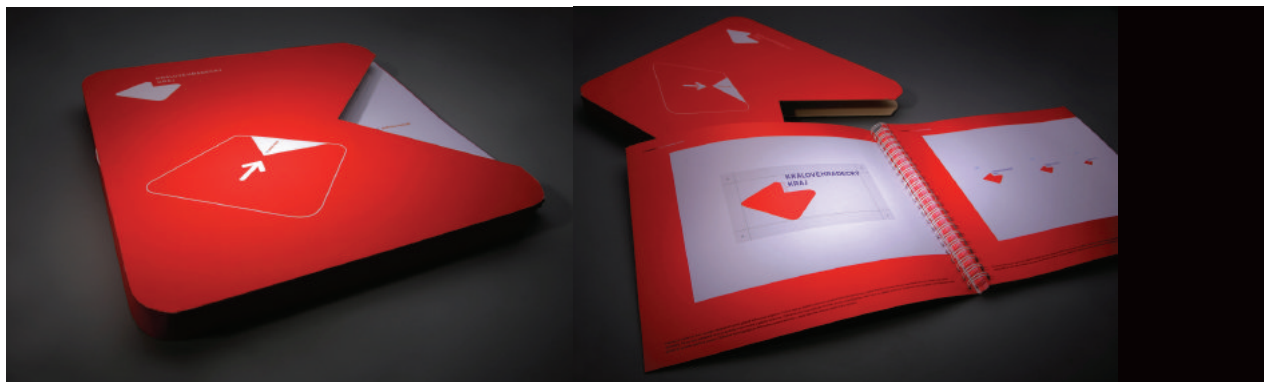
jezdil pravidelně domů z Masarykova nádraží. Tak jsem jednou zašel k přednostovi stanice a dohodl se s ním na vytvoření logotypu, který jsem tehdy ještě celý ručně kreslil a za honorář jsem si pak mohl před cestou domů půl roku kupovat párek. Později jsem pak dělal další logotypy, výroční zprávy a katalogy. Měl jsem opět štěstí, když jsem půl roku před termínem diplomek uspěl v soutěži na jednotný vizuální styl města Pardubice. Tento projekt jsem pak realizoval jako svou diplomovou práci. Byla to opravdu zajímavá zkušenost. Pro město jsem nakreslil autorskou abecedu, ze které je vytvořen logotyp a kterou používá celý magistrát. Vytvořil jsem podrobný manuál, ale i třeba volné návrhy na trička, která se prodávala v rámci dnů Evropy, navrhl jsem městské vlajky na jednotlivé akce, i kompletní corporate třeba pro městskou policii včetně návrhu vzhledu aut policie, která už dva roky jezdí po městě a další jiné aplikace. Tahle práce mě ohromně bavila.

V českej Národnej cene za dizajn 2007 si opäť zvíťazil – tenoraz s jednotným vizuálnym

štýlom Královohradeckého kraja. Ako si pri navrhovaní postupoval v tomto prípade? Poznáš miesta, ktorým vytváraš kompletnú vizuálnu identitu, osobne?

Je pravda, že prvotní pozitivní zkušenost z podobné práce v Pardubicích mě i v případě Královéhradeckého kraje motivovala k tomu, abych i tady před navrhováním jednotného stylu město, kraj alespoň trochu poznal. Stejně jako v Pardubicích jsem se vypravil na místo a udělal spoustu fotek a osobních zápisků. Tento nasbíraný materiál byl pak prvotní materiál k přemýšlení o vizuálním stylu jak z pohledu profesního designéra, tak z pohledu návštěvníka místa (pro kterého styl jako prezentace je v první řadě určený) a částečně i z nezaujatého pohledu obyvatele daného místa.

Spolupracoval si s viacerými veľkými firmami, klientmi (Dental, Krušovický pivovar), realizoval si jednotné vizuálne štýly niekoľkých veľkých zadávateľov (Kanzelsberger, Mezinárodní veletrh Svět knihy, Voleman), výročné správy, katalogy, prospekty známých



koncernov... Aké sú tvoje skúsenosti s týmto typom kooperácie? Je to skôr otázka kompromisov, alebo pociťuješ dostatok slobody a priestoru na vyjadrenie vlastnej kreativity?

Mé zkušenosti s těmito klienty jsou většmě dobré. A co se týká kompromisů – použiju-li opět přirovnání s partnerstvím – je samozřejmé, že bez nich to nejde, což chápu jako přirozenost. Stejně jako partner vnímá partnera ne jako exponát, ale jako někoho, kdo mu přináší novou dimenzi, tak klient od designéra žádá autorský, ale zároveň partnerský pohled.

Existuje nejaká požiadavka od klienta, ktorú by si pri svojej práci už nebol ochotný akceptovať?

I toto téma jsme na škole diskutovali. Obecně nestisknu bzučák dveří v domě, ve kterém mám atelier, někomu, jehož činnost je v rozporu s mým svědomím. Namátkově se má práce nikdy neocitne v sousedství různých totalitních nebo rasistických designových symbolů. Dále už je to na konkrétním případě, svou roli může hrát stavovská hrdost, ale nakonec i starost o konečný

prospěch klienta.

Čo si myslíš o absencii teoretickej reflexie dizajnu, ktorá zatiaľ pretrváva na školách ako na Slovensku, tak aj v Čechách? Je podľa teba dôležitá reflektovať dizajn aj z teoretickej stránky?

Určitě, to pociťuji v každém delším rozhovoru a myslím, že tento nedostatek je znát. O čemž svědčí i jeden česko-slovenský příklad, kdy pokud vím v Čechách vyšel v posledním desetiletí jen jeden ucelenější soubor dějin designu, který je překladem slovenské práce pana Zdena Kolesára. Občas vycházejí zajímavé články, ale ty nezačínají širší spektrum. Myslím, že tato mezera bude také časem zaplněna. Víím o tom, že se uvažuje (možná už je schváleno) o čistě teoretickém doktorandském studiu na Umprum.

Ako hodnotíš súčasnú scénu grafického dizajnu v Čechách?

Co se týká současné scény grafického designu v Čechách, tak v tomto pohledu jsem asi poměrně kritický. Možná by se zde hodila parafráze, že jaký je národ, takovou má scénu designu. V Čechách jsou hlavní před-

stavitelé designu určitě profesně na výši, ale někdy a někteří jsou zaprdění, ustrašení o své pozice a zakázky, celkově v jednáni malincí v ruku v ruce s heslem malá domů. Atmosféra kolem grafického designu se pak v Čechách někdy více než v zahraničí točí kolem toho, kdo s kým, než o čem. Mrzí mě, že tento malý švejkovský tingltangl pak často sveze i potencionální kandidáty na nové osobnosti oboru.

Si spokojný s úrovňou českej Národnej ceny za dizajn?

Na můj vkus je samotná úroveň Národní ceny za design, její předávání a prezentace trochu „kožená“, vadí mi nedobrá úroveň prezentačních materiálů i výstavy, vadí mi poměrně malá provázanost s médií. Ale podstatným faktem bez ohledu na formu zůstává, že se jedná o nejvyšší státní ocenění za design, kterého si já osobně velmi vážím. Stejně jako činnosti samotného Design centra, která by mohla být, tak jako vše, v mnohém lepší, ale v širším kontextu je jedinou takovou institucí v zemi. V současné době uvažuje momentální ministr průmyslu o zrušení této instituce. To je neuvážený

KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ



krok, protože zatím neexistuje jiná relevantní instituce nebo sdružení, které by mohlo činnost Design centra nahradit. Ze svého vlastního příkladu mohu uvést, že v zemi, kde grafický design vzniká živelně, neodborně a každý regionální sportovec zasedá v komisi, která jej posuzuje, je stále ještě zapotřebí profesně organizovaná instituce. Vedle designu pro Královéhradecký kraj vznikají i v současnosti dál designy pro jiné kraje za desetinový honorář, s desetinovou

ambicí a profesionalitou. Faktem zůstává, že všechny mě známé projekty, které pomáhalo organizovat DC ČR, jsou většinou zárukou kvality vedle těch, které budou znova a znova žádat granty na předělání nefunkčního designu vybíraného neprofesionály. Přál bych Design centru, stejně jako českému grafickému designu více respektu a alespoň část takové radosti, kterou jsem měl já, když jsem od DC po „Dobrém“ a „Vynikajícím designu“ obdržel i „Národní cenu za design“. ■



témy, o ktorých sa dobre rozpráva...

cesta ku krásnej knihe: aleš votava

ak čitatelia hovoria o „krásnej knihe“, s najväčšou pravdepodobnosťou myslia na jej ľudský a dojemný obsah (nezasvieti aj vám príklad babičky boženy němcovej?). ak o krásnej knihe hovoria odborníci spojení s knižnou tvorbou, majú na mysli skôr jej komplexnú estetickú hodnotu prejavujúcu sa harmóniou typografického riešenia a všetkých prvkov dizajnu, väzby, tlače a vôbec originálnym prístupom k jej spracovaniu.

Často je krásna kniha podľa odborníkov na dizajn bibliofíliou, spracovanou navyše autorskými technikami. (Neviem, či sa mi to len zdá, ale pojem krásna kniha už v súčasnosti nie je často počuť mimo špecializovaných profesionálnych kruhov.) Krásnej knihy sa radi dotýkame, listujeme v nej, objavujeme to, čo do nej vložili jej autori. Myslím, že do kategórie krásnych kníh patrí aj monografia Aleš Votava, ktorá vyšla tento rok v spolupráci SNG a vydavateľstva Slovart. Jej editorka Dagmar Poláčková s kolektívom a Vladislav Rostoka, jej dizajnér, potešia svojím dielom mnohých.

Kniha o kultovom scénografovi a osobnosti Alešovi Votavovi by

nemala zostať čitateľmi časopisu designum nepovšimnutá. Pre mňa sú na nej zaujímavé viaceré detaily súvisiace s členením kombinovaného odborného a beletristického textu – v skutočnosti je tu prítomných viacero prelínajúcich sa druhov textu. Predovšetkým ma však zaujal súlad dizajnu a informácií, ktoré publikácia poskytuje, či už obrazových, alebo textových, a organická komplexná predstava o diele a osobnosti Aleša Votavu vyrastajúca z monografie („Aleš spájal ľudí, bol priateľský – vedela som, že toto sa musí dostať do knihy,“ hovorí editorka knihy).

Žiada sa mi spýtať sa autorov knihy, ako to bolo s ich spoluprácou – často je ťažké dokonale

zlaadiť prácu autora/redaktora s prácou autora/dizajnéra, chce to jasné pochopenie potrebnosti a špecifik práce jedného i druhého, nehovoriac o ďalších faktoroch, ktoré do tvorby zasahujú (výrobné, finančné).

Základným kameňom toho, že z knihy sa stal komplexný dokument, bola erudícia Dagmar Poláčkovej v oblasti scénografie a konkrétne výborná znalosť diela Aleša Votavu – publikácii predchádzal jej dôkladný výskum (vrátane spracovania Votavovej pozostalosti) a súbežne príprava súhrnnej výstavy jeho diela (Aleš Votava, SNG, november 2006 – február 2007). Významnú časť prípravy tvorili stretnutia s ľuďmi blízkymi Votavovi, ktorým

predstavila koncept a štruktúru knihy. Reagovali pozitívne, dokonca priniesli ďalšie materiály, ktorými prispeli do publikácie, takže Poláčková mohla skompletizovať podklady a posunúť ich ďalej dizajnérovi knihy. Podľa jej slov myslela pri výbere výtvarníka publikácie na Vladislava Rostoku, pretože „narába s materiálom ako divadelný režisér, chápe veci v kontexte a vie ich pretlmočiť do dizajnu“. Dôvera, ktorá fungovala pri tvorbe knihy, sa prejavila pri „svietivej“ bielo-ultramarínovej obálke, ktorá je neprehliadnuteľná medzi ostatnými knihami a stala sa možno až logom monografie („**Biela na obálke svieti – na začiatku som**



mala pocit, že tam má byť čierna - okrem ultramarínovej, ktorá bola jasná od začiatku, lebo to je „Votavova“ farba. Keď som videla tú bielu, myslela som si, že to nie je vhodné, ale nakoniec som sa spoľahla na Vlada. Je profesionál, dobre sa s ním robí, akceptuje

pripomienky, ktoré majú zmysel, preto to môže dobre fungovať aj naopak - môže na niečom trvať a ja to akceptujem“) hovorí Poláčková.

„Koncert detailov. Detaily vsadené do čudesného celku. Realizmus v detailoch, surrealizmus v celku.“

„Máme teda radi jemného diváka... Vsádzame do svojich prác vždy nejakú skrytú hádanku - nejaký jemný rébus.“ (s. 11)

Pár úvodných stránok je predohrou, kde sa začína prelínať základný text s citátmi Votavových profesionálnych názorov,

ktoré uvedú čitateľa na pole scénografie. Ja pokladám vyššie uvedené citáty, týkajúce sa detailu, aj za motto autorov publikácie, na ktoré myslím počas listovania v publikácii (a čítania kapitol, ktoré ma upútajú - Votavova habilitačná práca Farba v priestore javiska,



jednotlivé podkapitoly komentovanej biografie, ktorá je excelentne spracovaná obsahovo i dizajnovo, predelové citáty, ktoré nielen spoľahlivo navodia ďalšiu tému, ale predovšetkým navádzajú čitateľa na vlastné uvažovanie).

Množstvo detailov v členení textu je pre

monografiu charakteristické – farebné odlišenie jednotlivých textov pomáha budovať kompaktnjší, čitateľnejší text, ktorý ale zároveň obsahuje všetky atribúty odborného textu (odkazy na pramene, identifikácia reprodukcí, vyznačenie názvov umeleckých diel atď.).

Toto sa najvýraznejšie prejavuje v spomínanej kapitole Komentovaná biografia, ktorá pracuje s textami rôzneho charakteru – denníkové záznamy Aleša Votavu, texty publikované v médiách, autorský text Dagmar Poláčkovej – jeden text vysvetľuje a dopĺňa druhý. „Je to

knih, ku ktorej sa dá stále vracieť. Čítanie odborných kníh nie je ľahké, výrazne pri nich pomáha aj grafická úprava,“ hovorí Poláčková.

Hodnotu (a krásu) tejto publikácie tvorí aj táto „interaktívnosť“, vyplývajúca z bohatého členenia textu, spolupráce textu a obrazu – je

tak aj lahôdkou pre informačných maniakov zvyknutých často získavať informácie z webových stránok. Takisto ako zo stránky na internete, možno aj z tejto knihy vytiahnuť odkaz, ktorý práve potrebujem alebo ma zaujme, sledovať jednu líniu a potlačiť inú. Mimoriadne dobre sa s publikáciou pracuje, keď pochopíme pravidlá a spomínané detaily jej spracovania. Nie je to však ťažké, autori nevytvorili len „naoko“ fungujúcu estetickú publikáciu, ale funkčný a veľmi súčasný dokument o výnimočnom človeku a profesionálovi, akým bol Aleš Votava.

pár odpovedí od vladislava rostoku, dizajnéra monografie o alešovi votavovi

Monografia venovaná Alešovi Votavovi vyvolala prirodzený záujem kultúrnej verejnosti kvôli svojej téme. Myslím, že vaše spracovanie dizajnu knihy ju posunulo ešte ďalej – z veľkej časti povinne faktografická publikácia, ktorá má poskytovať vyčerpávajúce informácie, je

príťažlivo vystavaná aj pre čitateľa, ktorý sa scénografi a divadlu nevenuje odborne. Viaceré atribúty dizajnu odkazujú k Votavovmu dielu alebo jeho názorom vyjadreným v texte, čím sa kniha stáva presvedčivým dokumentom. Na prvý pohľad zaujmú rôzne detaily dizajnu, ktoré nielen pomáhajú čitateľovi v orientácii, ale vhodne zdôrazňujú VÝZNAM textu alebo obrazového materiálu. Zaujíma ma, AKO z pohľadu vašej profesie takáto kniha vznikne – je to symbióza redakcie a dizajnéra (niekedy vzácna vec a v prípade Dagmar Poláčkovej a vás to asi vyšlo), stotožnenie sa s témou, ďalšie fakto- ry...?

Veľmi si cením veľkorysosť autorky textu Dagmar Poláčkovej, redaktoriek a riaditeľa vydavateľstva Slovart, ktorí mi v tomto prípade poskytli naozaj voľnosť v rozhodovaní o zásadných komponentoch stavby knihy (štvorcový formát, rozsah strán, princíp „rámovaného“ dizajnu, parafráza „klasicknej“ typografie...). Toto nie je u nás bežný jav, umožniť dizajnérovi pracovať podľa svojho spôsobu. A samozrejme, najradšej by som robil

iba veci, s ktorými som vnútorne spriaznený, ako bol aj tento prípad! **Dagmar Poláčková uviedla, že ste od redakcie, čo sa týka dizajnu, dostali dve konkrétne požiadavky – použitie „Votavovej“ ultramarínovej farby a farebne vyznačené texty (ktoré pôvodne vyznačila pre svoju potrebu)... Použitím ostatných grafických prvkov ste reagovali**

„našli“ a to sa odrazilo aj na živosti jeho monografie? Aká bola práca na tejto publikácii?

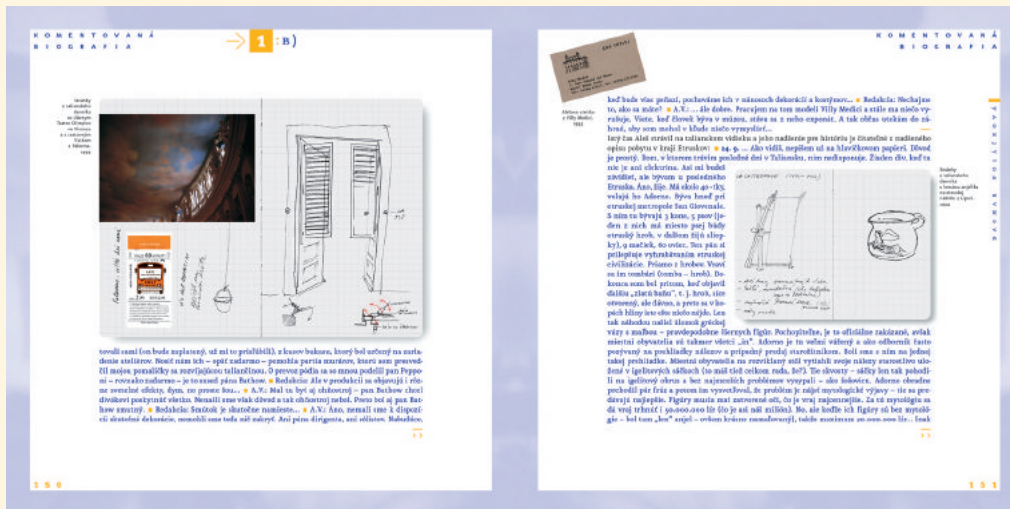
Túžba Aleša Votavu odpojiť sa od všednosti tohto sveta, vyjadrená v jeho práci a textoch, bola hlavným inšpirátorom koncepcie dizajnu a ovplyvnila ma aj osobne. Veľmi som chcel – spolu s autorkou textu – aby kniha bola iná, ako sú bežné monografie. Toto však logicky



na už hotové členenie knihy alebo sa aj počas vašej práce (pod jej vplyvom) menilo usporiadanie publikácie?

Reagoval som na autorkino členenie publikácie a jej predstavu o farebnosti, ktoré boli od začiatku definitívne. **Dá sa povedať, že ste sa v diele Aleša Votavu**

predurčila novátorská štruktúra usporiadania textov Dagmar Poláčkovej, ktorej cieľom bolo definitívne vyzdvihnutie z bezmennosti, lahostajnosti zabudnutia a zaradenie práce Aleša Votavu do našej kultúrnej pamäti. Chcel som, aby sa z hotovej knihy dal vycítiť náš rešpekt a obdiv, ale



aj to, že sme sa usilovali interpretovať jeho dielo s empatiou a láskou. **Hotová vytlačená publikácia vždy niečím prekvapí v porovnaní s návrhmi a maketami. Sú veci, ktoré nevyšli, ako ste si želali? A ktoré vyšli dokonale?**

Som vždy veľmi kritický k výslednej podobe kníh s mojou typografiou. V digitálnej podobe – na virtuálnej ploche obrazovky – vyzerať všetko akosi krajšie. V realizácii sa však dietko málokedy vydarí podľa predstáv a snov. Samozrejme, práca človeka nikdy nemôže byť dokonalá, i keď sa o to v rámci svojich možností veľmi usiluje. A naša polygrafická re-

alizácia ešte vždy veľa uberie z intenzity energie vlozenej do dizajnérovej práce. K svojim vytlačeným knihám si preto musím budovať vzťah postupne (po dostatočnom časovom odstupe občas prekonám aj pocity sklamaní z prípadných kompromisov v procese výroby). Ani v tomto prípade to nie je inak... **Čo sa týka konkrétnych detailov, zaujal ma napríklad rám, do ktorého je celá publikácia vložená (okrem zopár scén zalomených na spadavku) – ako vznikol tento motív? Evokuje mi napríklad praktickú ochrannú zónu proti zničeniu okrajov listovaním (ako pri starých**

cenných rukopisoch) alebo z významového hľadiska „zasadenie do divadelnej scény“... Sú ďalšie prvky, na ktoré by ste chceli čitateľov upozorniť?

Každá kniha by mala mať svoj štýl, charakter, tvár, povahové rysy, ktoré určujú jej detaily. Zásadnou vecou v tomto konkrétnom prípade bol formát knihy, evokujúci záujem Aleša Votavu o štvorcové sieťovanie jeho najdôležitejších návrhov (Tosca) a použitie votavovskej modrej farby aj v oreze strán. Mojm cieľom bolo, aby vznikla kniha – modrý objekt. Rámovanie uplatňuje multiplikáciu portrétu A. Votavu z obálky knihy na kaž-

dú stranu publikácie. Chcel som dosiahnuť dojem, akoby sa na nás pozeral spoza bielej plochy každej stránky a vytváral tak ochrannú zónu (o ktorej pekne píšete), ktorá by pomohla intenzívnejšie vnímať jeho práce v chaose okolitej reality. Formálnou inšpiráciou bol princíp „kukátkového divadla“ Aleša Votavu, kde je predstavené „zarámované“ do scény s priehľadmi a priezormi. (Princíp „rámovania“ používam veľmi často, už od roku 1978, odkedy ho má napr. skoro každý môj plagát. Pomáha mi k razantnému oddeleniu okolia od kompozície dizajnu a tým koncentracii jeho energie.)



Čím sa zaoberáte momentálne? Na čom pracujete a nad čím uvažujete?

Práve som odovzdal do tlačiarne publikáciu ART SCHOOL, o najstaršej výtvarnej škole na Slovensku (škola úžitkového výtvarníctva). Kniha podrobne dokumentuje (obsahuje vyše 1 000 reprodukcí na 488 stranách) jej veľmi zaujímavú históriu od roku 1930 a zásadný, rozhodujúci vplyv tejto inštitúcie na tvarovaní úrovne súčasného slovenského výtvarného umenia.

Ďalšie väčšie veci, ktorými sa teraz zaoberám, sú typografia knihy Slovenská grafika 20. storočia a vizuálny štýl Bienále ilustrácií Bratislava 2007.

Zisťujem, že rýchlym plynutím času akoby som stále menej počúval rozum. Spolieham sa už viac na svoje oko a cit a robím si svoju prácu podľa ich korekcií. V tomto sa stotožňujem s výrokom Andyho Warhola: „Ruky nestačia – treba hlavu, hlava nestačí – treba nápad, nápad nestačí – treba srdce!“



Zaujímavé komentáre k publikácii môžete nájsť v textoch od ďalších autorov:

Kadlecová, Jana: Čítim sa modro. Aleš (In: SME, 22. 3. 2007, s. 21)

Kasarda, Martin: Hra ako princíp života (In: Inspire 4/2007, s. 96)

Ptákčková, Věra: Monografie jako krásné umění (In: Kniha a spoločnosť 4/2007, s. 11)

so zuzanou lednickou

život štěstí překvapení

knihá život štěstí překvapení ilustruje život a práci grafického štúdia najbrt. publikácia je zmesou pestrej kolekcie projektov vizuálneho štýlu, grafických úprav kníh, výtvarného riešenia výstav, návrhov plagátov či špecificky koncipovaných aktivít, ktoré prekračujú klasické hranice odboru.



Úvod patrí eseji svetoznámeho kritika dizajnu Ricka Poynora, rozhovoru novinára a šéfredaktora časopisov Živel a Hype Michala Nanoru s grafickým dizajnérom Alešom Najbrtom a sprievodnej štúdií grafického dizajnéra a publicistu Alana Zárubu, ktorý je súčasne editorom publikácie. O grafickom vizuáli publikácie sme sa porozprávali s jeho autorkou Zuzanou Lednickou.

Ako ste postupovali pri koncipovaní grafického vizuálu knihy? Chtěla jsem vytvořit dobře čitelnou knihu, která ukazuje to podstatné z naší práce. Z toho vyplynulo i jednoduché grafické řešení. Formát jsem odvodila z typického formátu plakátů - tak abych s nimi mohla pracovat na celostraně. Popisy jednotlivých prací nemají jednotné místo, ale posunují se na stránkách podle potřeby. Veškerý text je spíš menší, bez velkých titulků - kladla jsem důraz hlavně na obrazovou část. **Z čoho ste vychádzali, aká bola vaša priama inšpirácia?** Nechtěla jsme vytvořit portfolio našich projektů, ale knihu, kde se potkává víc věcí najednou. Proces práce, každodenní život studia a lidí v něm. Procházela jsem si pro inspiraci již vyšlé knihy tohoto druhu a ujasňovala si, co se mi líbí a co ne. A také do jaké míry si můžeme hrát se strukturou knihy tak, aby stále byla srozumitelná. Práce například nejsou členěny jenom podle typu



zakázky, ale spíš podle přístupu a výsledného řešení. Důležitou roli také hrají předěly a vstup do knihy, vytvořené z detailů toho podstatného z naší práce – podivní lidé a objekty jako hlavní motivy plakátů. Prolíná se tu vedle sebe to esteticky krásné s ošklivým. Už tady, hned na začátku knihy jsem chtěla poukázat na to zásadní: studio nemá jeden styl – výsledné řešení jednotlivých projektů je ovlivněno jejich určením a obsahem. **Čo bolo prvotným impulzom nápadu so stieracou obálkou knihy?** Nápad vyšel z názvu knihy – chtěla jsem vytvořit něco, co bude mít více vrstev, kde bude něco skryté. Napadl mě princip stíracího losu. U tohoto řešení si každý majitel knihy obálku sám dotváří podle sebe. Každý kus je originál. **Narazili ste pri grafickom riešení na nejaký problém?** Trochu jsem si celou věc zkomplikovala použitím stříbrné barvy, která se objevuje jak v textu, tak v různých přetištěných plochách přes obrazovou část. Barva musela být dostatečně tmavá aby byla čitelná a zároveň dostatečně světlá, aby nesplývala s černou. **Aká bola spolupráca s redakciou, resp. editorom knihy Alanom Zárubom?** U této knihy jsme její strukturu vytvářeli v podstatě všichni. Na výsledném výběru projektů se podíleli všichni grafici našeho studia. Když jsem přemýšlela o názvu knihy, tak jsem si vzpoměla na název jedné Alešovi přednášky, který se mi zdál pro knihu a její obsah přesný. Alan Záruba na to navázal svými texty a rozdělil knihu do tří kapitol. Důležitou roli sehrál také Michal Nanoru, který se postupně čím dál tím víc aktivně zapojoval a ovlivňoval celkovou koncepci knihy. **Čo sa vám osobne na knihe najviac páči?** Proto, že práce na knize byla hodně vyčerpávající a já jsem ji v závěru nemohla už ani vidět a nebyla si jistá už vůbec ničím, tak jsem ráda, že jsem si k ní zase našla „něžný mateřský“ vztah. **Sú veci, ktoré vo finálnej realizácii nevyšli celkom podľa vašich predstáv?** Na konci knihy jsou naproti seznamu členů studia obrázky záměrně přetištěné a skryté stříbrnou barvou. Sice jsme dlouho hledali ideální kontrast – aby nebyly moc vidět, ale zároveň se daly „přečíst“ – stejně některé zmizely pod stříbrem. Asi to tak mělo být. **Je podobná publikácia v pláne v horizonte napríklad ďalších desiatich rokov, ako bilancia činnosti štúdia?** Kdo ví, co bude za deset let? Ale pokud to bude mít smysl, proč ne? ■



mladý obal 2007

Zúčastnené krajiny > Austrália, Česká republika, Francúzsko, Irán, Taliansko, Kanada, Litva, Nemecko, Poľsko, Slovensko, Srbsko, Španielsko, Švédsko, Taiwan, Turecko, USA, Veľká Británia, Rusko
Členovia súťažnej poroty > Jan Činčera (ČR), Zbyněk Houška (ČR), Jiří Kočandrle (ČR), Zoltán Salomon (SK), Przemyslaw Gieraltowski (PL), Vratislav Kytar (ČR), Milan Kabát (ČR)

obal je jedným z nástrojov predaja. dobrý predaj je podporený dobrou reklamou. obal je súčasťou reklamnej stratégie. denne nás atakujú rôzne druhy obalov. ich funkcia je v mnohom oveľa komplexnejšia než funkcia reklamy. nekončí len pri vizuálnom zatraktívňovaní príslušného produktu, ale aj informuje o jeho vlastnostiach a odlišuje ho od podobných výrobkov vo svojej kategórii. predovšetkým by však obal mal chrániť, a tým pádom spĺňať rôzne exaktné aj technologické parametre.

Súťaž Mladý obal existuje už dvanásť rokov. Logo podujatia komunikuje s jedným z najznámejších obalov s pôvodom v prírode – krehkou a zároveň pevnou vajíčkovou škrupinou. Odkazuje k najdokonalejšiemu obalu vôbec. Organizátori súťaže, ktorej ambíciou je podpora mladých tvorcov v ich profesionálnom raste, od počiatku nepochybovali o jej dôležitosti a relevantnosti. Prvý ročník (1996) hodnotili aj napriek väčším očakávaniam ako mimoriadne úspešný. Prihlásilo sa doň až 65 dizajnérov, nielen z Českej republiky, ale aj zo Slovenska.

V aktuálnom dvanástom ročníku Mladého obalu figurovalo 425 autorov z 18 krajín sveta. Za posledné roky konania súťaže je výrazný nárast súťažiacich študentov vysokých škôl. Zmeny zasiahli aj štruktúru oceňovaných autorov. V prvých ročníkoch vynikali najmä dizajnéri zo Slovenska, postupom času obsadzovali prvé miesta prevažne Poliáci a v súčasnosti sú to opäť Slováci a Česi. K výraznejším sa radia tiež študenti z Kanady a Ázie. Vyhlasovateľom a generálnym sponzorom súťaže je od začiatku spoločnosť Model Obaly, ktorá medzi výrobcami obalov z vlnitých a hladkých lepeniek v Českej republike zastáva

dominantnú pozíciu. V nultom ročníku mala súťaž ešte názov Mladý dizajnér, bola vyhlásená pre študentov stredných a vysokých škôl v Českej republike a jedinou úlohou prihlásených bolo zhotovenie návrhu originálneho reklamného predmetu práve pre firmu Model Obaly. V roku 1996 sa už do súťaže prihlásil neočakávaný počet študentov. Jej potenciál tak postupne vzrastal a profiloval sa. V roku 1997 sa súťaž premenovala na Mladý obal. Asi najvýraznejším zlomom v priebehu históriou akcie bol rok 2001, keď sa partnerom vyhlasovateľov stala Medzinárodná rada organizácií grafického dizajnu Icoagrada, ktorá k súťaži pritiahla záujemcov z ďalších takmer dvadsiatich krajín.

Napriek významu, ktorý súťaž v rámci budovania povedomia v intencióch určitej dizajnerskej disciplíny a society nesporne zohráva (jej účastníkmi môžu byť študenti stredných a vysokých škôl a mladí dizajnéri do veku 30 rokov), má aj niekoľko znepokojivých momentov. Návrhy obalov do súťaže sa majú vzťahovať výlučne k nízkorozpočtovým materiálom, kartónu, lepenke, prípadne prírodným elementom, čo vyplýva z užšieho vymedzenia záberu súťaže



1

ako súťaže obalového dizajnu a voľnej tvorby z papiera a lepenky, a čo je v konečnom dôsledku podmienené najmä firemným profilovaním generálneho sponzora súťaže. Toto vymedzenie usporiadateľov sa javí byť v zásadnom rozpore s ich ambíciou podporiť mladých autorov v ich profesionálnom raste. Ocenené a vybrané práce totiž už na pohľad nie celkom korešpondujú s požiadavkami a nárokmi súčasnej doby. Kartónové riešenia pripomínajú skôr výsledky aktivít typu letných tvorivých dielní alebo škôl, než výstupy takmer profesionálnych dizajnérov, ktorým chce súťaž pomáhať. Zmysluplnejšia by mi preto pripadala možnosť už v samotnom zadaní reagovať na čo najširšie spektrum materiálov, čím by prihlásení účastníci boli nútení ku konfrontácii s primeranými technologickými nárokmi ich zvládania, čo by malo byť tiež výstavou mladého dizajnéra – usilovať sa uchytiť v súčasnom obalovom priemysle.

Ako sa v roku 2003 vyjadril vedúci marketingu sponzorskej spoločnosti Model Obaly Ing. Radovan Wicha, ako firma vraj od výsledku súťaže nikdy neočakávali, že by nejakým spôsobom vylepšovala ich obchodné výsledky či postavenie na trhu. „Vo

svojej podstate je to totiž nereálne – z pohľadu technológie výroby je väčšina prihlásených aj víťazných prác nerealizovateľná. Na tom však súťaž nestojí. Nie je dôležité, aby nápady mladých ľudí, ktorí sa Mladého obalu zúčastňujú, boli vo väčšej miere prakticky realizovateľné. Podstatnými atribútmi súťažných prác majú byť tvorivá nápaditosť, invencia, konštrukčný či grafický vtip. Dôležitá je skutočnosť, že kvalita prihlásených prác je, aspoň v niektorých kategóriách, stále vyššia. Tým je v podstate naše očakávanie naplnené.“ Z uvedeného vyplýva, že navrhované obaly v súťaži sú v podstate nerealizovateľné, čo sa však nevylučuje so samotným zámerom súťaže. Tá si vystačí s invenciou a tvorivosťou, ktorá – hoci nenápadne – predsa len z roka na rok rastie. Nie je to však trochu málo na súťaž, ktorá sa štylizuje do polohy podporovateľa mladých dizajnérov v profesionálnom raste?

Jedno z mála podujatí tohto typu, hoci otvorené participantom z množstva krajín, súčasný stav obalovej tvorby zásadne neovplyvní, ale zdá sa, akoby za podmienok, akými sa riadi, príliš neprispievalo ani k jeho dynamizácii. Možno sú v pozadí týchto úvah štandardne absentujúce



2



3

financie, na základe čoho by sa však dalo predpokladať, že po získaní širšieho spektra sponzorov by pre prihlásených mohli vzniknúť väčšie výzvy – napríklad v podobe rôznoodejšej škály materiálov, než sú kartón a lepenka. V prihlásených prácach chýba viac invencie a sledovania súčasných trendov v rámci obalového priemyslu v medzinárodnom kontexte.

Logické spochybňovanie aktuálnosti papierového a lepenkového prírodného materiálu v rámci súčasných trendov a technológií preventívne negoval ešte v roku 2002 predseda súťažnej poroty a dizajnér Jan Činčera: „Papierový materiál zatiaľ v mnohých ohľadoch nebol prekonaný a ešte dlho prekonaný nebude. Tým mám na mysli napríklad meradlo estetické, ekonomické a ekologické. Nie je najmenší dôvod vnímať papier ako materiál minulosti, naopak!“ Stanovisko je podmienené generálnym sponzorstvom firmy Model Obaly, no aj tak si myslím, že obmedzenie navrhovania a produkcie niečoho takého univerzálneho, ako je obal, natoľko limitujúcim materiálom, ako je papier, je príliš jednostranné, a ak má súťaž ambíciu naozaj rásť a etablovať sa na medzinárodnom poli, mala by

svoje smerovanie prehodnotiť. Je totiž evidentné, že orientácia výlučne na prírodné, papierové a lepenkové materiály prihláseným viac škodí, než pomáha.

Najvyššie priečky na Mladom obale 2007 (voľbu poroty možno iba oceniť) obsadili realizácie založené na jednoduchom, ale efektívnom nápadе. Víťazný projekt v kategórii Vysoké školy, vrecko na arašidy a šupy od Kanaďanky Noémi Cotton predstavuje komplexnú a zrelú realizáciu obalovej tematiky. Obyčajné papierové vrecúško, rozdelené na časť vyhradenú na arašidy a na časť na šupy z nich, už v myšlienkovvej rovine pracuje s objektom, ktorý sám odkazuje k motívu obalu. Orech je ukrytý v obale – šupine, a spolu s ním v jednej časti vrecka. Po zbavení obalu sa tá „odloží“ do druhej časti vrecka. Autorka súčasne reaguje na problematiku mobility – arašidy nekonzumujeme len doma pred televízorom, kde nemáme problém zaopatriť sa nádobou na odpad, ale napríklad aj na prechádzke, čakajúc na zastávke alebo na pikniku. Pri rôznych spomenutých príležitostiach sa nie vždy v našom bezprostrednom okolí musí nachádzať odpadkový kôš, a tak hádzeme šupy jednoducho na zem. V prírode to nie je



4



5



6

PS: Výsledky súťaže boli vyhlásené 22. mája v pavilóne „V“ Brnenského výstavniska, zároveň so zahájením výstavy Mladý obal 2007. Súťažiaci, ktorí sa v jednotlivých kategóriách umiestnia na prvých troch miestach, majú možnosť zapojiť sa do Mladého obalu v praxi, prostredníctvom ktorého môžu priebežne absolvovať výberové konania na zákazky obalov pre prestížne firmy pôsobiace na českom trhu. ■

až taká katastrofa, horšie je to v mestskom prostredí. Noémi Cotton tak vo svojom návrhu zohľadnila nielen praktickosť a komfortnosť, ale aj ekologickosť, ktorá taktiež vyplýva zo zadania organizátorov (Mysli na prírodu. Mysli na všetkých. Mysli v súvislostiach...).

Podobne by sa dali hodnotiť aj návrh a realizácia ocenej slovenskej študentky Evy Benkovej: Obal na džús. Každý z nás pozná problém s práve otvorenou PET škatulou, keď sa nám po jej uchopení väčšinou časť tekutiny vyleje von. Benkovej návrh spája klasickú technológiu výroby nápojových obalov s inovatívnym riešením spôsobov uchopenia, ktoré vzniknú len maximálne jednoduchou modifikáciou tvaru škatule.

Listovaním katalógov z uplynulých ročníkov súťaže sa človek nevyhne pocitu istých stereotypov v prístupoch súťažiacich k riešeniam. Jednotlivým návrhom chýba odvaha k experimentu, inovátorstvo a hľadanie nových tém. Ani výsledky Mladého obalu 2007 sa tak nevymykajú zažitému štandardu predošlých ročníkov. ■

- 1 Obal na mlieko, Jana Kamarádová
Střední škola průmyslová a umělecká,
Opava, ČR
- 2 Preprava pre domáce zvieratá, Jan Škola
Univerzita Tomáše Bati v Zlíne, ČR,
2. miesto v kategórii Vysoké školy
Prepravka pre transport domácich zvierat na kratšie vzdialenosti je jednoduchá z pohľadu výroby, v rozloženom stave ľahko skladovateľná. Rôzne rozmery umožňujú prepravu zvierat rôzneho druhu a veľkosti. Obal pôsobí celkovo svojou potlačou, farebným prevedením a jednoduchosťou skladania veľmi esteticky.
- 3 Forma Fantasma 03
Andrea Trimarchi, Simone Farresin, Taliansko
- 4 Cvik-Cvak, obal na nožnice
Viktória Fedorkovičová
Škola úžitkového výtvarníctva, Košice
- 5 Obal na džús, Eva Benková
Technická univerzita, Košice
- 6 Sáčok na arašidy s vreckom na šupky
Noémie Cotton
Université du Québec à Montréal Kanada, miesto v kategórii Vysoké školy, Zdvojené papierové vrecúško ponúka prosté riešenie často „neriešiteľného“ problému kam s odpadom. Ekologicky priateľský materiál je v rovnakom duchu jednoducho graficky upravený. Celok pôsobí ľahko a rovnako nenútené ako konzumácia arašidov.

s predsedom súťažnej poroty mladý obal 2007 janom činčerom

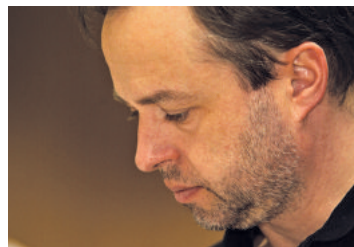
Tvrdíte: „Papierový materiál zatiaľ v mnohých ohľadoch nebol prekonaný a ešte dlho prekonaný nebude. Tým mám na mysli napríklad meradlo estetické, ekonomické a ekologické. Nie je najmenší dôvod vnímať papier ako materiál minulosti, naopak!“ (katalóg Mladý obal 2006) Máte pocit, že sa na jednotlivých ročníkoch súťaže Mladý obal stretávate s návrhmi, ktoré by sa približovali prekračovaniu hraníc doterajšieho užívania a chápania papierového materiálu? Alebo ostáva ťažisko súťaže pri papieri (odhliadnuc od generálneho sponzora Model Obaly, a.s.) práve preto, že má jeho využitie z pohľadu napríklad aj vami zmienených meradiel ešte značné medzery?

Studenti (soutěžící) chápou materiál – ať už papír, nebo plastovou folii – jako flexibilní materiál, který tvůrčím způsobem pojednávají do podoby trojrozměrných objektů, především obalů. Myslím si, že až tak příliš neuvažují o aspektech, o kterých se zmiňujete vy. Papír, karton nebo lepenka, popřípadě plastová folie, je materiál, se kterým se díky této soutěži seznamují a učí se s ním pracovat. Nezapomeňme, že zručnost (všeobecně) je díky počítačovým technologiím na ústupu.

Ako by ste vyvrátili, resp. okomentovali nasledujúce konštatovanie: „Návrhy obalov do súťaže sa majú vzťahovať

výlučne k nízkorozpočtovým materiálom, kartónu, lepenke, prípadne prírodným elementom, čo vyplýva z užšieho vymedzenia záberu súťaže ako súťaže obalového dizajnu a voľnej tvorby z papiera a lepenky a čo je v konečnom dôsledku podmienené najmä firemným zameraním generálneho sponzora súťaže. Toto vymedzenie usporiadateľov sa však javí byť v rozpore s ich ambíciou podporovať mladých autorov v ich profesionálnom raste. Zmyslupnejšia by mohla byť možnosť už v samotnom zadaní reagovať na čo najširšie spektrum materiálov, čím by prihlásení účastníci boli nútení ku konfrontácii s primeranými technologickými nárokmi ich zvládnutia, čo by malo byť tiež súčasťou schopností mladých dizajnérov s ambíciou uchytiť sa v súčasnom obalovom priemysle.“

Nedaří se mně příliš rozklíčovat vaše otázky. Kolem soutěže, díky jejímu trvání, bylo již hodně napsáno a, samozřejmě, často protichůdně. Proto se pokusím o jakési sjednocení. Firma Model, sponzor soutěže, preferuje materiály, které vyrábí a zpracovává a také je soutěžícím poskytuje. Práce s papírovými materiály je samozřejmě prioritní. Materiály, které se ale zpracovávají stejnými polygrafickými technologiemi, v soutěži též samozřejmě akceptujeme (práce přicházejí z celého světa). Ostatně i Model pracuje se



1



2



3

širší škálou materiálů. Soutěžní práce ale posuzujeme především jako výsledky tvůrčích procesů soutěžících v oblasti obalového designu a prostorové práce s papírem. Podporujeme a především hodnotíme kreativitu a určitý nový přístup k materiálům, nekonvenčnost a originalitu, zručnost. Trváme na vzorcích, na make-tách, nestačí nám pouze vizualizace, samozřejmě, posuzujeme i konstrukční řešení, výtečnost atd...

Poznámka: konstruování obalů v současném obalovém

průmyslu je především doplňování rozměrů do tisíců variant konstrukcí v počítačovém programu s minimální kreativní invencí. S trochou trpkosti můžu říci, že obalový design je pouze navlékání prvoplánové komerční grafiky na trojrozměrný povrch obalu.

Navrhované obaly v sůtaži sú v podstate nerealizovateľné (Ing. Radovan Wicha), čo sa však nevylučuje so samotným zámerom súťaže. Tá si zakladá na invencii a kreativite, ktorá – hoci nenápadne – predsa len z roka na rok rastie. Nie je to však trocha málo na súťaž, ktorá má ambíciu podporovať mladých obalových dizajnérov v profesionálnom raste?

Podporování soutěže (je-li zřejmé, že je hodně prací bez úprav nerealizovatelných) je velmi důležité a záslužné. Na začátku soutěže Mladý obal jsem měl s panem Ing. Wichou určité neshody, kdy já chtěl vize, koncepty a pan Ing. Wicha okamžitě výsledky pro výrobu. Nakonec jsme našli kompromis. Já si uvědomil nutnost obalové praktičnosti a užitnost jako kritérium a pan Ing. Wicha zase, že studenti samozřejmě neznající konstrukční principy a zásady pracují více v rovině konceptů a představ. Tak k tomu musíme přistupovat. Soutěžící se seznámí s dalšími materiály a měli by projevit chuť s nimi pracovat, použít je pro své projekty. Měli by si je oblíbit, pochopit je, rozumět jim. Soutěž jako materiálová iniciace. Ne prvoplánová dokonalost. Soutěžící ze středních škol se s materiálem často seznamují poprvé! Je to běh na dlouhou trať. Krom oceněných vybíráme do katalogu (a pro výstavu) též další zajímavé práce. Katalog slouží k porovnávání

a hodnocení soutěžních prací, často je to první uveřejnění prací soutěžících.

Nemyslíte, že po získaní širšieho spektra sponzorov by pre prihlásených mohli vzniknúť väčšie výzvy – napríklad v podobe rôznorodejšej škály materiálov, než sú kartón a lepenka?

Nejsem o tom přesvědčen. Výsledky soutěží s příliš širokým zaměřením se stávají těžko porovnatelné. Polygraficky zpracovatelný materiál je dostatečně široký pojem pro tvůrčí potenciál soutěžících. Nejsem si také jist, zda se najdou takto velkorosí sponzoři, kteří do soutěže dají nemalé prostředky a nechtějí okamžitou odezvu. V minulých ročnících byli další zadavatelé úkolů, čekající na okamžité zhodnocení, což není možné. Návrh, vývoj, zkoušky obalů je dlouhodobá práce a výsledky se nemožou dostavit ihned. **Listovaním katalógov z uplynulých ročníkov súťaže sa človek nevyhne pocitu istých stereotypov v prístupoch súťažiacich k riešeniam. Jednotlivým návrhom chýba odvaha k experimentu, inovátorstvo a hľadanie nových tém. Kde vy osobne vidíte východisko z daného stavu?**

Myslím si, že se experimentuje hodně, potvrzením je i to, že objekty, až na malé výjimky, se nerealizují. Přičítám to více právě experimentu, než nechuti Modelu používat konstrukce pro svou potřebu. (Nemohu se ubránit obdivu právě ke skvělé kolekci kanadských soutěžících, kterou jsem jako předseda komise ocenil.) Soutěž se odehrává především na středních a vysokých školách, kde zadání dávají vyučující. Stereotyp proto vidím více na straně pedagogů, než samotných studentů. Témata



4



5

se opakují, ale vždy je řeší noví soutěžící! Pravda ale je, že dobrou soutěž dělají dobré propozice, na kterých chceme a musíme(!) pracovat, a tím soutěž posunout dál, abychom se stereotypům vyhnuli především my. ■

- 1 Love-lock (obal na sponky do vlasov)
Camille Blais
- 2 Obal na opasok – použiteľný aj ako vešiak na šaty, Aurée Lapierre
- 3 Ekologická kalkulačka
Maxime Harvey-Carriere
- 4 „Keď je preč apetít, je preč všetko“ – škatuľa na psie sucháre
Sarah Belleville
- 5 Poupou Royal,
Jessica Christine

vplyv na obal

vznik obalu ovplyvňujú rôzne aspekty, ako sú čas, úžitkovosť, marketing, životný štýl atď. jednotlivé vplyvy spoluutvárajú a definujú problematiku vývoja obalu.

Historická perspektíva Technológia priemyselnej výroby obalov sa objavila v 18. storočí. Umožnila pestovateľom predávať svoje produkty v obchodoch zabalené. Takto vybavený tovar sa stal atraktívnejším pre obchodníkov aj zákazníkov. Počas storočí bol rozvoj obalu ovplyvnený pokrokom technológií, rozvojom dopravy a zmenami v spoločnosti. Tak ako mali pokrok a zmeny dopad na všetky stránky nášho života, vplývali aj na obal.

Vplyv času Vývoj obalového dizajnu odrzkadluje rôznorodé vplyvy umenia, kultúry a životného štýlu.

V knihe Shelf Space: Modern Packaging Design, 1945-1965 (1998) od Jerryho Jankowskeho je vplyv fenoménov ako umenie, film či móda graficky znázornený.

„Dizajnéri sú ako špongie, vedome či nevedome nasiaknuté rôznymi vplyvmi. Každý vplyv sa odráža v ich dizajnerských riešeniach.

Dobrí dizajnéri vedia, ako manipulovať s vplyvmi tak, aby predbehli samotnú módu a vytvorili pre zákazníka nadčasový dizajn, súčasne reflektujúci ducha doby.“¹

Úžitková funkcia Obal mal na začiatku len úžitkovú úlohu, ktorá zmierneným atraktívnejším spôso-

bom účinne napomáhala jeho distribúciu. Do dnešných dní zohráva dominantnú časť základnej funkcie obalu jeho forma a funkčnosť. Produkt môže byť viac prepracovaný, požiadavka chrániť ho však bude prítomná stále. Rovnako môže byť komplexnejšia a vyspelejšia distribúcia tovaru, produkty však vždy budú musieť vydržať samotný transport, aby ostali v dobrom stave.

Obalová dynamika Rôzne funkcie obalu vyniknú najmä v početných obchodných oblastiach. Obalová dynamika reflektuje požiadavky zákazníka, ktorý tvárou v tvár neprebernému množstvu produktov sa utieka buď k priamej skúsenosti s produktom, alebo sa nechá ovplyvniť jeho vizuálom. V tomto kontexte je veľmi dôležitá odlišnosť daného produktu od iného a také dizajnové riešenia obalu, ktoré zákazníkovi umožnia ľahký a rýchly výber.

Úloha obalu v marketingu

„Moderný obal je v súčasnosti v úzkom prepojení s ekonomikou, ktorej všeobecne známe pravidlá sú 'správna cena v správnom čase a na správnom mieste'. Bežný obal je zámerne navrhovaný a vyrábaný tak, aby reprezentoval malé percento z celkovej ceny produktu, ktorého je súčasťou. Obal už nie je považovaný za bezvýznamný.“²

„Základná funkcia zabaleného tovaru je chrániť produkt, zviditeľniť ho a pomôcť jeho distribúciu.“³ Robert Opie mohol iba zľahka poukázať na nové úlohy obalu, ktoré sa rozvinuli v súčasnosti. Jednou z najdôležitejších marketingových stratégií je umiestnenie obalu v obchodoch, čím obchodník využíva tento druh média na zvi-

diteľnenie produktu. Je to akýsi kánon, ktorý ako prvý zaznamenal James Pilditch v knihe The Silent Salesman (1973).

Nástroj predaja a „tvár“ značky

Spojením so značkou sa obal často stáva stelesnením jej hodnôt. Obalový dizajn zohráva pri získavaní si zákazníkovej pozornosti a dôvery k značke kľúčovú úlohu.

„Nikdy nezabudnem na moment, keď som prvýkrát držal v rukách fľašu Coca-Coly. Bol horúci deň na Malte a ja som mal päť rokov. Uplýnulo 40 rokov a rovnako živo si spomínam na moje vzrušenie a pocit ľadového chladu v rukách. Flaša Coly a konkrétna spomienka sú v mojej mysli nerozlučne prepojené tak silno, ako sa vo svetovom meradle stala fľaša - obal - symbolom značky.“⁴

Mnoho konzumentov má k značkám podobný vzťah. Heinz vytvoril pre svoj kečup model stlačiteľnej plastovej fľaše, ktorý sa časom so značkou stotožnil. Bolo to však najmä z praktického dôvodu jednoduchšieho získania omáčky z fľaše. Pre mnoho ľudí nový tvar fľaše nenesie emocionálny náboj, asociovaný s úderom dlane o jej dno a čakáním na omáčku. Obal sa stáva prejavom samotnej značky, a pretože značka je viac než iba samotný produkt, obal sa stal obsahom vnímania, pamäti a cítenia zákazníkov. Značka sa stáva obsahom „hmatateľných“ a „nehmatateľných“ hodnôt, neskôr formovaných v mysliach konzumentov.

Pochopením tejto špecifickej úlohy obalu môžu dizajnéri skúšať manipulovať so zákazníkovým vnímaním značky. V prípade mladých značiek môže byť obalový

dizajn manipulovaný hrou nedefinovateľných hodnôt, ktoré podľa rôznych štatistík výrobcu mladý konzument od značky očakáva. V tomto štádiu je veľmi dôležité zadefinovať tieto hodnoty a ich prepojenie, aby sa neskôr predišlo stavu, keď by aj nepatrná zmena mohla spôsobiť stratu dôvery zákazníka.

„Súčasní svetoví zamestnávateľia všetkých odvetví útočia na naše túžby prostredníctvom televízie, reklamy v časopisoch atď. Prostredníctvom médií je túžba šírená smerom von. Keď konzumujeme veci, nekonzumujeme produkt, ale obrázok na obale. Všetci sme ovplyvnení médiami a dôverujeme veciam, ktoré sú nám predávané. Obal, ktorý je nový, je nový iba preto, že

- a) ho ľudia predtým skutočne nikdy nevideli alebo
- b) prišiel cez niečo, čo je zvláštne dôverne známe, ale dlhý čas to nebolo vidieť.“⁵

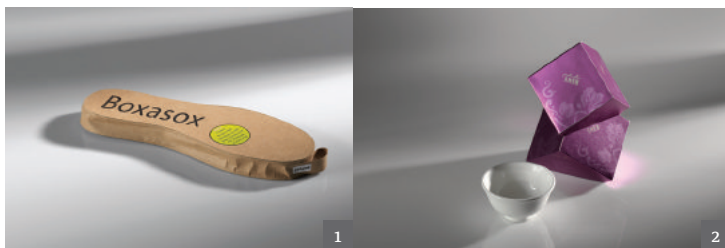
Okrem funkcie Isté druhy obalu mali dlhý čas iba čisto funkčný charakter. Až časom sa stal obal niečím, čo má hodnotu, niečím výstavným, čo oplýva istou prestížou. V súčasnosti sú „výstavné“ obaly typom dizajnu, ktorý sa pre firmy stal určitou vizitkou. Týka sa to najmä obalov na parfúmy.

V tomto prípade obal nadobudol dôležitosť neprimeranú v porovnaní so samotným produktom. Zákazníci si často kupujú „výstavné“ obaly, ktoré nadbiehajú ich vkusu, štýlu, hrdosť. Evidentné je to v oblasti kúpeľňových produktov, kde sú vo väčšine prípadov žiadané atraktívne zabalené výrobky, ktoré by mali mať aj dekoratívny

charakter. Nie je to tak dávno, čo pekne zabalený produkt vo fľaši s etiketou komunikoval najmä cez úžitkovosť a vôňu. V súčasnosti by to k estetickému spokojnosti zákazníka, vydaného napospas vplyvom časopisov, televízie a „dizajnerským guruom“, najskôr nestačilo.

Životný štýl Obal je vystavený aj rýchlym zmenám životného štýlu zákazníkov. Ľudia žijú mo-

tujúcim tradíciám s cieľom vytvoriť obalové formy na skladovanie, vystavovanie a diferencovanie produktov. Dizajnéri sa snažia okamžite splniť potreby zákazníkov. Niekedy inovácia spočíva v tom, že sa prevezme určitý spôsob balenia z inej výrobnéj sféry produktov – napríklad vákuové balenie pre potraviny – a aplikuje sa na balenie oblečenia. Rôzne značky uplatňujú pri balení rôzne inovačné obalové



bilným spôsobom, čomu sa obal musí prispôbiť. Vedie to k rozvoju cestovných variant obalov, ale aj k obalom navrhovaným špeciálne do kabeliek, kufríkov a inej batožiny. Ľudia majú množstvo záujmov (šport atď.) a vyžadujú produkty, ktoré by podporili ich výkony. Tieto by mali byť ľahko nositeľné a efektívne použiteľné.

Inovačné formy balenia

Pred desiatimi rokmi sme na pláži bojovali s aplikovaním opaľovacieho krému bez toho, aby bola celá fľaštička od piesku. Teraz sa jednoducho postavíme a použijeme sprej, pomocou ktorého ľahko a rovnomerne naniesieme olej. Rýchlosť vývoja nových produktov má okamžitý sprievodný efekt aj na obalový dizajn. Tak ako klienti žiadajú nové riešenia pre nové produkty, dizajnéri a obalovní výrobcovia každý rok spoločne pracujú a skúmajú nové idey a výzvy exist-

rujú, aby sa kompletne odlišili od konkurencie.

Sortiment a sólo produkt

V jednoduchých podmienkach môžu byť produkty rozdelené na sólo produkty a sortiment. Navrhovanie sólo produktov (voňaviek alebo obalov na čokolády) si vyžaduje predovšetkým odlišnosť v predaji produktu v konkrétnom sektore. K navrhovaniu sortimentu sa pridáva zložka komplexnosti v procese predaja. Niekedy komplexnosť produktov komunikuje v celom rozsahu, čím napomáha zákazníkovi so správnym výberom produktu. Keď sortiment obsahuje štyri alebo päť produktov, výber je celkom jednoduchý. Ťažšie je to pri stovke produktov, keď je výber komplikovanejší. V niektorých situáciách je úloha jednoduchšia, pretože produkty sú zobrazené spolu a zákazník ich môže vnímať naraz. V iných situáciách môže byť sorti-

ment rozdelený do skupín. Nie veľa značiek si môže dovoliť platiť predajcom prémie, aby sa ich výrobky nachádzali spoločne na najlepšom mieste. Samozrejme, v kategóriách, kde zákazníci produkty aktívne porovnávajú, sa to môže javiť ako negatívum.

Výsledok sortimentu môže byť lepší, keď sa rozptýli do určitej kategórie (napr. medzi šampóny, gély, farby na vlasy...). V inom prípade možno sortiment rozšíriť cez vst-



ky možné kategórie, ako napríklad pri potravinách. V týchto dvoch prípadoch je to menej o výbere produktu a viac o značke. Vlastník značky alebo predajca chce svoju značku vystaviť konkurencii v jednotlivých kategóriách, ale rovnako sa chce prezentovať samostatne. Prečo? Pretože takéto vystúpenie značky komunikuje s jej autoritou a odbornosťou. Ako to je v realí, ostáva v kompetencii dizajnéra. Môže stačiť vytvoriť sortiment produktov prostredníctvom použitia farieb, alebo príslušného fotografického štýlu, alebo vytvorením charakteristickej konštrukcie obalu, alebo dokonca pútavého grafického riešenia.

Darčekové balenie Darčekové balenia sú zaujímavé, pretože v ich prípade bežné pravidlá, ktoré určujú druh materiálu, výrobu a transportnú cenu, podliehajú dynamike trhu. V tejto oblasti marketingu je

úlohou dizajnu zvýšiť hodnotu darčekového balenia a prezentovať ho ako produkt alebo kombináciu produktov atraktívnym spôsobom do tej miery, ako to povoľuje materiál. Možnosť použitia väčších nákladov na výrobu a použitie rôznych materiálov dáva dizajnérom väčšie „umelecké“ možnosti. Následne sa snažia vytvoriť obal, ktorý kupujúcich ubezpečí, že to, čo kupujú, je súčasť a reflektuje obdiv, ktorý cítia voči obdarovanému. Evokuje

to v nich pocit hodnoty a odmeny.

Zámerom obalov využívajúcich nepreberné množstvo konštrukčných, povrchových a grafických riešení je nalákať a zaujať kupujúceho. Niekedy sa samotné balenie stáva darčekom – nielen jeho obsah. Ale častejšie sa stáva, že aj takýto obal má prchavú hodnotu, ktorá po krátkom pobyte na „výslni“ skončí v odpadkoch.

Záver Obaly by som rozdelil do troch veľkých skupín:

- obaly na ochranu produktu, ktoré primárne musia plniť túto základnú úlohu. Patria sem napríklad rôzne škatule na čiernu a bielu techniku so základnou grafikou na povrchu a polystyrénovými výplňami vo vnútri. V tomto prípade sa predáva produkt, zákazník je sústredený len naň.
- obaly, ktoré chránia produkt, ale snažia sa upútať zákazníka

aj svojim konštrukčným riešením, grafikou, farbou, materiálom. Vo veľkej konkurencii produktov musí predávať obal svojim vonkajškom. Zákazníka musí upútať na prvý pohľad.

- experimentálne obaly a limitované edície. Obaly, ktoré sa chcú odlišiť od predošlých dvoch skupín použitím materiálov a technológií, ktoré sa bežne pri balení nepoužívajú alebo sa používajú iným spôsobom. Sú to obaly, ktoré vznikajú pri rôznych príležitostiach, ako sú ročenky, reklamné predmety, darčekové balenia, zberateľské edície...

Skupina A je oblasť obalu, ktorá sa stáva zdrojom inšpirácie pre experimentálny obal, tak ako napríklad ochranné polystyrénové výplne, bublinkové fólie a mnoho iných ochranných materiálov, ktoré sa pri „predajnom obale“ nepoužívajú ako hlavný obalový materiál. Použitie výrazových prvkov takéhoto obalu pre obal, ktorý má predávať, možno pôsobí omnoho provokujúcejšie a pútavejšie medzi obalmi s bohatou grafikou, ako keď sa „bijú“ dva obaly na rovnakej grafickej úrovni. Možno preto využíva experimentálny obal tento menej propagovaný rozmer obalu, a tak sa snaží byť originálny.

Podľa môjho názoru ide pri obalových riešeniach na začiatku vždy o experiment, keď chceme vytvoriť nový zaujímavý obal, z ktorého sa neskôr môže stať komerčný obal so všetkým, čo k tomu patrí.

Pri experimentálnom obale sa hľadajú nové spôsoby balenia, čo sa týka použitia materiálu, technológií alebo formy. Preto musí mať dobrý dizajnér v týchto oblastiach náležitý prehľad. Idey experi-

airmail dress

mentálnych obalov sa kvôli svojej nepraktickosti alebo náročnosti na produkciu často ani nedostanú do výroby. Tieto obaly sa svojím vzhľadom snažia uniknúť z radov „klasických“ obalov použitím grafiky, materiálu alebo známeho spôsobu balenia v inom prevedení. Vznik „experimentov“ by som charakterizoval ako takú prezentáciu produktu, aby sa svojím limitom aspoň na chvíľu vymanol z radov bežných obalov, a tak na seba upozornil, ale nie je to pravidlo. Limitované edície sú pre produkt dobrým reklamným fahom. Myslim si, že experimentálny obal má doširoka otvorené pole pôsobnosti: od obalov, ktoré sa dajú zaradiť do priemyselnej výroby, až po obaly, ktoré sú viac-menej umeleckými dielami a svojou náročnosťou na výrobu ostávajú len v štádiu experimentu. ■

- 1 Jerry Jankowski: Shelf Space, Modern Packaging Design, 1945–1965 (1998).
- 2 Daniel Manson: Experimental Packaging (2001), s. 85.
- 3 Robert Opie: Packaging Source Book (1991), s. 6.
- 4 Giles Calver: What is Packaging Design? (2004), s. 4.
- 5 Daniel Mason: Experimental Packaging (2001), s. 8.

projekt *Airmail Dress*
 dizajn *Rebecca and Mike*
 klient *Hussein Chalayan*
 materiál *tyvek*
 pôvod *Veľká Británia*

„Obáľkové šaty“ vyrobila pre módneho dizajnéra Husseina Chalayana britská dizajnérska dvojica Rebecca a Mike. Vyrobilo sa z nich 200 kusov. Šaty sú neobvyklou symbiózou módneho dizajnu, grafického dizajnu a tlače. K obalu odkazujú vo viacerých rovinách. Materiálom šiat je tyvek, vyrobený z čistej polyetylénovej látky nepravidelne položenej a stlačenej do formy. Pre svoju pozoruhodnú pevnosť sa využíva najmä na výrobu rôznych transparentov, značiek, ceduliek či poštových obálok. V prípade Airmail Dress možno uvažovať o oblečení, umení či listovom papieri. Prvotným podnetom k návrhu šiat bolo zamyslenie sa nad písaním listov. Písomná komunikácia nám umožňuje voľné vyjadrenie myšlienok, papier mnohokrát „znesie“ viac než verbálne vyjadrenie a v konečnom dôsledku sa písomná správa posielala ľahšie než hovorená. „Poštové oblečenie“ je pre svojho nositeľa médium pre myšlienky, ich „odevom“. So svojím posolstvom sa neskôr môžu poslať ďalej alebo darovať niekomu inému. Šaty sú skonštruované tak, aby sa dali pohodlne a jednoducho



poskladať do obáľky a poslať. Tyvek je ťažko spracovateľný materiál, na ktorý sa zle tlačí. Použitím nevhodného atramentu reaguje a stáča sa do rúrky. Tlač naň je jednoduchšia, keď je navlhčený. Práca Husseina Chalayana predstavuje špičku vo svete módneho dizajnu. Jednak pre jedinečné použitie materiálu, myšlienku a koncepciu a taktiež pre svoj jednoduchý, ale efektívny dizajn. ■

- 1 Krabička na ponožky, Chad Kirton, Kanada, Mladý obal 2007, vybrané práce
- 2 Obal na čajové misky Křehké šťastné vysoko, Zu-Fan Lin, Yu Chia Chang, Yu-Cheng Lin, Taiwan, Mladý obal 2007, kategória Mladí dizajnéri
- 3 Súprava na skicovanie, Lindsey Rewushi, Kanada, Mladý obal 2007, vybrané práce
- 4 Flip and slide – zasúvací obal na CD, Nikola Krivokapić, Srbsko, Mladý obal 2007, vybrané práce

národná cena za dizajn 2007 zasadanie poroty

**národná cena za dizajn
- jedna z kľúčových aktivít
slovenského centra dizajnu
- je jediným ocenením
svojho druhu na slovensku.
na dizajnerskej scéne
má stabilnú pozíciu
a z roka na rok sa snaží
prípomínať ako odbornej,
tak laickej verejnosti
nepostrádateľný význam
dizajnerskeho poslania.
súťaž vytvára platformu,
ktorá systematicky
sleduje vývoj dizajnu
na slovensku, oceňuje
a medializuje prácu
konkrétnych tvorcov
a pomáha každému,
kto má o dizajn záujem,
v lepšej orientácii
na slovenskej
dizajnerskej scéne.
výstupmi jednotlivých
ročníkov súťaže
sú katalóg a výstava,
ktoré dokumentujú
vítané produkty
s dobrým dizajnom
a vytvárajú bázu
pre poznanie vývoja
toho najlepšieho
z prihlásených prác.**

Súťaž je určená pre práce z oblasti produktového, komunikačného a študentského dizajnu a jej prioritou je podpora inovačného a realizačného úsilia dizajnérov a výrobcov. Porota má preto snahu z prihlásených prác vyzdvihnúť najmä nové riešenia dizajnu, zvyšujúce konkurencieschopnosť produkcie a stimulujúce jeho tvorivé zázemie. Hlavný organizátor Slovenské centrum dizajnu chce okrem vyzdvihovania kvalitného slovenského dizajnu poukázať najmä na to, ako firmám pomáha stratégia založená na dizajne pri presadzovaní sa v rámci slovenskej ekonomiky aj v medzinárodnom meradle. Propagácia výnimočných výsledkov, dosiahnutých pri uplatnení profesionálneho dizajnu v praxi, je jedným z hlavných cieľov súťaže.

Porota je pravidelne zložená z etablovaných domácich odborníkov a dvoch zahraničných reprezentantov dizajnu. Tento rok zasadala 28. a 29. júna v priestoroch výstavného a informačného bodu Satelit. Prinášame vám jedinečnú foto reportáž z priebehu hodnotenia a atmosféry dvoch hektických dní. Za porotcovský stôl si sadli grafický dizajnér z Milána Massimo Pitis, česká teoretička dizajnu Lenka Žížková a známe mená domácej scény - Stanislav Stankóci, Zdeno Kolesár, Bjorn Kierulff, Peter Paliatka, Martin Struss, Júlia Kunovská, Tibor Uhrín a riaditeľka SCD Kata Hubová.

Celkovo bolo tento rok do súťaže prihlásených 127 prác. Z toho do kategórie produktový dizajn 31 prác, do kategórie komunikačný dizajn 43 prác, do kategórie študentský produktový dizajn 41 prác a študentský komunikačný dizajn 12 prác. Profily jednotlivých členov poroty a rozhovory o ich dojmach z tohto ročníka súťaže vám prinesieme v nasledujúcich číslach.

Slávnostné vyhlásenie výsledkov a odovzdanie cien sa uskutoční 12. októbra 2007 v Bratislave a bude súčasťou programu medzinárodnej konferencie Cumulus (<http://www.vsvu.sk/cumulus>), ktorá do Bratislavy pritiahne dizajnérov z celého sveta. Udelené budú dve Národné ceny za produktový a komunikačný dizajn, rovnako dve Ceny ministra školstva za študentské práce, Zvláštna cena ministra hospodárstva pre výrobcu a ministra kultúry pre osobnosť - za mimoriadne aktivity a zásluhy v oblasti dizajnu. Nasledovať bude výstava víťazných produktov, ktorá bude tento rok po prvýkrát inštalovaná vo výstavnom a informačnom bode SCD Satelit (<http://www.sdc.sk/index.php?lang=sk&menu=satelit>), a vydanie katalógu Národná cena za dizajn 2007. ■



absolut elements 2007

poslaním súťaže absolut elements, ktorá sa vo februári tohto roka po prvýkrát objavila na slovensku, je podporovať oblasť vzdelávania a školstva, motivovať študentov k tvorivosti a oceniť ich tvorivosť. značka známeho švédskeho alkoholického nápoja absolut prišla s vyhraneným konceptom: ponúkla príležitosť výlučne pre študentov vysokej školy výtvarných umení, avšak bez obmedzenia na konkrétny študijný odbor. cieľom súťaže bolo vytvoriť priestor pre poslucháčov všetkých katedier k realizácii ich nápadov v reálnom komerčnom prostredí. odborná porota (václav kautman, ľubica hustá a sylvia jokelová) vyberala objekty s dôrazom na praktické alebo dlhodobjšie dekoratívne použitie v bare, inšpirované filozofiou a dizajnovými prvkami značky absolut – jednoduchosťou a čistotou. súťaž vyvrcholila 21. júna netradičnou vernisážou objektov do baru.

vítazi

Marta Niemywska 23 rokov
Katarzyna Bazylczyk 22 rokov

študentky 3. ročníka dizajnu, Varšava, Poľsko, v roku 2007 stáž v rámci programu ERASMUS – odbor dizajn, VŠVU Bratislava

ocenenie ABSOLÚTNY finalista
 ABSOLUT ELEMENTS 2007

dielo ABSOLUT PICK UP

charakteristika Miešatko určené na použitie v bare, miešatka pre mužov a pre ženy – vizitky, kartičky.

inšpirácia Našou hlavnou inšpiráciou boli akcie a podujatia v baroch. Chceli sme zdôrazniť typické a spoločné črty správania, ktoré každý z nás zažil – byť pozorovaný, alebo pozorovať. Zaujalo nás výnimočné postavenie a predstava baru – jeho sociálneho kontextu – bar je perfektné prostredie pre stretnutie sa s novými ľuďmi.

profil

Marta Niemywska

Tetra Pak contest – 2. miesto, Creative Valley, súťaž pre mladých dizajnérov – 3. miesto
Katarzyna Bazylczyk

Marksman contest – finalistka,
 práca vystavená v Inštitúte dizajnu vo Varšave

sen Zaujímať sa o spoločenské vzťahy a mestské prostredie. Naš dizajn je koncentrovaný na mestské štruktúry a potreby obyvateľov. Rady by sme vytvorili diela, ktoré by riešili problémy nášho každodenného života. Tiež nás príťažuje navrhovanie a hľadanie nových typov správania/reakcií.

vzor Vždy nás inšpirovali moderní kočovníci, tuláci – ľudia, ktorí nedokážu ostať dlho na jednom mieste a vždy hľadajú niečo nové. Ľudia, ktorí sa neuspokoja s jednoduchými odpoveďami, ale snažia sa prizrieť na problém hlbšie – a o to sme sa pokúsili aj my.

V súčasnosti nás inšpirujú rozmanité odlišné štýly a individuality, ale najmä ľudia a situácie, ktoré nás obklopujú.

krédo ...



Michal Pleidel 22 rokov, Šaľa
študent 2. ročníka VŠVU Bratislava
ateliér reštaurovania

ocenenie ABSOLÚTNY finalista

ABSOLUT ELEMENTS 2007

dielo ABSOLUT CONTROL

charakteristika Sklenená fľaša, zväčšenina originálnej fľaše vodky Absolut, matný povrch. Na fľaši slogan „ABSOLÚTNE DOKONALE TO PREČÍTAM, TAK EŠTE NALEJ!“; komponovaný podobne ako text na tabuli u očného lekára. Svetelný zdroj vo fľaši.

inšpirácia Ak niekedy prichádzajú nápady kopnutím múzy, tak toto bol jeden z tých prípadov. Potom išlo už len o rozvinutie idey, premyslenie detailov a samotnú realizáciu.

profil Študujem reštaurovanie maľby, gro mojich mimoškolských činností sa odvíja týmto smerom. Podieľal som sa na reštaurovaní viacerých pamiatok, najmä v Bratislave (Dóm sv. Martina, Csákiovský kaštieľ v Prievoze, Mirbachov palác). Venujem sa aj voľnej maľbe, zúčastnil som sa viacerých výtvarných workshopov - Viedeň, Budapešť, Florencia. Som členom OZ Euforion, s ktorým realizujeme celé spektrum projektov zameraných na súčasnú kultúru (Art of livin', Orfeus, výtvarné workshopy a iné).

sen Mojou predstavou je zatiaľ špecializovať sa po vyštudovaní na reštaurovanie nástennej maľby, získať potrebné licencie a postupne začať samostatne fungovať, taktiež by som sa rád venoval aj svojej vlastnej tvorbe.

vzor V podstate ani nemám, aspoň nie v pravom slova zmysle. Ale vzdávam hold všetkým reštaurátorom, pre ktorých som pracoval - veľa som sa naučil. Čo sa týka výtvarného umenia, je toho veľmi veľa, samozrejme, starí majstri, zo súčasných umelcov som očarený tvorbou R. Raushenberga (pop-art).

krédo Carpe diem.



Boris Belan 24 rokov

Zlaté Moravce, Slovenská Republika
študent 6. ročníka VŠVU Bratislava
ateliér priemyselného dizajnu – Industrial Design

Ondřej Elfmark 22 rokov

Uherské Hradiště, Česká Republika
študent 2. ročníka VŠVU Bratislava
ateliér priemyselného dizajnu



ocenenie ABSOLÚTNY finalista
ABSOLUT ELEMENTS 2007

dielo ABSOLUT ICECUBE

charakteristika ICECUBE je ľadová kocka, ktorá vo svojom priehľadnom vnútri ukrýva dutinku s obsahom tekutej vodky ABSOLUT. Tvar kocky a spôsob, akým sa obsah – ABSOLUT VODKA – dostane do nápoja, je predurčený hlavne na miešané nápoje. Vplyvom topenia tenkých stien ľadu ABSOLUT ICECUBE sa dostane do nápoja jeho neodmysliteľná súčasť a dáva mu neopakovateľný optický charakter. Objem alkoholu v dutinke je cca 0,1 – 0,2 dcl. Každá ICECUBE je samostatne zabalený produkt, určený na priamu distribúciu v baroch.

inšpirácia Produkt, ktorý na trhu chýba. Zároveň sme sa pokúsili o prevrátenie zaužívaného spôsobu... Ľad nie je v nápoji, ale nápoj v ľade.

Boris Belan

profil Venujem sa priemyselnému dizajnu, architektúre a audiovizuálnej tvorbe. Zúčastňujem sa vybraných domácich aj medzinárodných súťaží. Podieľam sa na organizovaní výstav dizajnu a som spoluzakladateľom pripravovaného internetového fóra DESIGNBY.SK.

sen Mám niekoľko snov, nielen dizajnerských.

vzor Jerome Cardan a mnoho ďalších – rodina a priateľka.

krédo Carpe diem.



Ondřej Elfmark

profil Venujem sa obalovému dizajnu, navrhovaniu interiérov a dizajnerskému šperku. Ceny: 2. miesto v medzinárodnej súťaži Mladý Obal 2006, kategória Vysoké školy, súčasť sekcie Talents Young Designers, veľtrh Tendence Lifestyle 2006 vo Frankfurtu.

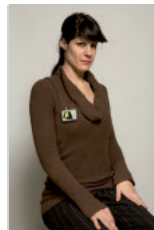
sen Viest a byť súčasťou dizajnerského tímu, alebo voľne tvoriť pre radosť.

vzor Moji rodičia sú mojim vzorom a v profesionálnom živote Jan Kaplický, Karim Rashid.

krédo Per ardua ad astra.

(Ťažkou prácou ku hviezdám.)

príd' sa odfotiť so šperkom



1

v slovenskej národnej galérii sa uskutočnila prezentácia a výstava s názvom príd' sa odfotiť so šperkom, výstup doktorandského výskumu výtvarníčky betty k. majerníkovej v ateliéri kov a šperk u školiteľa prof. k. weisslechnera na všvu v bratislave.

Prezentácia tvojej aktuálnej tvorby sa uskutočnila v priestoroch preskleného átria Esterházyho paláca, ktoré bežne nie sú využívané ako výstavné. Čo ťa viedlo k myšlienke inscenovať šperky alternatívnym spôsobom na takom nezvyčajnom mieste?

Počas trojročného doktorandského bádania som sa zaoberala témou Tendencie v tvorbe šperku ako výtvarného solitéru, v ktorej rezonuje otázka impulzov ovplyvňujúcich tvorbu vo sfére výtvarného šperku. V jednotlivých témach, ktoré som spracovávala, sa venujem predovšetkým otázkam: Čo je šperk? Ako je vnímaný? Prispôbuje sa šperk nositeľovi, alebo sa nositeľ musí prispôsobiť šperku? Vystavujú sa šperky aj v takýchto inštitúciách? Záležalo mi na tom, aby moja

práca bola prezentovaná na nejakom vážnom mieste. Keďže Slovenská národná galéria je verejnou kultúrnou inštitúciou zvučného mena, pokúsila som sa predstaviť svoju prácu práve tam. Presklené átrium Esterházyho paláca sa mi zdalo byť najideálnejším priestorom. Akcia Príd' sa odfotiť so šperkom reaguje na prezentovanie šperku v súčasnej dobe prostredníctvom módnych magazínov plných dokonale naštylizovaných a upravených fotografií. Moja predstava o vystavovaní šperkov je založená na väčšej interakcii s publikom, nie na prežitom koncepte, kde sú šperkové objekty nedostupné za sklom vitríny, ale nosené skutočnými ľuďmi. Improvizovaný fotoateliér má reflektovať určité vnímanie šperku ako módnej záležitosti, ale slúži aj ako bezprostredné prepojenie publika

s vystavovanými kolekciami a zároveň vytvára nový rozmer prezentácie mojich šperkov. Výstupom z akcie je dokumentárny materiál v podobe portretov reálnych ľudí z publika, ktorí sú odfotení so šperkom podľa vlastného výberu.

Realizácii tvojej autorskej tvorby predchádzala teoretická dizertačná práca. Môžeš nám priblížiť, akému problému sa v nej venuješ a k akým záverom si dospela?

V dizertačnej práci na tému Európske a mimoeurópske školy šperku mapujem svetové vzdelávanie v tejto oblasti, jednotlivé „teritória“, dôležité „školy“ a systém výuky, ktorý zastrešujú významné osobnosti šperkárov – pedagógov. Pátrala som po tom, či sa dá podľa istých spoločných znakov definovať určitý región a podľa týchto ty-



2



3

pických znakov rozpoznať šperk z konkrétnej „školy“. Na druhej strane nastupuje silnejší vplyv globalizácie, všetky prístupy sa miešajú a regionálne rozdiely stierajú. Mojim zámerom bolo vytvoriť nový materiál s užitočnými informáciami pre odbornú obec i budúcich študentov, ktorí by sa tak mohli ľahšie orientovať pri výbere školy. V práci predstavujem trinásť osobností, škôl a ateliérov, ktoré výrazne pôsobia na svetovej scéne súčasného výtvarného šperku. Zaujímavým výsledkom sú aj ich rozdielne názory na fenomén globálne verzus regionálne. Zatiaľ čo niektorí z autorov sú za maximálnu kozmopolitnosť a globalizáciu, iných začína tento prístup nudiť, pretože práce šperkárov sa najmä migráciou študentov začínajú na seba podobáť.

Predstavená súborná kolekcia

IN*OUT reflektuje a prehodnocuje globálne i regionálne aspekty vplývajúce na vnímanie šperku i proces tvorby. Akým spôsobom výsledky teoretického výskumu aplikuješ vo vlastnej tvorbe?

Teoretický výskum bol pre moju praktickú prácu veľmi prínosný. Cieľavedome som sa v nej zaujímala o to, akým spôsobom sa na druhých školách učí „tvoriť“. Asi najviac mi v tomto smere dalo dvojmesačné pôsobenie v šperkárskom ateliéri v nemeckom Idar Obersteine. Ako hosťujúci lektor som mala možnosť stretnúť sa s úplne odlišným prístupom v praxi. Vďaka poznatkom získaným z teoretickej práce sa vo mne hromadila túžba tvoriť úplne odlišné veci, púšťať sa novými smermi. Skúšala som neobvyklé materiály, tie som kombinovala, to kombinované

som vzájomne prepájala a nakoniec selektovala. V šiestich sériách, ktoré boli prezentované v SNG, sú zaznamenané všetky tieto pokusy.

Názov projektu IN*OUT spája „trendy“ slovíčko IN, používané v módnjej brandži pre niečo, čo práve „leti“, a OUT ako niečo, čo je za zenitom. Vo svojej práci som hľadala odpoveď na to, čo je vlastne ten „moderný šperk“.

Kolekcia IN*OUT sa skladá zo šiestich sérií, z ktorých každá sa venuje jednému špecifickému problému. Akým fenoménom a témam sa v nich venuješ?

Séria Small Personal Gadgets je inšpirovaná tvaroslovím nadnárodného bezpohlavného dizajnu funkčných digitálnych prístrojov, ktorými sa ľudia v súčasnosti zdobia. Inšpirovala som sa spotrebnou elektroni-



- 1 bubbles biely náhrdelník bublinky
- 2 bubbles biely náhrdelník veľký
- 3 commixture radio náhrdelník
- 4 zo serie commixture

kou používanou po celom svete – MP3 prehrávačmi, mobilnými telefónmi, slúchadlami, ktoré sú pretvorené do nefunkčných šperkových solitérov z plastov, gummy a rôznych technických komponentov. V tejto sérii som sa snažila z neosobných formálnych tvarov vytvoriť intímny predmet oživený a individualizovaný pomocou vlastných emócií, ktoré doň vkladám. Kolekcia Very Personal je akýmsi opozitom k Small Personal Gadgets. Snažila som sa v nej poodhaliť svoje intímne spomienky v podobe fotografií, listov a pohľadníc, ktoré dokumentujú najsilnejšie osobné zážitky z obdobia dospievania. Vedome som pri tejto sérii podstupovala istý experiment s formou vlastnej tvorby, pretože doteraz som sa narábaniu s podobnými intímnymi záležitosťami vyhýbala. Predostrieť

svoj vnútorný svet a intímne tajomstvá na verejnosť nebolo pre mňa ľahké. Vybrané fragmenty textov a fotografií som pomocou fototechniky vyleptala do plechu a opticky zvýraznila oblými tvarmi z plexiskla. Sedem brošní je inštalovaných na obrazových grafikách, ktoré dopovedajú jednotlivé šperky. Kolekcia je čisto subjektívnou výpoveďou a myslím, že je to zo šperkov aj cítiť. Heart Cams je sériou miniatúrnych objektov, ktoré vychádzajú z tvaroslovia fotoaparátov a predovšetkým objektívov, ale aj náhradných srdcových implantátov. Reagujem v nich na mylné prežívanie reality, keď namiesto prežívania prostredníctvom srdca ukladáme spomienky na čipy prístrojov, čo deformuje naše vnímanie. Séria Heart Things sa zaoberá lokálnou, národnou témou. Mojou

snahou bolo vyjadriť „slovenského ducha“, ale zároveň sa vyhnúť „folklorizácii“, ktorá často hrozí pri podobných témach. Počas práce na týchto sériách som pátrala po objekte, ktorý možno považovať za ikonu doby. Týmto typickým predmetom je podľa mňa televízor. V sérii TV's sa voľne inšpirujem tvaroslovím televíznych prijímačov, obrazovkami, anténami, a to nielen celkovým dizajnom, ale aj „náplňou“, teda televíznym programom. Séria šperkov Commixture predstavuje prepojenie a mix všetkých predošlých sérií. V kontexte integrácie globálnych trendov v nej spájam formálne znaky z predchádzajúcich tém v nových významoch a súvislostiach, ktoré sa zakladajú na intuitívnej kreatívnej tvorbe. ■



Cumulus 2007

Design + 3D

Art, Society, and Politics of Production

Medzinárodná asociácia CUMULUS, združujúca dizajnérov a inštitúcie zamerané na dizajn a umenie, každoročne usporadúva jarné a jesenné konferencie dotýkajúce sa problémov dizajnu, umenia a architektúry. Na konferenciách sa pravidelne zúčastňuje okolo 250 špičkových dizajnérov, teoretikov a zástupcov škôl z celého sveta. Ide teda o reprezentatívne podujatie pre CUMULUS, ako aj pre dizajn danej krajiny a školu, ktorá podujatie pripravuje.

Tohtoročnej jesennej konferencie sa organizačne a hosťiteľsky ujala Vysoká škola výtvarných umení v Bratislave (VŠVU), za pomoci Asociácie CUMULUS a Slovenského centra dizajnu. Názov a téma konferencie: „DESIGN + 3D: Art, Society, and Politics of Production“ vychádza zo slovenského dizajnérskeho kontextu a naráža na jeho prednosti, ale aj problémy.

Konferencia je rozdelená na tri časti: v prvej z nich ide o popis vzťahu výtvarného umenia a dizajnu, druhá časť je zameraná na vzájomný vplyv dizajnu a architektúry na spoločnosť, politiku a premeny životného prostredia a napokon posledná časť je venovaná politikám produkcie veľkých a malých firiem. Spomedzi prednášajúcich a účinkujúcich je potrebné spomenúť aspoň kanadského priemyselného dizajnéra Koena De Winter, poprednú anglickú teoretičku dizajnu Alison Clark, významnú českú architektku Evu Jiříčnú, či zástupcov veľkých dizajnérskejších štúdií, akými sú Christopher Bird, šefdizajnér európskej pobočky Fordu, či Klemens Rosnagel, ktorý vedie dizajnérske pracovisko spoločnosti Audi.

Vysoká škola výtvarných umení, kde je dizajn jedným z medzinárodných úspešných študijných programov, vytvára prostredníctvom konferencie priestor pre stretnutia svetových a slovenských dizajnérov, výtvarníkov a teoretikov. Sprievodnými podujatiami konferencie sú výstava Istroart 2007, odovzdávanie Národnej ceny za dizajn 2007, ktoré pripravuje Slovenské centrum dizajnu, ako aj výstava najlepších prác študentov Vysokej školy výtvarných umení.

Informácie a registrácia:

www.cumulus.sk

história



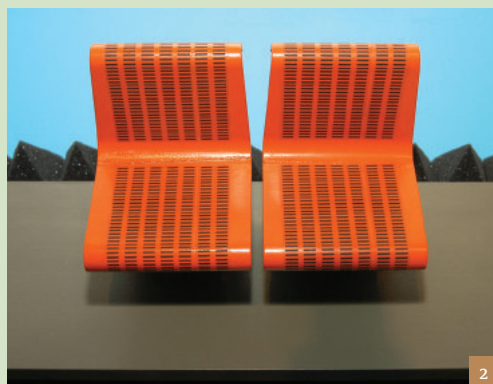
1

60 profil

text Johanna Pauly foto archív Františka Crháka a NTM Praha

z anonymity vystupuje františek crhák

Na začátku tohoto příspěvku je nutné podotknout, že estetickou kvalitu strojírenských výrobků a předmětů spotřebního průmyslu pomáhaly v Československu po roce 1950 vytvářet desítky anonymních profesionálů – průmyslových výtvarníků a stovky podnikových návrhářů a vzorkařů. Jejich odborná práce byla skryta za kvalitním výrobkem s podnikovou značkou a profesor katedry designu strojů a nástrojů Ing. architekt František Crhák (1926) byl jedním z nich.



Ačkoliv byl původní profesí architekt, jeho životní nasměrování ještě při studiu architektury na VUT v Brně ovlivnil jeden z jeho profesorů, akademický sochař Vincent Makovský¹. Sochař Makovský vedl své žáky k chápání výtvarného návrhu -designu pro strojírenský a zpracovatelský průmysl jako samostatné tvůrčí disciplíny. Svým působením ovlivnil některé své posluchače natolik, že se několik z nich, mezi nimi byl také Ing. arch. Otakar Diblík², rozhodlo zasvětit celý profesní život průmyslovému návrhu. Studenta Františka Crháka si Makovský vybral pro jeho perfektní architektonickou kresbu za svého asistenta.³



- 1 Model sportovního letounu Z 42, 1970, pro Moravan Otrokovice n.p. nerealizováno v této verzi
- 2 Parkové lavičky pro městský park ve Zlíně 1982 - 83, model 1 : 5, spoluautor Luděk Pavézka, + varianta dvousedáku

Design jako „hobby“

Svou designérskou činnost vykonával František Crhák jako určité „hobby“ při své práci pedagoga na vysoké škole. Byly to pro něho vždy zajímavé tvůrčí úkoly, kterými si poměřoval svoji schopnost navrhování tvaru kvalitního funkčního předmětu v závislosti na konkrétním zadání. Nejprve to byla spolupráce s Teslou Valašské Meziříčí. Vytvářel pro ni od konce 60. let návrhy nových mikrofonů a reproduktorových skříněk rozhlasu po drátě. Záhy si získal důvěru podnikové rady i konstruktérů a z prvního kontaktu se vyvinula dlouholetá spolupráce. Navrhl několik desítek mikrofonů, jazykovou učebnu, sluchátka, reprodukcí soustavy pro interiéry i veřejná prostranství a stavebnicovou řadu elektronických přístrojů pro zdravotní techniku. Všechny jeho návrhy pro tento obor byly bezesporu poznamenány jeho „geometrickým“ výrazem, jak dokládá celá řada modelů v sádře i kovu, pro větší názornost provedených Crhákem v měřítku 1:1. Přísná účelnost jeho návrhů přímo ovlivňovala estetický vzhled tvarů jím navržených předmětů.

Letouny, telefony, svítidla

V roce 1969 dostal Crhák velmi zajímavou nabídku na spolupráci. Ing. Mikula, šéfkonstruktér výroby sportovních letounů (Moravany Otrokovice), ho vyzval k spolupráci. Crhák řešil design exteriéru letounů Zlín 42 a 43. Byly dokonce vytvořeny modely v měřítku 1:10 včetně grafického řešení. Bohužel, nakonec v konečném schvalování nebylo nové tvarové řešení pro výrobu akceptováno a letouny se vyráběly v původním pojetí a tvaru navrženém šéfkonstruktérem. Zato ze soutěže na inovaci stolního telefonu Tesla vyšel Crhák v roce 1972

vítězně a navržený tvar byl vybrán pro výrobu. Ačkoliv spoluautorem tohoto návrhu byl Zdeněk Kovář, tvarové řešení telefonu bylo nejen organické, ale již s přiznanými hranami. Tento tvar stolního telefonního přístroje, typ BS 20, se vyráběl ještě po roce 1990, převážně již v barevném provedení.

Oba pedagogové také společně vytvořili návrhy na typovou řadu stožárových halogenových svítidel pro Elektrosvit Nové Zámky, z nichž některé byly zadány pro sériovou výrobu.

Kryty halogenových svítidel jsou zřetelně poznamenány tvaroslovím 70. let, k realizaci byly předány v roce 1977.

Jedním z dalších výrobků, na kterých se František Crhák přímo podílel, byl nový netradiční futuristický fén pro výrobce Zlatník Ostrava, který právě pro svůj nekonvenční tvar mezi spotřebiteli příliš neuspěl. Esteticky byl velmi působivý, sextagonální tvar fénu ukrýval pohonnou jednotku a ústl do plochého obdélníkového otvoru, na který se nasazovaly hřebeny z černého plastu. Určitá masivnost těla fénu spolu s přiznanými hranami tvaru byly uživatelům pravděpodobně při držení méně příjemné než tradiční fén EM 550 designéra S. Lachmana z poloviny 50. let. Právě Crhákův fén ho měl nahradit, ale oblý a výkonný fén EM 550 se udržel ve výrobě ještě po roce 1990, dokud ho neodsunula do pozadí konkurence mnoha nových menších zahraničních vysoušečů vlasů. Crhák se také zabýval konkrétními návrhy na prozaické teplovodní kotle Dakon, které se všechny realizovaly.

Zbraně pro obranu

Souhrou okolností dostal Crhák koncem 60. let zakázku na spolupráci s národním podnikem Přesné strojírenství (dnešní Zbrojovka v Uherském Brodě). „Nejprve jsem začal řešit přípravky k nabíjení vzduchovek,“ vypovídá v rozhovoru Crhák. Později to byla už malá exkluzivní dámská obranná pistole DUO, určená do kabelky. Ačkoliv byl bytostně pacifistou a zbraně nikdy nevlastnil, byl přesvědčen konstruktérem Ing. Karlem Strouhalem, že se jedná o zbraň určenou k obraně. „Další zakázkou byla lovecká zbraň, pro kterou jsem nechal podle svých nákresů vyrobit dřevěnou maketu 1:1 a tu ve výrobě respektovali natolik, že svou tvarovou podobu



3



4

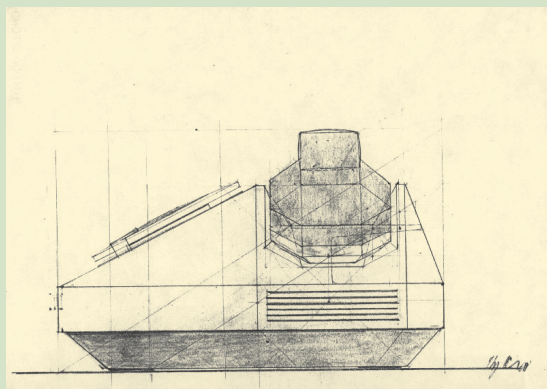
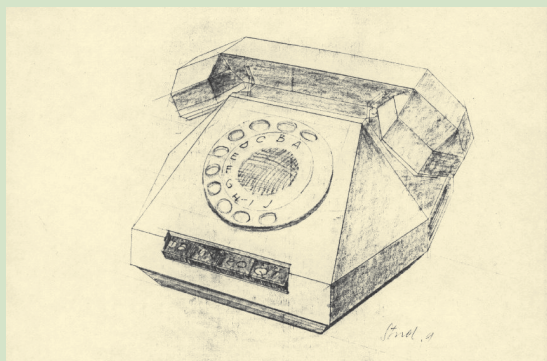


5

- 3 Vysoušeč vlasů EM 550, 1974, výrobek od 1976, Zlatník Ostrava v.d.
- 4 Pistole CZ VZ. 70 R. 7,65 mm, Výrobek od 1979, Česká zbrojovka Uherský Brod
- 5 Pistole DUO 6,35 mm, niklovaná (značená jako Z) Výrobek od 1966, Česká zbrojovka Uherský Brod
- 6 Stolní telefonní přístroj BS 20, dvoubarevné varianty, plast, 1972, spoluautor Z. Kovář, výrobek od 1974 - 1994, Tesla Liptovský Hrádok



vlastně nezměnila.“ Tuto dřevěnou maketu si nechal vyrobiť dle svého nákresu z dubového dřeva, abych si sám mohl ověřit navržený tvar, zda skutečně vyhovuje ergonomie pažby. Byla určena pro tzv. kozlicí CZ Sonda 1 R, 12/12. Na další spolupráci Crhák vzpomíná: „Přibližně v roku 1973 mě vyzvali z konstrukce Přesného strojírenství v Uherském Brodě k výtvarnému řešení pistole CZ 75. Pro mě osobně to byla zajímavá situace. Přišel za mnou šéf konstruktér Ing. Karel Strouhal, abych jen „vylepšil“ vzhled pistole Z 75. Chvilí trvalo, než jsem nabídku pro můj odpor ke zbráním vůbec přijal. Ale on mě opět ubezpečil, že jde o zbraň obrannou, tak jsem to přijal. Ačkoliv jsem v tomto oboru neměl téměř žádné praktické zkušenosti, začal jsem spolupracovat na tvarovém doladění pistole CZ 75. Na základě důkladných konzultací jsem vytvořil skicu, později sádrový model pistole. Ten byl ve Zbrojovce konstruktéry ještě citlivě doladován a přizpůsobován technologickým výrobním možnostem podniku. Svoji pozornost jsem po provedených zkouškách pistole zaměřil především na vyhovující tvar spouštěcího kohoutu pro sériovou výrobu pistole.“

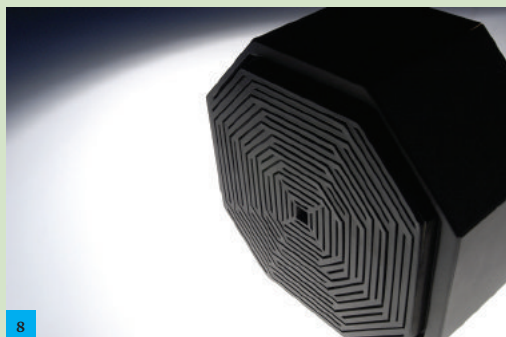




7

Urban design

Mimo svou hlavní pedagogickou práci a práci designéra si architekt František Crhák někdy odskočil ke své původní profesi. Pro Gottwaldov vytvořil v 80. letech koncept a projekt nového autobusového nádraží, pro parky města navrhl spolu s designérem Luděkem Pavézskou městský mobiliář. Parkové lavičky a koše z kovu a pletiva byly v několika variantách, jejich hlavním znakem musela být nezničitelnost. Lavičky mohly zůstat na svém místě i v zimním období, díky použitému materiálu se nemusely uklízet. Ještě nyní se užívají v městském parku ve Zlíně, ačkoliv plast povrchové úpravy kovového pletiva sedáček laviček doznal místy mírná poškození. Crhák se také rád účastnil architektonických soutěží na výtvarné řešení památníků a pomníků, neboť v této disciplíně „malé architektuře a architektonickém sochařství“ si mohl realizovat svoje sochařské cítění. Ostatně komorní plastice, jako své volné tvorbě, se věnuje dodnes. Rád vytváří architektonické kompozice se zřetelnými geometrickými prvky a některé tyto objekty řeší jako kinetické. Svým širokým tvůrčím záběrem se stal výraznou osobností takřka renesančního pojetí.⁴



8

- 7 Dva kovové modely tvarového řešení dynamických mikrofonů, pro Teslu Valašské Meziříčí n.p., 1974
- 8 Reproduktorová skříňka pro hotelové interiéry, model 1 : 1, 1980, pro Teslu Valašské Meziříčí

poznámky

- 1 Makovský stál u zrodu Bařovny Školy umění v roce 1939, za Protektorátu Bohmen und Mahren ve Zlíně, kde vedl ateliér prostorové tvorby. Makovský jako první u nás navázal už v roce 1939 spolupráci s Bařovnou konstrukcí strojů MAS ve Zlíně a stal se tedy protagonistou konkrétní spolupráce výtvarníka s konstruktéry.
- 2 Mimo jiné autor exteriéru a interiéru autobusu Škoda 706 RTO de Lux pro výstavu Expo 58 v Bruselu, designér v bratislavském vývojovém středisku automobilů Tatra u Ing. V. Mičíka, tiskařských strojů Adast Adamov, traktoru Zetor Crystal a v letech 1969 - 89 designéra milánského studia Rodolfa Bonetto.
- 3 Po dvouletém působení v této funkci a absolutoriu vysoké školy nastoupil Crhák jako učitel kreslení na obnovenou Střední uměleckoprůmyslovou školu do Zlína ke Zdeňku Kovářovi. V Uherském Hradišti pracoval také nějaký čas jako urbanista. Na průmyslovce vyučoval kreslení a perspektivu, ale následoval Kováře v roce 1959 zpět do Zlína/Gottwaldova na Kovářem iniciované nové pracoviště, detašovanou Katedru tvarování strojů a nástrojů Vysoké školy uměleckoprůmyslové v Praze. Zprvu František Crhák pomáhal Kovářovi ve funkci asistenta vytvářet koncept výuky nové katedry v rovině teoretické. Přitom se zaměřil na přípravu budoucích průmyslových návrhářů strojírenských oborů výtvarné geometrie, architektonická kompoziční cvičení a perspektivu.
- 4 Malá retrospektiva tvorby k 80. narozeninám byla otevřena 3. října 2006 ve výstavní síni VŠUP Praha. V listopadu byla přenesena do Univerzitní galerie ZU v Plzni a v únoru 2007 přejde z iniciativy J. Rajlichy na VUT Brno Fakultu strojní. Svou pouť pravděpodobně zakončí ve Zlíně v létě 2007. K výstavě vydala VŠUP Praha malý katalog, ve kterém je uveřejněn rozhovor s prof. F. Crhákem.

monochróm

uvažovanie
o originalite
is dizajn
priemyselný dizajn
vo vzťahu k iným
formám
duševného
vlastníctva
úvaha o podobách
moderného dizajnu
infobox
summary

tiráž

Pri príležitosti blížiacej sa medzinárodnej dizajnerskej konferencie Cumulus (Bratislava 12. - 14. 10. 2007) vám predstavujeme jedného z významných hostí - Koena de Wintera ktorý vystúpi so svojou prednáškou v sekcii Design + Art. www.vsvu.sk/cumulus/programme/

uvažovanie o originalite

v rámci dizajnerskej komunity existuje veľa ľudí (v radoch aktívnej aj konzumentskej sféry), ktorí zdieľajú neutíchajúcu fascináciu originalitou.

Táto fascinácia je niečím viac, než len bežnou formou dizajnerskej zábavy prezentovanej časopismi o dizajne či výstavami. Viac než storočie bola originalita úzko prepojená s kreativitou. Často je vnímaná ako nevyhnutný dôsledok tvorivého procesu. Takisto ako v iných tvorivých oblastiach, napr. písanie, komponovanie a niekedy aj varenie, sa stala definitívnym kritériom pre použitie kreativity v rámci vývoja produktov. Aj v západnej kultúre je baženie po originalite nepochybne relatívne novým fenoménom. No pátranie po jej koreňoch je úlohou pre sociálnych antropológov a nie je cieľom tejto eseje. Jedna z konštruktívnych hypotéz tvrdí, že vôľa modernistického hnutia ustanoviť nové štandardy a odtrhnúť sa od minulosti „za každú cenu“ vytvorila nielen nové štandardy, ale tiež nový slovník, v ktorom koncepty „nové“, „originálne“ a „inovatívne“ boli nanovo definované. Namiesto definovania povahy objektu začali definovať originalitu ako kvalitu. Teoretici umenia do istej miery prepísali dejiny západoeurópskeho umenia v súvislosti s inovatívnosťou, ktorú prisúdili rôznym umelcom v danom čase, no v zásade neexistujú dôkazy o tom, že by vôľa k inovatívnosti bola pre umelcov skutočnou motiváciou.

Zručnosť a technika, umenie perspektívy a hĺbky, konformita voči požiadavkám patróna a profesionálna súťaživosť boli dôležitejšími motiváciami než hľadanie originality.

Ani vo vzťahu Georgea Braquea a Pabla Picassa, keď na začiatku 20. storočia tvorili piliere kubistického hnutia, nezohrávala originalita rolu. Naopak, ich koláže z toho obdobia sú takmer identické.

Počas posledných tridsiatich piatich rokov, ktoré som strávil prácou v priemyselnom dizajne, ma veľmi zaujalo naše neustále hľadanie originality, naša fascinácia a obdiv k jej výsledkom a skutočnosť, že dosiahnutie „originálneho“ výsledku nikdy neustúpilo skutočnému cieľu našej profesie: spokojnosti spotrebiteľa.

Naopak, propagácia dizajnu, ktorá mala pôvodne slúžiť na to, aby širokej verejnosti objasnila výhody použiteľných a krásnych produktov, sa pomaly stala propagáciou originality za každú cenu, vrátane ignorovania jedného z pilierov moderny: tvoríť dobré a krásne priemyselné produkty dostupné všetkým. Nesmieme tiež zabudnúť na opomínanie informovania spotrebiteľov o dobrých, užitočných a environmentálne zodpovedných produktoch.

Hlavnú otázku hodnoty originality pre spotrebiteľa som nikdy nepocítil tak priamo, ako počas pracovnej návštevy čínskej továrne na porcelán nedaľeko mesta Shan-tou. Pred dvadsiatimi rokmi som tam odcestoval za účelom navrhnutia prototypov stolového riadu z bieleho porcelánu. Netušiac, čo možno od cesty očakávať, vytvoril som si formy na prototypy ešte pred tým, ako som tam šiel. Mojm úmyslom bolo odliah prototypy v továrni, otestovať ich a prípadne vylepšiť. Keď som pracoval na čajníku, čínski robotníci sa ma pýtali, prečo som im neprinesol „model“, s ktorým by mohli pracovať. Usilovnému prekladateľovi a mne samému trvalo niekoľko dní, kým sme pochopili, že pod pojmom „model“ robotníci myslia existujúci čajník, ktorý sa používa v severnej Amerike, teda v mieste cieľového trhu. Keď som im vysvetlil, že som dizajnér tohto

čajníka a že je odlišný od čajníkov, ktoré už existujú, reagovali promptne s tým, že na projekte prestali pracovať. Ich dôvodom, ktorý mi sprostredkoval tlmočník, bolo, že robím niečo, čo považujú za neetické. Svoje tvrdenie podporili argumentom, že akokoľvek kvalitne je produkt navrhnutý a vytvorený, vyžaduje istý proces učenia, než si spotrebiteľ osvojí jeho použitie. Len čo je táto vedomosť už raz osvojená, človek nechce tráviť čas učením sa, ako používať nový produkt, skrátka chcete používať rovnaký produkt, a teda aj kupovať rovnaký produkt. Vyrobiť niečo odlišné by bolo mýňaním času zákazníkov. Vysvetlenie bolo ilustrované mnohými referenciami k existujúcim čínskym čajníkom a všetkým tradíciám, ktoré s nimi boli spojené. Moja názorná ukážka, ako poklop môjho čajníka ostane uzavretý, aj keď vytečie posledná kvapka, bol odmietnutý s tým, že by bolo veľmi zložité otočiť poklop naopak – čo je v čínskej kultúre univerzálne zrozumiteľný znak označujúci prázdny čajník a naznačujúci, že by ste chceli doplniť čaj. Na moju obranu som sa odvolal na rôznorodosť yixingských čajníkov, no aj tá malá skupina robotníkov, ktorá tento čínsky zázrak poznala, mi vysvetlila, že tieto neboli vyrobené s účelom pitia čaju, ale s účelom prezentovania zručnosti a majstrovstva. Po živjej diskusii bolo jasné, že jediná vec, ktorú môžem urobiť, je vrátiť sa do hotela. Mojim hlavným problémom nebola ich nevláda pracovať na prototypoch, ale skutočnosť, že som sa s nimi musel dohodnúť. Premýšľal som nad situáciou a dospel som ku kompromisu, ktorý som predniesol mojim spolupracovníkom nasledujúci deň. Bola to klasická obchodná výmena.

Napriek môjmu súhlasu s ich názorom, že nový produkt vyžaduje učenie a že tento konkrétny prípad učenia predstavuje stratu času, namietal som, že rozmyšľanie nad vylepšením produktov je univerzálny fenomén aktuálny rovnako v Číne, ako kdekoľvek inde vo svete. Aby ste predišli zmenám, museli by ste tieto užitočné nápady ignorovať. Dokonca sa dá zájsť ďalej a povedať, že mýňate čas osoby, ktorá nad konkrétnym vylepšením uvažovala. Nakoniec sme sa zhodli na tom, že ide o kultúrnu odlišnosť. Jedna kultúra si zvolí mýňať čas jednou činnosťou, druhá inou. Po diskusii o hodnote mojich výrokov mi hovorca mojich spolupracovníkov oznámil, že sú ochotní pokračovať v práci na proto-

typoch. Toto oznámenie som však dostal s varovaním. Povedal mi: „Áno, môže ísť o kultúrne rozdiely, no pamätaj si, s tvojím typom videnia nebudeš nikdy šťastný, nikdy nebudeš spokojný s produktmi, s ktorými žiješ.“

Celý incident vzbudil dve otázky: limitujeme naše hľadanie a aplikáciu originálnych riešení na tie charakteristiky, ktoré sú skutočne vylepšenia, skutočné inovácie? A po druhé: slúžia originálne návrhy skutočne spotrebiteľovi a verejnosti a do akej miery sa dizajn stal samoučelnou aktivitou, v ktorej je kreativita redukovaná na spôsob, ako dosiahnuť originalitu?

Na prvú otázku odpovedám úprimne: nie. Nelimitujeme našu aktivitu v rámci návrhov produktov na reálne alebo vnímané zlepšenia, zväčša sa snažíme pracovať pod etablovanými archetypmi a stáva sa len zriedka, že všetky nadobudnuté vedomosti o konkrétnom produkte sa použijú a aplikujú v ďalšom inovatívnom návrhu. Stačí sa pozrieť na stoličky – množstvo z nich je veľmi nepohodlných. Boli navrhnuté a vyrobené napriek všetkým výskumom uskutočneným od prvých elektromyografických štúdií Bengta Åkerbloma, A. C. Mandala („Sediaci muž“, marec 1981), Grandjeana, Hüntunga a mnohých ďalších. Mohli by sme citovať text z Bible: „... človek nežije z chleba samotného...“, a rozšíriť tento citát na tvrdenie: „... netvoríme a nepoužívame stoličky iba na to, aby sme na nich sedeli...“

Otázkou potom ostáva: vylučujú sa tieto dve veci navzájom? Limituje štúdium správneho fungovania rýchlosť, obmedzuje možnosť začleniť iné úvahy a nakoniec – ničí samotný „gestalt“ objektu či jeho prítomnosť? V nedávnej histórii dizajnu existuje množstvo príkladov produktov, pri ktorých toto všetko platí, no vylúčenie možnosti rovnováhy oboch aspektov mi pripadá ako urážka kreatívneho procesu. Bez použitia kusu ocele, nahrubo zvarenej do tvaru tradične komfortnej stoličky, a bez zjavnej neúcty voči funkčnosti by „size ten“ Rona Arada nikdy nebola takou signifikantnou paródiou na stoličku a pohodlie, ktoré poskytuje. No vo svete, ktorému môžeme porozumieť jedine s minimálnym množstvom klasifikácie, je jeho paródia súčasťou tej istej kategórie ako umývací stolík Claesa Oldenburga (1965), nie súčasťou dizajnu.

Na iných príkladoch z histórie môžeme zdôraz-

niť ďalší rozmer problému. Červeno-modrá stolička Gerrita Rietvelda je rovnako emblematická ako dom, ktorý navrhol pre pani Schröderovú v Utrechte. Dom aj stolička sa stali najdôležitejšími obrazmi holandského hnutia De Stijl. No aj Gerrit Rietveld robil kompromisy pri navrhovaní nábytku do domu. Stoličky majú zakrivené sedadlá i opierky a celková farebnosť je tmavohnedá. Aj ľudia, ktorí sa zaoberajú nábytkovým dizajnom a jeho históriou, tieto stoličky radšej ignorujú a nepovažujú ich za také „typické“ pre hnutie De Stijl, ako „červeno-modré“. Mohli by sme teda konštatovať, že fakt, že Aradova stolička a Rietveldova „červeno-modrá“ sú stoličkami, iba odvádza pozornosť. Nič to však nemení na skutočnosti, že jedna je súčasťou histórie umenia a druhá súčasťou histórie architektúry 20. storočia – nie dizajnu.

Nezáleží na tom, ako definujeme dizajn, no existuje niekoľko spôsobov, ako inovatívne návrhy pozitívne slúžia spoločnosti. Najdôležitejším z nich je moment, keď nový náhľad na funkciu dostane fyzickú formu v produkte, ktorý sa stane stelesnením nového poznania. Keď Nór Peter Opsvik navrhol „balansujúcu“ stoličku, založenú na výskumoch jeho krajana Hansa Christiana Menghoela a do istej miery anticipujúcu výsledky výskumu polôh sedenia Dr. A. C. Mandala, nestvoril originálny dizajn, ale v prvom rade vyjadril nový pohľad vychádzajúci z tohto výskumu. Stolička síce nedosiahla takú akceptáciu v spoločnosti, akú dizajnér očakával, no bola navrhnutá a vyrobená s úmyslom slúžiť spotrebiteľovi. Originalita v tomto prípade nebola cieľom, bola výsledkom nového náhľadu. Ako to však často býva, práve originalita produktu mohla byť príčinou malej miery prijatia kľačiaco-sedacej polohy, ktorá je vhodnejšia a zdravšia.

Existuje mnoho príkladov produktov, ktoré nie sú výsledkom hľadania originality, ale inovatívneho prístupu. Technologická inovácia často vytvára podobnú úroveň originality. Polyesterová stolička Eera Saarinenova je klasickým príkladom radikálneho odklonu od etablovaného archetypu. Odklon taký symbolický kvôli tomu, čo je možné urobiť s touto novou kombináciou materiálov, že nevyhnutne vyústi do nezvyčajného tvaru. To isté môžeme povedať o použití laminovaného dreva Rayom a Charlesom Eamesovcami. Väčšina z týchto inovácií bola

ľuďmi z brandže chválená a niektoré mali úspech aj u konzumentov, no inovácia, aj keď je dobre premyslená, nebola nikdy garanciou spotrebiteľskej spokojnosti.

Pri mojom pokuse vylepšiť etablovanú formu misy na šlahanie „Margarethe“ od Bjørn & Bernadotte, ktorú roky úspešne vyrábala Rosti A/S, sme pozerali hodiny nakrúteného videa zobrazujúceho, ako ľudia tento predmet používajú. Na tomto cvičení, ktoré dokonale otestovalo našu trpezlivosť, sme sa dozvedeli, že okrem krátkych prestávok väčšina spotrebiteľov drží misu pod rôznymi uhlami. Tento postreh sme použili na vytvorenie novej melamínovej misy na šlahanie pre Rosti A/S, ktorá sa opiera o samostatný, mierne flexibilný prstenec, slúžiaci ako pevná, protišmyková podložka pod naklonenú misu v akomkoľvek uhle. Výsledok bol natoľko inovatívny, že bol vybraný ako „Produkt roka“ vo Frankfurte, „Najlepší z kategórie“ v časopise ID v New Yorku a mnohé múzeá si ho odkúpili do svojich kolekcii. No samotní spotrebiteľia, ktorým mal slúžiť, tento koncept odmietli a uprednostnili známu misu „Margarethe“, prípadne jej kópie. Je známou skutočnosťou v dizajnerských kruhoch, že inovácia alebo originalita nie je nutne reflektovaná konzumentom.

Definícia dizajnu profesora Sergeja Gagnona z Université du Québec à Montréal je pravdepodobne najkratšou zo všetkých: definuje dizajn ako kultúrne schválenie technológie. V tejto stručnej definícii je implicitne obsiahnutý fakt, že evolúcia akéhokoľvek objektu je v prvom rade podmienená zmenami v technológii. Rovnako dôležitý je aj fakt, že dizajn je definovaný ako schvaľovací proces. Inými slovami je to spôsob, ako prijať technológiu do našej kultúry akceptovaním jej vplyvu a zároveň jej ovplyvňovaním. To isté môžeme povedať o dvoch ďalších faktoroch v rovnici: o kultúre a funkcii. Ručný odšťavovač na citróny od Philippa Starcka nie je výsledkom použitia inovatívneho technologického procesu, ani nepredkladá žiadnu inovatívny pohľad na funkciu vytlačania šťavy z citrusového ovocia. Svoju originalitu čerpá z nového vnímania miesta, ktoré má produkt v kultúre neskorého 20. storočia, a jeho silné skulpturálne prevedenie svedčí o novonadobudnutej dôležitosti. Je ťažké poprieť dôležitosť, akú majú pre dizajn

a spoločnosť vo všeobecnosti tri katalyzátory zmeny: technológia, funkcia a kultúra. Originalita odvodená z inovácie v jednom alebo viacerých z týchto faktorov sa zdá byť dôležitá, a preto odôvodnená. Úroveň akceptácie dosiahnutej v rámci spoločnosti, ktorá založila svoj pocit bezpečnosti na známych veciach a preskúmaných prostrediach, nie je v týchto prípadoch veľmi relevantná.

Evolúcia má na druhej strane veľmi úspešný register. Existuje mnoho zdokumentovaných prípadov produktov, ktoré sa vyvíjali niekedy pomaly, inokedy rýchlo, no nikdy nie náhle. Tieto produkty majú spoločnú vlastnosť - lepšie slúžia spotrebiteľovi a sú všeobecnejšie akceptované. Niektoré z produktov sú kontroverzné, pretože sa nedá celkom dobre určiť, kto vlastne stojí za ich vznikom. Vzájomné vylepšovanie dizajnov napríklad znemožňuje určiť, kto vlastne zostrojil konzolovú stoličku (1926) - bol to Mark Stam, Marcel Breuer, Gerhard Stüttgen, Anton Lorenz alebo dokonca M. Baugniet. V súčasnosti veľmi populárna Vitra verzia stoličky Vernera Panona (1960) sa zrodila ako model papiera a drôtu, ktorý navrhol Pantonov kolega Gunnar Aagard Andersen (1953). Veľmi podobný prototyp skonštruoval v tom istom roku Poul Kjærholm. To, že Andersenove skice pochádzajú z roku 1952, naznačuje, že bol prvý, kto formuloval tento inovatívny tvar. V rámci redizajnovania kvôli veľkovýrobe zvýšil Panton chrbtové operadlo stoličky do príjemnejšej výšky. Osem rokov na to Steen Østergaard predstavil svoju skladaciu stoličku, ktorá bola veľmi podobná, hoci odstránením stredovej oblúkovitej plochy získala odľahčenú základňu.

Veľmi úspešný polypropylénový kufrík navrhnutý kanadským dizajnérom Michelom Dallaireom sa neponáša na viac ako o desať rokov starší kufrík Petra Raackeho iba veľmi podobným tvarom, ale obsahuje aj niekoľko vylepšení uzatváracieho mechanizmu, kvôli ktorému sa jeho produkt oplatilo redizajnovávať. Mnoho industriálnych produktov, od elektrických holiacich strojčekov až po autá, od lodí až po počítače, je výsledkom postupnej evolúcie. Vo väčšine prípadov spotrebiteľia dostali šancu sledovať a pochopiť kroky tejto evolúcie. Nemôžeme sa teda čudovať, že oni taktiež akceptujú výsledky bez ohľadu na to, ako pokročilý sú v konfrontácii s porovnateľným produktom. Môžeme si skrátka porov-

nať prístrojovú dosku bežného auta s kuchynskou doskou. Alebo komfort sedadla v aute so stoličkami, ktoré ten istý spotrebiteľ používa doma. Vo svetle úspechu sa otázka praktických a etických konzekvencií preceňovania originality stáva viac než opodstatnenou.

No ešte jeden aspekt originality si zasluhuje pozornosť. Napriek nespochybniteľným snahám väčšiny dizajnérov rozvinúť svoj originálny nápad do zrelého, poročného a plne vyvinutého produktu by mnohé z nich mohli byť vylepšené ako z funkčného hľadiska, tak aj z hľadiska uplatnenia vhodnejších materiálov či estetiky. Dokonale vyvážená forma a dôraz na detail, ako to môžeme vidieť pri stoličke Hansa J. Wegnera, je neobvyklá v akejkolvek oblasti priemyselných produktov. Ak je cieľom našej profesionálnej aktivity tvorba produktov, ktoré spotrebiteľovi slúžia dobre, prečo potom nevieme vylepšiť už existujúce produkty? Prečo rešpektujeme pôvodnú formu, i keď sú vylepšenia evidentné? Ak by jeden alebo viacero detailov mohli spotrebiteľovi uľahčiť použitie produktu, zvýšiť jeho bezpečnosť či zjednodušiť výrobu, prečo nám dizajnérom istý rešpekt pred originálnou formou produktu bráni tieto zlepšenia vykonať? Dôvodom nie je poprieť benefity vyplývajúce pôvodnému dizajnérovi z vytvorenia originálu, ale umožniť ostatným prispieť v ich oblastiach kvalifikácie.

V hudbe je použitie variácií na tému iného skladateľa alebo populárnej piesne celkom bežným javom. Modest P. Mussorgskij skomponoval originálne „Obrázky z výstavy“ ako klavírny koncert, no dielo sa stalo populárne so známou orchestráciou Mauricea Ravela.

Aj v dizajne môžeme nájsť niekoľko zaujímavých príkladov. Existuje zjavný vzťah medzi „vrtulovou stoličkou“ #8783 (1927) Kaareho Klinta, skladacou stoličkou PK-91 (1961) Poula Kjærholma a skladacou stoličkou (1970) Jørgena Gammelgaard, aj keď prvá je vytvorená z dreva, druhá z ocelevej čepele a tretia z oceľového drôtu.

Tento vzťah nie je založený na tom, že všetci traja sú Dáni, alebo na tom, že vo všetkých troch prípadoch ide o dôležité diela. Sú to variácie na rovnakú tému. V tomto konkrétnom prípade je spotrebiteľský benefit minimálny, no existuje mnoho produktov, ktorým by mierne vylepšenie prospelo omnoho

viac, než keby sa navrhovali úplne nanovo. Snaha o originalitu postuluje otázku, ktorá časť z našich výtvorov je výsledkom našej vlastnej snahy a ktorá časť je priamo spojená s tým, že sme „deti našich čias“. Dokonca aj Gaudího bujná, originálna a zapamätateľná architektúra je podľa jeho vlastných slov výsledkom jeho katalánskeho pôvodu, hľadania katalánskych tradícií a kultúrnej špecifickosti. Inými slovami, nevytvorili by sme veci, ktoré tvoríme, keby sme nestáli na niekoho ramenách, či už ten niekto je osoba, skupina osôb, alebo celá spoločnosť. Táto myšlienka by mala byť spomenutá vždy, keď je vznesená požiadavka na nápad či koncept.

Existuje nespočetné množstvo príkladov takmer identických produktov navrhnutých rôznymi tvorcami v rôznych oblastiach bez toho, že by jeden o druhom vedeli. Jediný rozdiel medzi Harveyho kamenínovou taškou a taškou z bieleho porcelánu, ktorú vytvoril Tapio Wirkalla pre Rosenthal, je materiál a precíznosť formy. Ani jedna nekopíruje druhú, sú výsledkom podobnej kreatívnej reakcie na rovnaký zdroj inšpirácie. Keď Marcel Wanders namočí prírodnú špongiu do porcelánovej hmoty a vypáli ju, opakuje tým iba hravé gesto, ktoré pred ním urobilo už mnoho študentov keramiky. Rozdiel je v tom, že tieto hravé produkty boli uchovávané dovtedy, kým priveľa prachu či nedostatok miesta nedonútilo majiteľa, aby ich vyhodil. Produkty prvého menovaného naopak získavajú mediálnu podporu a pozornosť zo strany spoločností ako Droog Design či Rosenthal. Avšak v oboch prípadoch to patrí nám všetkým a nik si na to nemôže robiť osobitný nárok.

V časoch, keď porušovanie autorských práv je nekontrolovateľné a ignorancia kontrolórov patentov je použitá ako argument na patentovanie vecí, ktoré sú známe a používané už stovky rokov, by sme si mali pripomenúť istú skutočnosť. Kráľovná Alžbeta I. (1533 – 1603) nevydala prvý patent ako uznanie originálneho nápadu, ale ako spôsob ochrany exkluzívnych znalostí a zručností vitrážových majstrov, ktorí si zaslúžili jej uznanie. V podobnom duchu fungovalo nepísané pravidlo v oblasti obchodu a remesiel, kde ste boli zasvätení do všetkých aspektov umenia či remesla iba pod podmienkou, že ich posuniete ďalej rovnakým spôsobom, ako ste ich dostali. Morálne odôvodnenie intelektuálneho

vlastníctva je dôveryhodné do rovnakej miery ako poznanie, že sme súčasťou spoločnosti, ktorá je výsledkom dlhodobého procesu kultúrneho a technologického vývoja. Táto spoločnosť má právo byť obslužená, čo znamená, že jej môžeme slúžiť robením malých, ale inovatívnych krokov tým správnym smerom. ■

Koen de Winter sa narodil v roku 1943 v Antverpách v Belgicku. Vyštudoval keramiku na École des Métiers d'art de Mareouds a neskôr aj priemyselný dizajn na Akademie voor Industriële Vormgeving Eindhoven v Holandsku. Po pôsobení na projektovom oddelení Volvo sa vrátil do Holandska a navrhoval množstvo predmetov do domácnosti pre dánsko-holandskú firmu na plastové výrobky Rosti/Mepal. Niektoré z týchto projektov sú v trvalej zbierke Museum of Modern Art v New Yorku.

V roku 1979 sa presťahoval do Kanady, kde sa stal viceprezidentom dizajnu pre Danesco Inc. Takmer desaťročie pôsobil ako profesor na Université du Québec v Montreale. Určitú dobu bol prezidentom Canadian Industrial Designers Association a od roku 1990 sa jeho firma HippoDesign Inc. venuje vývoju produktov pre mnohé kanadské, americké a európske spoločnosti. Napísal množstvo článkov a je spoluautorom katalógu 20th Century Chairs. Prednášal v Nemecku, Francúzsku a v Kanade. Vyhral viaceré ceny za priemyselný aj grafický dizajn, vrátane Design Canada Award, Best of Canada Design Award, Product of the Year vo Frankfurte, a prestížnu Henry van de Velde career Award 2005.

Nedávno si otvoril vlastné keramické štúdio v Québecu s názvom Atelier Orange.

viac na: www.designaddict.com

priemyselný dizajn vo vzťahu k iným formám duševného vlastníctva

text je príspevkom predneseným 26. apríla 2007 na konferencii duševné vlastníctvo na slovensku vii. (k svetovému dňu duševného vlastníctva) v banskej bystrici a je publikovaný so súhlasom autorky.

V období posledných približne 20 rokov, keď v oblasti spoločensko-ekonomických vzťahov dochádza k výraznej intenzifikácii nielen v rámci jednotného Európskeho hospodárskeho priestoru, ale aj v celosvetovom meradle, sa v oblasti ochrany práv duševného vlastníctva začal prejavovať určitý fenomén prekrývania, či dokonca súbehu viacerých právnych režimov ochrany. Deje sa tak v dôsledku snahy nositeľov práv zabezpečiť si silnejšiu ochranu proti prípadným porušovateľom práv.

Celá oblasť práv duševného vlastníctva pokrýva predmety ochrany v rozpätí od umeleckých diel v celom rozsahu umeleckej tvorby po technické riešenia, ako aj označenia a obchodné mená, ktoré sa v obchodných zvyklostiach používajú na rozlíšenie osôb, tovarov a služieb. Dizajny sú špecifickým predmetom ochrany v rámci celkovej škály predmetov práv duševného vlastníctva a vyžadujú zvláštne pochopenie i špeciálne zaobchádzanie.

Ich osobitá povaha vyplýva z toho, že dizajn uspokojuje jednak estetické potreby, a jednak praktické požiadavky zhmotnené v konkrétnom výrobku. Teda možno povedať, že dizajny (ako predmety priemyselnoprávnej ochrany) stoja na križovatke

umenia a techniky a dizajnéri sa snažia vytvoriť také výrobky, ktoré by boli schopné svojím tvarom uspokojovať estetické priority spotrebiteľa, ako aj jeho očakávania s ohľadom na funkčnosť týchto výrobkov.

Množstvo zákonov v jednotlivých štátoch upravuje ochranu dizajnu len ako ochranu vonkajšieho vzhľadu výrobku, vyjmúc jeho technickú funkciu. A toto je odraz odlišných možností týkajúcich sa vhodnosti poskytnúť právnu ochranu na jednej strane technickým výsledkom a na strane druhej estetickéj povahy súčasne. Je prakticky nemožné odtrhnúť technické vlastnosti od tvaru či vzhľadu výrobku. Tak napríklad, ergonomická zakrivená klávesnica počítača sa líši od štandardnej obdĺžnikovej klávesnice nielen vzhľadom, ale tiež úmyslom dosiahnuť iný spôsob práce s ňou – berie zreteľ na komfort, rýchlosť písania a pod.

Na druhej strane však estetické znaky výrobku nemusia byť striktné nevyhnutné pre fungovanie výrobku; sú nezávislé v tom zmysle, že zodpovedajú osobnej, subjektívnej voľbe dizajnéra alebo verejnosti, ktorej je výrobok určený. Napríklad väčšina znakov na rôznych jedlenských servisoch vyzerajúcích odlišne nie je založená na funkčných vlastnostiach, pretože ta-

niere a šálky z rôznych súprav sú používané rovnakým spôsobom, bez ohľadu na rozmanitú konfiguráciu a štýl.

To znamená, že pre konkurentov na trhu nejde vždy iba o kopírovanie technickej funkcie výrobku, ale práve o znaky nefunkčného charakteru, teda o dizajn produktu. Z tohto dôvodu sa javí potreba zabezpečiť ochranu výlučných práv na dizajn tak, aby bola ľahšie dosiahnuteľná na dlhší čas než v prípade ochrany výlučných práv na technické riešenia.

Pretože priemyselné dizajny spravidla vyjadrujú osobný vkus a štýl dizajnéra, takáto tvorivá činnosť je v skutočnosti veľmi blízka autorským dielam. A čo viac, umelecké diela uplatnené v úžitkových výrobkoch sú v určitých prípadoch asimilované v priemyselných dizajnoch. Táto duálna povaha priemyselných dizajnov (esteticko-funkčná) je základom pre ich špecifický charakter a samostatný právny režim ako predmetu priemyselného práva.

Prevažná väčšina zákonov na ochranu dizajnov vo svojej definícii dizajnu obsahuje nasledovné hlavné prvky:

Viditeľnosť – je hlavnou podmienkou na posúdenie dizajnu. Tvar či vzhľad konkrétneho výrobku musí byť vnímateľný

zrakom, a teda musí byť viditeľný počas bežného používania konečným používateľom, ktorému je výrobok určený. Počas bežného používania výrobku sa jeho vzhľad často strieda, napr. vnútro kufríka sa od jeho vonkajšej podoby líši, no pritom sú oba viditeľné počas bežného používania. Takisto rozkladacia pohovka – aj v rozloženej podobe musí byť vzatá do úvahy dizajn výrobku.

Za bežné používanie sa nepovažuje údržba, opravy či servisné služby. To znamená, že táto podmienka vylučuje z dizajновой ochrany také diely a súčasti výrobku, ktoré nie sú počas bežného používania výrobku viditeľné. **Osobitý charakter** – dizajn dáva výrobku, v ktorom je stelesnený, zvláštny, špecifický vzhľad. Zabezpečuje výrobku to, že sa stáva atraktívnejším a jeho vzhľad je pre oboznámeného (informovaného) spotrebiteľa odlišný. Túto podmienku dizajnéri dosahujú výberom z množstva vhodných prostriedkov a techník vrátane tvarov, kontúr, farieb, línií, materiálov, jeho štruktúr a povrchových úprav.

Výluka technickej funkcie – dizajn sa môže týkať len viditeľného vzhľadu výrobku, ale nie jeho technických a funkčných vlastností. Akokoľvek bude celkový vzhľad výrobku determinovaný viac jeho funkciou než estetickou povahou, ochrana dizajnu sa bude vzťahovať výlučne len na tie stránky výrobku, ktoré nie sú obmedzené technickými funkciami.

Stelesnenie v diele úžitkového umenia – dizajny môžu tiež predstavovať vtelenia v dielach úžitkového umenia, ktoré majú primárne skôr praktický či úžitkový účel a nie sú výlučne určené

len na umelecký dojem tak, ako sa to očakáva od umeleckých diel.

Niektoré zákony výslovne požadujú, aby dizajn spĺňal úlohu vzoru pre priemyselnú výrobu alebo aby bol priemyselne využiteľný. Niektoré zákony zase uvádzajú, že dizajny môžu byť použité na výrobkoch remeselnej výroby.

Mnoho rokov a ešte aj dnes je diskutovaná v odborných kruhoch otázka, či priemyselné dizajny určené pre masové spotrebiteľské i priemyselné výrobky môžu byť považované za umelecké diela. Vo veľkej väčšine prípadov je odpoveď na túto otázku kladná.

Duálny charakter dizajnov (ako praktického, tak aj estetického určenia) umožňuje prinajmenšom dva spôsoby ochrany – a to ochranu prostredníctvom autorského zákona a ochranu prostredníctvom samostatného sui generis režimu.

Pri kumulatívnej ochrane dizajnu (ak to oba právne systémy dovoľujú) je dizajn chránený aj autorskoprávnou ochranou, aj ochranou dizajnu podľa osobitného zákona, nezávisle jeden od druhého, pričom dochádza k ich vzájomnému prekrývaniu. Autorskoprávna ochrana je zvyčajne založená na princípe neformálneho vzniku práv, t. z. bez zápisu do akéhokoľvek registra. Tento princíp síce na jednej strane poskytuje dostupnú ochranu bez akýchkoľvek poplatkov či vyplňania rôznych formulárov a prihlášok, no na druhej strane je v prípade sporov, ako je napodobovanie či falšovanie určitého výsledku tvorivej činnosti, veľmi zložitá a často až nemožná dokázať, kto je skutočným autorom. Takže právna istota autorov je

v takomto prípade spravídla nižšia než právna istota nositeľov práv, ktorých vznik je závislý od konkrétnej formy registrácie, teda zápisu do registra. Napr. v USA je práve z tohto dôvodu vyžadované, aby si autori svoje diela registrovali, čo môže byť neskôr podmienkou žalobného návrhu. Kompromisným riešením je spôsob v prípade nariadenia o dizajne spoločenstva, kde na jednej strane sa pre ochranu, a tým aj pre právnu istotu majiteľa práva vyžaduje registrácia dizajnu spoločenstva, no na strane druhej je umožnená ochrana aj nezapísaného dizajnu spoločenstva, teda neformálny spôsob ochrany, ktorý je rýchlejší, ale v prípade súdneho sporu menej efektívny.

Súbeh dizajновой ochrany je viditeľný tiež v dĺžke trvania majetkových práv v prípade autorských diel, diel úžitkového umenia a dizajnov. Posledné znenie Bernského dohovoru o ochrane literárnych a umeleckých diel, tzv. parížske znenie, stanovilo, že pre diela úžitkového umenia (ak sú chránené ako umelecké diela) môžu štáty stanoviť kratší čas ochrany než pri iných druhoch diel (v rámci štátov EÚ to znamená počas autorovho života plus 70 rokov). Tento čas však nesmie byť kratší než 25 rokov od vytvorenia diela úžitkového umenia. Celková doba ochrany dizajnov podľa osobitných zákonov o dizajnoch je v rámci európskych štátov, ktoré majú svoju legislatívu harmonizovanú v súlade so smernicou Európskeho parlamentu č. 98/71/ES, maximálne 25 rokov.

Popri tomto kumulatívnom spôsobe ochrany existujú štáty, kde je zavedený oddelený systém ochrany (napr. USA, Taliansko).

V týchto systémoch je ochrana autorským dielam výlučne vyčlenená len pre umelecké diela. T. z., že všetky tvary či prevedenia úžitkových, priemyselných alebo spotrebných výrobkov nemôžu získať autorskú ochranu, bez ohľadu na to, aká je hodnota ich estetického vzhľadu. Základom pre takéto striktné oddeľovanie je snaha zabrániť tomu, aby technické riešenia obchádzali prísnejšie podmienky vyžadované v rámci patentového práva a takýmto spôsobom získavali ochranu proti kopírovaniu.

V niektorých európskych štátoch sú právne režimy nastavené tak, že dochádza k čiastočnému prekryvaniu systémov ochrany, napr. v Dánsku, Fínsku, Nórsku a Švédsku a vo Švajčiarsku. V takomto systéme sa pripúšťa autorskoprávna ochrana pre priemyselné dizajny, ktoré spĺňajú štandardy umeleckých diel, aj keď požadovaná úroveň umeleckej kvality by v praxi nemusela byť úplne naplnená.

Treba poznamenať, že prekryvanie ochrany dizajnov je nevhodné vo vzťahu k systému patentovej ochrany. Patentový systém predchádza všetkým iným formám duševného vlastníctva, pokiaľ ide o ochranu technických riešení. Žiadne technické funkcie či prevedenia výrobku nemôžu podliehať dizajnej ochrane a musia byť chránené pred voľným kopírovaním, ak sú chránené platným patentom.

Často diskutovanou otázkou v odborných kruhoch je vzťah ochranná známka verus dizajn. Najmä v prípade trojrozmerných ochranných známk, ako sú tvary výrobkov, obaly či nádoby, natíska sa otázka, ako odlišovať trojrozmerné známky od obvyk-

lých priemyselných dizajnov, ktoré sú vtelené do výrobku či obalu. Môže byť ten istý tvar či prevedenie chránené súbežne aj ako priemyselný dizajn, aj ako ochranná známka? Je takýto spôsob kumulatívnej ochrany prijateľný?

Priemyselné dizajny a ochranné známky zohrávajú v hospodárskej politike úplne odlišnú úlohu a v dôsledku toho sú chránené ako predmety priemyselného vlastníctva z rozdielnych dôvodov.

Funkciou dizajnov je zatriktívniť výrobky pre potenciálnych zákazníkov. Pekný, lúbivý vzhľad výrobku mu nedáva len pridanú estetickú hodnotu, ale aj obchodnú hodnotu. Napr. náramkové hodinky stelesňujúce v sebe dizajn môžu nastaviť vyššiu obchodnú cenu než funkčne identické hodinky s odlišným vzhľadom či tvarom. Pretože ochrana dizajnu blokuje konkurentov na trhu pred voľným predajom či výrobou zhodných výrobkov, patrí toto právo k monopolným, výlučným právam k výsledku tvorivej činnosti. Tieto práva sú charakteristické tým, že ich trvanie je časovo obmedzené, a keď ich doba ochrany pomíne, objekt ochrany permanentne prepadá v prospech verejnosti.

Ochranné známky sú určené na iný účel. Sú akýmsi obchodným identifikátorom. Slúžia na rozlíšenie tovarov, činností, služieb v komerčných kruhoch. Dištinktívne označenia sú nástrojom, prostredníctvom ktorého si zákazník či spotrebiteľ dokáže výrobky a služby spojiť s konkrétnou spoločnosťou.

Odpoveď na otázku, či možno dizajn chrániť aj ako ochrannú známku, znie áno. Hoci je to

nezvyčajné vzhľadom na rozdielne funkcie oboch predmetov priemyselných práv, ale nie nemožné. Totiž, ak je tvar výrobku spôsobilý ochrany ako dizajn a ak tento vzhľad spĺňa podmienku rozlišovacej spôsobilosti, je vhodný aj na ochranu ochrannou známkou.

Kým výlučné práva na dizajn sú časovo obmedzené na 10 – 25 rokov od registrácie či uloženia do depozitu, výlučné práva k ochrannej známke môžu trvať neobmedzene, pokiaľ je registrácia ochrannej známky pravidelne obnovovaná a ochranná známka je náležite používaná.

Podobne ako Bernský dohovor, tak aj Dohoda TRIPS (Dohoda o obchodných aspektoch práv duševného vlastníctva) nestanovuje striktné žiaden záväzok ku konkrétnej forme ochrany dizajnov a ponecháva tieto skutočnosti na národnú legislatívu a zvyklosti v danom štáte – buď len jednoduchú registráciu, alebo zápis do registra s vecným prieskumom, alebo ochranu prostredníctvom autorského práva, prípadne prostredníctvom nekalej súťaže.

A práve v dôsledku toho a snád aj v dôsledku nižšej vymožiteľnosti práv sa nositelia týchto práv poisťujú niekoľkonásobnou ochranou toho istého predmetu priemyselného práva prostredníctvom rôznych inštitútov. Dnes je to najmarkantnejšie pozorovateľné na dizajnej ochrane, no je možné predpokladať, že podobný trend sa bude vyskytovať aj v iných oblastiach tvorivej činnosti. ■

Použitá literatúra:

Dokument WIPO – SCT/9/6 (Stály výbor pre právo ochranných známk, dizajnov a zemepisných označení).

POZNÁTE IS DIZAJN? 1. ČASŤ

V NASLEDUJÚCICH ČÍSLACH ČASOPISU DESIGNUM SME SA ROZHODLI PUBLIKOVAŤ MINISERIÁL, V KTOROM BY SME VÁS RADI OBOZNÁMILI S MOŽNOSŤAMI VYUŽITIA JEDNODUCHÉHO A EFEKTÍVNEHO INFORMAČNÉHO SYSTÉMU SLOVENSKEHO CENTRA DIZAJNU S NÁZVOM IS DIZAJN. JEHO AUTORKOU JE PHDR. ANNA FAKLOVÁ, VEDÚCA ODDELENIA INFOBANKY SCD.

Slovenské centrum dizajnu je širšej verejnosti okrem iného známe aj svojou fundovanou odbornou knižnicou so záberom na tituly z oblasti dizajnu, umenia a architektúry. V jej regáloch je 2003 kníh, dostupných je 82 elektronických dokumentov a odoberá celkovo 64 titulov domácich aj zahraničných časopisov, čo sa premieťa do 17 000 výpožičiek ročne. Okrem knižnice však SCD operuje aj inými informačnými zdrojmi, ktoré programovo formuje do podoby dômyselného informačného systému. Jeho ambíciou je poskytnúť záujemcom možnosti efektívneho

prístupu k informáciám z oblasti dizajnu na Slovensku.

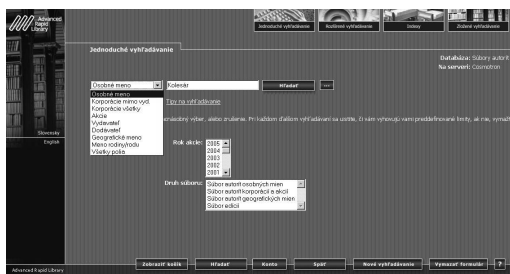
Informačný systém IS Dizajn je dostupný fyzicky – pod čím chápeme návštevu knižnice a priame zapožičanie žiadaných dokumentov, a virtuálne – teda prostredníctvom webovej stránky Slovenského centra dizajnu. Okrem možnosti listovať v knižničnom katalógu a zisťovať čokoľvek z aktuálnej ponuky knižnice sa tak môžete jednoducho a rýchlo kdekoľvek, kde je prístup na internet, dostať k informáciám, ktoré potrebujete. Hľadanie je o to jednoduchšie, že je možné praktizovať ho plynulým pohybom v rámci jednotlivých databáz.

Systém IS Dizajn tvoria štyri vzájomne prepojené databázy: databáza dokumentov (databáza s vyhľadávaním podľa autora, názvu článku, kľúčových slov, roku vydania, čísla vydania atď.), databáza autorít (teda osobností, so všetkými potrebnými dátami), databáza časopisu designum (zoznam článkov jednotlivých čísel a anotácie) a adresár Slovenského centra dizajnu, pre interné potreby inštitúcie.

Čo je databáza autorít? Autorita je v informačnom žargóne chápaná ako overené a smerodajné meno osoby alebo inštitúcie, geografické meno alebo meno dokumentu. SCD spracováva osobnostné autority – slovenských dizajnérov a teoretikov dizajnu, a korporácie – firmy, inštitúcie, organizácie a školy, ktoré s dizajnom súvisia. Pre každý odbor, a rovnako aj pre dizajn, sú pojmové a predmetové autority dôležité. Ich úlohou je zjednotenie terminológie, vysvetlenie pojmov používateľom. Príkladom pre oblasť umenia, kam patrí aj dizajn, je riadený slovník Art&Architecture Thesaurus Gettyho múzea. Informačné systémy potrebujú autority, spracované podľa medzinárodných štandardov a pravidiel, aby mali jednotný jazyk a mohli si medzi sebou vymieňať informácie. SCD si vytýčilo za cieľ spracovať osobné autority (dizajnérov a teoretikov dizajnu) v oblasti slovenského dizajnu, tak, aby mohli byť neskôr aj súčasťou registra kultúry MK SR alebo bibliografických záznamov.

Načo sa autority využívajú? Na vyhľadávanie informácií o profesionáloch v danom odbore, na identifikáciu ich pôsobenia a na poskytovanie informácií o nich. Tie sa získavajú zo všetkých dostupných zdrojov – z kníh, časopisov, webstránok, dotazníkov či výstav.

Vstup do databázy autorít je jednoduchý – cez webovú stránku Slovenského centra dizajnu (www.scd.sk), kde stačí kliknúť na link Knižnica a v následne vyrolovanej ponuke na prvú položku on-line katalóg.



Na požiadavku „zvoľte databázu“ si môžete vybrať jednu zo zmieňovaných databáz – buď Katalóg dokumentov SCD (ktorý vám ponúkne prehľad všetkých dostupných dokumentov v papierovej podobe, ako sú životopisy, dotazníky, podklady k adresáru, CD s fotodokumentáciou tvorby, výstrižky z novin, časopisov, katalógov, výstav, zozbierok, workshopov a podobne, ktoré máte možnosť si zapožičať vy), alebo Súbory autorít.

Ako vyhľadávať? Hľadáte napríklad niektorý z článkov Zdena Kolesára?

Ak sa potrebujete zorientovať v jeho publikačnej činnosti, získať prehľad o textoch, článkoch či publikáciách, ktorých je autorom, alebo sa dostať k presným údajom o nich, postupujte nasledovne: na stránke www.scd.sk sa podľa vyššie uvedeného postupu preklikajte až k Súborom autorít (zvolíte si teda databázu Súbory autorít). Prednastavené budete mať „jednoduché vyhľadávanie“, takže už iba kliknete na ikonu „Ďalej“.

Systém vás bude navigovať sám.

Ak sa rozhodnete vyhľadávať podľa mena (môžete však aj podľa iných možností, uvedených v „Jednoduchom vyhľadávaní“ – podľa korporá-

cie, akcie, vydavateľa, dodávateľa, geografického mena prípadne podľa najobľúbenejšieho hľadiska „všetky polia“), zadáte si do kolónky meno Zdeno Kolesár a po odkliknutí ikony „Hľadať“ vám systém následne zobrazí všetky potrebné archivované informácie, ktoré sú neustále aktualizované (dáta a odkazy na ostatné databázy). Zistíte, že je autorom troch kníh a dvoch monografií, že v časopise *designum* má dosiaľ publikovaných 15 článkov, ktoré nájdete podrobne spracované, a budete odkázaný aj na dokumenty, ktoré ho uvádzajú ako svojho zostavovateľa, spoluautora, autora úvodu alebo doslovu, prípadne kurátora výstavy. Dostanete sa k jeho článkovej bibliografii, mennému zoznamu publikácií a monografií. Dosiaľ sú v databáze uvedené všetky dostupné tituly, ale pracuje sa na zachytení kompletnej autorovej publikačnej činnosti. Rovnako je to aj v prípade ostatných autorít. Jednoduchým spôsobom tiež zistíte, aké informácie a akého druhu (kniha, článok, výstrižok) sú dostupné priamo v knižnici SCD.

Na záver niekoľko faktografických údajov: Projekt IS Dizajn vznikol v roku 2004, začal sa naplňovať údajmi v roku 2005, a ku koncu júna tohto roku obsahoval 20.500 záznamov. Systém sa buduje ako súčasť informačných zdrojov kultúry, ako sú napr. divadlo, film, výtvarné umenie, hudba, pamiatky a podobne. V budúcnosti by sa tieto systémy mali stretnúť pod jednou strechou nazývanou „Register kultúry“, v rámci portálu kultúry.

Spracovávanie informácií a naplňovanie databáz pokračuje priebežne. ■
nabudúce: Databáza dokumentov

úvaha o podobách moderného dizajnu

„historizmus je nielen legitímnou oblasťou čerpania zdrojov k tvorivej činnosti, je to aj neoddeliteľná súčasť dnešnej vizuálnej kultúry. dizajnéri majú na výber množstvo inšpirácií, štylistických atribútov. pri hľadaní budúcnosti môžu miešať a spájať prítomnosť s minulosťou,“
píše sa v úvode nedávno vydaney knihy podoby moderného dizajnu z vydavateľstva sloart.

Citované vety vyznievajú ako obhajoba postmoderného – eklektického prístupu v dizajnerskej tvorbe. Kniha má súčasným dizajnérom poskytnúť základný prehľad kľúčových umeleckých štýlov a hnutí 20. storočia a poukázať na ich inšpiratívne pre súčasný dizajn. Koncepcii však nezodpovedá názov knihy v českej jazykovej mutácii, v ktorej je v ponuke aj u nás. Pomenovanie Podoby moderného dizajnu význam koncepcie dokonca spochybňuje.

Autorka Lakshmi Bhaskaranová pôvodne zvolila pre svoju publikáciu názov *Designs of the Times* (Dizajny čias). Kompromisný a v podstate nič neprezrádzajúci titul bol dozaista výsledkom uvedomenia si komplikovaného vzťahu súčasného dizajnu k predchádzajúcim obdobiam. Azda kvôli väčšej zrozumiteľnosti ho autorka doplnila vysvetľujúcim podtitulom *Inšpirácie hlavných hnutí a štýlov pre súčasný dizajn*. Pôvodný názov s podtitulom tak vystihujú zámer knihy priblížiť najvýraznejšie vývojové fázy dizajnu 19. a 20. storočia, objasniť východiská vzniku významných dizajnerských diel a predovšetkým vytvoriť nadväznosť s dizajnerskou tvorbou súčasnosti. Ak vnímame dnešný dizajn kontextuálne, poznanie histórie nám môže poslúžiť ako navigácia v spleti formálne a obsahovo heterogénnych, mnohovýznamových diel, ktoré nás obklopujú.

Redakčný tím českého vydania knihy sa rozhodol pre názov, ktorý je možno konkrétnejší a atraktívnejší než originál, avšak významovo odlišný a navyše protirečivý. Namiesto objasnenia a priblíženia skrytých významov či konotácií v dnešnom chápaní dizajnu Podoby moderného dizajnu prinášajú o jednu zápletku navyiac – ľahko

vážne narábajú s jedným z najproblematickejších pojmov teórie dizajnu a umenia vôbec – pojmom „moderný“.

Termín „moderný“ sa na jednej strane vzťahuje k všeobecnému vyjadreniu novodobej éry vývoja ľudskej spoločnosti, ktorej počiatky by sme mohli hľadať v období renesancie. V kontexte kultúry a umenia sa pojem uplatňuje na označenie tvorby späté s aktuálnymi myšlienkovými a výtvarnými hodnotami. Slúži na užšie určenie čohosi súdobého či súčasného, čiže ako označenie aktuálnej tvorby. Podľa M. Marcellioho pojem „moderný“ pomenúva isté vlastnosti produktov a tie možno charakterizovať ako pozitívne (progresívnosť, inovatívnosť, tendencia k zmene starých postupov a pod.) a tiež negatívne (odpor k tradičným metódam a hodnotám, odmietanie konzervatizmu a pod.).¹ Toto označenie diela sa pritom neviaže len na obdobie 20. storočia. Termín sa po prvýkrát objavil približne v tomto význame už v renesančných teoretických textoch. Z tohto hľadiska by sme za „moderné“ mohli postupne považovať každé obdobie vývoja dizajnu, ktoré sa formálne i obsahovo vymedzuje voči obdobiu predchádzajúcemu. Nový „moderný“ štýl či hnutie svojho predchodcu spravidla odmieta práve kvôli spiatocníckosti, konzervatívnosti, „nemodernosti“.

Keď sa po stručnom rozboře pojmu „moderný“ vrátíme k českému názvu knihy, nutne si položíme otázku, aký bol prekladateľov zámer? Ktoré štýly a tendencie si máme predstavovať pod „podobami moderného dizajnu“? A najmä – aké postavenie má mať v tejto koncepcii postmoderný dizajn, ktorý, naopak, vyvracia principiálnu snahu o novosť a s obľubou kombinuje rôznorodé



prvky zo štýlov minulosti? To však neznamená, že by nebol inovatívny. Progresívnosť však nachádza okrem iného v nadhlade, uvoľnenosti a schopnosti zachytiť vo vývoji čosi pretrvávajúce.

Chúlostivosť použitia pojmu „moderný“ v kontexte tejto knihy tkvie v jeho podstate spochybňovať diela predchádzajúce a konfrontovať sa s bezprostrednou minulosťou. Táto významová poloha je obsiahnutá aj v ďalších termínoch, ktoré majú v koreni slova pojem „moderný“ – „modernistický“, „modernita“ a „modernizmus“. Hoci je definícia týchto termínov zložitá, spomeňme aspoň ich spoločné charakteristické prístupy: objektivizujúci, univerzalizujúci, homogenizujúci a moralizujúci. Voči týmto postojom sa postmoderna stavia kriticky a vymieňa ich za pluralizmus, relativizmus, dekonštruktivizmus a pod.

Cieľom publikácie však nie je označiť isté štýly za zastaralé, práve naopak – konkrétne príklady majú poukázať na inšpiratívnosť a nadčasovosť daného štýlu či hnutia. Hoci je dominantný priesor venovaný relatívne podrobnému, chronologickeému a učebnicovému charakterizovaniu jednot-

Na zadnej strane obalky knihy je napísané: **Dnešný dizajn „je jazyk a ak má byť efektívne využívaný, musí byť plne pochopený“.**

Bolo tomu tak aj v prípade prekladu tejto knihy?

Podoby moderného dizajnu. Inšpirácie hlavných hnutí a štýlov pre súčasný dizajn
Z ang. originálu:

Designs of the Times
Lakshmi Bhaskaranová
Slovart 2007

preklad *Jana Novotná*
redigoval *Milan Soška*
zodpovedný redaktor *Jan Heller*

livých období vývoja celého spektra dizajnerských činností, od sformovania disciplíny v 19. storočí cez celé 20. storočie, autorka sa evidentne snažila sledovať vývoj cez prizmu súčasného dizajnerskeho uvažovania a tvorby. (Posúdenie, do akej miery sa knihe darí prepojiť históriu a súčasnosť dizajnu, ponecháme na inú úvahu.)

Český názov takýto uhol pohľadu nevystihuje a rozchádza sa so samotným zámerom publikácie. Znižuje knihe šancu pritiahnúť pozornosť tých, ktorým je primárne určená – študentom a profesionálnym dizajnerom, ktorí by bohatstvo informácií mohli eventuálne využiť pre vlastnú tvorbu. Čo je však horšie, vrhá nelichotivý tieň na úroveň prekladu celej knihy. Tieto negatíva sa zdajú byť o to smutnejšie, že kniha predstavuje ojedinelý zjav v ponuke vydavateľstiev na Slovensku, ktoré dlhodobo nejavia záujem o odborné umeleckohistorické a teoretické publikácie mapujúce oblasť dizajnu. ■

1 MARCELLI, Miroslav:
Kto je moderný? Čo je modernita?
In: Anthropos 2/2004. s. 6 – 7.

infobox

love your earth

Love your earth je medzinárodná dizajnárska súťaž organizovaná designboomom a DA - design association japan. Je určená záujemcom z celého sveta, profesionálom, študentom, milovníkom dizajnu. Cieľom je vytvoriť dielo grafického dizajnu, ktoré deklaruje uvedomelosť environmentálnych problémov vplyvajúcich na budúcnosť planéty. Dielo má provokovať pozitívne úsilie a aktivitu smerujúcu k ozdraveniu biosféry. Návrhy majú byť aplikovateľné na plagáty, nálepky, zástavy, ktoré budú propagované po celom Tokiu počas podujatia „týždeň dizajnu“ od 31. 10. do 4. 11. 2007.

vítazi získajú ceny v hodnotách

7500 000 ¥ - 100 000 ¥

info www.designboom.com

uzávierka 8. 9. 2007

Art of the Stitch

Medzinárodná súťaž Umenie vyšivky na rok 2008/2009 je po šiesty raz organizovaná britským združením Embroiderers' Guild v spolupráci s firmou Coats. Do súťaže sa môžu zapojiť umelci, študenti a absolventi umeleckých vysokých škôl starší ako 18 rokov (k 31. 10. 2006). Spoločnosť Coats, s. r. o. pre Slovenskú republiku je súčasťou celosvetovej siete, ktorá pôsobí vo vyše 60 krajinách sveta. Zameriava sa na predaj galantérnych produktov, vyšivacích, háčkovacích a pletacích priadzi. Bienálna medzinárodná výstava Umenie vyšivky je významné podujatie prezentujúce úlohu šitia a vyšívania v moderných umeleckých postupoch. Najlepšie práce, ktoré vyberie medzinárodná porota, budú vystavené na rovnomennej putovnej výstave sprevádzanej katalógom. Výstavujúci umelci môžu svoje diela aj predávať. Medzinárodné turné 2008/2009 začne 15. 3. 2008 v Museum and Art Gallery v Birminghame (Veľká Británia), pokračovať bude v Deutsches Textilmuseum v nemeckom Krefelde, v Múzeu úžitkového umenia v Budapešti a skončí od 25. 4. 2009 vo Fundacion Valentin de Madariaga-MP v španielskej Seville. Najlepších účastníkov odmení Coast finančnou prémie (prvá cena 4 000 GBP) a publicitou vo svete. Záujemcovia o účasť v súťaži môžu kontaktovať firmu so žiadosťou o získanie priadze na zhotovenie súťažných prác.

účastnícky poplatok 14 € uzávierka 21. 9. 2007

informácie www.coatscraft.sk, www.coatscraft.cz

Wearable

Slovenské centrum dizajnu v spolupráci s VŠVU pripravilo výstavu s názvom Wearable, ktorá prezentuje diplomové práce a predchádzajúcu tvorbu čerstvých absolventov a študentov VŠVU. Z ateliéru S+M+L_XL Kov a šperk (prof. Karol Weisslechner) sa predstavujú Viktória Münzker, Kristýna Španihelová a Kristína Ondrejková a z ateliéru Odevného dizajnu (doc. Júlia Sabová) štyria nádejní módní návrhári - Marcel Holubec, Andrea Kvasnicová, Boris Hanečka a Barbora Cigánová. Mladí autori prezentujú najnovšie, ale aj staršie kolekcie, ktoré spája spoločný názov Wearable (Nositeľné), ako odkaz na fenomén zdobenia tela, či už formou autorských odevov, alebo umeleckých šperkov. Šperk i odev pracujú s ľudskými emóciami, vytvárajú esprit súčasnej kultúry zdobenia a odievania, do ktorej tvorcovia vnášajú osobný estetický i filozofický názor. Autori sa pohybujú v kultúrno-spoločenskom prostredí dnešnej doby, ale dokážu zhodnotiť aj históriu a tradíciu, z ktorých čerpajú inšpirácie pre vlastné kreatívne vyjadrenie. Mnohí z nich inklinujú k alternatívnym materiálom a moderným technológiám, avšak nechýba im vysoká kvalita remeselného spracovania a najdôležitejší aspekt - praktické použitie, teda reálna nositeľnosť originálnych šperkov aj odevov.

miesto Satelit, výstavno-informačný bod SDC,

Dobrovičova 3, Bratislava

termín 11. 7. - 3. 8. 2007

50. výročie priemyselného dizajnu

Medzinárodná organizácia ISCID oslavuje 50. výročie tvorby na poli priemyselného dizajnu. Pri tejto príležitosti organizácia na svojej webovej stránke uverejňuje prierez vlastnou históriou a v roku 2007 usporiadala celý rad podujatí a výstav po celom svete.

Design Week

11. október 2007

Moholy-Nagy University, Budapešť, Maďarsko

Najvýznamnejšie dizajnárske podujatie v Maďarsku oslávi dizajn rôznymi spôsobmi.

viac info www.mft.org.hu

MX Design Conference

29. – 31. 10. 2007, Mexico City, Mexico

Medzinárodná konferencia zaoberajúca sa témami dizajnerských stratégií a spoločností. ISCID bude čestným hosťom podujatia a oslávi participáciu Latinskej Ameriky na vývoji organizácie.

viac info www.dis.uia.mx

Connecting 07

World Design Congress 2007

17. – 20. 10. 2007, San Francisco, USA

Každé dva roky hostí jedna z členských organizácií medzinárodný kongres ISCID. Kongres sa zameriava na aktuálne témy súvisiace s dizajnom, reflektuje dizajnersku scénu a propaguje kvalitnú produkciu. V októbri tohto roku sa kongres uskutoční v San Franciscu a témou podujatia je „Connecting“, ktorý v prenesenom význame znamená spájanie ľudí a myšlienok.

registrácia www.connecting07.org

Cena za ekodizajn

Nové občianske združenie ECODESIGN realizovalo prvé podujatie vzdelávacieho typu na tému environmentálnych aspektov dizajnerskej tvorby, ktoré bolo zároveň sprievodným podujatím prezentácie „CENA ZA EKODIZAJN, Nultý ročník“. Združenie vzniklo v roku 2006 s cieľom podporovať dizajnersku tvorbu zohľadňujúcu environmentálne aspekty a smerujúcu k trvalo udržateľnej spoločnosti. Predstavitelia ECODESIGN, o. z. sú zároveň členmi o. z. Priatelia Zeme – SPZ. Medzi dominantné aktivity združenia patrí predovšetkým výstavná a propagačná činnosť. „CENA ZA EKODIZAJN – ECODESIGN AWARD“ je nový medzinárodný projekt, ktorý v sebe spája niekoľko podporných mechanizmov ekodizajnu. Ide o súťažný typ podujatia s finančnou odmenou, ktorý má zabezpečiť napojenie na dianie v oblasti vo vyspelejších krajinách, vytvorí nové centrum a transportovať aktivity ďalej, vytvorí lokálnu platformu dizajnérov a vynálezcov pre komunikáciu s producentmi, štátnymi inštitúciami či samosprávami. Projekt má obojstranne formovať a jeho cieľom je praktická realizácia trvalo udržateľných riešení. Ďalším podporným mechanizmom podujatia je prezentácia na veľtrhu, čo umožňuje predkladať ekodizajn priamo spotrebiteľovi na masovom podujatí. Realizácia podujatia začala vo februári 2007 na pôde veľtrhu BB

EXPO R.I.S. Projekt sa stal aj súčasťou kandidatúry Banskej Bystrice na Kultúrne mesto Európy. Nultý ročník mal za cieľ zmapovať a predstaviť spôsoby, akými je spracovaná téma environmentálne priateľského dizajnu na stredných a vysokých školách príslušného smeru na Slovensku. Zámerom koncepcie bol vlastný výber exponátov zúčastnenými vystavovateľmi, podľa ich ponímania environmentálnych kritérií. Najviac zastúpené boli témy recyklácia a redukcia – úspora materiálu. Projektu sa zúčastnili: oddelenie Priemyselného dizajnu Súkromnej strednej umeleckej školy v Bratislave, pod vedením Petra Fašánka, oddelenie Tvarovania priemyselných výrobkov na Škole úžitkového výtvarníctva v Kremnici, pod vedením Róberta Záhoranského a Róberta Dolníckeho, oddelenie Dizajnu a tvarovania dreva na Strednej škole úžitkového výtvarníctva J. Vydru v Bratislave, pod vedením Mariana Hubu, Združená stredná škola odevná na Tokajčkej ul. v Bratislave a takisto Textilný kurz či ateliér voľnej textilnej tvorby na VŠVU v Bratislave, ateliér produkt dizajnu na TU FU KE, pod vedením Tibora Uhrína, a ateliér industrial dizajn z VŠVU v Bratislave, pod vedením Bjorna Kierulfa. Popri CENE ZA EKODIZAJN sa uskutočnil aj seminár, na ktorom vystúpili doc. Ing. Huberta Paluša, PhD., zo Združenia certifikácie lesov Slovenska PEFC, Marián Huba, akad. soch. (vedúci odboru Dizajn a tvarovanie dreva, Škola úžitkového výtvarníctva J. Vydru v Bratislave) a Ing. Tibor Uhrín, ArtD. (vedúci Katedry dizajnu FU TU KE). Združenie spravuje webovú stránku www.ecodesign.sk, ktorá ponúka priestor na prezentáciu dizajnerskej eko-tvorby a tiež výmenu skúseností, názorov, ideí. Perspektívne by združenie chcelo sprostredkovať aj vzdelávacie aktivity v rámci medzinárodnej spolupráce (napríklad on-line kurz ekodizajnu, workshopy recyklácie, ekologických techník a materiálov, prednášky, hostovanie, štipendiá v zahraničných centrách ekodizajnu). Do činnosti o. z. patria aj pripomienkovanie a príprava podnetov pre tvorbu štátnej politiky podporujúcej environmentálne priateľské riešenia v oblasti dizajnu. Občianske združenie ECODESIGN je otvorené pre každého, koho zaujímajú jeho aktivity, chcel by sa ich nejakým spôsobom zúčastniť alebo pomôcť.

viac informácií na webovej stránke združenia

Nové múzeum dizajnu v Berlíne

K storočnici vzniku Deutscher Werkbund (DW), združenia pre umenie a priemysel založeného roku 1907 v Mníchove a zameraného na zvyšovanie kvality rozrastajúcej sa priemyselnej produkcie v oblasti užitočného umenia a remesiel, sú v Nemecku organizované viaceré podujatia. Jedným z najpozoruhodnejších je premena bývalého archívu DW na stále Múzeum predmetov (Museum der Dinge), ktoré slávnostne otvorili 29. 6. 2007 v Berlíne výstavou Vojna vecí (potrvá do 31. 12. 2007). Po dlhoročnom uzatvorení archívu sa tak na adrese Berlín-Kreuzberg otvára inštitúcia, ktorá bude slúžiť potrebám kultúrnej verejnosti v 21. storočí so všetkým, čo moderné múzeum poskytuje – výstavami, vzdelávacími programami, knižnicou a ďalšími akciami. Nové múzeum financovalo mesto z nadácie Hauptstadtkulturfonds (www.berlin.de/hauptstadtkulturfonds). DW vznikol v období kultúrnych utopii začiatku 20. storočia, keď sa moderná produktová kultúra dostala do pozornosti výrobcov masového spotrebiteľného tovaru. Dôraz na užitočnosť v architektúre a životnom štýle mali vytlačiť malomeštiacky (ne)vkus a jeho hlavným heslom bola „dobrá forma“. Estetický kánon kombinovaný s morálnymi požiadavkami na kvalitu, materiálovú poctivosť a trvácnosť výrobkov bol však dlhodobou neudržateľný. Trojrozmerné práce členov DW sú súčasťou stálej expozície nového múzea.

viac info www.museumderdinge.de

Textil

Galéria X, Zámočnícka ul., Bratislava
21. 6. – 31. 8. 2007

Pápež fajčil trávu

Alternatívna vizuálna kultúra 60. rokov
GMB, Bratislava, do 26. 8. 2007
www.gmb.bratislava.sk

Forma nasleduje... risk

SNG, Bratislava
14. 8. – 14. 10. 2007
www.sng.sk

Doba noblesy. Životný štýl 20. – 30. rokov

Stará radnica, Bratislava
do 30. 9. 2007
www.muzeum.bratislava.sk

Ján Novosedliak –

Medzi divadlom a grafickým dizajnom

Centrum Kolomana Sokola
Galéria Petra M. Bohúňa, Liptovský Mikuláš
14. 6. – 2. 9. 2007

Robert Maria Stieg: Pozor, nábytok!

MAK, Viedeň
do 21. 10. 2007
www.mak.at

Hranie s technikou

Technické múzeum, Viedeň
do 18. 11. 2007
www.technischesmuseum.at

Koloman Moser

Museumsquartier, Viedeň
25. 5. – 10. 9. 2007
www.mqw.at

Jozef Hoffmann – Adolf Loos

Ornament und Tradition

Múzeum Jozefa Hoffmanna
Brtnice, Česká republika
3. 6. – 28. 10. 2007
www.mak.at

České sklo neklidné doby 1945–1980

NG – Veletržní palác, Praha
do 23. 9. 2007
www.ngprague.cz

Šperky Emy Destinovej

Národní muzeum – Pantheon, Praha
do 5. 8. 2007
www.nm.cz

Moser 10/150

Posledné desaťročie 150-ročnej tvorby

Uměleckoprůmyslové museum, Praha
13. 9. – 18. 11. 2007
www.upm.cz

summary

02 spectrum

karol weisslechner - a reference encoded in detail

text Jozef Kovalčík

A detailed elaboration, a lightness of experimenting, not respecting the borders of the medium, or combining of cheap and precious materials; these are only some of the characteristics that represent the work and approach of the jewelry maker, designer, interior architect and pedagogue Karol Weisslechner. This year he became a rector at the Academy of fine arts and design in Bratislava, he celebrated his 50th birthday with a retrospective exhibition “Karol Weisslechner 007” and he is preparing the publishing of an extensive publication which captures the individual periods and themes of his varied work.

Who influenced you the most, who do you consider as your idol?

I have to admit that during my childhood, when all my friends dreamed of being astronauts or fire-fighters, I wanted to become a graphic artist. But fate has put my patience to trial, because I was admitted to the well-known School of artistic industry on my fourth try, after finishing a continuation school focused on exhibitions. I was applying for the graphic department, but by coincidence I got into the arrangers' department

to professor Rudolf Fila. At that time I thought of it as a misfortune, because I didn't consider arranging to be art, as opposed to graphics. Today I am proud to be a follower of Rudolf Fila, because it was him who opened the right door into the world of art for me. Even if it was a very demanding job, I am thankful to him for a lot. Later I was again lucky to meet another great personality - I was studying at the Academy of fine arts and design in Bratislava and at the department of interior architecture I could be the last student to see professor Vojtech Vilhan alive.

What survived of all the things that Fila and Vilhan passed on to you?

After studying both of the schools, all borders were wiped out between architecture, object creation, scenography, jewelry making, artwork or graphic design. I am working in all these fields on the same level and with the same drive, even if in the last years, jewelry became my primary occupation - it is a fully-fledged artistic and expressional medium. My personal friend and teacher Anton Cepka, an internationally known artist in the sphere of artistic jewelry, played an important role on this path, as well as other Slovak and international authors who showed me the world of author jewelry.

What were your beginnings as a pedagogue like?

I finished the Academy of fine arts and design quite late, in

1988 - not only I was admitted on my second try, but also because of the fact, that I had to stop out my studies for two years and absolve my military service. Soon after the revolution in 1989 I had an idea to open up my own interior studio, but some crucial changes went on at the Academy and they called me to apply for a teacher's job at the Department of architecture. For a few years, I led the preparation course. In 1995, Anton Cepka offered me to take his place as the head of the Department of jewelry making, because he went to retirement. It was an honour for me and a great challenge, but on the other hand a great responsibility too - becoming the head of a department, which was led by such a great personality, which is undervalued in our country, but in the rest of the world, Cepka is valued as an artist, who established the author jewelry on the art scene as early as in the 60s.

You studied architecture, later you taught it too, then you switched to jewelry. What was the thing with which this media “enchanted” you?

My affinity towards jewelry is quite old, it always presented a balancing artistic branch for me. Interior architecture is connected to strong conceptual thinking in space, to creating functionality and an appealing shape, but the realization is always taken by companies. I was frustrated by the fact, that I can't influence more than to guard

the craftsman, and I always had the ambition to realize something from the beginning to the end. When I was a student, I created free art objects of different size, as well as architectonic models.

After I finished the school, I was doing large, furniture-inspired objects, as for example the armchair Strawy Hubert, We bought a living room wall or I created a Reliquary for a bottle of cognac. I realized these large objects all by myself, but at the same time I was also working on jewelry with a size of approximately one meter. These were jewel objects created for fashion shows, which were interacting with the human body in some way. These light constructions had geometrical shapes, often also light effects. They were attached to the body and played a role when the body was moving.

And detail started to become the centre of attention...

Yes, exactly. For me, detail bears an encoded exclusivity and the strength of reference of the given object. I am fascinated by the refinement and nuances of things, which are not visible at first glance and can be appreciated only when observed carefully. In the time when I started to diminish the objects, when they became more intimate and refined. I created artifacts that could be read not only in the first plan. These were small architectures with perforated walls, with another object or architecture

inside of them. They are spaces inside of spaces and they harbor a pearl or a thorn, or they are covered with powder pigment, which is released only when the jewel is pinned on the clothes. People react nervously to something that spills out. It is a game of purity, chastity and their opposites.

The tension between contradictory elements which hinder a clear narration, is present in a lot if your works, mainly in the object HIV negative. What was the motivation behind the creation of this product?

This object, inspired by monstrosities, was firstly staged on a golden pedestal, with human blood in a test tube, and there was a baroque drapery installed in the background. It has a sacral feeling, with the full knowledge of the reference, which the object was bearing. In that time, the real threat of AIDS was brought to light here. So that love, even one single love-making can mean a verdict of death, as well as a never-ending alliance and bond. I was concerned by the fact that such a strong institution as the catholic church is closing its eyes and acts like there is nothing going on. I am reflecting on the ban of condom use also in my brooch Sveto-žičara (Nimbus) which is actually a capsule for a condom mounted in a sacral way.

The Kacírske ikony (Heretic icons) were also produced in this period, having a strange,

almost passolinian feel...

Kacírske ikony are fragments quoted from the paintings of Jeff Koons, who managed to create an artistic piece out of pornography by transposing the directness of the pornographic position into another level of visuality. Though, on my "icons", I have covered everything that was uncovered on Koons' paintings. I was intrigued by the game of such sacral staging also as an interior architect at that time. I discovered, that also such profane products, meant to catch the consumer, are staged in the shops and boutiques almost as the sacred icons or sculptures in churches. The most recent example is the shops of Apple corporation, where the products are being exhibited on large white tables, strongly reminiscent of the communion-tables in churches.

Many authors approach sexuality and related themes as a tool for ironisation, or even scorn of religion.

You also often put sexual and religious portrayals or motives together, shift them, counterchange or overlay them.

What's behind it - pure irony or personal attention?

Well, there is of course some degree of irony present, but it is not irony to religion as a whole. I can't say that it's about attention or an effort to solve some personal problem with religion. By the HIV negatív? it was an outrage because of a certain unacceptable attitude

than a concrete religion, which I view also as a type of ideology, during its existence used some instruments of expression to find its way to the recipient. I am fascinated by old art, gothic tablet paintings, icons, reliquaries and enormous monstrances, chalices and other ceremonial objects, but also that which was later created for the profane world – baroque bowls, goblets or other vessels. The studying of these objects influences my search in this area. Artifacts that refer to religion emerge from an inner need and sometimes even I cannot decode them clearly.

Can the objects made of ferro-concrete be comprehended as a reaction to the social situation in the end of the age of socialism?

Betón nad zlato (Concrete over gold) or Váza na kvety (Flower vase) are primarily a statement about an age, when panel-houses were omnipresent. Everything was made of concrete, even the people seemed to me made of concrete, as well as the whole regime with its functionaries. But on the other hand, the objects are also a materialization of certain memories. For example the Váza na kvety, which is made of “grafted” iron rods, is also a remembrance on my childhood, when my neighbor was grafting trees. In the same period, I created Ručiaci jeleň (Rutting deer), a TV screen with a deer’s attire, with which I react to the everyday propaganda of a great socialist society.

What are you working on in the present time and what themes resound in your work?

When creating jewelry, I still like to experiment with materials. After a longer phase of fascination with precious metals and gemstones, I try to encompass the theme of nature, which is clearly visible from the works at the last exhibition. I have collected interesting products of nature, found things and silt from the sea, that I would like to process into the jewels and larger objects, installations. I want to continue in the cycle of pen drawings and illuminations, but in a bigger format, I am also intrigued with painting. In regard to the themes, I am true to the inexhaustible inspiration of corporality and voluptuousness, symbolic and relations. We’ll see – maybe life will bring something that will provoke me to a reaction.

Your exhibitions are always very precisely installed, why do you put such an emphasis on this aspect of presentation?

The installation is always an important part of my exhibitions, what is surely connected to the fact, that I am active in exhibition work for a long time and I don’t underestimate this aspect. On the contrary – I am certain, that the staging of the content plays an important role in the way that the artwork speaks to the visitor. Therefore I don’t do things impulsively, I don’t improvise and wait, if it “works”. I prepare the installation and

the conception of staging of the elements to an exhibition in advance, so that it creates a compact whole with the exhibited objects. Of course, it is necessary to avoid the formal side overrunning the rest. By the planning of every exposition I want the viewer to discover things and have an adventure out of it. I also put a great emphasis on the use of colours and lighting.

Did you create jewels or other objects that went into mass production?

My competition entry at Ars Liturgica, which was organized by a company that produces sacral objects, had a potential for mass production. I designed components that were compatible with each other. By combining them, you can create a monstrance, a candleholder, crucifix or other sacral object. Event though I had won the competition, sadly, the design wasn’t realized in production. I have to confess, that I have no ambition in designing jewelry for mass production. But when I design an interior or an exhibition for a concrete client, I take the economical sides also into account and I have to be rational when selecting and use of materials, because usually I’m limited by a certain budget. I try to offer the most effective solution, of course on the highest functional and artistic level possible.

A very interesting fact about your jewelry is that on one hand it can attract attention

and on the other hand, it evokes many questions because of its complexity. The decorative aspect comes only at the end of the game. Am I right?

Yes, the decorative function of my jewels is not primary on a level of fashion accessories. I approach jewelry in a similar way as a sculptor, a painter, a video-artist etc. The value of author jewelry doesn't inhere only in the price of the material used, but in its artistic value. I also have to say, that playing with emotions has a very important role in the creation of my jewels. I use shapes and symbols that evoke certain associations and memories, which only provoke other thoughts. I want to go further than only stay in the field of decoration. When I design a jewelry piece for a certain person, I apply similar starting points which I mentioned when speaking of interiors - my approach is very individual and I react on the personality of the future wearer.

A big advantage of jewelry is that it is not restricted only for the gallery - a space that would determine its artistic value...

I am often confronted with the question, whether an artistic jewel is wearable, or if it is only an artistic object. As I said, my jewels are artifacts and, of course, they also have a dimension of wearability. Naturally, not as costume jewelry or commercial jewels for everyday wearing. In our country, there

are not many people, that would like to underline their individuality with an author jewel, but for example in Vienna, there is a certain class of people, that consciously wear artistic jewelry. You can meet people with original objects primarily at social occasions or vernissages. They change into small walking galleries. This way, the impact of artistic jewelry is probably far more wide than other artistic media. In other countries, author jewelry counts as a sought-of and popular artifact.

Don't you think it's problematic that jewelry is often viewed as a lower artform in Slovakia, and that the fetishisation of the so called "free" production by the media has still its place here with its' furious proponents?

It's quite a big problem in our region, because the term "commercial art" is often understood as inferior. It's absurd and narrow-sighted to think this way, mainly if we take into account the contemporary merging of media and their instability. In my opinion, there is one art and one production, but it always comes to the qualitative criteria.

So, how is it with the dividing into "free" and "commercial" art, why is this scheme reflected in the conception of the organization of the Academy of fine arts and design?

This is a question that I thought about a lot when my colleagues asked me to become the rector

of this school and I would like to continue the discussions about it. I realize, that the names of the departments are not clearly defining their character. But at the present, I am not sure, if an other structure of the school, which is sometimes debated about, would be more meaningful, if we can't even make use of the one we have right now. The most important thing is, what is going on at the departments, how the results are. I am certain, that the time has not come yet for a change of structure of the school, therefore, together with my colleagues, I would like to improve the current system, to make it work fully, from the service workplaces to the departments - whereas I consider all the departments to be equal. It will be necessary to react on the demand and the frequency of all the study departments. Then we can think about restructuring, about name changes, but it will always be about the responsibility of the heads of the departments and the whole collective of the school.

Why did a successful artist and pedagogue decide to candidate for the position of a rector?

Four years ago, my colleagues asked me for the first time to candidate, but I have refused. I had the feeling that it's not exactly a position for me. Even though I knew what an uneasy objective it is, the main motif why I accepted the offer this time was that I have been often critically debating in discus-

sions and I tried to find solutions. I had the feeling that it was time – I didn't want to be an observer and solve problems of the school on the level of a head of department. This school is important to me, because I once tried to apply for it, then I studied here and finished it, became a pedagogue here and therefore, I am bound to it. Although I don't stick to it so hard that I would have to stay here at any price, I am not dependent of its structures or workplaces. All of this gives me and chance to be free in decisions and during my functional period I will try to push this school to a level of well-functioning European art schools. I want to introduce transparent game rules, because where rules are, relationships become clearer and better. On the other hand, I am aware of the fact, that not everyone will embrace this and many will be concerned, because the rules open a game, in which the result is not given.

What role should students play?

The students play a central role for me, all of the upper mentioned pragmatic thoughts are only a tool. After the tough exams, young people find themselves in departments and we as pedagogues are responsible for what we give to them. It depresses me when I hear opinions of some of our graduates, that they didn't learn anything in our school. Maybe it's their mistake, maybe someone didn't motivate them enough and did not have

adequate demands. I perceive the school as an organism, which must motivate and have clear objectives, education programs. So I try to go ahead in the experiences that I have attained from professors Fila and Vilhan, who in a way persuaded me to accept the role of a pedagogue as a challenge.

So you would mainly like to change the atmosphere?

The change of atmosphere is one of the most complicated steps of this process, because it depends on the energy of the people that are here and have certain stereotypes. I don't question their creativity and I believe that they will use this creative energy to achieve positive results and an improvement of the atmosphere. To achieve that though, you need to have certain experiences. I consider school also as an institution, where various common activities should take place. This is how solidarity is being made, which is very important to me. I would like to achieve a European standard in this area. We are a school, which has dealt with its recent history in a very radical way, and I am proud of this testament. Soon, we will celebrate the 60th anniversary of the establishing of our school. I want this oldest art school in Slovakia to stay young, with a strong bond to Europe and the artistic happening in the world. So that our graduates will be happy about their decision to study at the Academy of fine arts and design in Bratislava.

60 history

františek crhák steps out from anonymity

text Johanna Pauly

In the beginning of this article it is necessary to mention that in Czechoslovakia, the esthetic quality of industrial and consumer products after the year 1950 was being created by numerous anonymous professionals – industrial and art designers, as well as samplemen. Their professional work was hidden behind the high quality products with a company trademark. One of them was the architect Ing. František Crhák (1926), a professor at the department of machine and utility design.

Although formerly being an architect, his professional direction was influenced by one of his professors, the academic sculptor Vincenc Makovský, when he was studying architecture at the VUT in Brno.¹ The sculptor Makovský led his students to see the graphic design (for the machine industry) as an autonomous creative branch. Through his work, he influenced some of his students so intensively, that they devoted their whole professional careers solely to industrial design, one of them being the architect Ing. Otakar Diblík². Makovský chose František Crhák as his personal assistant because of his perfect architectonic artwork.³

Design as a „hobby“

František Crhák was doing his designer work as a kind of “hobby” in addition to his work as a teacher at the university. He always liked challenging and creative objectives, with which he measured his ability to design the shape of a functional object, according to the assignment. First it was the cooperation with Tesla company in Valašské Meziříčí. From the end of the 60s, he designed new microphones and speaker boxes for Tesla. He quickly acquired confidence of the employees’ council as well as the constructors and from the first contact, a longtime cooperation emerged. He designed several tens of microphones, a classroom for language lessons, headphones, speaker systems for interiors, as well as public spaces, and a series of electronic device kits for medical institutions. All of his designs in this field were marked with his “geometrical” expression, which is documented by a series of plaster and metal models, made by Crhák in 1:1 ratio for better vividness. The strict effectiveness of his designs directly influenced the esthetic of the shapes of his objects.

Airplanes, telephones, luminaries

In 1969, Crhák got a very interesting cooperation offer from Ing. Mikula, the chief constructor of sport airplanes production (Moravany Otrokovice). Crhák was working on the exterior design of the planes Zlín 42 and 43. Their models were even pro-

duced in a 1:10 ratio, including the graphic designs. Unfortunately, in the final approval procedure, his models were not accepted for production and the airplanes were produced in the former conception designed by the chief constructor.

But Crhák was successful in another case - in 1972, he won the competition regarding the innovation of the Tesla table telephone and his design was chosen for production. Although the co-author of this design was Zdeněk Kovář, the shape conception was not only organic, but showed edges as well. This design of the telephone was produced under the name BS 20 even in the 90s, mainly in colour.

The pedagogues created together a set of pole halogen luminaries for Elektrosvit Nové Zámky. Several of these went into mass production. The covers of these halogen luminaries were marked by the forms of the 70s - they were put to realization in 1977.

Another product, which was designed by František Crhák, was the new and futuristic hair dryer for the producer Zlatník Ostrava, which didn’t have much success within the users, mainly because of its unconventional shape. Esthetically, it was very impressive - the hexagonal shape of the hair dryer covered the working unit and lead into a flat rectangle opening, where different combs made of black plastic could be attached. Both the massiveness of the hair dryer

body, and the edges within the shape were probably less pleasant to hold for the users than the traditional hair dryer EM 550, designed by S. Lachman in the 50s. Crhák’s hair dryer was supposed to replace it on the market, but the round and efficient EM 550 remained in the production even after 1990, before it was moved into the background by the competition of small international hair dryer producers. Crhák has also created designs for warm-water furnaces Dakon, all of which were realized.

Weapons for defense

Through a coincidence of events, in the end of the 60s Crhák received an order for cooperation with the national armament company “Přesné strojírenství” (today called Zbrojovka, in Uherský Brod). „First I started to work on airgun loading systems“, says Crhák. Later it was a small exclusive defense gun for women called DUO, designed to fit into a purse. Even though he personally was a deeply convinced pacifist and has never owned a single gun, he was convinced by the constructor Ing. Karel Strouhal, that this is a gun for defense.

„The next order was a hunting gun, for which a wooden maquette has been made, according to my sketches in a 1:1 ratio. It had such a great success in the production, that it actually hasn’t changed its shape at all“. This maquette was made after his sketch from oak wood, so that he could verify, if the designed shape meets the ergonomic

standards of the gun-stock. It was intended to be a prototype for CZ Sonda 1 R, 12/12.

Crhák mentions another cooperation: „Around the year 1973, the construction department of Přesné strojírenství in Uherský Brod asked me to contribute to the design of the pistol CZ 75. It was an interesting situation for me. Chief constructor Ing. Karel Strouhal visited me and asked me only to “improve” the design of the pistol Z 75. It took a while for me to accept the offer, because of my opposition towards guns. But he persuaded me once again, that this is a weapon intended for defense, so I accepted it. Although I had almost no practical experience in this area, I started to work on the improvement of the CZ 75’s shape. Based on precise consulta-

tion, I created a sketch and later a plaster model of the pistol. This was being “fine-tuned” and readjusted to the technological possibilities by the constructors in Zbrojovka. After the tests of the pistol, I focused my attention mainly on designing the most convenient shape of the trigger for mass production“.

Urban design

Aside from his work as a pedagogue and a designer, the architect František Crhák sometimes dedicated himself to his former profession. In the 80s, he created a concept and project of a new bus station for the town of Gottwaldov. Together with the designer Luďek Pavézka he designed a mobiliary for the town parks. The park banks and garbage cans made of metal and

netting were produced in several variations, the main characteristic being indestructibility. The banks could be left on their place even in winter thanks to the material used. Today they are still being used in the town, although some parts of the metal netting have suffered minor damage. Crhák also liked to attend architectonic competitions for memorials and monuments, because in this area of “small architecture and architectonical sculpture” he could fulfill his sensations. Today, he remains active in the field of intimate sculpture. He likes to create architectonic compositions with clear geometrical figures, some of these objects being kinetic. With his broad creative spectrum, he became a very important personality in an almost renaissance way. ■

footnotes

- 1 Makovský helped to create the Baťa school of Art in 1939, during the Protectorate Bohmen und Mahren in Zlín, where he led the department of spatial production. Through the cooperation with Baťa machine construction MAS in Zlín in 1939, Makovský became a protagonist of a concrete cooperation of a graphic artist and constructors.
- 2 Among others, the author of the exterior and interior design of the Škoda 706 RTO de Lux bus for the Expo 58 in Brussels; designer in the automobile development centre Tatra in Bratislava, led by Ing. V. Mičík; designer of printing machines Adast Adamov; the tractor vehicle Zetor Crystal; in the years 1969 – 89 a designer in the studio of Rodolfo Bonetto in Milan, Italy.
- 3 After two years in this function and the finishing of the university Crhák started to work as a teacher of drawing on the renewed Art-technical high-school in Zlín, to Zdeňek Kovář. He also worked as an urbanist in Uherské Hradiště for some time. At the high-school he was teaching drawing and perspective, but followed Kovář in 1959 back to Zlín/Gottwaldov to the new department initiated by Kovář, a detached Department of machine and instrument shaping at the University of art and technology in Prague. Firstly, František Crhák has helped Kovář as an assistant, creating the concept of class-work on a theoretical level. He focused on the preparation of the future industrial designers in the areas of graphic geometry, architectonic composition and perspective.
- 4 By the occasion of his 80th birthday, a small retrospective of his work was opened on the 3rd of October in the exhibition space of the VŠUP in Prague. In November it was transferred into the University gallery ZU in Plzeň and in February 2007 to Brno, into the VUT, Faculty of mechanical engineering (thanks to the initiative of J. Rajlich). VŠUP Prague edited a small catalogue to the occasion of the exhibition, where an interview with professor F. Crhák was published.

designum³2007



časopis o dizajne / design magazine vychádza 6-krát ročne / a bimonthly
číslo / number: 3 // rok / year: 2007 ročník / volume: XIII cena / price: 65 SK / Kč / 5 €

vydáva / edited by:

Slovenské centrum dizajnu /
Slovak Design Centre

redaktorky / contributing editors:

Silvia Lutherová - lutherova@sdc.sk
Lucia Gavulová - gavulova@sdc.sk

jazyková redakcia / proof reader:

Katarína Weisssová
texty v českom jazyku neprešli
jazykovou korektúrou

redakčný kruh / editorial cooperators:

Dušan Brozman - *Praha*
Silvia Fedorová
Mária Rišková
Lucia Luptáková - *Amsterdam*
Lubica Pedersen - *Kodaň*
Jiří Pelcl - *Praha*
Alan Záruba - *Praha*
Sylvia Jokelová
Marek Škripeň
Zdeno Kolesár
Stanislav Stankoci
Martin Struss
Sabína Jankovičová

vizuálna koncepcia, layout:

Emil Drličiak

obálka / cover: Emil Drličiak

tlač / printing: x line, Bratislava

distribúcia / distribution:

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

SCD, ISSN 1335-034X
registrované MK SR č. 889/93

sídlo redakcie / headquarter:

SDC - designum
Jakubovo nám. 12
814 99 Bratislava
Slovak Republic
tel.: + 421 (0) 2 5293 1564
fax: + 421 (0) 2 5293 1838
e-mail: sdc@sdc.sk
web: www.sdc.sk

materiály publikované v časopise
designum nie je možné uverejniť bez
súhlasu redakcie | nevyžiadané rukopisy,
fotografie, diapozitívy, CD sa nevracajú

objednávky a predplatné / subscription

orders: SDC - designum, Jakubovo nám.
12, P.O. BOX 131, 814 99 Bratislava,
Slovak republic
tel.: + 421 (0) 2 5293 1564
fax: + 421 (0) 2 5293 1838
e-mail: sdc@sdc.sk,
dolnikova@sdc.sk

www.predplatné.net

inzercia info: www.sdc.sk
gavulova@sdc.sk, lutherova@sdc.sk

informácie o predaji starších čísel

a iných publikácií SCD: www.sdc.sk

voľný predaj: v stánkoch Mediapress
a Mediaprint Kapa, v knihkupectvách
a galériách: **v Bratislave:** Artforum
Prospero, Reduta, Galéria Medium (všvU)
Dizajn štúdio ÚLUV, ArtBooks, SNG

mimo Bratislavy:

Artforum (*Banská Bystrica, Žilina, Košice, Trnava*),
Knihkupectvo pod vŕškom
v Nitre, GMB Trenčín,

Truc Sphérique > Stania Žilina-Záriečie

v Českej Republike:

knihkupectvo Fraktály Praha
Moravská Galerie v Brně

