

# designum<sup>5</sup> 2008

časopis o dizajne design magazine ročník volume xiv cena price 65 Skk / 2,16 € (KK =30,126)

## spektrum

- |    |                     |                          |  |
|----|---------------------|--------------------------|--|
| 02 | <b>profil</b>       | <i>Nina Gažovičová</i>   | Karim Rashid   |
| 08 | <b>udalosť</b>      | <i>Zuzana Šídlíková</i>  | Vienna Design Week                                       |
| 14 | <b>udalosť</b>      | <i>Luba Pavlovičová</i>  | Designblok Praha   |
| 20 | <b>mladý talent</b> | <i>Mária Nepšinská</i>   | ComuniStar Designers                                     |
| 26 | <b>udalosť</b>      | <i>Zuzana Šídlíková</i>  | Brillance Fashion Talent 08                              |
| 32 | <b>výstava</b>      | <i>Lucia Hakelová</i>    | In vino veritas, Matali Crasset o víne                   |
| 34 | <b>súťaž</b>        | <i>Silvia Klimáčková</i> | Mladý obal 2008  |
| 40 | <b>udalosť</b>      | <i>Dana Doricová</i>     | Ekoplagát  |
| 42 | <b>zostra</b>       | <i>Zoja Droppová</i>     | Industriál v temnotách                                   |
| 45 | <b>rozhovor</b>     | <i>Zdeněk Freisleben</i> | Dizajn začína cumlíkom,<br>rozhovor s Maximom Velčovským |

## história

- |    |                 |  |  |
|----|-----------------|--|--|
| 50 | <b>minulosť</b> | <i>Ladislav Ďuroška</i>                      | Tesla Orava  |
| 54 | <b>reflexia</b> | <i>Tibor Uhrin</i><br><i>Zuzana Labudová</i> | Starý začiatok - nový koniec<br>Časť III.: Československé spotrebiče |

## záver farby

- |    |                |                        |                 |
|----|----------------|------------------------|-----------------|
| 60 | <b>udalosť</b> | <i>Mária Nepšinská</i> | Šperk Stret '08 |
|----|----------------|------------------------|-----------------|

## monochróm

- |    |                 |                      |   |
|----|-----------------|----------------------|---|
| 66 | <b>súťaž</b>    | <i>Igor Kačeňák</i>  | Gold Pack   |
| 67 | <b>právno</b>   | <i>Jana Vozárová</i> | LITA  |
| 68 | <b>recenzia</b> | <i>redakcia</i>      | Knižnica  |
| 70 | <b>teória</b>   | <i>Pavel Noga</i>    | Vizuálna komunikácia<br>vo veľkomestských aglomeráciách |
| 75 | <b>infobox</b>  | <i>redakcia</i>      | Aktuality, podujatia, súťaže, Icoграда                  |
| 80 | <b>english</b>  | <i>Matej Gyarfáš</i> | Summary   |

# Karim Rashid

text\_Nina Gažovičová foto\_archív Karima Rashida



## Globálny multitalent

Karim Rashid, jeden z najvýznamnejších a zároveň najštrannejších súčasných dizajnérov, sa narodil 18. septembra 1960 v Káhire. Vyrastal v Kanade, v mnohonárodnej štvrti Toronto. V roku 1982 ukončil štúdiá priemyselného dizajnu na Carleton University v Ottawe a absolvoval šesťmesačnú stáž v Neapole v ateliéri Ettoreho Sottasasa a Gaetana Pesceho.

V nasledujúcom desaťročí pracoval pre viacero spoločností, v roku 1993 si otvoril v New Yorku samostatný ateliér. Žil v jedenástich mestách, vlastní apartmány v šiestich svetových metropolách. Karim Rashid je vedúcou osobnosťou produktového a priemyselného dizajnu, zrealizoval viac ako 2 500 návrhov pre najrenomovanejšie svetové spoločnosti (napr. Alessi, Prada, Kenzo, Method). Venuje sa móde, architektúre a interiérovému dizajnu, navrhovaniu svietidiel, nábytku, DJ-ingu a umeniu. Svoju tvorbu ovplyvnil takmer všetky oblasti života súčasného človeka – od nenápadných bytových doplnkov a kozmetiky až po architektonické realizácie. Jeho diela sú reprezentatívne zastúpené v stálych zbierkach pätnástich najvýznamnejších svetových múzeí. Je autorom dvoch monografických publikácií Evolution (Universe, 2004) a I Want to Change the World (Rizzoli, 2001). Vydal tiež prehľad počítačovej grafiky Digipop (Taschen, 2005) a „príručku života“ Design Yourself (Regan Books, 2006), ktorá je záznamom Rashidovým pocitov, ale aj návodom, ako získať kontrolu nad životom cestou prehodnotenia spôsobu, akým pracujete, žijete, hráte sa a milujete. Žije a pôsobí v New Yorku.



## Dizajn je súčasnosť a súčasnosť je dizajn

Rashid býva najčastejšie označovaný ako excentrický vizionár a jasnozrivý trendsetter. V skutočnosti, ako sám priznáva, žije pre moment a súčasnosť. A práve kritérium súčasnosti je podľa neho rozhodujúcim meradlom dobrého dizajnu. Dizajn nemáme vnímať len ako určitý, chvíľkový a neustále sa meniaci štýl, ale ako všeobecné vyjadrenie súčasnosti. Zdôrazňuje, že všetko okolo nás (mimochodom, denne pridáme do kontaktu s takmer šesťsto rozličnými predmetmi) je dizajnom. Zaujíma ho prehodnocovanie banálneho a zmena konvenčných kritérií. Vo svojej tvorbe sa pokúša rúcať víťie kliše, pracuje s archetypálnymi zvyklostami a návykmi. Jeho argumenty sú pritom jasné a jednoduché. Svet a život sa zmenili a je prirodzené sa tomu prispôbiť. Žijeme v digitálnom veku, máme k dispozícii nové technológie, ktoré nás oslobodzujú a zároveň nám umožňujú stať sa tvorivými. Svoju prácu popisuje ako štúdium alternatív a možností vychádzajúcich zo skúmania fyzických, psychologických a sociologických modelov. Toto štúdium umožňuje vznik vecí, hmotných i nehmotných, ktoré ďalej formujú náš každodenný život. Bežný život je v Rashidovej hierarchii kľúčovým prostredníkom medzi priemyslom a spotrebiteľom, medzi sebvýjadrením a túžbou, medzi výrobnými technológiami a spoločenským správaním. Rashid dizajn definuje ako kreatívny, politický a materiálny počin; spoločensko-interaktívny proces, ktorý je sám osebe dôležitejší ako jeho hmotná podstata a ktorého výsledok sa manifestuje estetickou formou. Rashidovým cieľom je prostredníctvom dizajnu dokumentovať dojem nového, premenlivého sveta a reagovať na zmeny vo všetkých rovinách našej existencie. „Myslím si, že najpodstatnejšie je, že sa pokúšam dizajnovvať objekty, produkty a priestory, ktoré vytvárajú pocit duševného blaha, a že energia prítomnosti zosilňuje zážitky, zintenzivňuje potešenie a nesie v sebe nádych originality a inovácie.“

➤ Prenosný chladič na šampanské, Veuve Clicquot, 2008.





## Demokratický dizajn

Rashid začínal začiatkom osemdesiatych rokov ako priemyselný dizajnér navrhovaním objektov, ktoré neposkytovali príliš veľa priestoru pre originalitu a vyžadovali skôr rigorózný prístup (stôl na röntgenové vyšetrenia, mamograf, detektor drog pre colné úrady...). V priebehu nasledujúceho desaťročia pracoval pre viaceré priemyselných spoločností, ale práve v tomto období si uvedomil, že nechce navrhovať predmety, ktoré si verejnosť nemá možnosť všimnúť. Spolu s kolegom architektom založil odevnú firmu. Ale ani odborný a komerčný úspech spoločnosti ho neuspokojili, naopak utvrdili ho v presvedčení, že už nechce navrhovať módu, ale robiť dizajn! Nasledovalo krátke pedagogické intermezzo, potom takmer rok hľadania prvej zákazky, napokon pomerne úspešná kariéra „nájomného“ dizajnéra. Až Rashidovo osamostatnenie v roku 1993 ho katapultovalo medzi prvé hviezdy svetového dizajnu. Do dnešného dňa navrhol predmety z každej oblasti konzumnej spoločnosti pre všetky segmenty trhu - od banálnych plastových doplnkov za niekoľko dolárov až po najluxusnejšiu fľašu ginu Bombay Sapphire v cene 200 000 dolárov. Rashida aj vzhľadom na rozsah a rozmanitosť tvorby možno považovať za jedného z najkúsenejších dizajnérov svojej doby.

Jeho aktivita dlhoročného a zanieteneho propagátora demokratizácie dizajnu je celkom prirodzená. Tvrdí, že sa pokúša v dizajne odstrániť akékoľvek triedne rozdiely, náznaky elitárstva. Odmieťa hovoriť o vysokom a nízkom umení (dizajne), svet chápe ako homogénny celok, kde rasové a ekonomické rozdiely nemajú miesto. Rashidove úspešné realizácie naplňujú étos prístupného, demokratického dizajnu pre masu. Produkty (napríklad odpadkový kôš Garbo), ktorých predaj celosvetovo presiahol osem miliónov, priniesli (aj) vďaka prijateľnej cene špičkový dizajn do domácností obyčajných ľudí. Toto sprístupnenie kvalitného dizajnu širokej verejnosti dokumentuje Rashidove tvrdenia, že dobrý dizajn dokáže spraviť život lepším, ľahším a príjemnejším. Demokratizácia je v dnešnej dobe prirodzeným výsledkom možnosti prispôsobovania si jednotlivých produktov spotrebiteľmi a zároveň aj samotným, takmer neobmedzeným rozsahom komerčnej ponuky. Určujúce v celom procese sú informácie, vedomie, že všetko je možné zlepšiť, digitálny vek a technológie. Hlavným cieľom priemyselného dizajnu by malo byť poľudštenie predmetov prostredníctvom ich nového stvárnenia. To by malo zodpovedať prítomnosti a neostávať v archetypálnej, resp. ikonickej podobe (ako napríklad stolička, ktorej podoba sa v priebehu stáročí zmenila minimálne). Ak donedávna firma definovala vynikajúci produkt ako lacný, masovo vyprodukovaný objekt s dobrou cenou bez väčšieho dôrazu na jeho estetickosť či funkčnosť, dnes, aj vďaka novým technológiám, ale najmä médiám a internetu, sú nároky kladené na objekt zo strany spotrebiteľa oveľa vyššie.



## Senzuálny minimalizmus

Tvorbu Karima Rashida charakterizujú jasné, jednoduché línie mäkkých, oblých tvarov s odkazom k organickým a biomorfným štruktúram, výrazná farebnosť, využitie najnovších technológií a materiálov. Svoj štýl sám definuje ako reakciu na strohosť a sterilnosť minimalizmu a nazýva ho senzuálnym minimalizmom. Súčasný dizajn v Rashidovom ponímaní nemá byť ohraničený len na vizuálne podnety. Rovnako dôležité sú aj ostatné zmysly – sluch, čuch, hmat... Rozhodujúce je, aby dizajn bol sensorickým, aby upútal a zamestnal všetky naše zmysly. Forma produktu je podľa Rashida oveľa lákavejšia, ak je jeho estetika založená nielen na vizuálnom, ale aj na experimentálnom či emocionálnom vneme. Dôraz kladie rovnako na kategóriu krásy, ale nie v zmysle povrchnej kvality. Nevyhnutnosť využitia krásy vysvetľuje prirodzenou inklináciou človeka ku krásnym veciam a zároveň neustálou túžbou obklopovať sa nimi, čo sú aspekty, ktoré kvalitný dizajn musí zohľadňovať.



Náramkové hodinky Kai, Alessi, 2005/2008. 1



## Rashidovi oblúbenci

Rashid neustále cestuje, často prednáša na konferenciách po celom svete, hosťuje ako profesor na rôznych univerzitách, ročne strávi na cestách takmer 200 dní. Na tlačovej besede v Bratislave otvorene priznal, že New York, kde žije a pracuje, ako aj celý západný svet ho už nudia. Naopak, ako najzaujímavejšie mu jednoznačne pripadajú mestá krajín bývalého socialistického bloku. Upútal ho intelektuálny potenciál východnej Európy, ktorý pramení zo špecifickej energie a túžby po zmene a ktorému v súčasnosti (aj v medzinárodnom kontexte) pripisuje rozhodujúci význam. Zároveň pripomína, že tento mimoriadny potenciál je nezávislý od financií a prináša ho tvorivosť a zanietenie. Svoju „slabosť“ pre túto časť Európy definitívne potvrdil nielen nedávnym manželstvom so srbskou chemickou inžinierkou Ivanou Purič, ale aj čerstvou realizáciou v centre Belehradu – interiér kaviarne Majik, a spoluprácou s niektorými miestnymi spoločnosťami (Pharmanova, Metalac). Aj keď Bratislava nebola privilegovaná (zatiaľ) natoľko, aby v nej tento slávny dizajnér zanechal hmatateľnú kreatívnu stopu, predsa aj naše mesto bude výrazne profitovať z jeho priazne. Karim Rashid prijal výzvu organizátorov a sa stal garantom Clubovky pre rok 2008/2009. Pod heslom Moji oblúbení dizajnéri a architekti, ktorí menia svet, postupne predstaví na Slovensku dvanásť svojich priateľov. Už teraz sa môžeme tešiť na prítomnosť špičkových predstaviteľov medzinárodnej scény: jeho hosťom bude uznávaná architektka Zaha Hadid, francúzska dizajnérka hviezda Philippe Starck, japonský módnny guru Issey Miyake, ako aj ďalší autori svetového mena Daniel Libeskind, Ron Arad, William Aslop a Greg Lynn. Dizajnárska sezóna 08/09 bude teda v Bratislave konečne svetová! ¶

## Dizajnkracia

Aj keď to možno bude znieť nadnesene, Rashid žije dizajnom a žije pre dizajn. Dizajn je pre neho rozhodujúcim meradlom, hlavným kritériom, ktoré odlišuje jednu vec od druhej. Je formou existencie, esenciou súčasného života. Je všetkým okolo nás, je neoddeliteľnou súčasťou každodenného života. Ako priznáva, najpríťažlivejšou je preňho predstava aktívneho prispenia k životu spoločnosti, jedinečná možnosť pomáknúť svetu niečo originálne, niečo, čo doteraz nevymyslel nik zo šiestich miliárd ľudí. Vytvoriť objekt – produkt, prostredníctvom ktorého možno tvarovať budúcnosť, prípadne zmeniť zaužívané formy správania.





# Vienna Design Week

## 2. – 12. 10. 2008

text\_Zuzana Šidliková foto\_archív VDW

Cieľom podujatia je predstaviť a zviditeľniť rozmanité polohy v oblasti priemyselného dizajnu, rovnako i pozície dizajnu experimentálneho. Po vlaňajšom úspechu prvého ročníka festivalu sa táto udalosť s výrazne väčším počtom programov tento rok v októbri zopakovala.

Projekt viedenského Design Weeku prepojil početné množstvo partnerov: zapojili sa doň miestne múzeá, ale i obchody či samostatní dizajnéri. Prezentovali sa nielen domáci, ale i zahraniční tvorcovia. Tentoraz sa dokonca lokálne podujatia rozšírili projektom Designsafari, ktorého cieľom bola návšteva najzaujímavejších podujatí dizajnerskej scény v Bratislave a Prahe. Samotná Viedeň ponúkla množstvo rôznorodých akcií rozmiestnených na viacerých adresách. Program počas jedenástich dní avizoval rôzne výstavy, workshopy, prednášky, prezentácie nových kníh, ale aj premietanie filmov či hudobné akcie. Nepochybne, lákadlo pre odbornú, ale určite i laickú verejnosť.

Hlavnou snahou organizátorov bolo osloviť široké spektrum návštevníkov, galérie ako MAK, MuseumsQuartier (quartier21, Architekturzentrum, ZOOM Kindermuseum), Möbel Museum, Wien Museum a niekoľko ďalších ponúkali výstavy dizajnu a pravidelné sprevádzania po expozíciách. Na druhej strane projekt Passionsweg prezentoval práce desiatich dizajnérov, ktorých inštalácie boli umiestnené v špecifickom priestore obchodov, teda na mieste s vyslovene komerčným zameraním. Týchto desať „staníc“ bolo hlavným experimentálnym priestorom viedenského Design Weeku. Medzi vystavujúcimi boli napríklad dizajnérky obalov Susane Lippitsch (A), Megumi Ito (J). Dizajnérka Nicole Aebischer (CH) uviedla svoj realizovaný návrh pre firmu Silberschmiede, ktorá je vo Viedni známa dlhoročnou tradíciou výroby príborov: vyrábala ich ešte pre habsburskú kráľovskú rodinu, navrhovala pre Wiener Werkstätte a dodnes ponúka široký sortiment výrobkov. Aebischer prepojila servírovaciu tácku priamo so stolom, ktorého bola súčasťou. Priemyselný dizajnér Steffen Kehrlé (D) predstavil projekt Tandem gitary, teda hudobného nástroja, na ktorom môžu hrať dvaja hráči zároveň. Bartosz Mucha (PL) na inom mieste, v obchode s výrobkami pre domácnosť, vystavil svoj prototyp lampy. Jej základnú konštrukciu tvorí

† Časť inštalácie Vertical Take off and Landing od Clemensa Weisshara a Reeda Kramma pri otvorení Vienna Design Week pred palácom Lichtenstein.  
Foto: www.katharinagossow.com





↑ Inštalácia Loosgelöst od Roberta Stadlera vo Wien Museum. Pri práci s priestorom obývacej izby Adolfa Loosa vznikli predimenzované suvenírové objekty - snehové gule vznášajúce sa v priestore.

→ Projekt Passionsweg: Marco Dessi pre porcelánovú manufaktúru Augarten.  
Foto: Kollektiv Fischka.



nožička preberajúca formu dreveného štipca na bielizeň, pričom tienidlo si môže k nemu pripnúť každý sám. Podľa vlastných predstáv sa dá lampa jednoducho variovať. V porcelánovej manufaktúre Augarten sa objavili „polohotové“ formy nádob Marca Dessiho (1/A). Maxim Velčovský (CZ) svoju inštaláciu umiestnil na prízemie trojposchodového obchodníka J. & L. Lombmeyr. Josef Lombmeyr začal podnikat' vo Viedni so sklom už v roku 1823. Dodnes je táto firma, ktorá má vysoký kredit kvality, zároveň bohatým zdrojom informácií o histórii sklárskej výroby. Zberky z jej archívu poslúžili ako inšpirácia Velčovského inštalácie: na princípe Laterney magiky magiky rozíhral hru svetla presvietených sklenených objektov zo zbierok firmy, sklenené exponáty uložené vo vnútri transparentných drevených boxov sa premietli na dvojdimenzionálnu plochu prednej steny. V tomto prípade však bola inštalácia skôr pôvabným reklamným „pútačom“, ako funkčným dizajnom, čo jej samozrejme na kvalite nič neubrá.

Z galerijných expozícií zahrnutých v projekte Design Weeku stojí za vyzdvihnutie výstava Formlose Möbel v priestoroch MAK-u. Pod heslom Form Follows Material predstavuje prevažne sedacie nábytok, s hravosťou popiera jeho tradičné formy, ktoré sa používali do 60. rokov 20. storočia. Následne sa stáva centrálnym bodom experiment s novými materiálmi, ako i budovanie nového vzťahu k telu, keď sa sedenie môže stať zábavným, uvoľneným, umožňuje nové nekonvenčné pózy a prepojenia. Materiály ako plastické hmoty, textílie, koža či papier umožňujú nanovo definovať formu nábytku. „Obtekajúce“, nestabilné, mobilné tvary pomáhajú vytvárať nový vzťah v sociálnom priestore. Nábytok je zároveň zaujímavým objektom a často i spôsob jeho využitia (a spôsob sedenia) nie je definitívne fixný. Nechýbali tu kreslá od Rona Arada, Piera Gattiho, Gaetana Pesecho, Roberta Stadlera, Karima Rashida a iných.







Doplňujúcimi akciami Design Weeku boli i prednášky. V súvislosti s premietaním filmu v Rakúskom filmovom archíve sa prezentovali Alison Clarke a Thomas Ballhausen. V prednáškovej sále Universität für Angewandte Kunst predstavil Karim Rashid vlastné realizované práce, ako i všeobecne úlohy dnešného dizajnu na pozadí širších sociálnych súvislostí. Súčasťou akcií bol i obľúbený formát Pecha Kucha Night, v rámci ktorého počas 6 minút a 40 sekúnd predstavilo svoju tvorbu niekoľko autorov z oblasti architektúry, dizajnu a módy.

Druhý ročník podujatia Design Week dokázal prepojiť výstavné projekty galerijných inštitúcií, výstavy a prednášky na akademickej pôde s výslovene komerčnými aktivitami predajcov. Dizajn sa prezentoval vo svojej rôznorodosti, ako oblasť kultúrnej produkcie, ktorá má čo povedať každému návštevníkovi, i tomu, čo prechádza len náhodou okolo. Nevýhodou pre toho, kto príde len na jeden deň, je priestorová rozptýlenosť jednotlivých podujatí. Nepochybne chýba centrálny výstavný priestor, ktorý by bol zároveň aj základným informačným rázom podujatia. Záverečná štatistika VDW hovorí o 60 akciách rozmiestnených v 44 lokalitách a počet návštevníkov výčísluje na 18 000. Určite priaznivá výzva do nasledujúcich ročníkov. ¶

↑ Projekt Passionsweg: Performance s Tandem - gitarou od Nupihho Jenneira podľa návrhu Steffena Kehrleho.

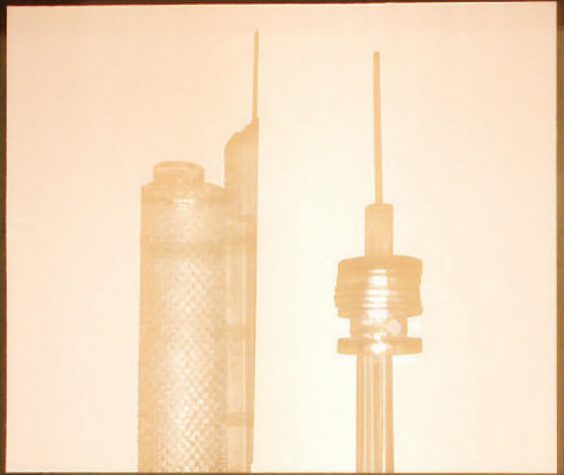
Foto: Kramar.

→ Projekt - Passionsweg: Maxim Velčovský pre firmu Lobmeyr.

Foto: Kramar.

[www.viennadesignweek.at](http://www.viennadesignweek.at)





LOBMEYR





# Designblok Praha

text\_Luba Pavlovičová

foto\_Designblok, Zuzana Šidliková

Tento rok si Designblok pripomínal 10. výročie. Aj preto jeho hlavnou témou bola oslava a ako inak – oslava dizajnom. V dvoch veľkých štúdiách, Superštúdiu DOX (Holešovice) a Superštúdiu Corso (Karlín), na mnohých miestach v Starom a Novom Meste mohli návštevníci vidieť výstavy, prezentácie firiem a umeleckých škôl, módne prehliadky. Aj oficiálne inštitúcie ako Umeleckopriemyselné múzeum, Vysoká škola umeleckopriemyselná alebo České centrum sa zapojili do tohto čoraz populárnejšieho podujatia a vo svojich priestoroch pripravili reprezentatívne akcie.







Podujatí bolo prisľúbených vyše dvesto a podľa vitality davu, ktorý od rána až do desiatej hodiny večer pulzoval vo všetkých mestských zónach a priestoroch Designbloku, sa možno domnievať, že slovo bolo dodržané. Pre ľahšiu orientáciu návštevníkov organizátori vydali sprievodcu v tradičnom formáte, s informáciami o vystavujúcich a programe. Ten bol predovšetkým o vernisážach, čerstvých dizajnerských kolekciach a predajniach a samozrejme aj o stretnutiach. Na záver Designbloku bola po prvýkrát pripravená aj aukcia dizajnu 20. storočia.

V Karlíne, ktorého podoba sa v poslednom čase mení vďaka vzniku viacerých nových showroomov (napríklad priestory spoločnosti Vitra boli predstavené práve počas Designbloku), návštevníci smerovali hlavne do Superštúdia Corso. V novopostavenej budove od známeho katalánskeho architekta Ricarda Bofilla bolo možné vidieť prezentácie dizajnérov (Designer's Catwalk), výrobcov (Crème de la Crème), výstavu vychádzajúcich dizajnerských hviezd (Mliečna dráha stredoeurópskeho dizajnu) alebo exponáty určené na aukciu dizajnu 20. storočia. V rámci časti Designer's Catwalk malo vystavovať 75 dizajnerských





štúdií, 12 dizajnerských škôl a 5 galérií. Nedalo sa to spočítať. Ak si však uvedomíme, že podľa slov riaditeľky podujatia Jany Zielinskej bolo z prihlásených záujemcov vybraných približne 50 percent, musíme konštatovať, že záujem patrí medzi dizajnérov prezentujúcich sa na jubilejnom ročníku bol naozaj rekordný. Medzi početnými vystavujúcimi zaujali Whitefruits Gabriela Vacha a Antonína Tomáška a to tým, že porcelánové výrobky ponúkali spôsobom, aký poznáme z predajní zeleniny a ovocia - v debničkách a na váhu. Bez povšimnutia sa nedalo prejsť ani okolo porcelánových tapiet 3D wallpaper štúdia Píršc Porcelain, ktorých predchodcu môžeme mimochodom vidieť v bratislavskej reštaurácii Molo. Slovensko okrem Bety K. Majerníkovej v Karlíne zastupovala aj značka Popular (Michal Raňaj, Zuzana Kubánová) a česko-slovenské Studio Nobus (Martin Bu, Veronika Selingerová a Markéta Nováková). Viditeľnú pozornosť venovali návštevníci študentským prácam, čomu sa oohľadom na ich priemerný vek nemôžeme čudovať. Školy na čele s VŠUP (Architektúra IV, K.O.V., Keramika a porcelán, tri ateliéry dizajnu výrobkov), UJEP Ústí nad Labem (atelier produktový dizajn, dizajn interiéru) alebo Univerzita Tomáša Batů v Zlíne (Fakulta multimediálnej komunikácie) využili príležitosť na svoju prezentáciu obsahovo a kvalitatívne rôznorodým spôsobom. Odbornú a laickú verejnosť najviac zaujal Ateliér K.O.V. VŠUP, ktorý vedie Eva Eisler.

Mliečna dráha stredoeurópskeho dizajnu si kladie za cieľ predstavovať mladých dizajnérov, ktorých doterajšia tvorba dokázala prekročiť hranice regiónov. Tento rok boli nominovaní: rakúsky dizajner Patrick Rampelotto, ktorý vystavoval svietidlá a doplnky, dvojica grafických dizajnérov Adam Macháček z Čiech a Sébastien Bohner zo Švajčiarska (Welcometo.as) a Bety K. Majerníková s kolekciami šperkov WRAF. Jej

— Aukcia dizajnu 20. storočia – expozícia.





prezentácia bola na záver podujatia vyhlásená za najlepšiu kolekciu šperkov Designbloku a môžeme potvrdiť, že oprávnené.

Projekt Crème de la Crème, na Designbloku uvedený po prvýkrát, bol zameraný na domáce a zahraničné firmy, ktoré pracujú s dizajnerskými víziami a dokážu z nich aj vyťažiť. Napríklad firma Electrolux predstavovala pod názvom Electrolux Design Lab 07 výsledky študentskej súťaže orientovanej na dizajn, ktorého podstatou je výsostne ekologický prístup. Víťaz tejto súťaže, maďarský študent Szabó Levente, vytvoril práčku, ktorá namiesto pracieho prášku využíva 100-percentne prírodný produkt: orechy na pranie. V Superštúdiu Corso vzbudila u väčšiny návštevníkov záujem aj inštalácia Artélu, ktorý na podujatí vystavil dekorované sklené poháre pochádzajúce z autorských dielní zvučných mien ako Eva Eisler, Petr Nikl, Maxim Veľčovský, František Skála a Olgoj Chorchoj, čo samozrejme podporilo pozornosť verejnosti.

Druhé superštúdio bolo umiestnené v novom pražskom centre umenia DOX. Galéria vznikla v Holešovičiach zo súkromnej iniciatívy a súkromných peňazí prestavbou bývalej fabriky na obrábanie kovov, a to podľa projektu Ivana Kroupu. Do priestorov, ktoré svojou plochou patria medzi tri najväčšie súkromné galérie v Čechách, organizátori umiestnili inštalácie avizované ako hity jubilejného ročníka: Křehký by Alfredo Häberli, White Presentation - Studio Job, dizajnového štúdia Bless, Patrika Illa, ako aj putovnú výstavu slovenského dizajnu Creater. Známý švajčiarsky dizajnér Alfredo Häberli, vystavujúci na jednom z najčestnejších miest, vytvoril v limitovanej edícii v sklárni Ajeto objekt Glass Music, inšpirovaný rozprávkou bratov Grimmovcov. Za tento objekt získal od šéfredaktorov časopisov a periodík venujúcich sa dizajnu a životnému







1 Crème de la Crème – Electrolux Design Lab 07.

1 Patrik Illo vystavoval výber z najlepšieho za posledných 10 rokov.

1 Bety K. Majerníková, z kolekcie šperkov Wrať.

štýlu Špeciálnu cenu za mimoriadny počin. Popri týchto solitérnych výstavách, na ktorých však bola prítomná skôr galerijná atmosféra, boli v štúdiu DOX umiestnené živé minibutiky českých módných návrhárov. Nové podujatie, ktoré s nimi úzko súviselo, Designblok Fashion Week prinieslo na móla v prízemí budovy každovečerné módné prehliadky. Z autorov a autoriek spomeňme napríklad Denisu Novú, Moniku Drápalovou, Šárku Šiškovú alebo Liběnu Rochovú.

V Superštúdiu DOX pripravili organizátori aj tzv. Deň profesionálov. Pod týmto názvom sa skrývala panelová diskusia so živou témou: štúdiom a uplatnenie mladých dizajnérov, úloha a podpora médií. Diskusie sa zúčastnili viacerí zahraniční hostia, čím debata získala medzinárodný rozmer. Hostia boli z rôznych odborov – priamo z praxe, škôl, múzeí (Dirk Wynants, šéfdizajnér firmy Extremis, Florian Hufnagel, Pinakothek de Moderne z Mníchova, dizajnéri Samuele Meda a Nick Stevens, Electrolux, Pavel Liška, rektor VŠUP Praha, atď). Dozvedeli sme sa starú pravdu – zapojenie dizajnérov do praxe je celoeurópsky problém. Jeho príčina však nie je ukrytá iba v nezaujme firiem alebo nízkom dopyte trhu v jednotlivých krajinách, ale aj v malej pripravenosti, či vôli dizajnérov rešpektovať zákony marketingu a podnikania vôbec.

Umeleckopriemyselné múzeum prispelo do Designbloku reprezentačnou výstavou Eames by Vitra, ktorá predstavila Charlesa a Ray Eamesovcov tvorbou z rokov 1940 – 1970, a Vysoká škola umeleckopriemyselná študentskou výstavou Sezona 08. Posledný deň sa uskutočnila aukcia dizajnu 20. storočia, na ktorej sa okrem iného dražil aj nábytok Josefa Hoffmanna, Otta Wagnera, ale aj Charlesa a Ray Eamesovcov, ale aj sklo, porcelán, lampy, bytové doplnky... Cenové rozpätie exponátov bolo široké: od 12 Kč za voskované papierové poháre zo 70. rokov až po 120 000 Kč za sedáciu súpravu od Josefa Hoffmanna. Vyvolávaciu cenu nakoniec najviac prekonala konečná ponuka za sadu voskovaných pohárov, z pôvodných 12 Kč sa totiž vyšplhala až na 200 Kč. Tento fakt akoby symbolizoval hlavný cieľ agilných organizátorov: dosiahnuť čo najvyššie ocenenie dizajnu ako bežnej súčasť nášho života. ¶





# ComuniStar Designers



**ComuniStar**  
DESIGNERS

text\_ Mária Nepšinská foto\_archív C. D.

ComuniStar Designers je mladé trio slovenských dizajnérov nábytku a interiérového príslušenstva, ktorým nechýba nápad a vtip. Ich ambíciou je uplatniť sa vo svete dizajnu invenčnou a originálnou tvorbou spätou s domácou tradíciou a lokalitou tzv. európskeho východného bloku.

**Peter Jakubík, Roman Ficek, Marián Laššák**

Každý z vás pochádza z iného konca Slovenska. Kedy a kde sa vaše cesty stretli?

Naše cesty sa stretli na VŠVU v ateliéri produktového dizajnu u prof. Františka Buriana, akad. soch. Je pravda, že každý z nás je z iného konca Slovenska, pohybujeme sa medzi Prešovom, Kysucami a Detvou, no vzájomné sympatie pováh a podobný pohľad na dizajn nás dovedli k tomu, aby sme to spoločne skúsili ako dizajnérske trio.

Spoločnou črtou vášho vysokoškolského štúdia je absolvovanie jedného ateliéru. Ako hodnotíte obdobie strávené na VŠVU v Bratislave?

Výborne :) poriadne sme si to užili. No nebolo to iba žúrovanie, v našom ateliéri sa aj tvrdo pracovalo. Usilovali sme sa využiť to, že sme na VŠVU v ateliéri, ktorý sme si vybrali. Dokázali sme tráviť celé hodiny na internete a sledovať, čo nové

ComuniStar Designers.



sa deje vo svete dizajnu... a snívať, že aj my raz zamiešame karty. Už počas štúdia sa každý z nás osobnostne profloval a vytvoril si jedinečný autorský štýl, ktorý je teraz základom pre našu značku a jej produkty.

Čo vás priviedlo k založeniu spoločnej dizajnerskej značky? A prečo ste zvolili názov ComuniStar Designers?

K vytvoreniu nás viedlo viacero faktov. Napríklad fakt, že na slovenskej scéne chýba značka, ktorá sa efektívne prezentuje v zahraničí. Alebo fakt, že dizajnér musí často robiť nie veľmi šťastné kompromisy, čo nevedie k progresu, ale naopak uberá na motivácii. My sme sa rozhodli ísť vlastnou cestou a založili ComuniStar Designers. To neznamená, že naša cesta bude bez kompromisov, no bude v našej réžii a budeme hrať podľa vlastného scenára. Či je náš scenár dobrý, uvidíme neskôr :-). A názov... ten vznikol v jednej bratislavskej krčme po nočnom „brainstormingu“ Petra Jakubíka a Romana Ficeka.

Spája sa tento názov s reminiscenciou na dobu nedávno minulú?

Nejde o reminiscenciu, tá v našom prípade nie je ani veľmi možná, patríme ku generácii, ktorú to len mierne „lizlo“. Skôr je to akýsi identifikačný znak, aby zahraničné „publikum“ vedelo, že tento dizajn pochádza z postkomunistickej krajiny. Chceli sme, aby značka znela provokatívne a každému utkvela v pamäti. Tomu, že sa usilujeme robiť dizajn aj s určitou dávkou humoru a provokácie, by mal zodpovedať taktiež náš názov.

Okrem nápaditých prototypov nábytkových solitérov sa venujete aj rozšírenej výrobe doplnkov určených do interiéru, ktoré nesú výrazný autorský rukopis.



Máte pri ich vytváraní určité zásady, alebo navrhovanie odráža váš individuálny postoj?

Na začiatku je vždy koncept, myšlienka, ktorá môže odrážať aj individuálny postoj, no potom prichádza transformácia nápadu do podoby reálneho produktu a tam sú kľúčové otázky výrobnotechnologického charakteru, respektíve sa to deje súbežne. Z nápadu vyplýva technológia, alebo aj naopak. Dbáme na to, aby naše návrhy boli vyrobiteľné – hoci aj v obmedzených podmienkach – v menších sériách, prípadne remeselnou výrobou. Pracujeme s dostupnými technológiami, o ktorých niečo vieme, no samozrejme neustále hľadáme aj nové možnosti výroby. V súčasnosti sa dá vyrobiť takmer všetko, no to všetko niečo stojí a treba to logisticky zorganizovať, čo nie je vždy jednoduché. Preto sa spoliehame skôr na lokálne technologické podmienky.

Usilujete sa presadiť osobitým dizajnerským jazykom, pričom si budujete vlastnú identitu založenú na vtipných konceptoch spracovaných v lokálnych technologických podmienkach. Prečo ste sa rozhodli ísť práve touto cestou?

Všetci traja sme absolvovali ateliér, ktorý je koncipovaný na profilovanie dizajnerských osobností. Tak sme sa rozhodli, že nebudeme robiť v žiadnom kuchynskom štúdiu, v žiadnej reklamke – ale budeme hviezdy :-).

Vaše realizácie v sebe nesú istú dávku humoru či ľahkej irónie. Kde čerpáte inšpiráciu pri ich navrhovaní?

Každý z nás má svoj vlastný rukopis a ten využíva pri navrhovaní. Každý sme iný v zmysľaní aj v zdrojoch inšpirácie. Inšpirujú nás rôzne veci: vzťah tradície k súčasnosti, erotika, transformácia súčasných technológií, každodennosť, vidiek, mesto, socialgia, nedostatok peňazí...

Ktorí zo svetových dizajnérov sú vám najbližší a v čom by ste sa im chceli podobať?

Je ich mnoho, pri súčasnej presýtenej dizajnerskej scéne je ťažké vymenovať jednotlivcov. Naším vzorom je každý dizajnér, ktorý vytvára nové hodnoty. Je jedno, či navrhuje sponku do vlasov, alebo ovládací pult vodnej elektrárne, každý z nich nejakým spôsobom ovplyvňuje život ľudí, a to je fascinujúce. My vytvárame produkty, ktoré oscilujú na hrane medzi voľným umením a dizajnom, preto je nám blízka napríklad holandská dizajnerska scéna, pre ktorú je to charakteristické. No rešpekt a obdiv v nás vzbudzujú všetci, ktorí vo vysoko konkurenčnom prostredí dokážu prísť s niečím novým a vedia prekvapiť.

Svoje originálne objekty sa usilujete na trhu ponúkať okrem iného aj prostredníctvom webovej stránky [www.comunistar.com](http://www.comunistar.com). Ako sa vám doteraz osvedčil internetový predaj?

Svoj dizajn propagujeme a ponúkame hlavne prostredníctvom internetu, je to rýchly a lacný spôsob. Internet prináša neobmedzené možnosti. Peťo Jakubík je autorom našej stránky, ktorú sa v dohľadnom čase chystáme redizajnovať. Chceme pridať nové projekty, nerealizované veci, nápady, koncepty. Doteraz bola stránka určená hlavne na predaj, po novom by mala byť zameraná viac na našu celkovú prezentáciu, pričom jej súčasťou samozrejme ostane on-line shop, ktorý sa osvedčil ako dobrý obchodný nástroj.

Nedávno ste sa prezentovali na výstave s názvom Dizajn s úsmevom v Design Museum v Gente. Ako na váš špecifický stredoeurópsky dizajn reagovalo zahraničné publikum?

Začalo to tak, že na začiatku fungovania sme dali dokopy kolekciu vecí, ktorých gro tvoria naše študentské projekty, a pracovali sme na tom, aby sa zo školských konceptov mohli stať reálne produkty. Naše návrhy začali mať úspech u zahraničného publika hlavne vďaka internetovej propagácii. Výstave v Gente predchádzala kniha s rovnomeným názvom Forma s úsmevom, kam naše veci vhodne zapadli. Design Museum sa rozhodlo, že si ich ponechá v stálej expozícii, takže aj reakcie „skalných“ odborných zahraničných inštitúcií boli pozitívne.

Ako autorské trio pôsobíte na trhu pomerne krátko, vnímate post samostatného dizajnerskeho štúdia ako prijateľnú formu v rámci fungovania na slovenskej a európskej scéne?

Žiadna nová dizajnerska značka, ktorá dnes vzniká, či už na Slovensku, alebo aj v rámci európskej scény, to nemá jednoduché. Musí prísť s niečím novým, čo chýba, pokiaľ chce zaujať voľné miesto vo svete dizajnu. Je to beh na dlhé trate... no je to pre nás jediná prijateľná forma.

Podarilo sa vám niektoré z návrhov realizovať v spolupráci s domácou, prípadne zahraničnou etablovanou firmou?

Realizácia produktov dizajnu, akému sa venujeme my, prináša nové technologické otázky, s ktorými sa výrobcovia na Slovensku tak často nestretajú, ale aj napriek tomu sa nám podarilo zrealizovať niekoľko z našich návrhov.

Existuje niečo, čo by ste chceli v budúcnosti v oblasti dizajnu dosiahnuť?

Naším cieľom je, aby sa dizajn, ktorý robíme, stával častejšou súčasťou domácností. A inak uvidíme... Budeme ďalej pokračovať v našej ceste dizajnerských hviezd :-). ¶





1. Peter Jakubík, soľníčka Sugarbabe, 2007.



# Predplaťte si designum aj v roku 2009!!!

PRE PRVÝCH  
DVADSIATICH  
PREDPLATITEĽOV  
SME PRIPRAVILI  
HODNOTNÉ PUBLIKÁCIE  
SLOVENSKEHO  
CENTRA DIZAJNU!

do 31. 12. 2008:

330  
SKK

10,95  
EUR

od 1. 1. 2009: / KK = 30,126

Predplatné v ČR vrátane poštovného:

330  
CZK

Abroad annual  
subscription including postage:

30  
EUR



Viac informácií o predplatnom a predajných miestach nájdete na:  
[www.sdc.sk](http://www.sdc.sk), alebo nás kontaktujte priamo na [marketing@sdc.sk](mailto:marketing@sdc.sk).  
More info see [www.sdc.sk](http://www.sdc.sk) or contact [marketing@sdc.sk](mailto:marketing@sdc.sk).

# Brillance

## Fashion Talent 08: Desaťkarátová vášeň

text\_Zuzana Šidlková  
foto\_Brillance Fashion Talent 08 (M. Krupčík)







Predstav si žiarivý červený diamant, pred ktorým ostaneš fascinovane stáť. Je v ňom sila vášne a ženskosti, jeho iskrivý jas si pomaly podmaňuje všetko naokolo. Skús sa ponoriť do sveta fantázie a vytvoriť kolekciu žiarivú a plnú vášne, s dušou ako červený diamant. Takznela výzva usporiadateľov (generálnym partnerom bol Schwarzkopf Brillance) v druhom pokračovaní súťažného projektu, prostredníctvom ktorého môžu svoju tvorbu prezentovať desiatimi mladí módni návrhári.



Na októbrovej prehliadke v priestoroch Auparku sa k spokojnosti poroty, ako i prítomných návštevníkov tejto témy v podstate takmer doslovne ujal Martin Hrča, študent odevného dizajnu VŠVU, ktorý sa stal tohtoročným víťazom súťaže. Jeho kolekciu s názvom Aurora charakterizovala hra s objemami, ktorú dosiahol vystužením a vypchávaním niektorých odevných častí. Zvýraznenie foriem feminínnej siluety odkazovalo v niektorých momentoch na estetiku Thierryho Muglera, kozmická strohosť na tvorbu Paca Rabanneho. Farebne zjednotená kolekcia (biela so sivooceľovým leskom) umožnila hru s odhaľovaním vnútorných podšívok v červenej farbe – vyhrnutý golier, rozparky, otvory vreciek, vnútorná časť „peleríny“ atď. Aplikované červené kamene a flitre dotiahli tému k maximálnemu efektu. Opäť sa potvrdilo, že aj spôsob choreografie (čiže posunutie odevu smerom k pohybu) je podstatnou súčasťou, ukončujúcou bodkou idey. Lenka Sršňová, študentka 5. ročníka odevného dizajnu na VŠVU, prezentovala hravú, strihovo prepracovanú kolekciu. Bohatosť krajčírskych detailov by bola nepochybne prínosom pri vzniku priemyselne vyrábanej konfekcie. Ako celok i napriek zjednotenej „bábikovskej“ siluete pôsobila na prvý pohľad trochu rozbito v materiáloch a farbe. I keď v tomto prípade bola kolekcia vytvorená skôr pre „ulicu“, ako pre „šou“, z jej kvality to nič neuberá. Katarína Kopková, študentka Technickej univerzity v Liberci, vsadila na motív efektného vrstvenia riasených dielov. Volány sa objavovali v rôznych kompozičných polohách a farebných variáciách. Ďalšia študentka ateliéru odevného dizajnu VŠVU Miroslava Ferklová ponúkla svoje návrhy vo vtipnej, akoby „jednolinkovej“ kresbe. Jej kresbebný surrealistický humor sa do kolekcie síce nedostal, na móle však odevy pôsobili ako vhodné východisko

† Petra Effenberková.

† Mária Balážová.

Petra Effenberková.

†

Mária Balážová.

†









> Lenka Sršňová.  
 † Miroslava Ferklová.  
 † Renáta Winker Hrušovská.

pre priemyselne vyrábanu konfekciu. Päť dámskych modelov doplnil jeden pánsky, pričom autorka nezabudla na doplnky: rukavičky, tašku a šperky. Mária Balázová je ešte len študentkou 4. ročníka Združenej strednej odbornej školy v Púchove, odbor odevný dizajn. V kresebných návrhoch i v realizácii prezentovala výsostne hravú polohu, ktorú charakterizuje spájanie rôznorodých vzorov, farieb a materiálov. Prúžok, kvety, pletenina – riasenie, štepovanie – to všetko premixované s prvkami retro módy. Určité štýlové paralely by sa dali hľadať s minuloročnou súťažiacou Lenkou Rypákovou. Farebne rozvášnenú kolekciu ponúkla i Miroslava Kohutiarová, študentka Technickej univerzity Liberec. Šesť modelov, jednoduchých strihových foriem a pestrej (takmer veľkonočnej) farebnosti, upútalo predovšetkým dielmi z nariasených organzových volánikov. Každý outfit, i keď neprekvapil v strihu, presvedčil v dôslednosti detailov (aj v prípade topánok). Premyslenosť a ľahkosť sa prejavili nepochybne aj pri prezentovaných kresbách, ktoré realizácii predchádzali. Jana Betková je absolventkou Združenej strednej školy odevnej z Prešova, odbor modelárstvo a návrhárstvo odevov. Jej kolekcia bola založená na vrstvení, využívala predovšetkým „malé“ typy odevov rôznorodého strihového charakteru. Trochu mechanicky možno pôsobili práve opakujúce sa spodné vrstvy outfitu (košeľe, blúzky, tričká) vo svetlej farbe. Farebne v kolekcii prevažovala tehlová a oranžová farebná kombinácia, objavil sa typ riasenej tkaniny i umelá kožušina. Renáta Winker Hrušovská je absolventkou Strednej priemyselnej školy textilnej v Brne. I keď na vysokej škole zmenila svoju špecializáciu, tvorbe pracovných a reklamných odevov sa venuje dodnes. Na prehliadke vsadila na hodvábnny šantung v mäkkej pastelovej farebnosti s akcentom červenej a baklažánovej. Sweet dolls ponúkli v strihu asymetriu, ukázali sa drobné krajčírske detaily – lemovania, brmbolcové „šperky“, farebne zladené doplnky. V prípade študentky odevného návrhárstva Technickej univerzity Liberec Petry Effenberkovej sme mali možnosť vidieť kolekciu, ktorej základom boli odevy z tkaniny krémovej farby, doplnené oranžovou polyesterovou organzou. Mechanicky sa v kolekcii opakoval motív dekorovania jednotlivých dielov (sukňa, vrecká, prieramky, boky nohavíc atď.)



↑ Katarína Koptová.  
 ↓ Jana Betková.  
 ↑ Martina Garajová.  
 ↓ Martin Hriča.

pomocou oranžových a bielych aplikovaných stúh. Víťazkou internetového hlasovania sa stala Martina Garajová, absolventka Súkromnej strednej priemyselnej školy odevnej vo Zvolene a v súčasnosti galerijná pedagógka v Stredoslovenskej galérii v Banskej Bystrici. Centrálnym modelom jej kolekcie bol nohavcový odev doplnený vrchným dielom s aplikovanými textilnými ružami. Pri ďalších piatich modeloch by sme s ním však ťažko hľadali jasnejšiu ideovú alebo formálnu súvislosť. Neprimiesli materiálové ani farebné prepojenie.

Súčasťou projektu bola i prezentácia aktuálnych modelov z dielne LIFELINE. Na záver bolo možné vidieť aj kolekciu víťaza prvého ročníka tejto súťaže, Borisa Hanečku, spolu s novými odevmi pripravovanými pre predajnú sieť firmy LIFELINE. Rovnaká úloha čaká i na tohtoročného víťaza. ¶





# In vino veritas

## Matali Crasset o víne

text\_Lucia Hakelová foto\_Patrick Gries, Lucia Hakelová



Matali Crasset v septembri opäť zavítala opäť do Bratislavy. Tentoraz pri príležitosti otvorenia svojej výstavy *In vino veritas* v Gandy Gallery na Panenskej ulici. Predstavila kolekciu objektov z číreho a farebného skla, zasvätených vínu a rituálu jeho degustácie v najprirodzenejšej podobe. „Bola to Nadine Gandy, ktorá mi navrhla pracovať na téme víno. Dosiaľ som na túto tému nič neurobila. Snahou bolo zachytiť predovšetkým symboliku vína,“ hovorí v úvode Matali. V novembri poputuje jej výstava z Bratislavy priamo do francúzskej metropoly.

Prvú sériu objektov tvoria krehké fľaše, ktoré čerpajú z archetypu nádoby na víno a osvojujú si ho. „Išlo mi o reprezentáciu toho, čo pre ľudí víno znamená,“ vysvetľuje dizajnéčka a obdivovateľka predovšetkým rýdzo prírodných vín. Objekt pod názvom *Neither ended bottle* vystihuje víno ako kvapalinu, substanciu, ktorá nepretržite plynie. Fľaša má však slúžiť i na jeho zachytenie. Prvým objektom

➤ Matali Crasset. Foto: Lucia Hakelová.



kolekcie je fľaša The bottle and the cross. Pri nej použila okrem číreho skla i fialovú farbu, ktorá sa spája s duchovnom. Nevieame definovať, či je to kríž, ktorý sa ponára do fľaše vína, alebo víno preniká krížom. Hra s vínom pokračuje. Pri jeho degustácii je totiž najdôležitejšia imaginácia. Všetko je zariadené tak, aby pozornosť účastníkov degustácie smerovala k maximálnemu pôžitku. Pridávať akékoľvek tradičné pomôcky pre someliérov by bolo zbytočné. V kolekcii Matali totiž možno nájsť fľašu s nožičkami na jednoduché odloženie na jedálenskom stole či s hrdlom na zasunutie korkovej zátky po gurmánskom privoňaní. Vyvrcholením tejto série je vínová fontána, ktorá pozostáva z podstavcov v tvare fliaš rôznych veľkostí a z troch zmenšujúcich sa žliabkov. Jej úlohou je okysličiť víno po otvorení fľaše.

Sériu objektov z fúkaného skla sprevádzajú digitálne spracované grafiky. Matali už tradične rada pracuje s modernými technológiami a hrá sa pritom s prírodnými motívmi. Fľaše otáča hore i dole dnom, aby z nich vytvorila vetvy stromu. Alebo vystihuje charakter viniča - na jednej strane túžba rásť a na strane druhej snaha zachovať koncentrovaný tvar. I tu sa objaví archetyp fľaše, len ho nájsť. Potom už iba stravec vinnej révy a grafiky na veľkých plátnach doplnia nástenné aplikácie odkazujúce na stav uvoľnenia, ktorý so sebou rituál prináša. Pociť rozkvetu a otvorenosti voči ľuďom.

Poďakovanie patrí Gandy Gallery. ¶



Decanter bottle. Foto: Patrick Gries. <  
Wine fountain. Foto: Patrick Gries. ¶

# Mladý obal 2008

text\_Silvia Klimáčková foto\_Ota Nepilý



Obal vo všetkých možných významoch sme mali možnosť vidieť na výstave počas septembra v galérii Satelit, kde sa prezentovali výsledky súťaže Mladý obal 2008. Krajiny zúčastnené na projekte: Bosna a Hercegovina, Bulharsko, Česká republika, Fínsko, Kanada, Maďarsko, Poľsko, Slovensko, Srbsko, Taiwan, Veľká Británia.

Obal: chrániaci produkt, ukrývajúci odpad, uskladňujúci drahocennosť, zakrývajúci zariadenie, prostriedok na odloženie, slúžiaci na premiestnenie či uskladnenie, obal ako stojan, obal zakrývajúci niekoho či niečo... V dnešnom svete, kde je úloha obalu oveľa širšia, než sa na prvý pohľad môže zdať, hrá podstatnú rolu najmä v oblasti marketingu a reklamy. Čím ďalej tým viac sa mení na obal lákajúci, pútajúci pozornosť, obdiv, vystavujúci zákazníka pokušeniu odolávať kúpe určitého produktu. Na úplnom začiatku, v prvom ročníku súťaže v roku 1996, bolo zadanie: návrh originálneho firemného reklamného predmetu.





O rok neskôr sa súťaž premenovala na Mladý obal a vzniklo logo súťaže (pás obalujúci vajíčko). Významný posun znamenal rok 2001, keď sa jej partnerom stala Medzinárodná rada organizácií grafického dizajnu ICOGRADA, ktorá pomohla súťaži otvoriť dvere do celého sveta. Prvotným zámerom usporiadateľov bolo iniciovať vznik nových konštrukčných nápadov, ktoré by bolo možné realizovať v praxi. Vzhľadom k tomu, že sa nedá vždy očakávať od súťažiacich znalosť technologických postupov a z toho vyplývajúci obmedzení vo výrobe, musí v mnohých prípadoch ostať len pri návrhu. Na druhej strane nezaťaženosť realitou skutočnej praxe poskytuje možnosť voľnejšej kreativity zo strany mladých dizajnérov. Keďže hlavný sponzor a organizátor súťaže sa venuje výrobe obalov z vlnitých a hladkých lepeniek, je pochopiteľné, že súťaž zamerala na obalový dizajn a voľnú tvorbu z papiera, kartónu a lepenky. Motto výstavy znelo: „Mysli na prírodu, myslí na všetkých, myslí v súvislostiach.“ Súťaž teda reaguje aj na stále aktuálnejšiu problematiku ochrany životného prostredia. Užšia špecifikácia sa môže zdať limitujúca, no umožňuje posúvať tvorivosť mladých dizajnérov ďalej za hranice zdanlivo vyčerpaných možností.

Miroslava Mihalčinová (SK), 2. miesto kategória stredné školy.  
Klára Vlková (ČR), 2. miesto kategória mladí dizajnéri do 30 rokov.

V poradí už 13. ročník sa niesol v znamení súboja Čechov, Slovákov a Kanaďanov, ktorí získali prevahu nad ostatnými krajinami nielen v počte udelených cien, ale aj v počte účastníkov a prihlásených prác. O titul Mladý obal 2008 sa uchádzalo 393 prác od 352 autorov z 11 krajín sveta. Táto medzinárodná súťaž bola, tak ako po minulé ročníky, vypísaná v troch kategóriách: študenti stredných škôl, študenti vysokých škôl a mladí dizajnéri do 30 rokov. V kategórii Mladí dizajnéri do 30. rokov sa na 1. mieste umiestnil Petr Junek (ČR) so stojanom Volvo za Golf. V jeho kreatívnom spracovaní zaujme najmä koncept návrhu. V jednoduchosti je krása, tak by sa dali zhodnotiť Variácie na misky od Kláry Vlčkovej (ČR), ktorá získala 2. miesto. Netradične pravouhlé misky sú doplnené lemom dekorovaným v niekoľkých verziách. Tretím najúspešnejším sa stal Dafydd Siôn a Thomas Alwyn (VB) s návrhom obalu na čokoládové cukrovinky Hroch Hyfryd, ktorý stavia na klasickom, časom overenom spracovaní dizajnu.

Medzi súťažiacimi v kategórii vysokoškolských študentov najviac zaujal Florian Petigny (Kanada) minimalistickým piknikovým setom 4+1=0 Pic-Nic-Kit. Pri praktickej súprave určenej na stolovanie v prírode, o čom hovoria aj piktogramy na obale, zohráva najvýznamnejšiu úlohu otázka recyklovania odpadu. I zdanlivo banálne previazanie napájacieho kábla Trikrát zaviazaný obal má svoje (2.) miesto medzi ocenenými. Jean-Guillaume Blais (Kanada) nahradil typické použitie plastu lepenkou, čím dosiahol nielen ekonomický, ale aj ekologický efekt. Obal a záves na mobil od Maude Beauchamp (Kanada)





získal 3. miesto. Návrh predstavuje zaujímavé balenie puzdra na mobilný telefón a súčasne praktický držiak, ktorého druhotná funkcia naznačená graficky sa prejaví až pri nabíjaní batérie telefónu.

Ocenená spomedzi študentov stredných škôl bola Miroslava Mihalčinová (SR) s návrhom jednorazového obalu z recyklovateľného papiera Dvekopak, určeného na neolúpané oriešky a ich odpad, čo umožňuje rozdelenie vrečka na dve samostatné časti. Tu porota ocenila výber materiálu a vhodné použitú grafiku naznačujúcu funkčnosť obalu. Druhým najlepším spomedzi stredoškôľakov bol Aleš Trdý (ČR) so Stojanom na časopisy, ktorý okrem funkčnej stránky spĺňa i estetické kritériá interiérového doplnku. Medzi trojicu najlepších bol zaradený návrh obalu Čokoládové bonbóny - Sladké tajomstvo od Patrika Slezáka (SR). Viacfunkčný obal slúži nielen ako vrečko, ale pri rozložení aj ako miska.

Okrem troch základných kategórií boli udelené aj tri zvláštne ceny ako uznanie za mimoriadne vtipné, premyslené alebo inšpirujúce dielo. Takouto cenou bola ohodnotená práca od Emy Raspopčevovej (ČR) Kalendár Antistress, Terezy Matyáškovvej (ČR) Ochranná páska na nohavici a Elisabeth Dumont-Mackay (Kanada) Môj vlnený klobúk, moja vlnená šatka, moje vlnené rukavice. Pozoruhodné boli, samozrejme, aj ďalšie práce, ktoré vychádzali z bežného života mladých ľudí. Takými boli napríklad Študentský nábytok Núdzovka od Jana Lidmila (ČR), Woodstock spacák od Jaroslava Sieratovského (ČR), slúžiaci aj ako vreco na odpadky, Obal na oblečenie s ramienkom od Maude Thibodeau (Kanada), rovnako obal na šaty Look 'n' Roll od Mirandy Laskowskej (Poľsko), Kartónové tienidlo od Ondřeja Šimona (ČR) a množstvo ďalších návrhov čerpajúcich z modifikácie známych obalov, ako sú obaly na fľaše, jedlo, šaty či iné predmety bežného života.

*Členmi súťažnej poroty boli: Jan Činčera (ČR), Zbyněk Houška (ČR), Jiří Kočandrl (ČR), Zoltán Salamon (SR), Margita Michlíková (SR), Sylvia Jokelová (SR), Vratislav Kytnar (ČR), Milan Kabát (ČR). Dvaja z nich priblížili prácu hodnotiacej komisii a úroveň prihlásených prác.*

Ako hodnotíte kvalitu prihlásených prác v tomto ročníku?

Sylvia Jokelová: Kvalita prác bola pomerne rozkolísaná. Treba však podotknúť, že súťaže sa zúčastnili študenti stredných a vysokých škôl, ako aj profesionáli. Išlo síce o rôzne kategórie, ale človek má tendenciu najskôr vnímať samotnú prácu a až potom zohľadňuje jej zaradenie. Dočkala som sa aj milých prekvapení. Veľký vplyv na úroveň študentských prác malo podľa môjho názoru aj to, či téma

^ Petr Jurek (ČR),  
1. miesto kategória mladí dizajnéri do 30 rokov.







súťaže bola školským zadáním, alebo išlo o individuálnu iniciatívu študentov. Jiří Kočandrle: Povedal by som, že úroveň súťažných prác je v priebehu všetkých posledných štyroch ročníkov dobrá a pomerne vyrovnaná. Je to zrejme dôsledok získania záštity svetovej rady grafického dizajnu ICOGRADA a následného rozšírenia medzinárodného povedomia o súťaži Mladý obal.

Prekvapilo vás niečo? Idea, použitie materiálu, technológia, novátorský prístup...

Sylvia Jokelová: Neviem, či išlo doslova o prekvapenie, ale spomedzi prihlásených prác ma najviac zaujala kolekcia študentov z Kanady. Obaly boli plne recyklovateľné, dokonca vyrobené z materiálov, ktoré sa samy rozložia a nezaťažujú životné prostredie. Okrem toho veľmi svieži a inovatívny prístup k samotnému dizajnu obalu so zaujímavým technickým riešením. Jednoduchá, ale dostatočne informatívna grafická potlač ešte podporila profesionálny výstup.

Jiří Kočandrle: Nепрекvapilo, skôr zaujalo. Každý ročník priniesie niekoľko pozoruhodných návrhov, ktoré sú ocenené, ale i rad originálnych detailov, konceptov a osobitých pohľadov na tvorbu a prácu s papierom, ktoré ma zaujmú a zostanú v pamäti.

Čím bol podľa vás tento ročník iný ako predošlé?

Sylvia Jokelová: K tejto otázke sa nemôžem zodpovedne vyjadriť, nakoľko som bola v porote po prvýkrát. / Jiří Kočandrle: Líšil sa predovšetkým absenciou dlhoročného garanta a spoluorganizátora súťaže – Design centra Českej republiky, ktoré okrem iného zaisťovalo i spomenutú záštitu a tým aj propagáciu súťaže vo svetovom meradle. Na druhej strane bol tento ročník dôkazom, že zabehnutá akcia s tradíciou dokáže prekonať niektoré organizačné problémy.

Reflektujú podľa vás prihlásené diela súčasné smerovanie dizajnu?

Sylvia Jokelová: Otázka znie, aké je vlastne súčasné smerovanie dizajnu a či vôbec existuje. Myslím si, že prístupy jednotlivých autorov boli rovnako rozmanité ako súčasný dizajn. Takže ak chcete, tak reflektujú. / Jiří Kočandrle: Myslím si, že momentálne trendy dizajnu sú predovšetkým vnímané a zohľadňované porotou a organizátormi v zadaní a hodnotení súťažných prác a následne sú rešpektované i veľkou časťou súťažiacich. Komisia, ktorá v priebehu trvania súťaže pracuje v takmer nezmenenom zložení, takmer vždy pozorne zvažovala drobné aktualizácie súťažných podmienok pri zachovaní základného charakteru a kontinuity.





Možno hovoriť v súvislosti s prácami na súťaži Mladý obal o nejakom trende?

Sylvia Jokelová: Ťažko povedať. Na vysledovanie nejakého trendu to bola malá vzorka, i keď prihlásených prác bolo pomerne veľa. Odpovedala by som rovnako ako pri predošlej otázke. / Jiří Kočandrl: Z hľadiska organizácie a prípravy súťaže áno. V podstate ide o trvalú komunikáciu a hľadanie aktuálneho výrazu v rámci zabehnutej súťaže. Tiež o schopnosť prekonávať úskalia profesionálneho stereotypu.

Je pozorovateľný nejaký zásadný rozdiel medzi prácami dizajnérov z jednotlivých krajín?

Sylvia Jokelová: Vyhľadávanie „národných špecifik“ mi nie je príliš blízke. V globálnom svete ide často o umelý výtvar, ktorý nereflektuje realitu. Hlavne pri prácach študentov boli rozdiely viditeľné skôr podľa škôl ako krajiny.

Jiří Kočandrl: V globálnom meradle dnešného sveta vznikajú skôr rozdiely dobre vedených škôl a ateliérov v porovnaní s bežným priemerom, než národnosť súťažiacich. A to vrátane kategórie mladých dizajnérov, čo školu práve absolvovali.

Má táto súťaž pre vás nejaký špecifický význam? V čom vidíte jej najväčší zmysel?

Sylvia Jokelová: Obal je často prvá vec, ktorú zákazník zaregistruje. Je to vlastne dizajn „prvého kontaktu“. Obal preto nemusí len predávať, ale v istom zmysle aj vychovávať. Domnievam sa, že význam súťaže spočíva hlavne v podnecovaní dizajnérov k zamýšľaniu sa nad týmto fenoménom. / Jiří Kočandrl: Je mi vždy potešením a ctou raz za rok sa stretnúť s ostatnými členmi poroty nad výsledkami práce mladých dizajnérov - mojich nových kolegov. Je pre mňa sviatkom materiálu, s ktorým žijem, ktorý obdivujem a mám rád - papiera. ¶

Maude Thibodeau (CAN).



Národná cena za dizajn 2009

ncd

  
Slovenské  
centrum  
dizajnu

[www.sd.c.sk](http://www.sd.c.sk)

Vypisovatelia: Ministerstvo kultúry SR,  
Slovenské centrum dizajnu

produktový dizajn  
komunikačný dizajn  
študentský produktový  
a komunikačný dizajn

9. ročník celoštátnej súťaže dizajnu  
uzávierka prihlášok: 28. február 2009

generálny partner



odborný garant pre oblasť podnikania



# Tridsať rokov medzinárodného trienále EKOPLAGÁT

text a foto Dana Doricová

**Pod gestorstvom Ministerstva životného prostredia SR a záštitou ministra Ing. Jána Chrbeta usporiadala Správa NP Malá Fatra v spolupráci so Žilinským samosprávnym krajom a Považskou galériou umenia, mestom Žilina, Slovenskou poštou, a. s., a Slovenskou agentúrou ŽP v Banskej Bystrici a Žiline medzinárodnú súťažnú prehliadku plagátov s tematikou ochrany prírody a životného prostredia.**

Tohtoročné, v poradí 11. trienále Ekoplagát'08 si pripomenulo 30-ročné jubileum vzniku. Bolo prvým medzinárodným podujatím svojho druhu na svete. Premiérovo ho spoločne pripravili Správa Národného parku Malá Fatra vo Varíne a Považská galéria umenia v Žiline v roku 1978.

Od začiatku bolo jeho cieľom predstavovať a podporovať plagátovú tvorbu zameranú na ochranu prírody a životného prostredia, napomáhať výchove k ekologickému mysleniu. Ciele sa nezmenili a stále sú aktuálne. Snáď môžeme povedať, že len s väčším dôrazom na zodpovednosť a morálku človeka.

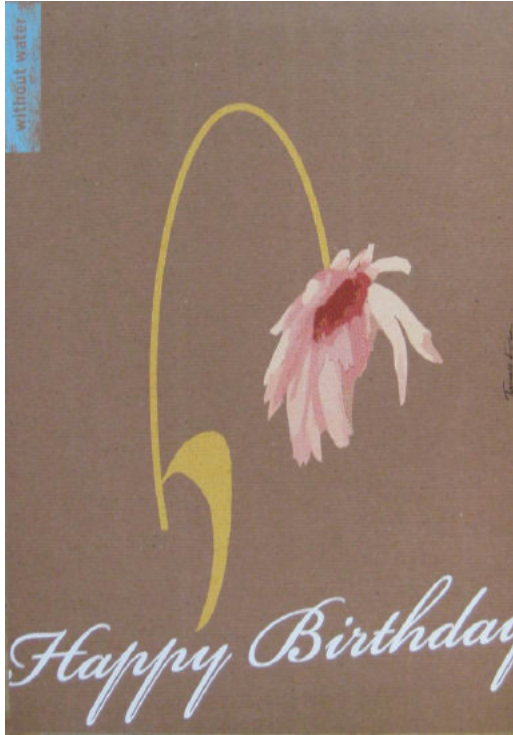
Stáročia sa človek považoval za kráľa tvorstva a dnes už naozaj prichádza čas na zodpovednosť za jeho vládu a konanie. Voči prírode, voči všetkému živému a rovnako voči sebe samému. Kráľ nie je len jeden, sme ním všetci. Nielen tí, ktorí robia veľké rozhodnutia, ale každý z nás vo svojom dennom konaní, v rozhodovaní človeka - konzumenta.

V súťažnej kolekcii 11. trienále vystavovalo celkom 47 autorov z 13 krajín Európy, Ameriky a Ázie. Boli v nej zastúpení renomovaní výtvarní umelci, ktorí svoju výtvarnú tvorbu spojili s ekológiou už dávno. Autori vnímajú problém celostne, intenzívne a s vyvíjajúcim sa pohľadom stále apelujú na nás všetkých. Nutne do neho vstupuje nielen ekológia, ale aj politické rozhodovanie, nielen prírodné katastrofy, ale aj vojny, tak ako v ocenenom plagáte U. Loesch. S tvorcami, ako je S. Fukuda, U. Loesch, T. Ogawa, J. Machado, K. Staeck, A. Yoshiteru a mnohí ďalší, sa stretávame na Ekoplagáte takmer pravidelne.

Pre usporiadateľov bolo potešujúce, že vzrástol počet účastníkov, najmä mladých autorov zo Slovenska. Zásluhu na tom majú výtvarné školy. Porota túto aktivitu a jej výsledky ocenila Podporným uznaním, ktoré bolo udelené za práce študentov Školy úžitkového výtvarníctva Josefa Vydra v Bratislave. Okrem mladých autorov zo Slovenska mali v kolekcii početnejšie zastúpenie aj mladí grafici z Mexika. V celej prichádzajúcej generácii cítíme nový postoj. Ekologické myslenie je neoddeliteľnou súčasťou ich života a prejavuje sa aj v úspornej a ekologicky čítenej forme plagátov. Uplatňujú v nej konceptuálne myslenie. Tvorbou sa aktívne zapájajú aj do konkrétnych ochranných aktivít. Tento prístup ocenila aj medzinárodná porota udelením cien i Grand Prix trom mladým umelcom.

Malou súčasťou prehliadky sú aj edukatívne plagáty. Majú svoju špecifickú, ale potrebnú úlohu. Tá určuje ich charakter a výtvarné možnosti, ktoré však stále nie sú využívané a stoja na okraji záujmu. Riešenie týchto plagátov je preto príbuzné, nezávislé od toho, odkiaľ pochádzajú.





3. cena: Dong-Sik Hong, Južná Kórea, Green Consumer, 2008. ↵  
 Grand Prix: Kipka Tomasz, Poľsko, Happy Birthday (Without Water), 2008. ↵

Medzinárodná porota hodnotila práce v zložení: Doc. Jan Rajlich ml. (predseda, ČR), Mgr. Dana Doricová (SR), Joachim Fiedler (D), akad. soch. Marián Huba (SR), Doc. Pavol Choma (SR), Ing. Ján Pagáč (SR), Prof. Wladislav Pluta (PL). Udelila ceny týmto autorom: Grand Prix: Tomasz Kipka (1976), Poľsko; 1. cena: Uwe Loesch (1943), Nemecko; 2. cena: Ira Olenina (1972), Ukrajina; 3. cena: Dong-Sik Hong (1967), Južná Kórea; Cena primátora mesta Žiliny: Barbora Tobolová (1983), Slovensko; Čestné uznanie poroty: João Machado (1942), Portugalsko. Popri súťažnej kolekcii vystavovali na Ekoplagát '08 traja autori z Iraku. Ich plagáty však prišli až po zasadnutí výberovej poroty. Príťažlivá bola aj sprievodná samostatná výstava nositeľa Grand Prix Ekoplagát '05 Sébastiena Courtoisa z Francúzska. Autorsky a výrazovo najsilnejšia bola práve v plagátoch s ekologickou témou.

Ekoplagát má teda už tridsať rokov. Za to obdobie sa zorganizovalo nielen 11 súťažných trienále, ale aj viacero výstav zo zbierkového fondu, ktorý postupne vznikol na Správe Národného parku Malá Fatra vo Varíne. Podujatie je však stále bez sekretariátu. Pri jeho organizačnej príprave sa strieda veľa ľudí, ktorí zakaždým, vo veľmi krátkom čase, musia preniknúť do problematiky. Treba veriť, že 30. výročie a spoločenský význam tejto prehliadky prispievajú k riešeniu otázky v prospech ďalšieho pokračovania a vývoja trienále. Jeho význam a organizačnú prácu usporiadateľov ocenila aj medzinárodná porota a odporučila, aby sa v organizovaní medzinárodného trienále Ekoplagátu pokračovalo aj naďalej. ¶



# Industriál v temnotách

text a foto\_Zoja Droppová



**V našej krajine sa v ostatnom čase dejú radikálne čistky. Systematicky sa likvidujú dôležité doklady o určitej etape našej histórie, o priemyselnom rozvoji v 19. a v prvej polovici 20. storočia. Najmarkantnejšie je to v Bratislave. Za uplynulý rok-dva tu zmizlo množstvo industriálnych objektov, ktoré boli pamiatkami hospodárskeho rozmachu mesta. A osud tých, ktoré ešte stoja, je neistý. Na to, čo sa tu deje, platí jednoznačná definícia - je to urbicída.**

Ak genocída je vyhladzovanie národov či etnických skupín, urbicída, napr. podľa sociológa S. Grahama, je zámerné demolovanie alebo zabíjanie mesta, najmä búraním obydli a infraštruktúry. Ďalší sociológ M. Coward hovorí, že urbicída je fundamentálnym útokom proti histórii a identite... a jej primárnym cieľom je zaviesť homogenitu po likvidácii možností heterogenity. Urbicídu teda možno chápať ako politickú stratégiu majoritných predstáv o homogenite voči minoritným ostrovom heterogenity. Pojem používajú viacerí architekti, teoretici a historici architektúry, napríklad Bogdan Bogdanovič či Rem Koolhaas. Urbicída je aktom vojny a niektoré lokality v Bratislave (Nitry, Trnava, Žilina...) naozaj vyzerať ako po vojenskom útoku. Takzvaní developeri sa správajú ako dobyvatelia, ich cieľom je zabratie územia, nadvláda nad ním, koristenie z neho. Už senátor Cato kedysi vykrikoval, že Kartágo musí byť zničené. V Sarajeve či Mostare, multikultúrnych mestách bývalej Juhoslávie, boli medzi prvými obeťami vojny historické pamiatky, školy, knižnice, múzeá. Pri radikálnych čistkách v newyorskom Bronxe sa stratila špecifická atmosféra starej mestskej štvrte. Urbicída je metóda, ako zničiť historické kultúrne vrstvy, zabiť genia loci, vymazať pamäť. Dobyvatel si nastolí vlastnú históriu.

Stačí sa pozrieť po Bratislave. Staré mesto je plné žánrových sôch, rôznych vycipkaných stánkov a pavilónov (viď Hlavné a Hviezdoslavovo námestie), atrak-

→ Tepláreň postavená podľa projektu Dušana Jurkoviča bola nedávno vyhlásená za národnú kultúrnu pamiatku.





cií pre jednodňových turistov. Autentické historické prostredie je prekryté pseudohistóriou. Tá je pre niekoho zrejme zaujímavejšia a dôležitejšia než naozajstný stredovek, gotika, barok, klasicizmus...

Neďaleko od centra medzitým v rekordne krátkom čase a na hrane zákona miznú celé priemyselné štvrte – od Mlynských Nív až po Zimný prístav, od Šancovej až po Mladú gardu. Ich história možno nie je taká dlhá, ale pre novodobé dejiny mesta je veľmi dôležitá. Práve vďaka niekdajšiemu industriálnemu rozvoju je Bratislava tým, čím je dnes. Hanbíme sa za to? Chceme sa sentimentálne držať len všelijakých kráľovských a korunovačných tradícií?

Na mieste zasypaných dunajských ramien, na Mlynských Nivách, od polovice 19. storočia vyrástla priemyselná štvrť, predchodca dnešných vedecko-technologických parkov. Kvitlo tu podnikanie, sústredili sa najmodernejšie dobové technológie, najlepšie inžinierske a konštruktérske mozgy (ktoré boli podpísané pod viacerými patentmi). Bolo to miesto s dobrým dopravným spojením po ceste, koľajniciach aj vode, kde našlo prácu obrovské množstvo ľudí z mesta i blízkeho okolia. Nachádzala sa tu elektrárneň, továreň na súkno, továreň na laky, papiereň, tlačiareň, výroba nábytku, strojomý a stavebný priemysel, rafinéria. Továrne ako Kablo a Gumon boli známou značkou i orientačným bodom v lokalite, ktorá mala svoj urbanizmus. Dokonca sa v tejto lokalite programovo pracovalo so zeleňou – stačí si pozrieť zvyšky topoľovej aleje na Továrenskej. Vládol tu genius loci podnikania, prosperity, činorodej práce, ktorý nezabil ani socializmus.

Až teraz sú tu dobyvatelia, ktorí mažú historické vrstvy a chcú z brownfieldu urobiť greenfield. Uprostred mesta stavať „na zelenej lúke“, nekomplikovať si situáciu starými budami. Pri „akútne nutnom“ búraní často operujú s narušenou

V susedstve teplárne: tu sa bude stavať,  
dve veže v pozadí budú omedlho zakryté. -



statikou. Ale práve pri fabričných budovách sú to poriadne nezmysly, ktoré sa verejnosti vŕlkajú do hlavy. Tieto budovy boli totiž projektované tak, aby vydržali extrémnu záťaž, otrasy, vibrácie atď., boli teda na ne kladené oveľa väčšie nároky než povedzme na obytné domy. A zrazu niekto tvrdí, že všetky majú narušenú statiku. A to väčšinou cez predĺžený víkend, veď Gumon aj časti Kablovky „padli“ počas sviatočných dní – to asi nebude náhoda. Ako je to vlastne všetko možné? Príčin je viac.

Deväťdesiatosem percent takzvaných developerov v tomto meste (krajine) sú podnikatelia s provinčným myslením, ktorých zaujíma jedine bleskové vyžmýkanie konkrétneho pozemku. Nerozmýšľajú v širších priestorových, či nebudaj kultúrno-historických súvislostiach. Pojem developer je preto vyprázdnený, anglický základ slova predsa znamená rozvíjať či vyvíjať (sa).

Politika: štátna i komunálna je, zdá sa, ústretovejšia voči veľkým stavebným a developerským firmám, ktoré chcú rýchlo búrať, prípadne vyvlastňovať a potom rýchlo stavať veľké až megaveľké monokultúry, než voči tým, ktorí uprednostňujú rozmanitosť, diskusiu, zachovanie menších celkov a historických území.

Pamiatkari: trochu zaspali dobu, pretože industriál dlhý čas nebol predmetom záujmu pamiatkovej starostlivosti. Ak chránili, tak jednotlivé technické pamiatky spojené skôr s ľudovým stavitelstvom (mlyny, hámre, banské zariadenia). V súčasnosti je preto potrebné vytvárať metodiku, typológiu, terminológiu, osvetu... za pochodu, s vedomím bezzubej legislatívy a s vedomím, že už je neskôr ako o päť minút dvanásť.

Verejnosť: časť je ľahostajná, časť súhlasí s búraním, časti sa to nepáči. Informácie získava skôr prostredníctvom ochranárov a aktivistov, pretože nejaká systematická osвета v tejto oblasti neexistuje, mnoho ľudí jednoducho netuší, prečo by sa „nejaký industriál“ mal vôbec chrániť a nemá ani predstavu, čo všetko by sa z neho dalo vytvoriť (lofty, galérie, kancelárie, čokoľvek).

Čo bude ďalej? Nedávno bola vyhlásená za pamiatku monumentálna tepláreň od Dušana Jurkoviča. Dúfajme, že hoci takmer osamelá, prežije a nájde sa pre ňu nová náplň. Zachránil sa bývalý bitúnok, zatiaľ ešte žije Cvernovka. V bývalom Technickom skle sídlia pamiatkari.

Zdá sa, že aj pod vplyvom médií sa verejná mienka trochu preklápa smerom k záchrane priemyselného dedičstva. Aká je skutočná situácia a aký pomer síl, sa ukáže už onedlho. Najbližšou zaťažkávajúcou skúškou bude totiž bez pochyby bratislavský Starý most. ¶





# Dizajn začína cumlíkom - rozhovor s Maximom Velčovským

text\_ Zdeněk Freisleben foto\_archív M. V.



Maxim Velčovský už počas štúdií na Vysokej škole umeleckopriemyselnej prichádzal s novými podnetmi. Prekračovali vnímanie hraníc dizajnu a dotýkali sa aj ďalších vzťahov k predmetu a jeho možným premenám, chápania dizajnu ako tvorivého vyjadrenia, sociologických súvislostí, foriem recyklácie predmetov a podobne. Práve tieto prístupy, spomeňme napríklad gumové čižmy, plastové téglíky alebo pet fľaše odlievané do porcelánu, ukázali, do akej miery je možné meniť hodnoty vecí a dať im aj nový zmysel. Rozhovor sa uskutočnil pri príležitosti Czech Grand Design a Maxim Velčovský bol čerstvým Dizajnérom roka 2007.

Republic, 2002. -





Si jedným z mála, čo sa po ukončení štúdia v ateliéri keramiky a porcelánu na VŠUP venuje dizajnu a okrem toho aj práci s porcelánom. Ako si to vysvetľuješ?

Usiloval som sa pochopiť toto médium, myslím keramiku. Aj keď som sa k nej dostal vlastne náhodou. Hlásil som sa na školu v Uherskom Hradišti na keramiku a netušil som prečo. Keď však človek pochopí toto médium, zistí, že sa pohybuje hneď v niekoľkých odboroch naraz: keramika je totiž o sochárstve, maľbe, grafike a dizajne zároveň. Vlastne som vďaka tomu paradoxne získal náskok. Hovorím paradoxne, pretože študovať keramiku bola veľmi zvláštna vec. Veľa ľudí má v podvedomí zafixované, že keramika sú tie hrôzostrašné šálky z Karlovho mosta. A tento mindrák som sa usiloval prekonať. V čase, keď som študoval na VŠUP, sa dokonca občas diskutovalo, či by sa tento ateliér nemal zavrieť. Ja sám som trochu od tohto materiálu utekal, pretože sa mi zdalo škoda riešiť tvar iba prostredníctvom hlíny. Asi v tretom ročníku som urobil laminátový kríž, ktorý nakoniec skončil v kostole od architekta Gočára v Hradci Králové (Zbor kňaza Ambróza Cirkvi československej husitskej). Na diplomovku som urobil sériu, ktorá bola akousi kritikou situácie, v akej sme žili. Nechcel som robiť ďalší servis do šuplíka, tak som navrhol pár vecí, ktoré komentovali vtedajšiu dobu. Pokiaľ ide o presah do dizajnu, uviedol by som dvoch autorov. Marcel Wanders a Hella Jongerius patria v poslednom čase medzi najúspešnejších dizajnérov a svoju kariéru založili aj na keramickej tvorbe.

Na Czech Grand Design si získal ocenenie Dizajnér roka. Čo sa vďaka tomu pre teba zmenilo?

Cola Cup, 2001.



Človek sa možno dostane k príležitosti zapotiť sa u Jana Krausa v programe Uvoľnite sa, prosím... Som rád, že dizajn získava pozornosť a že som mohol byť pri tom. Určite táto cena pomôže pri propagácii vecí, ktoré robí. Okrem toho sa nemení nič, usilujem sa mazať ďalej.

Myslíš si, že aj vďaka tejto cene sa u nás dizajn vníma ako určitý názor a vyjadrenie osobnosti užívateľa – toho, kto si ho kupuje?

Dizajn by potreboval strhnúť na seba ešte viac pozornosti. Dizajn je všetko okolo nás, dizajn determinuje náš život, preto sa ním treba zaoberať. Dizajn by mal byť samozrejmosťou a nie nadštandardom. Náš život je úplne prepojený s dizajnom, život začína cumlíkom a končí urnou.

Do akej miery je pre teba dizajn úžitkovou záležitosťou a umením?

V poslednom čase sa dizajn stal fenoménom. Každá vec má svoje uplatnenie v určitom materiáli, ktorý ju posúva istým smerom. Baví ma pozorovať to. Príliš sa nezaobieram kategóriami. Keď vezmeme sošku Oscara a zväčšíme ju do nadživotnej veľkosti, môžeme ju nazvať sochou. Ako cena má charakter suveníru. Keď k nej odspodu prirobíme otvárač na pivo, bude to dizajn. Mojou asi najtypickejšou ukážkou pohrávajúcou sa s kategóriami sú Kasičky, ktoré som urobil v spolupráci s Royal Dux. Prerezaním otvoru vo zvierati sa z artefaktu de facto stáva dizajn. Je to symbolická vec, vhadzuješ do porcelánového tela peniaze, investuješ doň rovnako, ako sa investuje do umenia.



Čo si predstavuješ pod slovom luxus? Môže to byť aj výnimočný dizajn alebo skôr nevkusné doplnky a podobne?

Luxus je zavádzajúci pojem, pokiaľ ide o vnímanie dizajnu. Na luxusných veciach v princípe nie je nič zlé. Všetky veci v Umeleckopriemyselnom múzeu sa dochovali, pretože boli luxusnou záležitosťou. Prežili iba vďaka tomu, že sú ozdobené ornamentom alebo vykladané slonovinou. V zbierkach prakticky neexistujú obyčajné veci, pretože sa nikdy nezberali. Prežili iba produkty pre buržoáziu. Niektoré veci sú drahé, pretože pri ich vytváraní strávime veľa času alebo sú vyrobené z drahých materiálov. Jedinečné veci sú jednoducho drahšie ako priemyselne vyrobené. A jedinečné veci sú často inšpiráciou pre masových výrobcov. Niektorí ľudia majú dojem, že dizajn je drahý, a neuvedomujú si, akým vývojom daný produkt prešiel. Forma na stoličku za päťtisíc korún môže stáť napríklad milión korún. Preto som rád, keď ľudia tušia za objektom príbeh. Každý vie, kto nakrútil film, na ktorý ide do kina, mal by teda tiež vedieť, kto „zrežíroval“ kreslo, na ktorom sedí.





Ako vznikli tvoje archetypálne vázy vystavené v UPM?

Vázy zo série Catastrophe vznikli pre londýnsku galériu Mint. Na objektoch nájdených v zemi ma najviac fascinuje ich anonymita. Obalené hlinou, zostávajú zastreté tajomstvom, pretože pod nánosom času a histórie sú si všetky rovné. Fascinuje ma ich surová krása ešte pred tým, než odstránime vrstvy zeminy a dozvieme sa pravdu o pôvode ich tvaru. Pre Mint som sa rozhodol vytvoriť špecifickú kolekciu váz. Plochu som „dekoroval“ pomocou hliny a surových materiálov, ktoré som našiel v zemi a mojom okolí. Chcel som zbaviť predmet jeho interpretácií, odvíjajúcich sa od tvaru, ornamentu a detailov, ktoré sme schopní dekódovať z povrchu. Chcel som vytvoriť „objav“ s príbehom, ktorý nebude nikdy odhalený.

Svojím spôsobom obraciaš dizajn hore nohami – neestetizuješ, skôr hľadáš výnimočnosť v obyčajnom a dávaš predmetom nový zmysel. Čo ťa k tomu vedie?

Keď sa hlásiš na školu, hodnotia ťa podľa toho, ako najlepšie vystihneš originál, ako najlepšie okopíruješ realitu. Modeluješ bustu a najviac bodov dostane ten, kto sa najviac priblíži realite. Keď sa dostaneš na školu, učíš sa kopírovaním, maľuješ, modeluješ zátišia a usiluješ sa zobrazit realitu. Napadlo mi, že najjednoduchšie bude, keď realitu rovno odlejem, bez práce. Bol som fascinovaný estetikou fastfoodovej kultúry, ktorá vtrhla po revolúcii do našich „rezervácií“. Chcel som vytvoriť servis pre novú rýchlu generáciu, ktorá si zalieva čínske polievky v plastových pohároch, konzumuje bagety z plastu a pizzu z papierových obalov. Chcel som vytvoriť skamenelinu tejto doby. V porceláne. Nechcel som vytvárať nové tvary, ale paradoxne sa tak stalo.

Vystavuješ tiež v zahraničí, aký je záujem o tvoje práce?

V súčasnosti naše štúdio Qubus predáva asi osemdesiat percent našej produkcie vonku, takže sa dá povedať, že v zahraničí je o naše veci väčší záujem. Predávajú sa na všetkých kontinentoch, spolupracujeme s výbornými galériami, naše práce sa dostávajú do úžasných publikácií, ktoré vytvárajú rešpektovaní kurátori a teoretici. Čo viac by sme si mohli želať? Tretinu roka trávim v zahraničí.

Čo si predstavuješ pod slovom živý dizajn?

Pod slovom živý dizajn si predstavím ženu.

Aké technológie máš rád?

Akékolvek. Keď prídem do továrne a dívam sa na aplikované technológie, okamžite sa objavujú nápady. Nevyhýbam sa žiadnym materiálom, už som spolupracoval na tvaroch z porcelánu, skla, vytváral som nábytok, pet fľaše, interiéry. Často sa stretávam s technológiami, ktoré používam v inom kontexte.

Myslíš si, že dobrý dizajn môže spasiť svet, ktorý valcuje nadprodukcia priemer-  
nosti?

Myslím si, že najväčší problém je v rozpoznaní kvality. Bol by som rád, keby ľudia premýšľali nad vecami, ktoré kupujú. Všetko záleží na ich rozhodnutí. Kúpa predmetu je obrad, na ktorý ľudia zabudli. Prestávame pri ňom premýšľať a rozhodujeme sa podľa cien. Zabúdame, že proces kúpy je o veľkej dávke zodpovednosti. ¶

Rozhovor s Maximom Velčovským bol prevzatý z časopisu  
Keramika a sklo 2/2008 a upravený pre potreby časopisu designum.

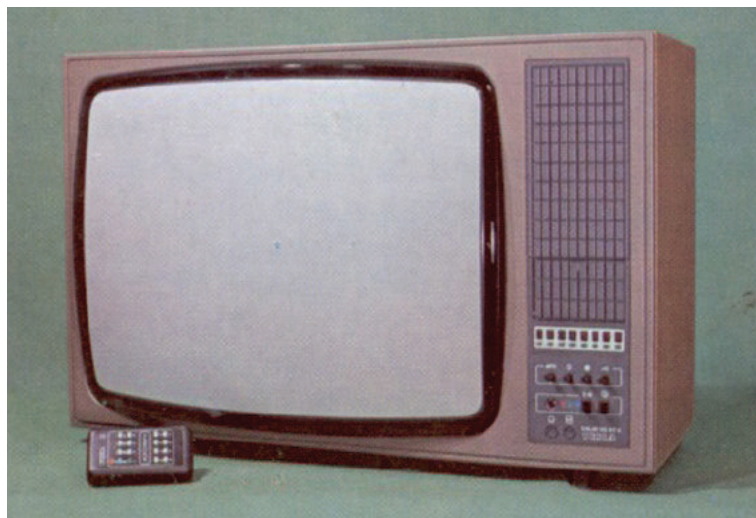
# História





# Tesla Orava

text\_Ladislav Ďuroška foto\_archív autora



**Národný podnik Tesla Orava bol založený v roku 1957 v obci Nižná na Orave. Bolo to na pozemku Lanárskych závodov, ktoré disponovali veľkou výrobnou klimatizovanou halou s rozlohou 20 000 m<sup>2</sup>, využívanou len na 25 %. Táto hala plne vyhovovala výrobe televízorov. Národný podnik bol budovaný tak, aby postupne zabezpečil pokrytie trhu s televízormi v Československu, kde ich bol v tom čase nedostatok. Dopyt po televízoroch súvisel s prudkým rozširovaním televízneho signálu, v Čechách bolo zahájené vysielanie v roku 1953 a na Slovensku v roku 1956.**

Pod týmto tlakom začala v roku 1958 sériová výroba čiernobielych televízorov s ročnou kapacitou 350 000 kusov. Výroba farebných televízorov sa datuje od roku 1972 a ich výrobná kapacita postupne narastala na 500 000 za rok.

Počas svojej existencie Tesla Orava vyvinula a výrobne realizovala v období medzi 1958 - 1998 celkovo 12 miliónov televízorov. Toto množstvo predstavovalo 53 modelov pri 15 typových koncepciách. Veľkosériová výroba televízorov zákonite vyvolávala potrebu výstavby a modernizovania výrobných plôch so širokým sortimentom technologických zariadení a tiež potrebu vysokého počtu kvalifikovaných pracovníkov rôznych profesií. Pri vývoji nových typov televízorov mal dôležité postavenie aj návrh vonkajšej schránky, ktorá „obliekala“ vnútorné elektronické riešenie, keďže hrala dôležitú úlohu pri nárokoch užívateľov zariaďujúcich si obytný interiér.

Preto sa v roku 1963 vytvorilo v útvare hlavného konštruktéra samostatné oddelenie výtvarného vývoja s príslušným odborným a technickým vybavením. Oddelenie dlhé obdobie viedol vedúci vývojový pracovník Viktor Knotek so spolupracovníkmi: Bohuslavom Mudrončíkom, Jozefom Kamasom a Alojzom Vajduliakom, ktorí nastúpili ako absolventi stredných priemyselných škôl (zameranie výtvarníkov).

1. Prenosné a stolové čiernobiely televízory  
v zajatí tanečníkov folklorného súboru Oravan.



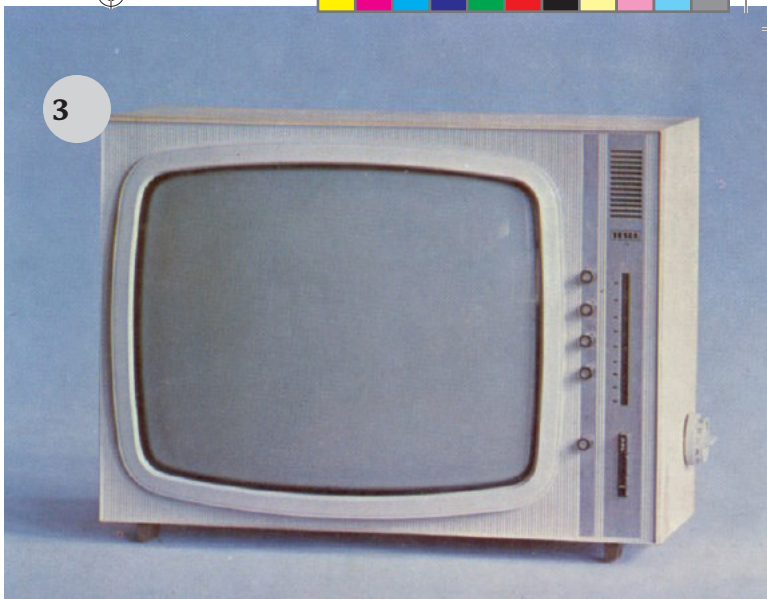


Hneď od začiatku sa pri príprave nového televízora predkladalo niekoľko variant vzhľadového riešenia vo forme makiet, ktoré vyhodnocovala odborná oponentúra v etape študijnej správy ako predprojekt a tiež v záverečnej etape oponentúry. Dizajnéri, konštruktéri a technológovia museli rešpektovať pri posudzovaní návrhov predovšetkým možnosti materiálového a technologického zabezpečenia výrobnjej realizácie v plánovanom čase. Dôležité však boli i požiadavky zákazníka (domáceho aj zahraničného) a konkurencia. Vybratý variant dizajnu sa ďalej predkladal na posúdenie Inštitútu priemyslového dizajnu v Bratislave, ktorý v kritickom hodnotení vždy odporučil zmeny a korekcie pre konečnú podobu.

Dizajnéri Tesla Orava pracovali na dlhodobých štúdiách nových koncepcií vzhľadu televízorov v časovom horizonte päť až desať rokov. Podľa výberu návrhov sa v predstihu uplatňovali u dodávateľov požiadavky na prípravu nových materiálov a výrobných zariadení. Pri týchto štúdiách dizajnéri spolupracovali s Vysokou umeleckopriemyselnou školou v Gottwaldove (dnešnom Zlíne), kde v záverečných prácach študenti predkladali až extrémne vzhľadové riešenia.

Uvedený systém zabezpečovania dizajnu televízorov prispel veľkou mierou k tomu, že mnohé televízory obdržali v prestížnych súťažiach vysoké ocenenia. Napríklad v rokoch 1974 - 1976 na Medzinárodnom veľtrhu v Brne obdržal Zlatú medailu televízor Dukla a Oliver, neskôr farebný prijímač Color 110 ST. Tiež Elektrotechnický skúšobný ústav v Prahe, kde sa povinne schvaľovali televízory po stránke bezpečnosti, funkčnosti a vzhľadu - pri porovnaní s prijímačmi vyspelých západoeurópskych firiem (Grundig, Telefunken, Philips) udelil prvý stupeň akosti prijímačom Zenit, Limba, Satelit a farebnému Color 110. Tieto ocenenia prinášali podniku štátnu finančnú dotáciu, čo bolo asi 200 - 300 korún na vyrobený prijímač ocenený prvým stupňom. Televízory Tesla Orava, ktoré mali kvalitnú reprodukciu obrazu a zvuku, by bez dobrého dizajnu tieto ocenenia nezískali a na našom trhu by neboli také úspešné. ¶

2. Miniesla.  
3. Oliver.



Ladislav Duroška pracoval v Tesle Orava od jej založenia v roku 1957 až do roku 1991, keď odišiel do dôchodku. V roku 1957 absolvoval Elektrotechnickú fakultu Slovenskej vysokej školy technickej v Bratislave. Na začiatku pracoval ako vedúci vývoja, neskôr ako hlavný konštruktér. Od roku 1969 bol technickým námestníkom.

**DIZAJNÉRI TESLY ORAVA NIŽNÁ:**

**Viktor Knotek**, priekopník dizajnu TVP v 50. - 60. rokoch

**Ing. Alfréd Gers**, vedúci výtvarného vývoja v 70. - 80. rokoch

**Alojz Vajduľiak**, vedúci skupiny dizajnérov v 80. rokoch

**Jozef Kamas**, dizajnér (predovšetkým malé TVP) v 70. - 80. rokoch

**Bohumil Mudrončík**, dizajnér v 80. - 90. rokoch

5. Čiernobiela TVP Dukla bola na medzinárodnom veľtrhu v Brne roku 1975 ocenená zlatou medailou.

4. Prvým sériovým farebným televízorom bola FTVP TESLA Color, ktorá bola v roku 1971 vyrobená v počte 200 kusov.

designum 5

minulost



# Starý začiatok - nový koniec

## Časť III.: Československé spotrebiče

text\_Zuzana Labudová, Tibor Uhrin foto\_Tibor Uhrin

01

54

reflexia

designum 5



01 Vysávače ETA 418 patria k tým novším, ktoré navrhol Stanislav Lachman v 70. rokoch 20. storočia. Tento záber je zaujímavý tým, že v jednom vreci s vysávačmi sa vo firme V.O.D.S. ocitli dve farebné mutácie tohto výrobku. Hoci každý z nich vysával celkom inú podlahu, spojil ich nezvratný koniec.

V minulej časti nášho seriálu sme predstavili aj nezriedka vizuálne príťažlivý koniec osudov domáceho dizajnu a jeho nečakané stretnutia na zberných dvoroch. Paradoxne, ich tvorcovia sú neznámi napriek početným sériám výrobkov. V rámci potláčania individualizmu sa v ére socializmu úloha dizajnéra – návrhára verejnosti veľmi neprezentovala. Niektorí z nich však dokázali dodatočne vystúpiť z anonymity vďaka akejsi archeológii dizajnu. Odrazom vtedajšej výroby je teraz masovo produkováný odpad – často diel osobností československého dizajnu, známych aj v zahraničí: predovšetkým Stanislava Lachmana, Zdeňka Kovára alebo Františka Crháka. V druhej polovici 20. storočia v Československu takmer neexistovala domácnosť, ktorá by nepoužívala výrobok navrhnutý jedným z nich. Ich návrhy fénov, vysávačov, žehličiek, mixérov, grilov, varičov, rádií, televízorov, telefónov, reproduktorov atď., sú tiež pripomienkou „bezkonkurenčného prostredia predkonzumnej spoločnosti“ (Pauly). Stanislav Lachman (dostal cenu Czech Grand Design za rok 2006 v kategórii Sieň slávy) bol vedúcim výtvarníkom Kovotechny v Prahe, konštrukčného a vývojového ústavu pre všetky národné podniky, ktoré sa po vojne zaoberali výrobou spotrebného tovaru. Od začiatku 60. rokov bol už výtvarníkom Pragounionu, kde navrhoval malé elektrické strojčky. Zdeněk Kovář, ovplyvnený svojím sochárskym školením, je zaradovaný k predstaviteľom tzv. organického štýlu v priemyselnom výtvarníctve. Československý Raimund Loewy bol univerzálnym dizajnérom nielen automobilov, ale predovšetkým strojov a nástrojov, pri ktorých uplatňoval sochárske tvarové cítenie. Inú výtvarnú reč predstavuje dielo Františka Crháka s výrazne geometrickou štylizáciou.

02

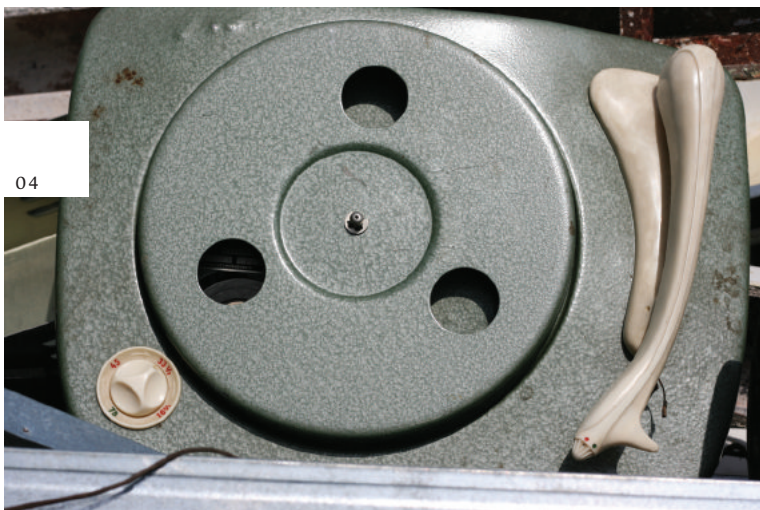
Tento slávny vysávač sa s označením Standard vyrábala v podniku Elektro-Praga v Hlinsku na prelome 50. a 60. rokov 20. storočia. Navrhol ho dvorný dizajnér podniku Stanislav Lachman, ktorý ovplyvnil kultúru väčšiny domácich elektrospotrebičov vyrobených v povojnovom Československu. Služí v mnohých domácnostiach ešte i dnes.



02



03



04

03  
Tesla Pluto 4159AB sa vyrábala v rokoch 1981 - 1982 a dopĺňa zbierku prenosných televíznych prijímačov (Satelit a Merkur) z minulého dielu. Aj Pluto pochádza z výtvarnej dielne Tesly Orava pod vedením Jozefa Kamasa a Bohuslava Mudrončíka. Na dvore firmy V.O.D.S. v Košiciach zažiaril medzi svojimi predchodcami s drevenou skrinkou. Plasty sa recyklujú, ale s drevenými skrinkami z televízorov a rádii je to zložitejšie. Spaľovať sa nesmú, musia sa drviť na výrobu protihlukových dosiek.

04  
K nevyhnutným prostriedkom zábavy a rozptýlenia v povojnovom Československu patrili gramofóny z národného podniku Tesla Litovel. Už v roku 1950 navrhol pre Teslu nový typ gramofónu Zdeněk Kovář s typickou biomorfne tvarovanou prenoskou. Už len „šasi“ tohto známeho typu 522A ako súčasti hracích nábytkových skriň 50. a 60. rokov 20. storočia zdobili hromadu kovového odpadu na šrotovisku v Košiciach.

05  
Zvláštnie vežové útvary vznikajú vo firme V.O.D.S. v Košiciach, ktorá zbiera, triedi a spracúva elektroodpad. Skôr než sa televízne prijímače rozoberú a materiál roztriedi, pracovníci firmy ich ukladajú na palety, aby nezaberali príliš mnoho miesta. Neúmyselne vytvárajú bizarné plastiky - pomníky televízorom, ktoré doslúžili, oslavujúc tie nastupujúce s plochou obrazovkou.











06 Žehlička ETA 211 patrí k ikonám českého (alebo československého dizajnu) a zaujme aj dnes svojím výnimočným hranatým tvarom. Stanislav Lachman ju navrhol v roku 1968 a v rozhovore s Janou Pauly z roku 2001 tvrdí, že mala svojho času najväčšiu žehliacu plochu na svete a žehliť sa s ňou dalo v obidvoch smeroch. Napriek tomu sa masovojšie nepresadila. Pre nás, čo sme ju v 70. rokoch 20. storočia zažili, znamenala aj to, že vypálená stopa na mohaviciach mala tvar pomerne veľkého rovnobežníka.

07

Rozhlas po drôte patril k základnej výbave mnohých domácností v bytovkách, no najmä internátnych izieb. Rozhlasové skrinky alebo takzvané „drátáky“ vyrábala podnik Tesla vo Valašskom Meziříčí. V 70. rokoch ich pre Teslu navrhoval dizajnér a pedagóg František Crhák s typickým geometrickým tvarom a vzorom. „Drátáky“ už dlhý čas končia na smetiskách a zberných dvoroch, pretože sa postupne stali užívateľskou fosíliou.

08

Tlačidlový káblový telefón, typ DS 3600, vyrábaný v Tesle Stropkov v 80. rokoch 20. storočia, mal na svoj čas a miesto vzniku nezvyčajne príťažlivý dizajn, ktorý je dielom Ing. Tregera z vývojového pracoviska Tesly v Liptovskom Hrádku (tu mu hovorili „UFO“). Fádnu, masovo produkovanú sivú farbu vystriedala oranžová, možno ako predzvesť farebnejších časov. Telefón (tel. číslo: 20392), paradoxne, tvoril súčasť kovového odpadu na šrotovisku v Košiciach. Mal by sa dostať do drvičky odpadových plastov. ¶





# Šperk Stret '08

text\_Mária Nepšínská

foto\_Marko Horban, archív Deganit Stern Schocken

Začiatkom októbra sa v Bratislave uskutočnilo niekoľko podujatí spojených s médium šperku, ktoré organizovala Vysoká škola výtvarných umení a Ateliér S+M+L\_XL Kov a šperk. Konceptia projektu sa vďaka podpore Ministerstva kultúry SR mohla oproti uplynulým ročníkom rozšíriť na dvojdňové podujatie s množstvom sprievodných výstav.





Bratislava sa stala hostiteľským mestom 6. ročníka medzinárodného Travelling sympózia, ktorého zmyslom je nielen stretávanie dizajnérov šperkov na nových inšpiratívnych miestach so silným kultúrnym zázemím, históriou a prírodou, ale tiež propagácia súčasného autorského šperku. Jedným z organizátorov sympózia je už tradične teoretik a historik umenia Miroslav Cogan z Múzea Českého raja v Turnove, ktorý v domovskej inštitúcii sústreďuje zbierku šperkov z týchto podujatí. V ostatných rokoch sa projekt putovných sympózií realizoval vo Vitorii/Gasteiz, Lisabone, severoportugalskom Travassose, Menorce, katalánskej Vilafranca del Penedés a voľne sa k nim pripojil i projekt turnovského sympózia v Idar-Obersteine, tradičnom nemeckom centre spracovania drahokamov.

Vyvrcholením bratislavského Travelling sympózia bola výnimočná výstava v priestoroch Českého centra s názvom Moderný šperk z medzinárodných putovných sympózií, kde boli predstavené diela participujúcich autorov zo spomínaných miest a navyše aj šperky vytvorené na tohtoročnom sympóziu. Touto výstavou a autorským konceptom výstavy Miry Podmanickej a Hany Kašíckovej s názvom Interiéry v Galérii Nuée bola zároveň oficiálne otvorená medzinárodná bienálna konferencia Šperk Stret '08. Ateliér S+M+L\_XL Kov a šperk nadviazal na tradíciu rozvíjania povedomia o tejto výtvarnej disciplíne a už po tretíkrát sa Bratislava v dňoch 10. – 11. októbra 2008 stala miestom stretnutia profesionálnych šperkárov a teoretikov v oblasti šperku. Jeho cieľom bolo integrovať slovenský umelecký šperk v medzinárodnom kontexte, budovať kontakty a spoluprácu s európskou šperkáarskou scénou. Námet tohtoročného šperku Stretu tvorila téma Medzi konštrukciou emóciou, ktorá ponúkla reflexie súčasných trendov v tvorbe umeleckého šperku, konfrontáciu názorov a tvorivých prístupov.





V dvojdnovom maratone prednáškových cyklov sa predstavilo 13 domácich a zahraničných lektorov: Miroslav Cogan (CZ), Sonia Ruiz de Arakaute (SP), Eva Eisler (CZ), Prof. Deganit Stern Schocken (IL), Bety K. Majerníková (SK), Sylvia Jokelová (SK), Ulrich Reithofer (A), Prof. Karol Weisslechner (SK), Jozef Kovalčík (SK), Stefanie Klemp (D), Mária Nepšinská (SK), Gisbert Stach (D), Kepa Karmona (SP).

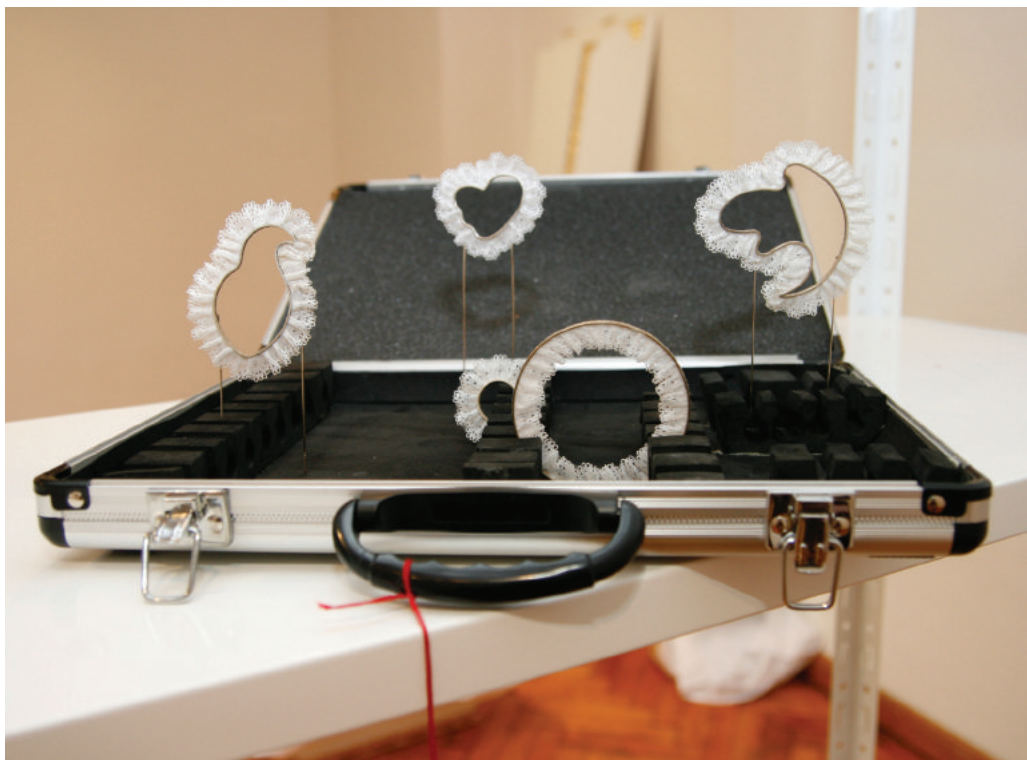
Osobne ma zaujala najmä prednáška profesorky Deganit Stern Schocken z Izraela, a to z hľadiska využitia priemyselne vyrábaných odliatkov šperkov a ich foriem vo vlastnom autorskom programe. Produkcia šperkov rôzneho druhu je významnou súčasťou izraelského exportu a Vysoká škola inžinierstva a dizajnu Shenkar (Shenkar College of Engineering and Design), kde autorka v rokoch 1998 – 2007 vyučovala Dizajn šperku, zahŕňa všetky akademické odvetvia inžinierstva a dizajnu, ktoré sa dajú využiť v priemysle.

Hebrejské slovo pre vytváranie šperku je tsorfut, pričom základný význam tohto slova by sa dal preložiť ako „kombinovanie“. Pre Deganit Stern Schocken (pôvodne vystudovala architektúru) je šperk jazykom, systémom znakov, ktoré pri správnej kombinácii vyjadrujú idey, ukazujú významy. Architektúra a šperk sú pre ňu v mnohých aspektoch veľmi príbuzné odbory a najväčším rozdielom medzi nimi je iba ich mierka. V skorších prácach svoje šperky spracovávala každý osobitne ako izolovaný znak, ako budovu. Zvykla prepájať niekoľko rozmanitých objektov lankom či reťazou a vytvárala skupinu variabilných objektov tvoriacich jeden celok. Veľká časť jej tvorby skutočne pôsobí ako drobné architektonické objekty, či dokonca pôdorysy miest.

Vo svojom najnovšom výtvarnom projekte sa Deganit Stern Schocken zaoberá procesom odlievania, ktorý je bežný vo sfére masovej produkcie šperkov, avšak v opozícii voči kvantite identických kusov. Na výstave s názvom How many is one predstavila autorka kolekciu šperkov, pri ktorých sa sústredila na jedinečnosť každého jedného, hoci všetky vznikli narušením tradičného postupu výroby. Ako sama uviedla, zámerne narába s anomáliami, či skôr chybami, ktoré vznikli nesprávnym spracovaním voskového odliatku a povyšuje ich na výnimočné kusy. Neopakovateľné štruktúry šperkov tvoria stopy nadbytočného materiálu vosku v kaučukovej forme a tieto tzv. náhody sú prostriedkom, akým autorka spája industriálny proces so zámerom dosiahnuť individuálny charakter jednotlivých exemplárov. Jednu sériu pritom tvoria šperky s názvom Anomálie – vytvorené procesom deviácie, a druhú s názvom Arrangements – kompozície dosiahnuté radením a repetíciou rovnakých prvkov, ktoré následne tvaruje do priestorových vzorov z mnohých častí, ako architektúru molekúl. V rámci bratislavskej prednášky premietla autorka aj film s identickým názvom, v ktorom názorne predstavuje postup práce na modeloch, vznikanie anomálií aj konečnú adjustáciu – leštenie, farbenie a osadzovanie drahých kameňov. Deganit Stern Schocken patrí k autorom, ktorí si na svojej ceste ustavične kladú otázky a tie u nej často ústia do teoretických úvah. Niektoré z nich prezentuje vo svojej knihe s názvom How many is one, ktorú vydalo Tel Aviv Museum of Art v roku 2003.

Neposlednou výnimočnou udalosťou v rámci Šperk Stretu '08 bola výstava Ateliéru S+M+L\_XL Kov a šperk v Galérii Medium, spojená s krstom vôbec prvého kolektívneho katalógu Golden Folder, v ktorom sú obsiahnuté súčasné práce študentov, absolventov a pedagógov ateliéru. Jednotlivé autorské šperkové kolekcie boli navyše vystavené zaujímavou formou, v rozmanitých kufrkoch - starých či nových, veľkých i miniatúrnych, ktoré boli akoby odložené na policiach, ponúkajúce sa na obdiv. V susediacich priestoroch Galérie HIT sa zasa predstavil prostredníctvom samostatnej výstavy doktorand ateliéru Matej Bezúch.

Celé podujatie zožalo obrovský úspech zo strany zúčastnených zahraničných hostí, ale aj domáceho publika. Preto veríme, že o dva roky budú mať organizátori Šperk Stretu znova čo zaujímavé ponúknuť. ¶



# pocta príboru

študentská súťaž k 50. výročiu príboru Brusel  
príbor Jána Čalovku  
13. november - 31. december 2008

[www.sdc.sk](http://www.sdc.sk)

Organizátori: Slovenské centrum dizajnu | Berndorf Sandrik,  
Hodruša-Hámre | Súkromná stredná umelecká škola Hodruša-Hámre

Výstavný a informačný bod SCD SATELIT, Dobrovičova 3, Bratislava

Výstava potrvá do 31. decembra 2008, otvorené denne  
okrem pondelka od 13,00 do 18,00

Organizátori:



**berndorf**  
sandrik

Súkromná  
stredná umelecká škola  
Hodruša-Hámre

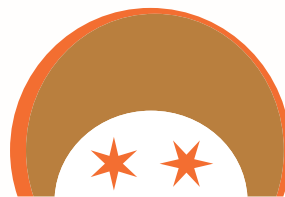
Mediační partneri:

**designum**

**TWIN CITY**  
JOURNAL

**-FM**  
Slovenský rozhlas 4

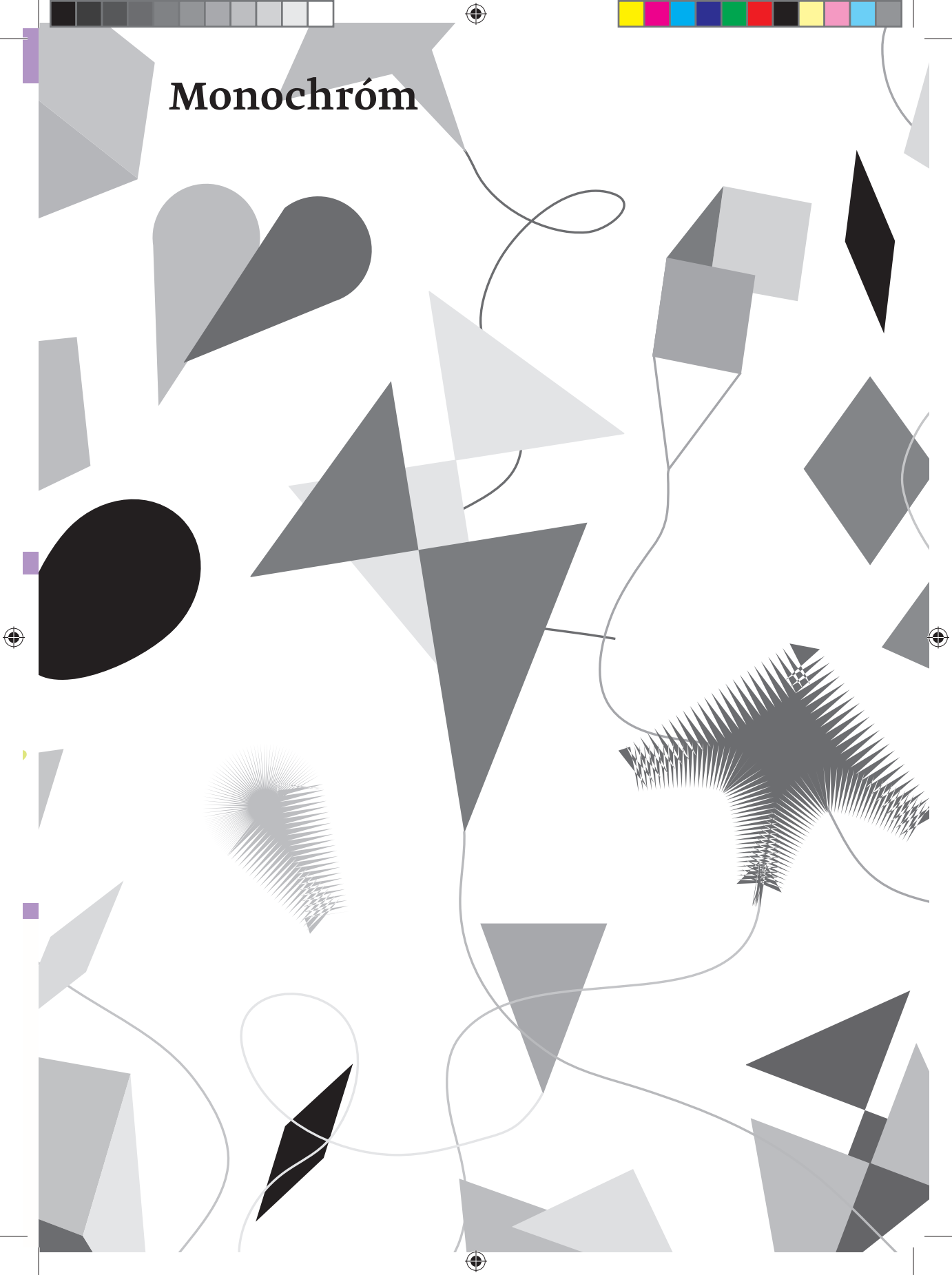
**kam do mesta**



**SATELIT**



# Monochróm



# GOLD PACK - Súťaž o najlepší obal

text\_Igor Kačeňák

Napriek tomu, že sa v tomto roku v plánovanom termíne neuskutočnil veľtrh Printing, Packing & Computing, jeho organizátor agentúra A21 pripravila jedno z neoddeliteľných veľtržných sprievodných podujatí Gold Pack – súťaž o najlepší obal. Podnetom na zorganizovanie súťaže aj mimo konania veľtrhu boli ohlasy účastníkov, ktorí už boli na podujatie pripravení. Ďalším dôvodom bola tiež skutočnosť, že tento rok bol z hľadiska histórie súťaže jubilejný.

Predstava 10. ročníka prestížnej súťaže o najlepší obal pod názvom Gold Pack bola pri jej zrode v roku 1995 snom organizátorov aj ostatných zainteresovaných osôb. Dnes sa stala skutočnosťou. Počas uplynulých ročníkov sa Gold Pack dostal do povedomia odbornej verejnosti na Slovensku a možno konštatovať, že do značnej miery ovplyvnil diania v tomto odbore. Podľa štatistiky bolo za obdobie dekády prihlásených spolu 288 obalov (exponátov) od 131 subjektov, z toho 89 bolo ocenených.

Gold Pack je súťaž domácich a zahraničných právnických a fyzických osôb z radov tvorcov, výrobcov a užívateľov obalových prostriedkov a baliacej techniky. Má štatút národnej súťaže, čím spĺňa podmienku účasti na svetovej súťaži Worldstar (október 2008, Kapské Mesto). Ocenené obaly možno označiť logom súťaže, čo môže vyvolať pozitívny efekt v rámci propagácie a konkurencie. Vzhľadom na relatívne malý trh je možné prihlásiť do súťaže aj zahraničné exponáty.

Do 10. ročníka súťaže Gold Pack 2008 bolo prihlásených 19 súťažných exponátov od 12 firiem. Ktoré z nich získali právo nosiť logo Gold Pack?

Z prihlásených obalov zaujala kolekcia 7 druhov salónok Milka (prihlasovateľ Grafobal, a.s., Skalica), a to nielen tvarovým riešením, ale aj grafickým. Obal získal Cenu predsedu komisie.

V súlade s obsahom bolo riešenie fliaš Carat vodka a Carat borovička (prihlasovateľ Mr. Design, s.r.o., Bratislava). Grafické označenie produktu bolo aplikované rôznymi technológiami priamo na fľaši, bez použitia etikety.

Príslušnosť ku kategórii luxusných potravín avizuje spotrebiteľovi výrazná grafika obalu Jogurt De

Luxe, Duopack (prihlasovateľ Senoble Central Europe, s.r.o., Zvolen). Novinkou je použitie téglíkov na báze papiera a netradičný spôsob zabalenia dvoch kusov pomocou uchytania v kartónovom „držiaku“. Kolekcia obalov na maliarske nátery Fortissimo Color – obaly maliarskych náterov (prihlasovateľ IQ Design Studio, s.r.o., Bratislava) zaujala jednotným grafickým riešením s využitím farebnosti náterov v transparentnom obale. Mierne kónický tvar obalov umožňuje stohovanie a ukladanie na paletu. Bonboniera Oraia (prihlasovateľ Grafobal, a.s., Skalica) je príkladom vydareného riešenia darčekového obalu netradičného tvaru s použitím reliéfu a UV laku. Pôsobivá je kombinácia matných a lesklých odtieňov a farebné zladenie evokujúce obsah.

Grafika kolekcie obalov na kozmetické obrúsky Cheops Verytis – kozmetické skladačky (prihlasovateľ DEEM Design, s. r. o., Štúrovo) vychádza z názvu výrobku. Obal vo forme kazety umožňuje hygienický spôsob vyberania obrúskov. Tvarovo veľmi inovatívne riešený bol Obal na pílu (prihlasovateľ Smurfit Kappa Obaly, a. s. Štúrovo). Obal s výraznou grafikou je bez dodatočnej výstuže, fixačné prvky vzniknú jeho zložením.

Medzi prototypmi a funkčnými modelmi zaujala Škatuľa na balenie WiFi antén (prihlasovateľ Haldy-Plus, s.r.o., Humenné). Praktické riešenie prepravného a predajného obalu v podobe osemuholníka kopíruje okrúhly tvar výrobku a využíva vnútorný priestor na uloženie elektronických súčastí.

Doterajších desať ročníkov súťaže, na ktorých sa prezentovali v prevažnej miere už hotové obaly na produkty, ukázalo, že výrobcovia venujú baleniu svojich produktov stále väčšiu pozornosť. To potvrdzuje starú známu pravdu, že obal predáva. K tejto skutočnosti určite prispela aj súťaž o najlepší obal roka Gold Pack.

¶



† Škatuľa na balenie WiFi antén (prihlasovateľ Haldy-Plus, s.r.o., Humenné).

# Špecifiká autorskoprávnej úpravy architekto- nických diel

text\_Jana Vozárová, právnička LITA

## AKO JE CHRÁNENÉ ARCHITEKTONICKÉ DIELO?

Architektonické dielo je chránené Autorským zákonom (AZ), ak je výsledkom vlastnej tvorivej duševnej činnosti autora, ktorý je vyjadrený vo výtvarnej alebo inej umeleckej forme. Výsledky čisto technickej alebo rutinnej práce ako sú napríklad čisto technické výkresy alebo statické výpočty nebudú dielom v zmysle AZ.

Architektonickým dielom je architektonické zobrazenie, najmä grafické alebo plastické zobrazenie architektonického riešenia stavby, urbanistického usporiadania územia a tiež dielo záhradnej, interierovej a scénickej architektúry a dielo stavebného dizajnu.

Vzhľadom na úzke spojenie umeleckého zobrazenia a praktického úžitkového účelu týchto diel, budú sa na ne viazať určité špecifiká, ktorými sa budeme zaoberať v tomto článku.

## V AKOM VZŤAHU K ARCHITEKTONICKÉMU DIELU JE STAVBA?

AZ hovorí o stavbe ako o vyjadrení architektonického diela alebo o rozmnoženine architektonického diela. Vlastník alebo iný užívateľ stavby môže na stavbe vykonávať bez súhlasu autora len také stavebné úpravy a udržiavacie práce, ktoré sú nevyhnutné na jej udržanie v dobrom stave a na zachovanie funkčného využitia a ktoré neznižujú hodnotu architektonického diela a nezasahujú do autorských práv architekta.

## AKÉ OSOBNOSTNÉ PRÁVA MÁ ARCHITEKT?

Architektovi patria rovnaké osobnostné práva ako akémukoľvek inému autorovi. Architekt má v prvom rade právo označiť svoje dielo menom, pseudonymom alebo sa môže rozhodnúť, že svoje dielo neoznačí menom ani pseudonymom. Má tiež právo rozhodnúť o zverejnení svojho diela a právo na nedotknuteľnosť svojho diela. Právo autorského dohľadu sa v prípade architektonického diela realizuje formou dozoru nad zhotovením stavby.

## AKÉ MAJETKOVÉ PRÁVA MÁ ARCHITEKT?

Architekt má právo svoje dielo použiť a právo udelovať súhlas na použitie svojho diela. Špeciálna úprava platí pre architektonické dielo vyjadrené stavbou alebo v podobe záhrady, interiéru či scény, kde archi-

tekt nemôže rozhodovať o verejnom rozširovaní diela nájmom alebo vypožičaním. O takomto použití bude rozhodovať vlastník stavby, záhrady, interiéru alebo scény.

## MÁ ARCHITEKT PRÁVO NA ODMENU PRI ĎALŠOM PREDAJI?

AZ priznáva autorom diel výtvarného umenia právo na odmenu v prípade ďalšieho predaja (nie prvopredaja, ktorý uskutočňuje sám autor) originálu diela alebo rozmnoženiny, ktorú možno považovať za originál. Takéhoto predaja sa pritom musí zúčastniť, či už na strane predávajúceho, kupujúceho alebo sprostredkovateľa osoba, ktorá podniká v obchode s umeleckými dielami napr. aukčná sieň, organizátor predajných výstav, starožitníctvo a pod.

Keďže architektonické dielo možno podradiť pod diela výtvarného umenia, majú aj architekti právo na odmenu v prípade, že sa ich diela takto predávajú. Môže ísť napr. o predaj pôvodných skíc, plánov, výkresov, ktoré majú charakter originálu. Odmena však neprislúcha za ďalší predaj architektonického diela vyjadreného stavbou.

## JE MOŽNÉ BEZ SÚHLASU AUTORA REPROGRAFICKY ROZMNOŽOVAŤ ARCHITEKTONICKÉ DIELO?

Nie, nie je to možné. AZ síce obsahuje výnimku, ktorá umožňuje bez súhlasu autora rozmnožovať diela prostredníctvom reprografického alebo iného technického zariadenia, architektonické diela sú však z tejto výnimky vyňaté. Na akékoľvek rozmnožovanie architektonického diela bude potrebné získať súhlas autora, a to licenčnou zmluvou.

## AKO TREBA POSTUPOVAŤ PRI POUŽITÍ ARCHITEKTONICKÝCH DIEL TRVALO UMIESTNENÝCH NA VEREJNOM PRIESTRANSTVE?

Architektonické diela vyjadrené stavbou alebo v podobe záhrady, interiéru či scény bývajú často súčasťou trvalo verejne prístupných priestranstiev. Takéto dielo možno bez súhlasu autora vyjadriť kresbou, maľbou, grafikou, reliéfnym obrázkom či reliéfnym modelom alebo ho zaznamenať fotografiou či filmom a takto vyjadrené alebo zaznamenané dielo je možné rozmnožovať, šíriť predajom alebo inou formou prevodu vlastníckeho práva alebo verejne prenášať. Je potrebné však dbať na to, aby nakladanie s dielom nebolo v rozpore s bežným využitím diela a aby neodôvodnene nezasahovalo do právom chránených záujmov autora. ¶

**lita iii**  
autorská spoločnosť



# Knižnica:

text\_redakcia



## K ČEMU JE GRAFICKÝ DESIGN?

-----  
**Alice Twemlowová**  
-----

**Slovart, 2008**  
-----

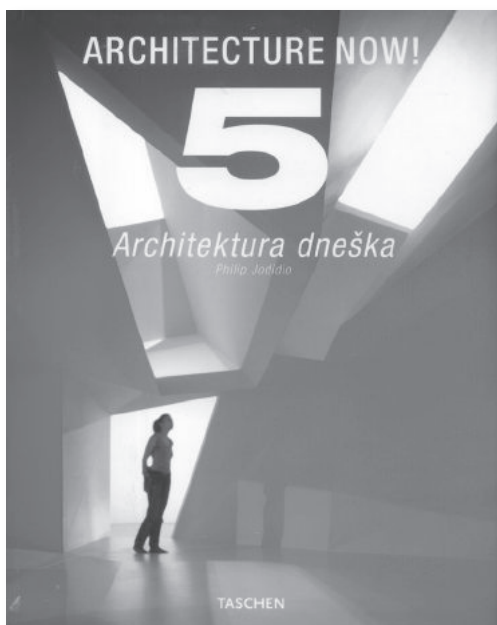
Ambíciou tejto knihy je priviesť čitateľa do sveta grafického dizajnu. Skúma, ktorý dizajn môže byť úspešný nielen na trhu, ale aj medzi odborníkmi a ako komunikuje s tými, ktorým je určený. Autorka sleduje nastolené problémy v spojitosti s konkrétnymi diela-

mi špičkových dizajnérov a v kontexte s danou dobou dôkladne prezentuje filozofiu ich vzniku. Jej názory vychádzajú z presvedčenia, že autor by sa mal „zamerať skôr na intelektuálne (teda racionálne) stratégie, silné koncepty, zaujímavé príbehy a zvažovať vhodné prístupy“.

Publikácia nie je však iba dôsledným sprievodcom prác významných grafických dizajnérov. Súčasný dizajn dáva do súvislostí s históriou, vysvetľuje, ako a prečo sa vyvíjal v modernej dobe. Nastoľuje témy ako lokálne trendy grafického dizajnu alebo problematika interdisciplinárneho dizajnu. V historickom exkurze uvádza jeho úlohy vo vzťahu k propagande celospoločenských hnutí alebo názorov jednotlivcov. Zaoberá sa úlohami dizajnéra ako autora, vydavateľa, producenta, podnikateľa, prináša poznatky o géneze pojmu autorstvo v spojitosti s grafickým dizajnom a o vývoji vzťahu dizajnéra – konečný príjemca. Z viacerých pohľadov a v určitom apelatívnom podtóne skúma úlohu grafického dizajnu pri riešení problémov životného prostredia. Poukazuje na renesanciu remesla v tvorbe súčasných autorov v zmysle objavovania nových prístupov, skúma podnety modernej a dnešnej experimentálnej typografie, tvorby filmových tituliek a vizualizácie hudby. Alice Twemlowová prezentuje svoje široké poznatky v mnohých oblastiach – na príkladoch z praxe píše o dizajne vysielania, zvukovom dizajne, dizajne hier, zaoberá sa systémom značenia, redakčným, knižným, informačným dizajnom, dizajnom firemnej identity, reklamou, písmom, písaním...

Súčasťou knihy je kvalitne zostavené portfólio 15 dizajnérov a dizajnérske štúdiá z celého sveta.

Alice Twemlowová je publicistkou a kurátorkou, prednáša na Rhode Island School of Design a na School of Visual Arts v New Yorku. Doteraz samostatne vydala viacero publikácií, jej články môžeme nájsť na stránkach Design Issues, I.D., Print, New York Magazine, Architect's Newspaper... Okrem knihy K čemu je grafický dizajn je autorkou aj ďalších kníh, napríklad StyleCity New York (spolu s Lucasom Dietrichom, Thames & Hudson, 2003). ¶



## ARCHITECTURE NOW! 5

Philip Jodidio

Slovart, 2008

Rad publikácií Architecture Now (Taschen) z pera známeho publicistu, teoretika a historika architektúry Philipa Jodidia sa objavil v odborných knižniciach už dávnejšie. Najnovšia piata časť, vyšla vďaka vydavateľstvu Slovart po prvýkrát aj v českom preklade, čím sa u nás stala dostupnejšou pre širšie vrstvy profesionálov, študentov, alebo laických záujemcov o súčasnú architektúru.

Štruktúra knihy sa opiera o overený systém predchádzajúcich častí. Autor v abecedne zoradenom výbere architektov a architektonických ateliérov prezentuje realizované stavby od renomovaných tvorcov - nechýbajú medzi nimi také slávne mená ako Tadao Ando (Reštaurácia Morimoto, New York, USA), Matali Crasset (budova SM's Stedelijk Museum's, Hertogenbosch, Holandsko), Frank O. Gehry (hotel Marqués de Riscal, Španielsko), Zaha Hadid (Phaeno Science Centrum, Wolfsburg, Nemecko), Renzo Piano (rekonštrukcia Morgan Library New York, USA) alebo Philippe Starck (predajňa vydavateľstva Taschen, New York, USA).

Jodidio v úvode pomerne vyčerpávajúco vysvetľuje svoj výber stavieb. Konštatuje, že narastanie vplyvu dizajnu na architektúru a prirodzené prelínanie oboch disciplín zapríčinilo, že medzi menami architektov sa stále častejšie vyskytujú autori stavieb s dizajnerským školením. Patria medzi nich napríklad Evan Douglas (Reptile-Haku Japanese Restaurant, New York, USA), bývalý spolupracovník Philippa Starcka Patrik Jouin (Dom, Kuala Lumpur, Malajzia, spolu so Sanjitom Manku) alebo Ron Arad (Hotel Dumomo, Rimini, Taliansko). K stavbám, kde dizajn na prvý pohľad prevyšuje architektúru, zaradil aj Apple Store na 5. avenue v New Yorku, pochádzajúci z ateliéru Bohlin Cywinski Jackson.

Zadávatelia stavieb, ktoré majú svojím účelom slúžiť kultúre (galérie, koncertné siene, múzeá, divadlá), sú v modernej dobe už tradične naklonení odvážnym projektom. Okrem iných sú na stránkach Architecture Now!5 predstavení autori galérie Tate Modern v Londýne švajčiarski architekti Herzog a de Meuron a ich návrh na jej rozšírenie. Ale aj Cultural Centre (Goiânia, Goiás, Brazília) od Oscara Niemeyera (rok narodenia 1907!).

Zvláštnu pozornosť autor venuje súkromným domom. Rôzne teritoriálne podmienky, a tým aj výrazové odlišnosti, dokumentujú stavby z Iberského polostrova, Japonska, Švajčiarska...

„Počítač už zmenil tvár (aj srdce) súčasnej architektúry... Najctižiadovejší využívajú túto slobodu na to, aby po novom definovali architektonický priestor alebo rozvíjali skutočnú spoluprácu s umelcami alebo dizajnérmí.“ V podstate v zmysle tohto svojho tvrdenia Philip Jodidio skoncipoval svoju knihu. Jej súčasťou je samozrejme kvalitná fotodokumentácia. ¶



# Vizuálna komunikácia vo veľkomestských aglomeráciách

text a foto\_Pavel Noga

Pojem vizuálna komunikácia mesta možno chápať ako všetko, čím na chodca, vodiča, turistu i bežného obyvateľa dané mesto vizuálne pôsobí. V centre pozornosti je teda i súhrn všetkých atribútov, ktoré spolu vytvárajú komplexný dojem z mesta, tzv. „tvár mesta“ – v našom prípade konkrétneho mesta – Ostravy. Odbor ľudskej činnosti zaoberajúci sa vizuálnymi aspektmi, ktoré formujú význam určitého miesta (mesta), sa nazýva grafický dizajn vidieckeho prostredia (environmental graphic design = EGD). Pod týmto názvom (EGD) sa skrýva celý rad špecializácií: napríklad navádzací alebo informačný design.

V 90. rokoch 20. storočia sa myšlienka jednoducho prístupného mesta začína stávať súčasťou mestských ekonomických rozpočtov. Z dôvodu podnecovania turistického ruchu vznikajú zdokonalené „návštevnícke centrá“, mapy, rozširujú sa značenia so špeciálnou grafikou, vytyčujú sa turistické stredy miest. Postupne sa vyvinul súbor osvedčených štandardov, americkí špecialisti na environmentálny dizajn Craig Berger a Jon Bosio okrem iného radia, že mestské navigačné značenie rozhodne musí byť atraktívne, orientované na obyvateľov i návštevníkov, musí byť časťou celkovej identity mesta, súperiť o pozornosť motoristov s pouličnými, regulačnými a obchodnými tabuľami.

Práve začiatok 21. storočia možno nazvať obdobím budovania orientačných značení českých miest. Veľmi pozitívny vplyv na túto činnosť má i snaha o zvýšenie turistického ruchu. Mestá sa predhávajú predovšetkým v projektovaní cyklotrás a s nimi spojených

odpočinkových altánkov či najrôznejších náučných tabúl. Popri týchto aktivitách dochádza k obnove a budovaniu tradičných peších chodníkov Klubu českých turistov, ktoré často pretínajú najzaujímavejšie časti miest. Trochu iným problémom je potom projektovanie značiek pre motoristov. Na rozdiel od diaľnic sú mestské ulice komplikovanejšie a zaplnené značením rôzneho druhu. Smerovky musia byť uprednostnené pred mestskými elementmi.

Americký teoretik a projektant Kevin Lynch ustanovil základný slovník mestských elementov v knihe *Obraz mesta* (*The Image of the City*). Tento mestský slovník ciest, uzlov, medzníkov (orientačných bodov), okrajov a mestských štvrtí poskytuje ucelený postup, ako plánovať mestské značenie. Zvyčajnou metódou je tzv. „lúpanie cibule“, využitie hierarchie mestských elementov za účelom nasmerovania motoristov na ich destináciu bez použitia nadmerného množstva znakov. Grafický dizajnér Joel Katz zasa prichádza s tzv. „glyphickou“ mapou, pomocou ktorej sa zjednodušením usiluje dosiahnuť esenciu (podstatu) konkrétneho miesta. Tento výtvarno-emocionálny prístup vychádzajúci vždy z genia loci daného miesta je veľmi vhodný aj pre prostredie industriálnej Ostravy, kde špecifickosť miesta môže pri tvorbe originálneho orientačného systému hrať dôležitú úlohu. Ostrava je veľké priemyslové mesto. I keď je to veľkosť úmerná stredoeurópskemu priestoru, dá sa povedať, že ide – najmä rozlohou – o skutočnú veľkomestskú aglomeráciu, ktorá meria od východu na západ 25 kilometrov. Navyše sa nachádza vo veľmi zaľudnenom priestore niekoľkých väčších miest (Karviná, Orlová, Frýdek-Místek), ktoré sa v niektorých miestach prekrývajú a ich hranice sa stierajú. Všetky spomenuté mestá tvoria akési súmestie prepojené mestskou hromadnou dopravou. Nielen obyvatelia Ostravy, ale predovšetkým jeho návštevníci (a nemyslíme len tých, ktorí sa tu ocitnú prvýkrát) majú výrazné problémy s orientáciou.

Koncepcia špeciálneho orientačného systému, šitého Ostrave „na mieru“, sa súbežne zaoberá i problematikou vizuálnej identity tohto mesta, ktoré v súčasnosti (2008) prechádza zásadnými štrukturálnymi zmenami týkajúcimi sa všetkých oblastí života jeho obyvateľov. Nové riešenie orientačného systému mesta je postavené na zhromaždení originálnych vizuálnych



atribútov Ostravy, ktoré by vyriešilo vizuálno-grafické princípy, na ktorých môže byť systém postupne dobudovaný. Pre plán orientačného systému je potrebné v prvom rade definovať vizuálne prvky, ktorými Ostrava na svojich návštevníkov v súčasnosti pôsobí, a tiež elementy jej mestského orientačného systému. Následne zistené skutočnosti porovnať s úspešnými riešeniami mestského environmentálneho dizajnu iných miest alebo s návrhmi popredných svetových dizajnérov. Pri získavaní potrebných informácií bola využitá metóda pozorovania (a zachycovania pozorovaného – fotografovaním) a metóda štúdia odbornej literatúry.

Čo je pri vjazde do Ostravy zo všetkých svetových strán vizuálne najvýraznejšie? Zakaždým sú to priemyselné objekty: továrenské haly, vysoké pece, komíny, ťažné veže. Pri pozorovaní mesta z príjazdových komunikácií a najvyšších bodov Ostravy je vidieť, že najviac vyčnievajú plynárenské veže, komíny a celé komplexy výrobných hál ťažkého priemyslu. Čo je pre Ostravu najtypickejšie? Jednoznač-

ne sú to stavby spojené s priemyselnou minulosťou či súčasnosťou. Neprehliadnuteľné stavby síce stoja takmer v centre mesta, výroba v nich však bola väčšinou ukončená. „Industriálne peklo“ pominulo, kulisy zostali. Niektoré. Zatiaľ. Pri pohľade na rôznorodé architektonické tvaroslovie niekoľkých ťažných veží ostravských šácht môže pozorovateľovi prísť ľúto, že Ostrava postupne prichádza o jednu zo svojich najtypickejších tvári.

Metódou pozorovania bola zistená jednoznačná vizuálna dominantnosť veľkého množstva stavieb či iných sprievodných javov priemyselnej minulosti či súčasnosti Ostravy. Znamená to teda, že tvoria najvýraznejšie vizuálne atribúty tohto mesta, a tým sa ponúka ich využitie v novom riešení orientačného systému mesta. Vzhľadom k zisteným okolnostiam bolo treba nastudovať okrem literatúry týkajúcej sa problematiky environmentálneho grafického dizajnu aj odbornú literatúru z oblasti zachovania a nového využitia stavieb pôvodne budovaných na priemyselne účely.



Nová radnice



Vysoké pece



Důl Jeremenko



Vodárna Nová Ves



Elektrárna Třebovice



Most přes odru



Halda Ema



Komíny Kunčice

Problémom nielen českých industriálnych pamiatok je, že ich po približne 150-ročnom užívaní búrajú, pretože už nevyhovujú súčasným technologickým požiadavkám. Útlm ťažby uhlia a hutného priemyslu postihol za posledných dvadsať rokov celú Európu. Odrazu bolo treba vyriešiť konverziu starých výrobných objektov na nové využitie. Svoje uplatnenie našiel rýchlo sa rozvíjajúci vedný obor – priemyselná archeológia. Je to interdisciplinárna veda, ktorá sa usiluje popísať históriu priemyselného rozvoja prostredníctvom jeho „fyzických pozostatkov“. Priemyselní archeológovia sa spočiatku zaoberali dokumentárnym prieskumom. Avšak po dokonalom prieskume nastáva najproblematickejší moment práce – navrhnutie najvhodnejšej koncepcie pamiatkového zásahu.

Súčasná prax rozlišuje niekoľko foriem zachovania technických a priemyselných stavieb. Jedna z nich je muzeálna: technické predmety či rozmerné technické zariadenia sú prenesené do múzea. Iná forma zachováva objekty na mieste a ďalšia ich recykluje. Poslednou je forma kontrolovanej ruiny: exponáty (stavby) sa nechávajú „pod dohľadom“ chátrať (priemyselné stavby sú totiž dimenzované na dynamické zaťaženie, prevádzkové tlaky a vysoké teploty, preto deštrukcia kvôli poveternostným vplyvom v najbližších rokoch nie je veľmi pravdepodobná). Ostrava je zatiaľ na pozostatky priemyselných stavieb relatívne bohatá. Každý rok sa však zbúra niekoľko z historicko-technického hľadiska nenahradiateľných objektov.

Na komunikáciu s objektmi, dejmi a pocitmi používame zvuky (slová) a obrázky (symboly). Slová sú efektívnym spôsobom komunikácie komplikovaných, vzájomne spätých myšlienok, keď zlyhávajú symboly. Lenže symboly dokážu komunikovať aj napriek bariére cudzích jazykov – napríklad šípka ako ukazovateľ smeru. S nástupom globalizácie začali vládne organizácie rozvíjať štandard symbolov, najprv na letiskách, vlakových staniaciach a diaľniciach. Veľké medzinárodné udalosti ako olympijské hry využívajú symboly na prekonávanie multijazykových bariér.

V kapitole o symboloch sa hovorí napríklad o používaní symbolov vo virtuálnom prostredí počítačov a ich spätnom využití v bežnom živote, rieši sa problém vizuálnej gramotnosti. Podľa Tomáša Fassatiho sa u nás na súťažiach grafického dizajnu hodnotia len štýlové vlastnosti práce, zatiaľ čo komunikatívnosť a zrozumiteľnosť zostávajú bokom. T. Fassati vyzdvihuje nutnosť učiť sa spoznávať štandardné vizuálne prvky komunikácie, najmä kvôli globálnej zrozumiteľnosti vytváraných systémov.

Princíp alternatívneho orientačného systému mesta Ostravy je ukotvený predovšetkým v opustení znako-vo-typografickej formy komunikácie a v snahe dívať sa očami dieťaťa, ktoré nevie čítať, alebo očami cestovateľa v cudzej krajine s nezrozumiteľným jazykom. Cestovateľ po príchode hľadá prirodzené orientačné body – veže kostolov, kopce s hradmi či televízionymi vysielacími, polohu pri rieke atď. – a podľa nich sa potom pohybuje. Orientačnými bodmi sa väčšinou stávajú najvýraznejšie stavby alebo miesta daného prostredia. V Ostrave sú to výrazné industriálne stavby, ktoré boli pre orientačný plán vybrané podľa určitých kritérií:

- 1) kritérium krajinnej neprehliadnuteľnosti
- 2) nemali by to byť stavby univerzálneho charakteru (s akými sa možno stretnúť aj na iných miestach) ako bežné televízne a rádiové vysieláče, štandardné vodárenské či plynárenské veže
- 3) nemali by to byť stavby, ktorým hrozí z dôvodu zlého technického stavu skorá demolácia.

Zamýšľaný orientačný systém by mal spojiť vybrané orientačné body navádzacími tabuľami pozdĺž ciest. Na tabuliach budú štylizované symboly dominujúcich priemyselných stavieb, ktoré sa v danom mieste vyskytujú a sú pre motoristov už z diaľky rozoznateľné. Motorista bude mať vizuálnu kontrolu po ose: mapa – tabule – stavba alebo mapa – stavba – tabule. Dôraz na akcent jednotlivých orientačných miest by mal „cudzincom“ v meste ulahčiť pohyb neznámym terénom. ¶

Navigačné tabuľe  
so symbolmi orientačných  
dominánt. ¶



Navigační cedule se symboly orientačních dominant využívající dopravní značku „IS 23 – kulturní nebo turistický cíl – návěst“

Dole mapa pro motoristy





Alternatívny orientačný systém mesta spája funkciu orientačnú a turisticko-náučnú. Dominantné industriálne stavby môžu pomôcť motoristom s orientáciou v rozľahlom priestore veľkomestskej aglomerácie. Zároveň je na ne pomocou navigačných pomôcok (máp a cedúľ) výrazne upozornené ako na technické pamiatky. A rovnako ako hrady, zámky či kostoly budú v noci osvetlené a viditeľné možno ešte lepšie ako počas dňa. Keďže ide o rôznorodý verejný priestor, platia preň určité pravidlá. Navigačný systém, určený predovšetkým pre motoristov, využíva tabule oficiálneho dopravného značenia „IS 23 - kultúrny alebo turistický cieľ - návesť, ktorá informuje o významnom kultúrnom či turistickom celi alebo oblasti; na značke je možné vyobraziť vhodný symbol alebo siluetu konkrétneho cieľa.

Na rozdiel od zvyčajných vyobrazení pamiatkovo-turistického objektu sú symboly ostravských dominant poňaté s menším počtom detailov, so snahou vyabstrahovať z podoby len to podstatné; dôležitý je tiež pomer zobrazenia voči písmu. Zobrazená silueta je mnohonásobne väčšia než text. Písmo nemá v tomto riešení veľký význam, pretože ide predovšetkým o spojenie ľudského oka vodiča so skutočnou stavbou. V projekte sa počíta i s papierovou informačnou mapou pre motoristov, ktorá bude buď zadarmo k dispozícii na diaľničných odpočívadlách (čerpacích staniách) pred vjazdom do Ostravy, alebo na týchto miestach budú stáť informačné tabule - zväčšené mapy. Maximálne zjednodušené mapy zobrazujú hlavné prejazdové cestné ťahy mestom potrebné na tranzit cez Ostravu spolu s orientačnými dominantami.

Na základe podrobného skúmania a pozorovania bol vybudovaný „alternatívny“ orientačný systém mesta Ostravy, využívajúci zhromaždené originálne vizuálne atribúty mesta. Tieto atribúty, previazané s industriálnou minulosťou i súčasnosťou, sa stali navigačnými bodmi celého systému. Ich výber zároveň tvorí škálu základných stavebných artefaktov, s ktorými sa v Ostrave možno stretnúť: motív továrne - budovy s vysokými priemyselnými komínmi (v našom prípade elektrárne), motív ťažnej veže - v súvislosti s Ostravou netreba komentovať, motív vysokých pecí - špecifický prvok vyskytujúci sa v našej krajine ojedinele, motív haldy - výrazný krajinný prvok ako dôsledok priemyselnej činnosti, motív priemyselných komínov bez továrne (tak ako je Praha „stovežatá“, Ostrava je „stokomínová“), motív ocelového mosta - typického a tradičného produktu tunajších železiarní, motív elegantného domu vodárne (súbor historických industriálnych stavieb má aj výtvarné kvality), motív veže Novej radnice - typická stavba inšpirovaná šachtovou architektúrou.

Nájdene vizuálne atribúty Ostravy majú tiež ambíciu stať sa prvkami využiteľnými v turistickom priemysle (suveníry, reklamné predmety propagujúce mesto). Prednosti navrhnutého orientačného systému spočí-

vajú v originálnom riešení využitia priemyselných stavieb, ktoré sa nikde inde v Čechách nenachádzajú. Pričom ide o využitie jestvujúcich stavieb, ktoré nie je nutné špeciálne ošetrovať (viac ako polovica vybraných miest je už dnes vybavená nočným osvetlením a v prípade orientačného značenia pre chodcov sa jednoducho dotvoria potrebné smerovníky). Výhodou je aj využitie štandardných cestných návádzačov (okrem funkcie orientačnej plnia tiež funkciu informačnú, upozorňujú na existenciu kultúrno-turistického cieľa, v tomto prípade industriálno-architektonickú pamiatku). Cieľom projektu informačného systému Ostravy je príspevok k zachovaniu a využitiu priemyselného dedičstva nájdením nového využitia. Alternatívny orientačný systém mesta Ostrava bol navrhovaný s zámerom realizovania, nešlo len o utopickú víziu.

*Uverejnený text je autoreferátom dizertačnej práce, ktorú v októbri 2008 autor obhájil na VŠVU v Bratislave na študijnom odbore dizajn (školiteľ doc. akad. mal. Stanislav Stankoci).*

Pavel Noga (1969) študoval na Strednej umeleckopriemyselnej škole v Uherskom Hradišti (odbor propagačná grafika). Neskôr navštevoval Pedagogickú fakultu v Ostrave, odbor čeština - výtvarná výchova (1987 - 1990), a VŠUP v Prahe, ateliér grafického dizajnu a plagátu prof. Zdeňka Zieglera (1990 - 1996). V roku 1993 absolvoval stáž v Holandsku na Academie van Beeldende Kunsten v Rotterdame. Od roku 1998 učí na Ostravskej univerzite, v súčasnosti je vedúcim ateliéru grafického dizajnu na Fakulte umení Ostravskej univerzity.

## Aktuality / Podujatia

Svetové hlavné mesto dizajnu Turín  
6 Design Stories

Slovenské centrum dizajnu pripravilo prezentáciu slovenského dizajnu na prvom ročníku medzinárodného podujatia World Design Capital v talianskom Turíne formou spoločnej výstavy šiestich krajín strednej Európy. Spoločný projekt Maďarska, Poľska, Estónska, Litvy, Lotyšska a Slovenska s názvom 6 Design Stories bol súčasťou siete medzinárodných výstav International Design Casa rozmiestnených po celom meste.

V dňoch 6. - 13. novembra v galérii Artintown v centre Turína sa návštevníci okrem dizajnu mohli zoznámiť aj s literatúrou o dizajne, vydávanou v zúčastnených krajinách, a tiež s aktuálnou produkciou krátkych animovaných filmov. K výstave vydalo SCD spoločný dvojjazyčný anglicko-taliansky katalóg. Šesť slovenských príbehov prezentovali produkty, ktoré sú niečím výnimočné a predstavujú aktuálne hodnoty slovenského dizajnu: výbornú úroveň dizajnérskeho vzdelávania, chuť experimentovať, odvahu k nekonvenčnému mysleniu, spojenie tradície a inovácie, schopnosť riešiť techniku s ohľadom na životné prostredie. Za Slovensko sa zúčastnili: Rastislav Čerešňa s mechanickým písacim strojom na písanie Braillovým písmom Tatra-point Adaptive, Tomáš Brichta s elektrickou gitarou Stoneguitar, Sylvia Jokelová s Lampou Fraubhaus, Patrik Illo s karafami Vinosaurus z najnovšej kolekcie pre skláme Rona, a. s., v Lednických Rovniach a Štefan Klein s Trojkolku Molecul.

Informácie: [www.artintown.it](http://www.artintown.it) alebo [www.torinoworlddesigncapital.it](http://www.torinoworlddesigncapital.it), [www.scd.sk](http://www.scd.sk)

Design Connection - Kooperačná burza

Slovenské centrum dizajnu a Národná agentúra pre malé a stredné podnikanie pripravili prvú kooperačnú burzu pre firmy a dizajnérov, ktorá sa uskutočnila 21. novembra v Design Factory v Bratislave. Jej zmyslom bolo vytvoriť platformu pre hľadanie budúcich potenciálnych partnerov z radov dizajnérov, podnikateľov, školy... Kooperačná burza je štandardná forma podpory podnikateľskej sféry, kde sa nadväzujú nové spolupráce a prezentujú sa výsledky. Podujatie DESIGN CONNECTION '08 je špecifické tým, že bolo prvýkrát zamerané na podnikateľskú sféru a dizajnérov. Jeho cieľom bola príprava bilaterálnych stretnutí zúčastnených firiem, dizajnérov, inštitúcií, študentov v trvaní cca 20 minút, ktoré boli naplánované vopred na základe požiadaviek registrovaných účastníkov.

Informácie: [www.scd.sk](http://www.scd.sk)

ANDEFEST 2009

Prvý slovenský festival architektúry a dizajnu

Hlavným podujatím ANDEFEST 2009, ktorý sa uskutoční v júni 2009 v Bratislave, bude prezentácia architektov, architektonických ateliérov, dizajnérov, dizajnérských štúdií a developerských projektov z celého Slovenska. Cieľom ANDEFESTU je predstaviť architektúru a dizajn prostredníctvom rozličných akcií, aktivít a prezentácií a vyvolať diskusiu. Komplexne podporiť kvalitnejší urbanistický rozvoj Bratislavy a ostatných miest Slovenska a zoznamovať ľudí s víziami budúceho vývoja a plánovania v architektúre a dizajne.

Informácie: [www.scd.sk](http://www.scd.sk)

Súťaž Pocta príboru

O cenách v súťaži Pocta príboru rozhodla odborná porota 6. októbra. Hodnotila práce v 2 kategóriách: Príbor ako súčasť stolovania (30 prihlásených prác) a Volné stvárnenie témy príbor (31 prác). Hlavnou cenou pre najlepšie návrh funkčného príboru bola realizácia prototypu (vzorky) príboru vo firme Berndorf Sandrik na náklady firmy. Súťažné práce budú vystavené až do 31. 12. 2008 vo výstavnom a informačnom bode SCD Satelit.

Informácie: [www.scd.sk](http://www.scd.sk)

1. medzinárodné bienále Logo Banská Bystrica

SCD je odborným garantom 1. ročníka medzinárodného bienále LOGO, ktoré sa koná v dňoch 11. 11. - 23. 12. 2008 v priestoroch Stredoslovenskej galérie v Banskej Bystrici. Cieľom bienále bude predstaviť to najlepšie zo slovenského grafického dizajnu, porovnať úroveň slovenských autorov s tvorcami z ostatných krajín a zmysluplne vyplniť dlhodobu prázdny priestor v prezentácii úžitkovej grafiky. Na bienále sa prihlásilo 34 autorov z 5 krajín so 72 súťažnými prácami.

Informácie: [www.bienale-logo.sk](http://www.bienale-logo.sk), [www.scd.sk](http://www.scd.sk)

Národná cena za študentský dizajn (ČR)

- vyhodnotenie

Do súťaže Národná cena za študentský dizajn sa prihlásilo 120 študentov so 125 prácami zo 16 stredných odborných škôl a vyšších odborných škôl a zo 16 vysokých škôl a univerzít. Šesťnásťčlenná odborná porota zostavená z najlepších českých, moravských a slezských dizajnérov (pedagógov, vedúcich ateliérov, kurátorov, šéfdizajnérov a majiteľov firiem s dizajnérským

vzdelaním) vybrala do konečného hodnotenia 21 prác. Národnú cenu za študentský dizajn získal Roman Vrtiška z VŠUP za kolekciu mestského mobiliára.

#### Konferencia Cumulus Saint-Étienne 2008

V dňoch 20. - 23. 11. 2008 sa vo francúzskom Saint-Étienne uskutočnil medzinárodná konferencia programu Cumulus na tému Dizajn a výskum. Konferencia bola sponzorovaná podujatím 6. medzinárodného biennále dizajnu (Biennale Internationale Design 2008 Saint-Étienne), ktoré organizuje tamojšia Vysoká škola umenia a dizajnu (Ecole Supérieure d'Art et Design de Saint-Étienne, ESADSE) a firma Cité du Design, Saint-Étienne. Program seminára bol zameraný na tieto témy: 1. Dizajn, krajina a životné prostredie, 2. Dizajn a sociálna inovácia, 3. Dizajn, interaktívna a digitálne technológie. Informácie: [www.cumulusassociation.org](http://www.cumulusassociation.org),

[www.esadse.fr](http://www.esadse.fr) alebo [www.citedudesign.com](http://www.citedudesign.com)

#### Medzinárodné sympóziu Technický dizajn

Technická univerzita v Drážďanoch organizuje v dňoch 17. - 18. 4. 2009 3. medzinárodné sympóziu Technický dizajn, ktoré sa uskutoční v areáli Deutschen Werkstätten Hellerau. Hlavnou témou tohto podujatia je inovácia prostredníctvom dizajnu. Sympóziu je určené pre priemyselných dizajnérov a odborníkov z inžinierskych a ďalších príbuzných disciplín. Organizátori pripravili zborník najzaujímavejších prednášok. Informácie: [www.technischesdesign.org](http://www.technischesdesign.org)

## Súťaže

#### Medzinárodná študentská súťaž lebens(t)räume 2009

iF International Forum Design GmbH vyzýva mladých dizajnérov a študentov dizajnu na účasť v medzinárodnej súťaži, ktorá sa volá Priestory na život - sny o živote. Súťažné projekty nesmú byť staršie ako 2 roky a musia vzniknúť počas štúdiá. Súťažít môžu jednotlivci aj pracovné tímy z oblasti architektúry, interiérového dizajnu a ďalších dizajnerských disciplín v dvoch kategóriách: univerzálny dizajn, asistovaný život. Účasť je bezplatná. Medzinárodná odborná porota vyberie najlepších 100 projektov (Best 100) a v užšom výbere ocení najlepšie práce celkovou finančnou odmenou 6 000 eur. Vyhlásenie výsledkov sa uskutoční 24. 3. 2009 na medzinárodnom veľtrhu Altenpflege+Propflege 2009 v Norimbergu, Nemecko (24. - 26. 3. 2009), kde vystavia aj ocenené projekty.

Uzávierka registrácie: 15. 12. 2008

Uzávierka: 19. 1. 2009

Informácie a prihlášky: [www.ifdesign.de](http://www.ifdesign.de)

#### Universal Design Award 09

Nemecká firma Universal Design GmbH vypisuje 2. ročník medzinárodnej súťaže, ktorá je zameraná na trendy architektúru, interiérový a produktový dizajn a služby. Súťažít môžu produktoví a grafickí dizajnéri, interiéristi, výrobcovia, poskytovatelia služieb a dizajnéri služieb. Víťazné projekty budú prezentované na medzinárodnom veľtrhu CeBIT (3. - 8. 3. 2009) v Hannoveri v sekcii Design: driving innovation. Uzávierka registrácie: 15. 12. 2008

Uzávierka zasielania súťažných návrhov: 22. 12. 2008

Informácie: [www.ud-germany.de](http://www.ud-germany.de), [www.scd.sk](http://www.scd.sk)

#### CIFIAL Design Award '08

Nadnárodná spoločnosť CIFIAL, vyrábajúca sanitárnu techniku, v spolupráci s Portugalským centrom dizajnu organizuje biennále medzinárodnú súťaž, tohto roku zameranú na tému Máj pochopenie pre planétu Zem (Feel the planet earth). Jej cieľom je oceniť projekty, ktoré prinášajú sociálnu spravodlivosť a energetickú udržateľnosť života na Zemi. Prihlásiť sa môžu dizajnéri, študenti alebo multidisciplinárne tímy, v ktorých je najmenej jeden dizajnér. Súťaž prebehne v dvoch fázach - v prvej súťažiaci zašlú abstrakty popisujúce projekt a jeho cieľe, v druhej bude oslovený užší výber kandidátov, aby vypracoval svoj projekt podrobnejšie. Predmetom súťaže je akákoľvek oblasť dizajnu - verejná doprava, osvetlenie, kuchynské nástroje atď., ktoré zohľadňujú ciele súťaže. Ocenenia v celkovej výške 25 000 eur pridelí medzinárodná odborná porota v polovici roka 2009.

Uzávierka prihlášok pre širší výber (online): 31. 12. 2008  
Informácie: [www.feeltheplaneteath.org](http://www.feeltheplaneteath.org), [www.scd.sk](http://www.scd.sk)

#### Roca International Design Contest 2008 - 2009

Španielska firma Roca, výrobca sanitárneho zariadenia s pobočkami na celom svete, vypisuje v spolupráci s Barcelonským centrom dizajnu (BCD) tretí ročník medzinárodnej súťaže Roca International Design Contest 2008 - 2009 na tému Preskoč priepasť. Cieľom súťaže je nájsť vynikajúce inovatívne projekty z oblasti dizajnu kúpeľní a sanitárneho zariadenia. Prihlášky a zasielanie projektov sa uskutočňuje online. Víťazné projekty získajú cenu vo výške 5 000 eur a budú vystavené v stánku



firmy Roca na výstave 100% Design London v septembri 2009. Súťaže sa môžu zúčastniť dizajnéri aj interiéroví architekti a študenti týchto odborov do veku 35 rokov. Účastnícky poplatok sa neplatí.

Uzávierka registrácie: 31. 12. 2008

Uzávierka zasielania projektov: 13. 3. 2009

Informácie: [rocacontest@bcd.es](mailto:rocacontest@bcd.es),

[www.jumpthegap.net](http://www.jumpthegap.net), [www.bcd.es](http://www.bcd.es)

IF concept award 2009

IF International Forum Design v Hannoveri vyzýva študentov a mladých profesionálov z celého sveta na účasť v súťaži dizajnských konceptov IF concept award 2009. Prihlásené projekty nesmú byť staršie ako 2 roky a podmienkou je ich realizácia počas štúdiá. Zúčastniť sa môžu jednotlivci aj skupiny. Súťažné kategórie: priestorový dizajn, móda, komunikácia – multimediálny dizajn, architektúra – interiérový dizajn, univerzálny dizajn. Nezavíša medzinárodná porota zložená z renomovaných odborníkov vyberie 100 najlepších projektov, z nich niektoré dostanú finančné ocenenie v celkovej sume 30 000 eur. Najlepšie práce súťaže sa objavia na prestížnom medzinárodnom veľtrhu digitálneho priemyslu CeBIT v marci 2009. Hlavným sponzorom súťaže je kórejský koncern Samsung Electronics. Účastníci súťaže sa musia najskôr zaregistrovať na uvedenej internetovej stránke.

Uzávierka registrácie: 5. 1. 2009

Informácie: [www.ifdesign.de](http://www.ifdesign.de)

2008 Amcor Flexibles Packaging Design Prize

Belgická firma Amcor Flexibles Food vyhlasuje medzinárodnú súťaž obalového dizajnu určenú pre študentov dizajnu z celej Európy. Kategórie: sladkosti, syry, káva.

Vítazovi súťaže firma ponúka miesto obalového dizajnéra na 1 rok. Porota ocení najmä tieto kvality obalov: ochrana výrobku, vizuálna atraktivita, funkčnosť, ekonomickosť výroby a environmentálna ohľaduplnosť.

Uzávierka súťaže: 12. 1. 2009

Informácie: [www.designprize.net](http://www.designprize.net)

Medzinárodná súťaž Metropolis Next Generation® 2009

Prestížny americký časopis Metropolis organizuje od roku 2003 medzinárodnú súťaž Next Generation® s cieľom podporiť aktivity, sociálnu angažovanosť a podnietenie mladých dizajnérov, ktorí sú v praxi maximálne 10 rokov. Súťažné projekty musia obsahovať základné parametre dobrého dizajnu – systémové myslenie, udržateľnosť, dostupnosť, využitie materiálu, historickú opodstatnenosť a technologickú dokonalosť. Projekty sa majú týkať týchto oblastí: stavebníctvo, úrbanne plánovanie, schémy budovania komunity, interiérové prostredia, riešenie populačnej hustoty, ergonómia, produktový dizajn, sociálne bývanie, environmentálny manažment, čistota vody, odpadové hospodárstvo v krízových situáciách. Cena vo výške 10 000 USD sa použije na rozpracovanie projektov a ich publikáciu. V roku 2009 je kľúčovým problémom súťaže otázka: Ako zredukovať našu závislosť od energií? Ak viete nájsť riešenie, zapojte sa do súťaže. Na webstránke organizátora sa dozviete množstvo podrobných informácií.

Uzávierka: 30. 1. 2009

Informácie: [NextGen09@metropolismag.com](mailto:NextGen09@metropolismag.com),

[www.metropolismag.com](http://www.metropolismag.com)

BraunPrize 2009

17. ročník medzinárodnej dizajnerskej súťaže vyhla-

suje firma Braun GmbH. Mottom tohto ročníka je Predstava zodpovedného dizajnu. Súťaže sa môžu zúčastniť mladí priemyselní dizajnéri, študenti alebo absolventi skomčení najneskôr pred 2 rokmi. Celková suma na vyplatenie víťazných projektov je 36 000 eur. Víťaz Braun-Prize dostane finančnú odmenu 12 000 eur a bude mu umožnená polročná stáž v Braun Design Department. Ďalší finalistu dostanú ceny vo výške 5 000 eur. Účasť je bezplatná, prihlášky sú online.

Uzávierka: 31. 12. 2009

Informácie: [www.braunprize.de](http://www.braunprize.de)

FarbDesignPreis 2008 – 2009

Nemecká firma RAL GmbH so sídlom v Sankt Augustin a Institut Farbe.Design.Therapie z Frammersbachu vypisujú európsku súťaž na roky 2008 – 2009, v ktorej budú ocenené výnimočné koncepcie, dizajnerské, re-meselné, umelecké alebo vedecké počiny, v ktorých hrá najdôležitejšiu úlohu farba. Cieľom súťaže je zvýšiť povedomie o farbe ako dôležitom atribúte dizajnu a zároveň upozorniť na jej nevyužitý potenciál v dizajne.

Súťaž je dotovaná celkovou sumou 40 000 eur. Bude ude-lená aj špeciálna cena vo výške 5 000 eur za teoretický prácu.

Uzávierka: 1. 8. 2009

Informácie: [www.farbdesignpreis.com](http://www.farbdesignpreis.com)

# Výstavy

## SLOVENSKÁ REPUBLIKA

Bratislava

Pocta príboru  
SateLit SCD  
do 31. 12. 2008  
[www.scd.sk](http://www.scd.sk)

Matali Crasset – In Vino Veritas  
Gandy Gallery  
do 22. 11. 2008  
[www.gandy-gallery.com](http://www.gandy-gallery.com)

Tkané príbehy – koberec z Estónska  
Galéria ÚĽUV  
do 22. 11. 2008  
[www.uluv.sk](http://www.uluv.sk)

Kruhy na vode 2008  
Galéria ÚĽUV  
od 4. 12. 2008  
[www.uluv.sk](http://www.uluv.sk)

Hats & More  
Josefine Pavlik  
K. Gallery  
od 4. 11. 2008

Banská Bystrica

Logo 2008 – 1. medzinárodné bienále  
Stredoslovenská galéria  
do 23. 12. 2008  
[www.scd.sk](http://www.scd.sk), [www.bienale-logo.sk](http://www.bienale-logo.sk)

## ČESKÁ REPUBLIKA

Brno

Bruselský sen  
Moravská galerie  
21. 11. 2008 – 1. 3. 2009  
[www.moravska-galerie.cz](http://www.moravska-galerie.cz)  
[www.expo58.info](http://www.expo58.info)

Praha

Adolf Loos – dílo v českých zemích  
Múzeum hl. mesta Prahy  
do 5. 4. 2009  
[www.muzeumprahy.cz](http://www.muzeumprahy.cz)

Ústí nad Orlicí

Secesný cín zo zbierok UPM  
Kultúrne centrum  
do 31. 12. 2008  
[www.upm.cz](http://www.upm.cz)

Zbraslav

Milan Pítlach: Kaligrafie  
Zámok  
do 23. 11. 2008  
[www.n.prague.cz](http://www.n.prague.cz)

## RAKÚSKO

Viedeň

2. x. Japonsko: Katagami / Textiles  
Österreichisches Museum für angewandte Kunst  
do 29. 3. 2009  
[www.mak.at](http://www.mak.at)  
100 najlepších plagátov za rok 2007 z Nemecka, Rakúska  
a Švajčiarska  
Österreichisches Museum für angewandte Kunst  
19. 11. – 7. 12. 2008  
[www.mak.at](http://www.mak.at)

Otázka chuti. Čo robí z jedla pôžitok  
Technické múzeum  
do 21. 6. 2009  
[www.technischesmuseum.at](http://www.technischesmuseum.at)

The Making of Architecture – architektúra  
sa rodí v hlave  
Architekturzentrum Wien  
do 2. 2. 2009  
[www.azw.at](http://www.azw.at)

FRANCÚZSKO  
-----  
Paríž  
-----  
Design Observateur 09  
Cité des sciences et de l'industrie  
do 9. 3. 2009  
[www.apci.asso.fr](http://www.apci.asso.fr)  
-----  
Sonia Rykiel  
Musée de la mode et du textile  
do 19. 4. 2009  
[www.lesartsdecoratifs.fr](http://www.lesartsdecoratifs.fr)  
LUXEMBURSKO  
-----  
Luxembourg  
-----  
Ettore Sottsass & Sottsass Associati  
Múzeum moderného umenia  
do 8. 12. 2008  
[www.mudam.lu](http://www.mudam.lu)  
-----  
RRRIPP! Papjerová móda  
Múzeum moderného umenia  
do 2. 2. 2009  
[www.mudam.lu](http://www.mudam.lu)

NEMECKO  
-----  
Ingolstadt  
-----  
Bauhaus alebo konstruktivizmus  
Museum für Konkrete Kunst  
do 11. 1. 2009  
[www.mkk-ingolstadt.de](http://www.mkk-ingolstadt.de)  
-----  
Mníchov  
-----  
Multiple City – koncepty mesta 1908/2008  
Pinakothek der Moderne  
4. 12. 2008 – 1. 3. 2009  
[www.architekturmuseum.de](http://www.architekturmuseum.de)  
-----  
Štuttgart  
-----  
S dizajnom sa ráta  
Design Center  
do 7. 12. 2008  
[www.design-center.de](http://www.design-center.de)  
TALIANSKO  
-----  
Turín  
-----  
Enzo Mari – dizajnér a umelec  
Galleria civica d'Arte Moderna e Contemporanea  
do 6. 1. 2009  
[www.gamtorino.it](http://www.gamtorino.it)



# Summary

## ComuniStar Designers

interview\_Mária Nepšinská  
photo\_archive of C. D.

ComuniStar Designers is a young trio of Slovak furniture and interior accessory designers, which does not lack good ideas and humour. Their ambition is to assert themselves in the world of design by creating inventive and original work bound with their domestic tradition and the locality of the so-called Eastern European bloc.

Peter Jakubík  
Roman Ficek  
Marián Laššák

**Each of you comes from a different part of Slovakia. Where have you met and where how did your paths cross?**

CD: Our paths have crossed at the AFAD in the studio of product design, led by prof. František Burian. It's true - each one of us is from a different part of Slovakia - we move between Prešov, Kysuce and Detva, but our mutual sympathies and a similar view towards design have led us to try it together as a designer trio.

**A common trait of your university studies is that you have graduated from one studio. How do you see your time spent at the AFAD in Bratislava?**

CD: Very good :-), we have enjoyed it a lot. But it wasn't only about fun, we had a lot of work in our studio as well. We have tried to take advantage of the fact that we have ended up in a studio at the AFAD which we have picked out of free will. We have spent hours on the internet just watching what's going on in the world of design... and dreaming, that we would once also stir the waters of the branch. During the studies, each of us has profiled his own personality and we have each created a unique style, which now creates the basis for our brand and its products.

**What has led you to the creation of a common design brand? And why did you choose the name ComuniStar Designers?**

CD: Numerous factors have led us to the creation of our own brand. For example - the Slovak scene lacks a brand, which would effectively present itself abroad. Or the fact that the designer has to do often not very nice compromises, which does not lead to progress, but on the contrary - it diminishes motivation. We have chosen to take our own path and founded ComuniStar Designers. It doesn't mean, that our path will be free of compromises, but at least it will be directed by ourselves, following our own script. If our script is good, that will be clear later...

And the name? It was created in one of Bratislava's pubs after a night of "brainstorming" of Peter Jakubík and Roman Ficek.

**Is the name connected to a reminiscence on a recent era?**

CD: It is not a reminiscence, it is not even possible to talk about reminiscence in our case, because we come from a generation, who was only slightly "touched" by it. It is more some kind of identification sign, so that the "audience" abroad sees that this design comes from a post-communist country. We wanted the name of our brand to sound provocative and to be instantly remembered by everyone. Our name corresponds with the fact that we like to create design with a touch of humour and provocation.

**Besides some witty furniture solitaire prototypes you also focus on a broader production of accessories intended for interior, which bear a very strong authorial handwriting. Do you have any principles when creating designs, or does the process reflect your individual stance?**

CD: In the beginning there is always a concept, an idea which can also reflect an individual stance, but later on comes the process of transforming it into a real product and there the key questions are of a manufacturing-technological character. More precisely, these processes happen in parallel. The idea affects the technology and vice-versa. We take care for our designs to be producible - may it be in limited conditions - in small series, eventually in mass production. We work with accessible technologies, which we know so-

something about, but of course we are always searching for new possibilities of production. Nowadays almost anything can be manufactured, but everything also costs something and we have to organize it logistically, which is not always easy. Therefore we mainly count on local technological conditions.

**You are trying to win recognition through a personal designer language, whereas you build your own identity based on funny concepts worked into local technological conditions. Why did you choose to take this path?**

CD: We have all graduated from a studio, which is conceived for shaping designer personalities. So we have decided not to work in some kitchen studio or an advertising agency - but we are going to be stars :-).

**Your works carry a certain portion of humour or soft irony. Where do you find inspiration when designing them?**

CD: Each of us has his own "handwriting" which he uses when designing. Each one is different regarding our opinions as well as the sources of inspiration. We get inspired by lots of things: relationship to the present, the erotic, transformation of contemporary technologies, the countryside, the city, socialgia, the lack of money...

**Which one of the contemporary world designers is the closest to you and in what way would you like to resemble them?**

CD: There are many of them - in the overloaded designer scene of today, it is very hard to pick individuals. Our ideal is every designer who creates new values. It does not matter if he designs a hairgrip or a control desk for a water plant, each of them is somehow influencing the life of other people and that is fascinating. We create products, which oscillate on the border of fine art and design, therefore we like the Dutch designer scene for example, which is characteristic in this aspect. But our respect and admiration goes to everyone who can come up with something new and surprise in this highly competitive environment.

**You are trying to offer your original products also on your website [www.comunistar.com](http://www.comunistar.com). How did internet sale approve for you so far?**

CD: We offer and promote our design mainly by means of the internet, it's a fast and cheap way. Internet brings unlimited possibilities. Peter Jakubík is the author of our website, which we are hoping to re-design soon. We want to add new projects, unrealized stuff, ideas, concepts. Until now the website was intended mainly for sale, the new one should be focused more on our overall presentation, of course there will be an on-



line shop as well, which has proven itself to be a good sale device.

**Not long ago you have presented yourself on the exhibition Design with a smile in Design Museum Ghent. How did the international audience react to your specific Central European design?**

CD: In the beginning we have put together a collection of designs, whose core is made of our student projects, and we have worked on the student concepts to become real products. Our designs started to be successful within the audience abroad mainly because of our internet promotion. The exhibition in Ghent was preceded by a book of the same name Form with a smile, where our products have fit very well. Design Museum decided to keep them in their permanent exposition, so even the reactions of “hardcore” professional international institutions were positive.

**You are active on the scene as a trio of authors for quite a short time. Do you perceive the post of an own designer studio as an acceptable form within the functioning on the Slovak as well as the European scene?**

CD: No new brand, which is founded today – whether it is in Slovakia or on the European scene – has an easy job. If it wants to have a place in the world of design, it has to come with something new that is missing. It’s a long road ahead... but at the same time it is the only acceptable form for us.

**Did you succeed to realize some of your designs in cooperation with an established Slovak, or international company?**

CD: The realization of products like the ones we create brings new technological questions, which the manufacturers in Slovakia don’t meet so often with, but despite this fact we have managed to realize some of our designs.

**Is there something that you would like to achieve in the future within the field of design?**

CD: Our goal is that the design we produce will become a more frequent part of households. And otherwise, let’s see... We will try to continue our path of designer stars :-).



## Young package 2008

text\_Silvia Klimáčková

During September, we have had the chance to see various types of packages in all their different meanings at the gallery Satelit, where the results of the exhibition Young package 2008 were presented. The attending countries were: Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Czech Republic, Finland, Canada, Hungary, Poland, Slovakia, Serbia, Taiwan and Great Britain.

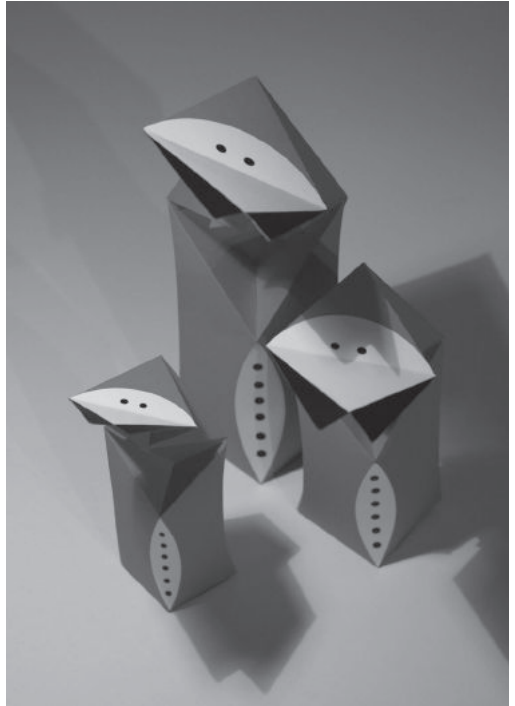
A package is: a protecting product, containing waste, storing valuables, hiding a device, a means for putting things aside, serving for relocating or storing, the package as a stand, the package hiding someone or something... In today’s world, when the function of a package is much broader than it might seem at first glance, it plays a significant role mainly in the areas of marketing and advertisement. It changes more and more to an object which attracts, fixes attention, serving as an enticement tempting the customer to resist buying a certain product.

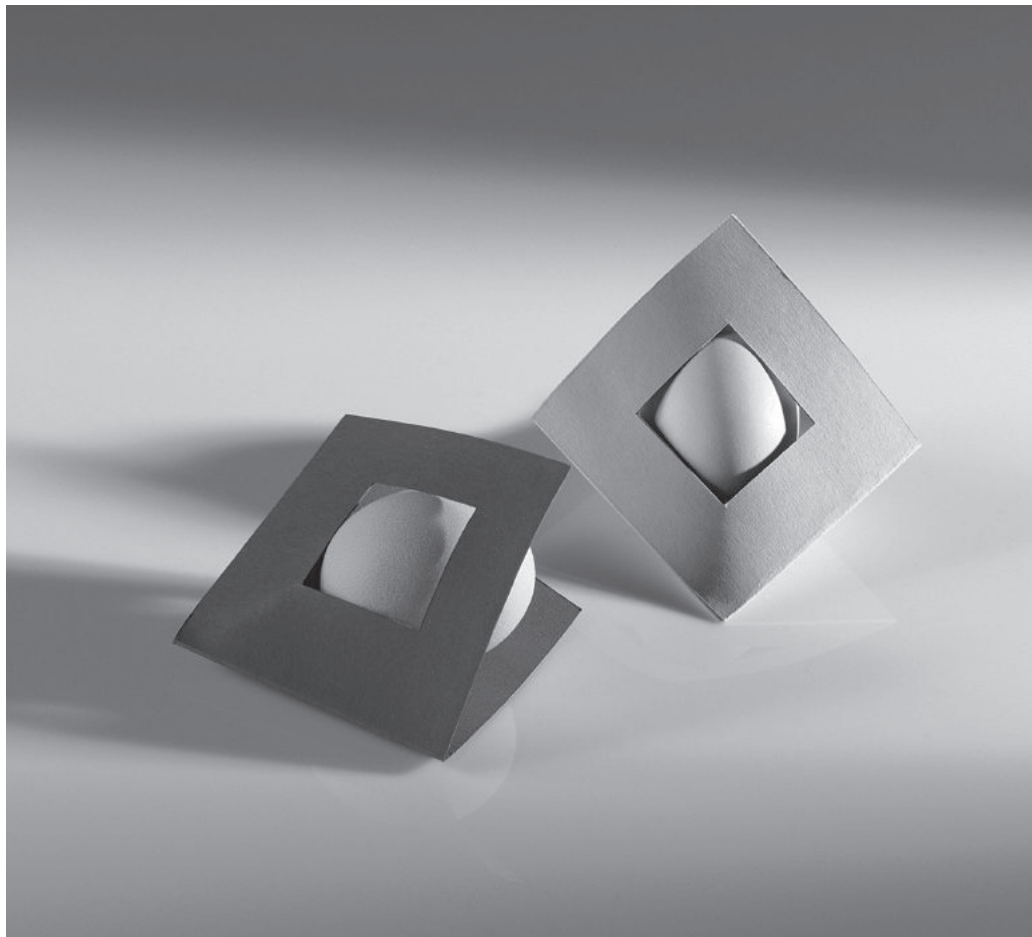




In the first year of the competition in 1996 a task was set: to design an original commercial advertising product. A year later, the competition was renamed to Young package and the logo was created (a belt covering an egg). A significant shift happened in the year 2001, when the International Council of Design Associations ICOGRADA became a partner of the competition. This opened the doors for the competition into the whole world. The primary aim of the organizers was to initiate new construction ideas, which could be also realized in reality. Due to the fact that it cannot be expected from the competitors to know all technological processes and the consequent restrictions in production, in many cases it ends with the design. On the other hand - the lack of the borders of production reality enables a more free creativity from the part of the young designers. As the main sponsor and organizer of the competition focuses on the production of packages made of corrugated veneer, it is natural that he has focused the competition on package design and free work from paper, cardboard and veneer. The motto of the competition was: „Think about nature, think about everyone, think in context.“ The competition reacts on the current theme of environment protection. A more narrow specification may seem limiting, but in fact it enables to shift the creativity of young designers beyond the limits of seemingly exhausted possibilities.

The already 13th year of the competition was in the sign of the battle of Czechs, Slovaks and Canadians, who gained supremacy over the other countries not only in the number of awarded prizes, but also in the number of attendees and entries. 393 works from 352 authors originating from 11 countries were competing for the Young package award. This international competition was - as in the last years - announced in three categories: students of secondary schools, students of universities and young designers under 30 years of age. In the category Young designers, the first prize was awarded to Petr Junek (Czech Republic) with his stand Volvo za Golf (Volvo for Golf). In his creative elaboration, mainly the concept of the design catches attention. The work of Klára Vlková (Czech Republic) Variations on bowls, who was awarded with the second prize could be described as the beauty within simplicity. The unconventional bowls are perfected with a decorated verge in numerous variations. The third most successful were Dafydd Siôn and Tho-





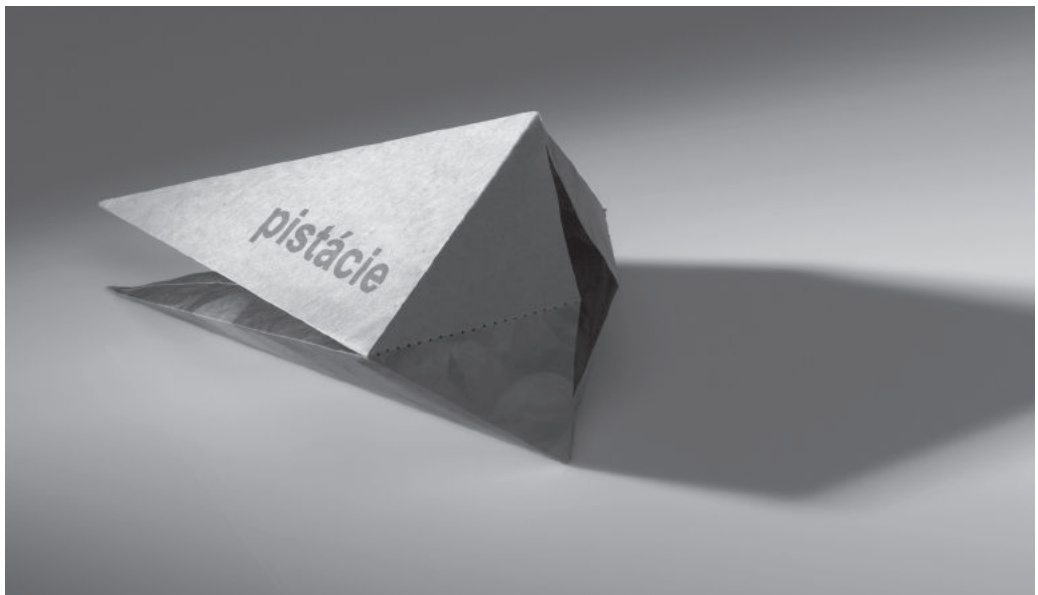
mas Alwyn (Great Britain) with their design of a package for chocolate sweets entitled Hroch Hyfryd (Hipo Hyfryd), which builds up on a classic, time-proved elaboration of design.

In the category of university students the most impressive one was Florian Petigny (Canada) with his minimalist picnic set 4+1=0 Pic-Nic-Kit. The strongest aspect of the practical set intended for dining in nature – which is well clear from the pictograms on the package – is its recycling potential. The seemingly banal rebinding of the service cable Three-times rebound package was awarded by the second prize. Jean-Guillaume Blais (Canada) has replaced the typical use of plastic material with veneer, with which he has gained not only an economical, but also an ecological effect. A package and carrier for a mobile phone from Maud Beauchamp (Canada) was awarded with the third prize. The design presents an interesting solution of packaging a mobile phone and at the same time a practical carrier whose graphically indicated secondary function will show up only after the charging of the phone's battery.

The first prize within the secondary school students was awarded to Miroslava Mihalčinová (Slovakia) with her design of a disposable package from the recyclable paper Dvekopak, intended for unpeeled nuts and their waste, which is enabled by the parting of the package in two separate parts. The jury awarded her for a good choice of

material and a very well used graphic showing the use of the cover. The second prize was awarded to Aleš Trdý (Czech Republic) with his Stand for magazines, which besides of the functional aspect also fulfils the aesthetic criteria of an interior accessory. The trio of the best was rounded up by the design of the package Chocolate candy – A sweet secret by Patrik Slezák (Slovakia). The multi-functional package serves not only as a bag, but after spreading out also as a bowl.

Aside from the three main categories, three special awards were given as an appreciation of very humorous, witty or inspiring works. This prize was awarded to Ema Raspopčevová (Czech Republic) Antistress calendar, Tereza Matyášková (Czech Republic) Protective wrap on a trouser-leg and Elisabeth Dumont-Mackay (Canada) My woollen hat, my woollen scarf, my woollen gloves. Of course, there were other noteworthy works as well, inspired by the everyday life of young people. These include for example Student furniture Temporary by Jan Lidmil (Czech Republic), Woodstock sleeping bag by Jaroslav Sieratovský (Czech Republic), which also serves as a garbage sack, A package for clothes with a hanger by Maude Thibodeau (Canada), as well as a package for clothes Look'n'Roll by Miranda Laskowska (Poland), Cardboard shade by Ondřej Šimon (Czech Republic) and many other designs inspired by the modification of well-known packages, as bottle, food, clothing packages or packages for other objects of everyday life.





## Tesla Orava

text\_Ladislav Ďuroška

The national enterprise Tesla Orava was founded in the year 1957 in the township Nižná na Orave. It was on the estate of the Flaxworks, which were in possession of a great air-conditioned manufacturing hall with an area of 20 000 m<sup>2</sup>, used only to 25 %. This hall was very well suited for the manufacture of TV sets. The national enterprise was built in such way that it would gradually ensure the coverage of the TV set market in Czechoslovakia, because there was a lack of TV sets in the country at that time. The demand for TV sets was connected to the abrupt spreading of the television signal – in the Czech Republic the TV broadcasting has started in 1953 and in Slovakia in the year 1956.

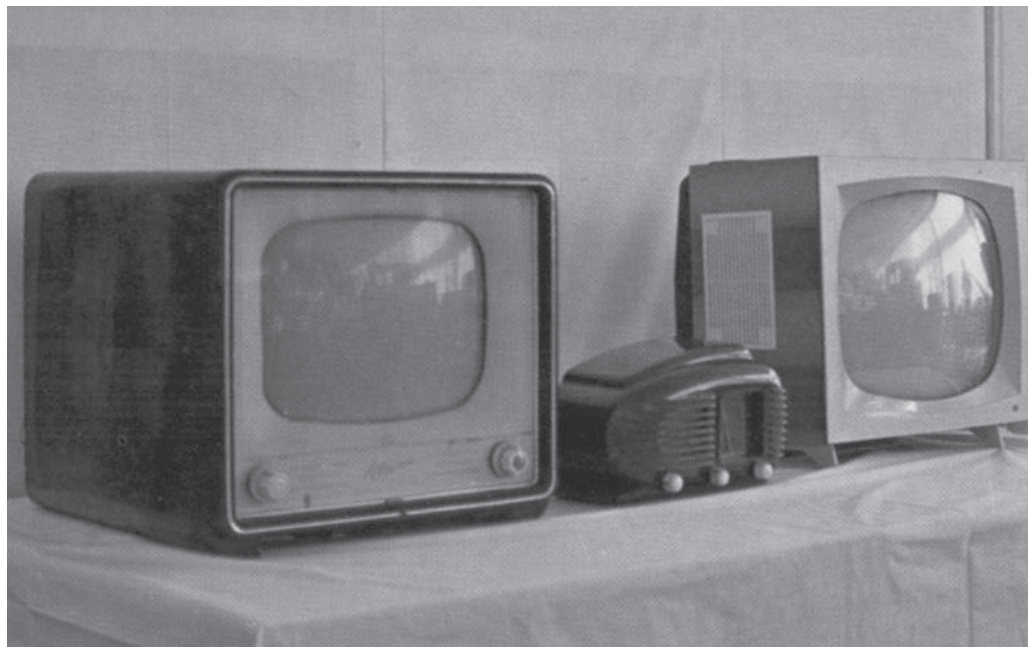
Under this pressure, the mass production of black and white TV sets has started in 1958 with a yearly capacity of 350 000 pieces. The production of colour TV sets traces back to 1972 and their production capacity had grown to 500 000 per year.

During its existence in the years 1958 – 1998 the company Tesla Orava has developed and produ-

ced around 12 million TV sets. This number represents 53 models by 15 type conceptions. The mass production of TV sets has naturally brought up a necessity of building and modernizing of production areas with a broad range of technologic devices as well as a need for a high number of qualified workers of various professions. In the development of new types of TV sets, a crucial role was played by the design of the outer shell, which has “clothed” the inner electronic solution – because it had played an important role by the requirements of the users who were furnishing their interiors.

Therefore, in 1963, within the subdivision of the main constructor, a separate department of art development was created, with an appropriate technical as well as professional equipage. For a long period of time, the department was led by the chief development worker Viktor Knotek with his co-workers: Bohuslav Mudrončík, Jozef Kamas and Alojz Vajduliak, who have been employed after graduating of secondary technical schools (specialization creative artist).

Right from the beginning of the construction of a new TV set, several alternatives of design were presented in the form of models – judged by a professional opponency – in the stage of a study report as a pre-project as well as in the final





stage of the opponyency. When considering the designs, the designers, constructors and technologists had to respect above all the material and technological possibilities of production realization in the planned time. The requirements of the customers (at home as well as abroad) and competition were important too. The chosen design was consequently submitted for consideration to the Institute of industrial design in Bratislava, which had in its critical evaluation always proposed changes and corrections for the final shape of the product.

The designers of Tesla Orava were working on long-term studies of new conceptions of TV set designs in the horizon of five to ten years. Based on the selection of the designs, suppliers were asked in advance for the preparations of new materials and production machines. During these studies the designers were cooperating with the Academy of industrial arts in Gottwaldov (nowadays the city of Zlín), where in the final studies, students have proposed even some quite extreme designs.

The introduced system of acquiring designs of the TV sets has contributed to the fact that many TV sets were awarded by important prizes in prestige competitions. For example in the years

1974 – 1976 at the International fair in Brno, the TV sets Dukla and Oliver were awarded with the Golden medal. The same prize was later awarded to the colour TV set Color 110 ST as well. Also the Electro-technical examinational institute in Prague, where the TV sets were approved for safety, functionality and appearance – in comparison with the sets made by advanced Western-European companies (Grundig, Telefunken, Philips) has awarded the first grade of quality to the TV sets Zenit, Limba, Satelit as well as the colour set Color 110. These awards have brought financial endowment to the company, which had been approximately 200 – 300 crowns for every produced TV set awarded by the first grade. The TV sets Tesla Orava, which have had a high quality of sound and image reproduction, would not have acquired these awards without a good design and they also would not be as popular on our market.

Ladislav Ďuroška has worked in Tesla Orava since its founding from the year 1957 until 1991 when he retired. In 1957 he has graduated from the Electro-technical faculty of the Slovak Technical University in Bratislava. In the beginning he has also worked as chief developer, later as chief constructor. Since 1969 he was also a technical assistant manager. ¶

# designum<sup>5</sup>2008

Časopis o dizajne / design magazine  
vychádza 6 – krát ročne / a bimonthly

číslo / number: 05  
rok / year: 2008

ročník /  
volume: XIV

cena / price:  
65 Skk / 2,16 Eur

## Vydáva / edited by:

Slovenské centrum dizajnu / Slovak Design Centre

## Zodpovedné redaktorky / executive and contributing editors:

Lubica Pavlovičová – pavlovicova@sdc.sk

Zuzana Šidlíková – sidlikova@sdc.sk

## Jazyková redakcia / proof reader:

Katarína Weissová

## Jazykový preklad / translation:

Matej Gyárfáš

## Marketing

Lucia Hakelová – marketing@sdc.sk

## Redakčný kruh / editorial cooperators:

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

Jozef Kovalčík

## Layout / layout:

Emil Drličiak

## Vizuálna koncepcia, obálka Designum4 2008 / visual conception, cover of Designum4 2008:

Katarína Balážiková

## Tlač / printing:

X line, Bratislava

© 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

## 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: galbava@sdc.sk

marketing@sdc.sk

www.predplatne.net

inzerca info: www.sdc.sk

galbava@sdc.sk

## 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

informácie o predaji časopisu a iných publikácií SCD:

www.scd.sk, marketing@sdc.sk

voľný predaj: v stánkoch distribučnej spoločnosti

Mediaprint Kapa, v kníhkupectvách a galériách

v Bratislave: Satelit SDC, Artforum, Prospero, Reduta,

Dizajn štúdio ŪLUV, Art Books (STU),

v kníhkupectvách a galériách mimo Bratislavy:

Artforum v Banskej Bystrici, Žiline, Košiciach a Trnave,

Stanica Žilina-Záriečie

*Redakcia nezodpovedá za obsah inzerátov. Preberanie*

*materiálov je možné len s písomným povolením vydavateľa.*

*Jednotlivé články vyjadrujú názory autorov a nemusia byť*

*vždy totožné so stanoviskom vydavateľa a redakcie. Vopred*

*nevyžiadané príspevky redakcia nevracia.*