

designum⁴2008

časopis o dizajne design magazine

ročník volume xiv

cena price 65 Sk / 2,16 € (KK =30,126)

spektrum

02	profil	<i>Dušan Junek</i>	Vladislav Rostoka
12	udalosť	<i>Zdeno Kolesár</i>	Bienále Brno
18	výstava	<i>Palo Bálík, Juraj Blaško</i>	Slovak Rep.
28	mladý talent	<i>Naďa Kančevová</i>	Ján Filípek
34	výstava	<i>Mária Nepšinská</i>	Satelit Lucia Ganzer

história

39	výskum	<i>Zuzana Šídlíková</i>	Textilné a odevné podniky na Slovensku
50	reflexia	<i>Juraj Straka</i>	Bucol
54	reflexia	<i>Tibor Uhrin</i>	Starý začiatok – nový koniec II.
		<i>Zuzana Labudová</i>	

záver farby

60	udalosť	<i>Omar Mirza</i>	Muto – oživené grafity
63	udalosť	<i>redakcia</i>	Comunistar + Dizajn s úsmevom

monochróm

66	udalosť	<i>Lenka Žišková</i>	Nový tovar
68	reportáž	<i>Peter Kožuško,</i> <i>Marián Ihring</i>	Prieskum Zvolen
70	právno	<i>Jana Vozárová</i>	LITA
72	teória	<i>Martin Mistrik</i>	Text vs. obraz
76	infobox	<i>redakcia</i>	Aktuality, podujatia, výstavy, súťaže
84	english	<i>preklad Matej Gyárfáš</i>	Summary

Vladislav Rostoka – 60

text_Dušan Junek foto_archív V. R. a Juraj Králik



Vladislav Rostoka sa narodil 18. 5. 1948 v Gbelciach. Po štúdiu na Škole umeleckého priemyslu (1963 - 1967) absolvoval Vysokú školu výtvarných umení v Bratislave (1967 - 1973). Nasledujúcich dvadsať rokov pracoval ako samostatný grafický dizajnér pre kultúrne inštitúcie a vydavateľstvá. V rokoch 1994 - 2006 bol kreatívnym riaditeľom grafického štúdia Rabbit & Solution. Od roku 1981 je členom medzinárodnej asociácie grafikov AGI (Alliance Graphique Internationale). Je tiež členom Združenia Bienále Brno, Maďarskej spoločnosti plagátu a Maďarskej akadémie umení v Budapešti. V rokoch 1970 - 2007 realizoval 43 samostatných výstav pod spoločným názvom Typo: grafi(k)a v Bratislave, Brne, Budapešti, Kodani, Lahti, Ľubláne, Moskve, Montreali, Nových Zámkoch, Odense, Opave, Pécsi, Prahe, Roskilde, Sofii, Štutgarte, Washingtone, Varšave a inde. V rokoch 1969 - 2007 sa zúčastnil viac ako 550 kolektívnych výstav grafického dizajnu v Československu, na Slovensku a vo svete. Za svoju prácu získal viaceré ceny, medaily a uznanie: Bienále Brno 1980, 1982, Poster Biennial Lahti 1985, Poster Biennial Mexico 1992, Trienále plagátu Trnava 1991, 1994, 2003, DOPP Award Budapest 1998, Poster Biennial Rzeszów 2001, BIO Ľublana 2004, Najkrajšie knihy sveta Lipsko 1986, 1987, Bienále knihy Martin 1997, Najkrajšie knihy Československa 1978 - 1993, Najkrajšie knihy Slovenska 1993 - 2008. V roku 2002 získal Národnú cenu Ruskej federácie za dizajn a v roku 2003 Národnú cenu Slovenska za dizajn.

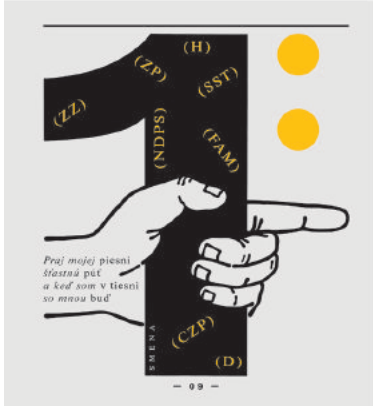


Na začiatku je intelektuálna a vedomostná vybavenosť podporená orientáciou v odbore, umocnená životnou skúsenosťou a dlhoročnou profesionálnou praxou. Nasleduje dôsledná analýza vybranej či zadanej úlohy a jej rozbor do maximálnych podrobností. Vzniká základňa a priestor pre koncepciu a kreativitu. Neobyčajnú kreativitu s gejízrom nápadov, možností, vzťahov, kombinácií, alternatív, súvislostí... Odohráva sa hazard písmen a znakov pod totálnou kontrolou. Vzniká vizuálna hra pre oko, pocit a vnem, ako prostriedok na komunikovanie závažných, často zásadných posolstiev. Všetko sa deje s nevídanou eleganciou, intelektuálnym a grafickým šarmom, servírované s nevtieravým vtipným nadhľadom.

Jediným negatívom tohto obdivuhodného procesu je termín. Vždy stojaci v tvrdej opozícii voči autorovej mimoriadnej náročnosti, zodpovednosti a radosť z hry. Termín posúvaný, odkladaný, porušovaný, len aby sa výsledok čo najviac priblížil predstave, aby sa s ňou čo najviac stotožnil. Zadávatelia zúria, nenávidia, fajnšmekri jasajú. To je cesta každého diela, každého výsledku tvorivosti rešpektovaného tvorcu, medzinárodne uznávaného slovenského grafika - dizajnéra. Jubilujúci Vladislav Rostoka sa tohto roku dožíva šesťdesiatky.

Vstúpiť do teritória tvorby, kde vládne Vladislav R., je najlepším nápadom, ako **zažiť zázrak súhry slov s odkazom obrazov, všetko precízne premenené v svoj-sky samozrejmy svet, už zamlada zaujatý zákonmi znakov**. Aj keď nie veľmi vynaliezavou hrou slov, chcem už v úvode upriamiť pozornosť na zásadné kategórie Rostokovej tvorivosti: spájanie významov (až matematicky dôsledné hľadanie súvislostí), využívanie vizuálneho rytmu (takmer v zmysle hudobnom) a gradovanie do inteligentnej pointy (s prítomnosťou nadhľadu a grafického vtipu). Základy týchto atribútov sú v genetickej výbave, rodinnom prostredí a výchove, vo vlastnom výbere skutočných hodnôt, presnej orientácii v odbore a systematickej i cieľavedomej výstavbe osobného tvorivého programu.

Keď v roku 1973 po ukončení vysokoškolských štúdií na VŠVU v Bratislave dobrovoľne vstupoval na profesionálnu dráhu grafika - dizajnéra (v tých časoch označovaného dehonestujúco „úžitkový grafik“), bol mentálne i odborne pripravený naplňať jednotlivé fázy svojho plánu. Už v závere štúdia



1 Kamil Peteraj, Texty, ilustrácie a dizajn knihy, 1984.

však zažil dôsledky rozbiehajúcej sa režimovej normalizácie, pod taktovkou všetkých tých kulichov, orlíkov & company. Z jednej dezilúzie spadol rovno do väčšej, pretože výtvarná prax obdobia 70. rokov stavala otázku jednoznačne v ideologickom tóne: buď ideš s nami, alebo nemáš väčšiu šancu. Úžitková grafika (s hlavnou kategóriou plagát), sa rovnala politickej propagande, podpore a posluhovaniu režimu prostredníctvom primitívnej estetiky. Rostoka a niekoľko jeho generačných rovesníkov odmietli spoluprácu na tejto „tvorbe“ a boli postavení pred dilemu existencie i tvorivej cesty. Začala zvláštne atypická dizajnérska prax. Hŕstka autorov tvorila autorské plagáty v malých sériách (realizované ručne a neskôr tlačené výlučne sietotlačou) do šuflíka, pričom sa živila drobnými zákazkami, zväčša grafickým riešením kníh za symbolické honoráre. A vznikol paradox života, lebo práve toto bolo obdobie štartu generácie a tvorby, ktorá zasiahla do vývoja grafického dizajnu na Slovensku doteraz najvýraznejším a zásadným spôsobom.

Rostoka už svojimi ranými prácami zreteľne preukázal svoje ambície. Tie boli podložené spomenutými kvalitami i skutočnosťou, že patrí k ojedinelým slovenským tvorcom, ktorý od začiatku kongeniálne spájal typografiu s grafikou. Túto zásadnú súvislosť vyjadril aj v pomenovaní všetkých svojich individuálnych výstav - dal im názov Typo:grafí(k)a. Znalosť písma, cit pre jeho použitie i využitie, ten šiesty zmysel pre súhrn písma a znaku, tvoriť funkciou diferencovaný, ale neomylnou intuíciou i skúsenosťou kompaktný a osobitý celok, to je Rostokov spôsob budovania nezameniteľne osobného rukopisu. Plne zodpovedajúci jeho výtvarnej filozofii i názorom na zmysel, význam a cieľ tvorby grafického dizajnu: ponúkať ideovo náročné posolstvo, jasne čitateľný odkaz vysokej typo-grafickej a teda estetickej hodnoty, presahujúcej horizont vzniku diela s vloženou hodnotou nadčasovosti.



Je staromódny, ak preferuje kresbu rukou a tým kóduje diela maximálnou mierou vlastnej tvorivej energie? Je staromilský, ak v jeho tvorbe panuje poriadok,

Designum

REVUE DIZAJNU

TÉMA > vizuálna komunikácia

2002 # (35)

TOPIC > visual communication

MLADÝ OBAL 2002 > YOUNG PACKAGING 2002
CI NA SLOVENSKU > CI IN SLOVAKIA
ENGLISH SUMMARIES

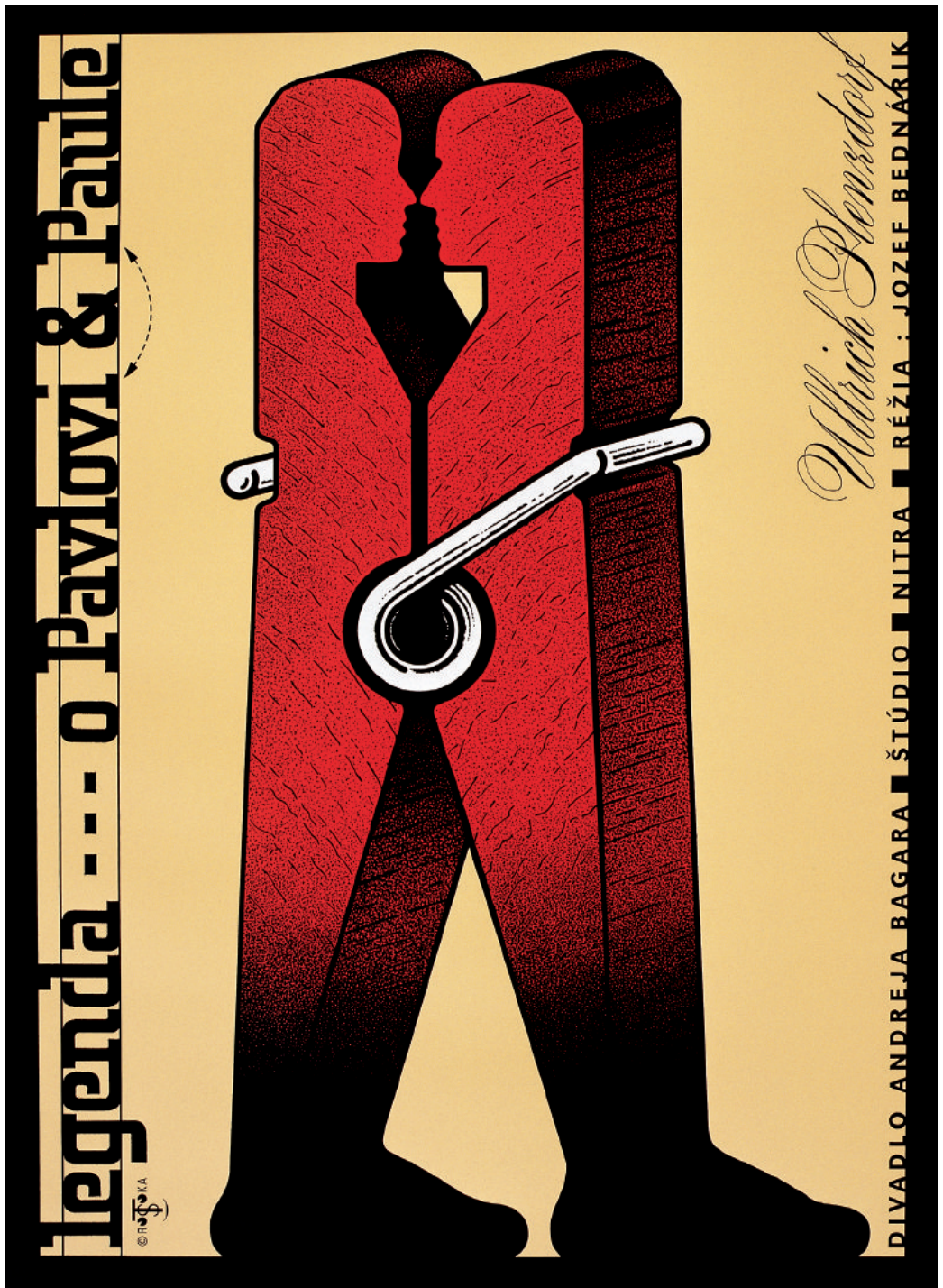
PLAGÁT, PLAGÁT,
PLAGÁT!
> POSTER, POSTER,
POSTER!

2

ročník první, číslo 135, 5 Kč (pro předplatence 110,- Kč)



† Designum, obálka časopisu, 2002.



† Legenda o Pavlovi & Paule, divadelný plagát, 1997 – 2000.

Činohra S N DMalá scéna
Č I S T K A

Réžia.....Peter Mikulík



Ladislav Mňaček
Č I S T K A

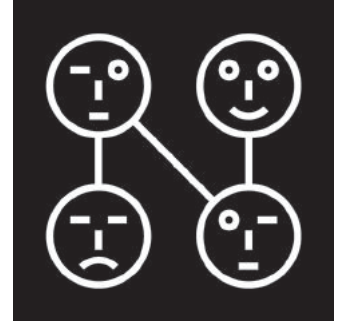
Alfa.....Stano Denčiak
Beta.....Marián Labuda
Gamma.....Ján Kroner
Delta.....Pavol Mikulík
Epsilon.....Juraj Rešla

Čistka, divadelný plagát, 1991.



T Asociácia architektov, 1994.

T Divadelná Nitra 1990, logotyp.



systém, precíznosť kompozície, typografická dokonalosť a vypracovanosť detailu? Je konzervatívny, ak odmieta minimalistické, rozumej pohodlné riešenia súčasníkov, ktoré napriek tomu, že sa tvária konceptuálne, často sa skrývajú za ošúchanými ideami? Ak v zmysle náročnosti k tvorbe, zachovávaní cieľavedomej kontinuity individuálnej koncepcie a osobného štýlu, nepodlieha efemérnym módnym kométam i krátkodýchym efektom? Je takýto autor staromilský, staromódny či konzervatívny? Potom je to to najlepšie, čo do súčasnej tvorby prináša. Je totiž neprehliadnuteľným zdrojom hodnôt.

Niet divu, že napriek kvalite, alebo práve kvôli nej, vyvoláva Rostokova tvorba tiež kontroverzné názory. Veď kto iný, ako osobitý tvorca, ich môže vyprovokovať. Argumentácia sa zvykne opierať o názor, že množstvo signálov likviduje signalizáciu. Nerozlišuje sa, že slabí dizajnéri bez vlastného výtvarného názoru hromadia množstvá znakov v nádeji, že výsledok bude zaujímavý, ak nie rovno novátorský. Pričom absencia konceptu a náhodnosť prístupu je očividná. Rostoka je však autor jasnej a vynaliezavej koncepcie, ktorá mu spolu s nevidanou obrazotvornosťou umožňuje rozohrať takú typografickú hru, v ktorej končí ako hráč s jasným tromfom v podobe nezameniteľne elegantnej rostokovskej fazóny čiar, tvarov, písmen a znakov. Že práve jednoznačnosť názoru tejto tvorby a jej až tvrdohlavá, no premyslená kontinuita niektorých irituje, nie je samozrejme chybou autora...

Spomenuté kritériá uplatňuje Rostoka vo všetkom, čím sa v grafickom dizajne zaoberá. Prirodzene, vari najviac je to vidieť v knižnej tvorbe, edičnom dizajne, koncentrovanej výstavbe architektúry knihy, ale aj v katalógoch výstav a výročných firemných správach, úprave časopisov, až po menšie materiály - bulletiny, brožúry ku kultúrnym podujatiam. Základné východiská pri práci s knihou vyjadruje priamo: „Vybral som si knihy preto, lebo sú pre mňa posvätnými, obradnými predmetmi, skvelými konzervami ľudskej práce a myslenia, vážnym a silným protivníkom obmedzenosti.“ A v súlade s týmto postojom sformuloval vlastné tvorivé kritériá: „Každá príprava na projektovanie novej knihy vždy spoľahlivo aktivizuje moje úsilie zafixovať do nej čo najviac cenných informácií a tak ju urobiť vizuálne zaujímavou. Ako grafik - dizajnér sprostredkujem ľuďom knihami idey, preto sa snažím, aby mali určitý filing. Mám dobrý pocit, keď viem, že moja kniha má vo svojich veciach poriadok. Vždy mám radosť, keď typografické remeslo mieri k dokonalosti. Práve v našej súčasnosti, zahltenej priemernosťou, je niečo také veľmi potrebné.“

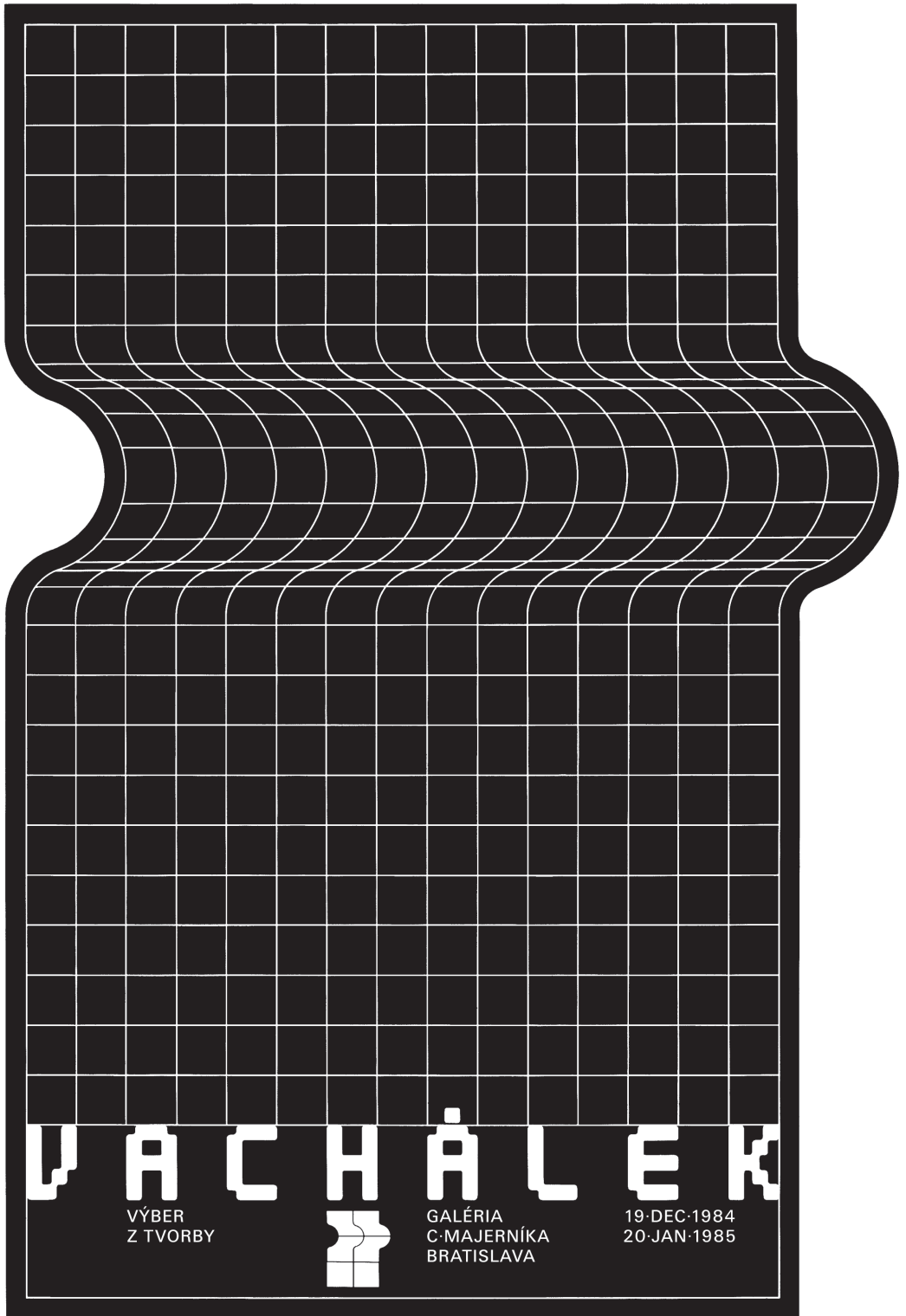
Keď listujeme knihami, ktoré projektoval a do detailu navrhol, zistíme, že zámer sa vo veľkej väčšine jeho realizácií rovná výsledku. Je to čosi mimoriadne a nielen u nás! Už v prácach spred tridsiatich rokov v návrhu Malej edície svetových autorov (Slovenský spisovateľ, 1974 - 1984) preukázal komplexnosť riešenia s tvorbou každého detailu do najmenších podrobností. Architektúra knihy a jej významovo-vizuálny rytmus sú základom. Písmo nie je len nosičom verbálnej informácie, ale precíznym výberom, použitím a výtvarnou hodnotou previazané s ostatnými komponentmi knihy: ilustráciou, edičnou značkou a použitou farebnosťou vytvára

jedinečnú atmosféru. V prípade jeho vlastných ilustrácií sa organickým prepojením kvalita diela znásobuje. Knihy textov B. Filana Túlavý psík (1986), antológia súčasnej satirickej poézie Dlhší o hlavu (1987) K. Peteraj: Texty (1987), patria k príkladným dielam svojej doby. Rostoka si uvedomuje prepracovanosť koncepcie a schopnosť dôsledne pracovať s náročným knižným titulom, preto sa stáva úspešným spoluhráčom významných autorov v ich monografiách. Svetoznámy český umelec Jiří Kolář (1997), medzinárodne renomovaný maďarský grafik István Orosz (2002), alebo Dušan Kállay (2004), či Aleš Votava (2007), majú monografie - artefakty aj vďaka mimoriadnej zásluže značky Rostoka.

Ak máme zostať v oblúbenom teritóriu autorovej tvorby - na území kultúrnych projektov - nemožno obísť dve najväčšie medzinárodné výtvarné akcie organizované na Slovensku: Bienále ilustrácií Bratislava a Trienále plagátu Trnava (1991). V prípade BiB-u (1995, 1999, 2001, 2003, 2005, 2007) je Rostoka podpísaný pod jednotnou grafickou tvárou celej akcie (plagáty, pozvánky, katalóg), v prípade TPT '91 vytvoril vizuálnu koncepciu a typografiu prvej publikácie o modernom slovenskom plagáte. K týmto úspešným realizáciám možno priradiť osobité výročné správy pre Ľudovú banku, Matador, sklárne Rona, poisťovňu Kooperatíva alebo katalógy k výstavám: Najkrajšie knihy Slovenska, A. Brunovský, D. Kállay: Taipei, M. Bočkan, V. Gažovič atď.

Na príkladoch Rostokových projektov je možné spomenúť mylný názor nezainteresovaných, že logo, symbol, ilustrácia, plagát ba aj kniha, vznikajú ľahkým, časovo nenáročným, ba až bezstarostným procesom. Avšak kunderovsky povedané, tá „neznesiteľná ľahkosť“ tvorby - ako princípu práce - je vylúčená. Naopak, spočíva v náročnom hľadaní a nachádzaní spomedzi mnohých alternatív. V prípade Rostoku sú to stovky škíc, koncepčných náčrtov, prepracovaných kresieb a ich výtvarných možností a v jeho systematickom archíve je aj vyše tisícovka škíc k jedinej firemnej značke! To nie je len potvrdením ideovej vynaliezavosti, invencie a grafického dôvtipu, ale aj dôkazom mimoriadnej zodpovednosti k práci a riešeniu konkrétnej úlohy. Práve značky, logá a symboly - z povahy svojej funkcie obrazy jednoduché, komunikatívne, sú pre každého dizajnéra mimoriadnou výzvou a tvorivým orieškom z najtvrdších. Maximálne koncentrované vyjadrenie funkcie, atmosféry alebo činnosti na minimálnom priestore, so schopnosťou fungovania v komplexe jednotného vizuálneho systému, je jedna z najnáročnejších úloh tvorcu. Pre Rostoku, ktorého princíp celej tvorby je založený na znakovosti, sú logá, firemné symboly či knižné značky tou najprirodzenejšou kategóriou. Logá pre reštauráciu Koník (1988), výstavu Hulík - Hýbače (1989), festival Divadelná Nitra (1990), Trnavské divadlo (1990), Slovenské centrum dizajnu (1990), Asociáciu architektov (1994), rad skvelých variácií na značky - ilustrácie v knihe Túlavý psík sú príkladmi typo - grafickej vynaliezavosti, kde tvar, čiara, plocha (i tá prázdna) sú vážené lekárnickými váhami tvorcu. Pretože citlivosť tohto procesu je rozhodujúci pre výsledok: schopnosť komunikácie v rôznom prostredí. Aj táto kategória tvorby potvrdzuje, že Rostokove práce majú adresáta v náročnom percipientovi.

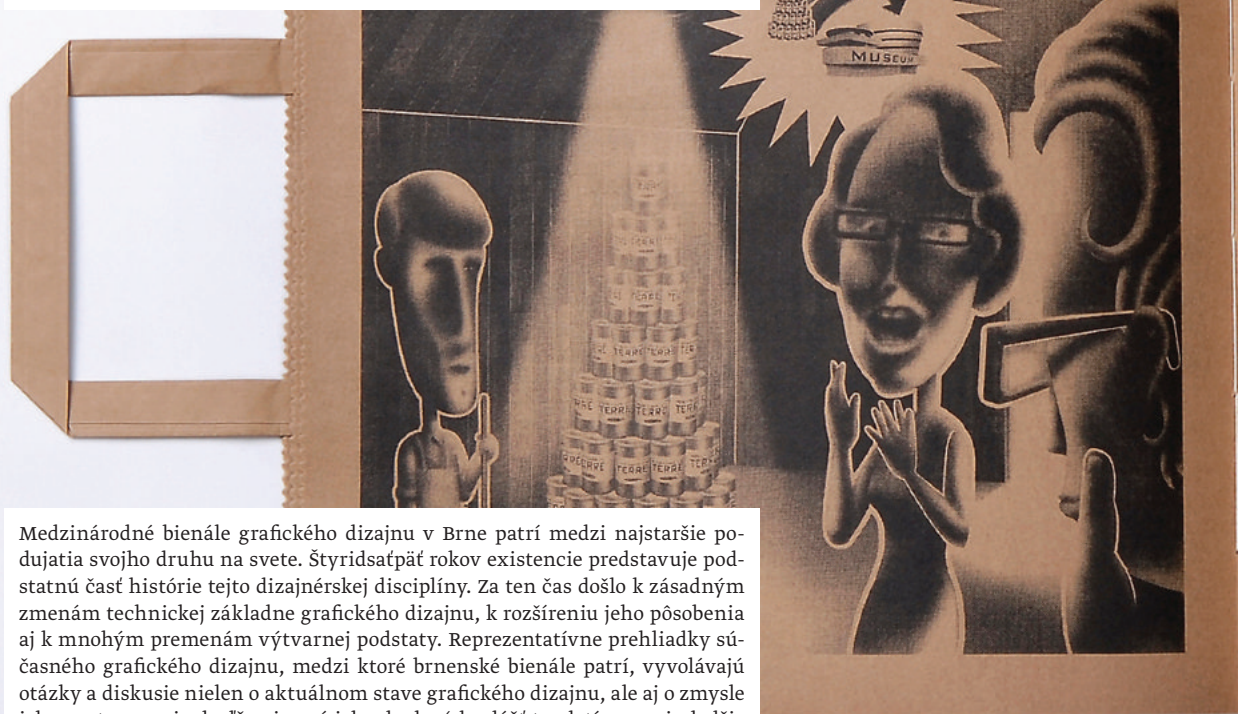
Ak v prípade jubilujúceho Rostoku poukazujeme na nesporné kvality - a to sa bez ohľadu na ich oprávnenosť pri takejto príležitosti aj patrí - súčasne hovoríme o kontroverzných reakciách na jeho práce, s dopovedaním dôvodov, s podčiarknutím systému hodnôt, ktoré autor vyznáva, uplatňuje a ponúka vo svojej tvorbe. Nemusí sa k nim hlásiť každý, ale je nespochybniteľné, že sú nielen súčasťou slovenskej kultúry, ale dávno prekročili hranice malej zeme. Francúzska kritička Anne Melcer v Paríži (2003) napísala, že vo svojej tvorbe „Rostoka s nevídaným emocionálnym nábojom rozširuje významové polia všedných predmetov a nachádza ich skryté tváre. Svojimi taktne ironickými antropomorfizmami vynáša na svetlo sveta koncentrovanú podobu celého ľudstva.“ Niet skutočne relevantných dôvodov s týmto názorom nesúhlasiť.



Brno opäť hlavným mestom grafického dizajnu

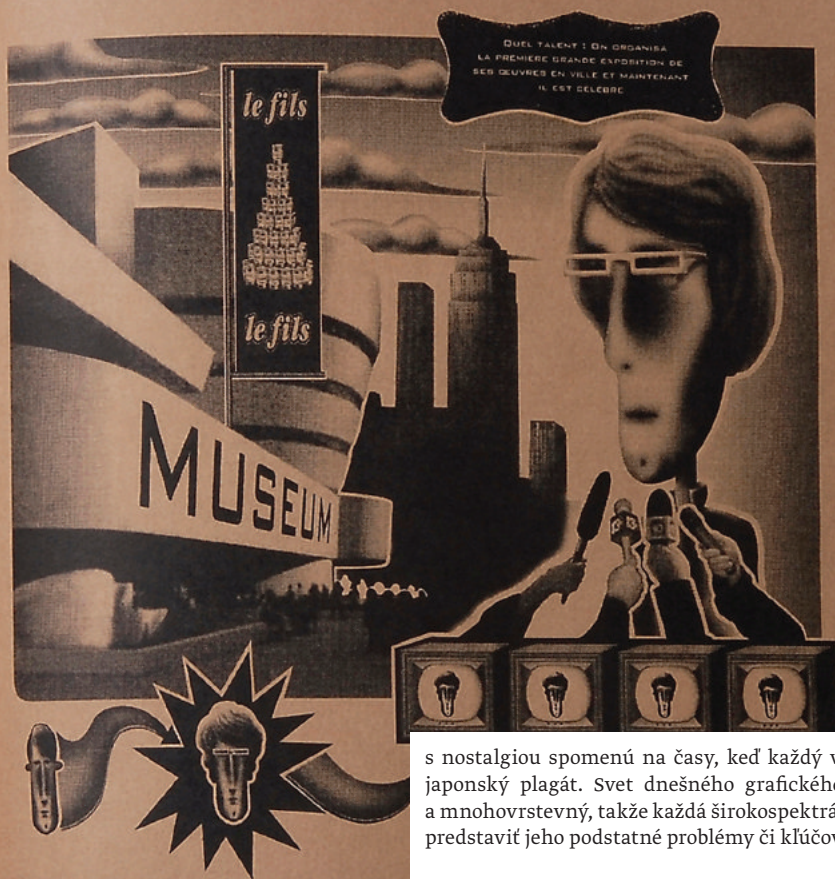
23. medzinárodné bienále grafického dizajnu Brno 2008

text_Zdeno Kolesár foto_archív Moravskej galérie v Brne



Medzinárodné bienále grafického dizajnu v Brne patrí medzi najstaršie podujatia svojho druhu na svete. Štyridsaťpäť rokov existencie predstavuje podstatnú časť histórie tejto dizajnerskej disciplíny. Za ten čas došlo k zásadným zmenám technickej základne grafického dizajnu, k rozšíreniu jeho pôsobenia aj k mnohým premenám výtvarnej podstaty. Reprezentatívne prehliadky súčasného grafického dizajnu, medzi ktoré brnenské bienále patrí, vyvolávajú otázky a diskusie nielen o aktuálnom stave grafického dizajnu, ale aj o zmysle jeho vystavovania, keďže viaceré jeho druhy (obzvlášť to platí pre najmladšie digitálne formy) sú primárne určené pre celkom iný kontext, ako je galerijná prezentácia.

Bienále grafického dizajnu, tradične organizované Moravskou galériou v Brne, v pravidelnom rytme strieda kategórie plagátovej a firemnej grafiky (naposledy v roku 2006) a kategórie zamerané na graficko-dizajnersku produkciu, od písma cez knihy a časopisy až po digitálne médiá. Tohoročná súťažná prehliadka teda opäť obsiahla eklektickú skladbu ťažko porovnateľných oblastí dizajnerskej produkcie. Nesúrodosť však v tomto prípade neprekvapuje. Odráža situáciu v súčasnom grafickom dizajne, keď dizajnéri v jednej oblasti (napríklad tvorcovia písma) majú často len hmlisté poznatky o problémoch v iných sférach (napríklad webovom dizajne). Pamätníci prvých ročníkov brnenského bienále si možno



s nostalgiou spomenú na časy, keď každý vedel, čo charakterizuje poľský či japonský plagát. Svet dnešného grafického dizajnu je nesmierne obsiahly a mnohovýstavný, takže každá širokospektrálna prehliadka môže len relatívne predstaviť jeho podstatné problémy či kľúčových tvorcov.

Do aktuálneho 23. ročníka bienále (prebieha od 17. júna do 19. októbra) sa prihlásilo 388 autorov z 39 štátov. Z prihlásených 1 600 exponátov porota vybrala 600, takže selekcia bola skutočne prísna. Kvantitatívne aj kvalitatívne dominujú kategórie Kniha a výstavné katalógy a Časopisy a noviny. Prispeva k tomu iste aj atraktívny spôsob inštalácie, ktorý umožňuje návštevníkovi dôkladne prelistovať celé publikácie. Len niektoré exponáty sú „muzeálne“ inštalované vo vitrínach, bohužiaľ, ocitli sa medzi nimi aj práce nositeľky Grand Prix bienále – poľskej rodáčky Kasie Korczak, žijúcej v holandskom Arnheme. Charakterizuje ich, podobne ako mnohé ďalšie práce, polemika s konvenčnou podobou tlačných publikácií. U Kasie Korczak sa obraz prekrýva s písmom, to je navyše predimenzované a výtvarne zušľachtené, takže vzniká nezvyčajný, no pôsobivý a kultivovaný dialóg dvoch základných výrazových prostriedkov grafického dizajnu. Publikácie ďalších autorov sú akoby vytrhnuté z väzby (približujú sa skôr artefaktom voľného umenia, ktoré dnes tiež často pracuje s médiami kníhy), obálka sa neraz formátom nezhoduje s vnútornými stranami. Nositeľ hlavnej ceny



v kategórii Kniha a výstavné katalógy, člen renomovaného londýnskeho štúdia Pentagram Angus Hyland uspel s katalógom pripomínajúcim poznámkový blok so štvorčekovým papierom a puzdrom na pero. Charakter experimentálnej bibliofilie má aj práca jedinej reprezentantky Slovenska v kategórii kníh a katalógov. Študentka Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave Slávka Pauliková predstavuje autorskú knihu Graféma. Rovnako jediným zástupcom v kategórii časopisov a novín je Emil Drličiak s grafickým riešením časopisu Designum. Slovenské dizajnérské periodikum síce pôsobí trochu krotko v kontexte ostatných prác, ale výtvarnú kvalitu a invenčnosť mu uprieť nemožno. V tejto kategórii zvíťazili mexickí dizajnéri Beltrán a Barrera s časopisom Ergo sum, ktorý síce prezentuje radikálny formátový kontrast titulkového a sadzbového písma, ale inak ho tiež možno priradiť k triezvejšie riešeným periodikám určeným na čítanie, a nielen na pozeranie obrázkov, ako je to bežné u väčšiny súčasných časopisov.

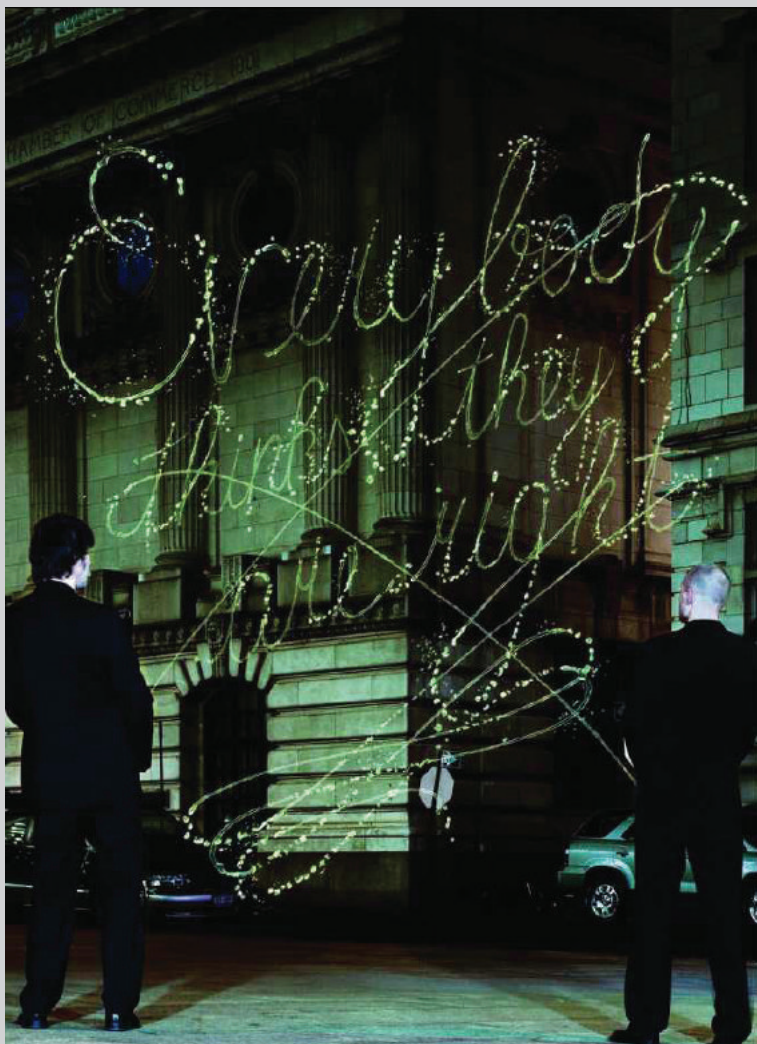
Solidnú úroveň má aj kategória Tvorba písma, ktorá však naznačuje útlm eufórie spôsobenej nástupom digitálnych technológií v tejto oblasti. Víťaz kategórie Tomáš Brousil (rodák z Nitry) predstavil sedem písiem prezentujúcich hravosť, ale aj kaligrafickú zdatnosť a remeselnú disciplínu, ktorú v digitálnej tvorbe písma v Čechách normatívne stanovila kľúčová osobnosť písmotvorby František Štorm. Jediným reprezentantom v tejto kategórii zo Slovenska je Ján Filípek (viac v rubrike Mladý talent). Čerstvý absolvent Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave vystavuje písmo Deva, ktoré už úspešne využili viaceré knihy a periodiká. Škoda, že disciplína, ktorá na Slovensku v poslednom čase zaznamenáva rýchly rast, nie je zastúpená početnejšie.

Snahu organizátorov bienále postihnúť rozširovanie poľa pôsobnosti súčasného grafického dizajnu odrážajú kategórie Obaly nosičov digitálnych a audiovizuálnych médií a Digitálne médiá. Ide o oblasti, ktorých tvorcovia aj konzumenti pôsobia v celkom odlišnom kontexte, než sú tradičné disciplíny grafického dizajnu. Príslušníci tohto „druhého sveta“ grafického dizajnu (obzvlášť tvorcovia digitálnych médií) sa málokedy zúčastňujú výstav, ktorých náplňou pôvodne boli len knihy alebo plagáty. Organizujú si svoje vlastné prehliadky, predstavujú svoju prácu skôr na internete, než vo výstavných sálach. Dobré mienená snaha organizátorov, na čele s kurátorkou Martou Sylvestrovou a predsedom organizačného výboru Alešom Najbrtom, sa nestretla s veľkým úspechom. Vzhľadom na skromnú účasť nemala kategória obalov a bookletov hudobných a filmových nosičov ani svojho víťaza.

† Stefan Sagmeister:
Predpokladáť je zväzujcie / Assuming stilling
návrh billboardu © Stefan Sagmeister.



¹ Stefan Sagmeister:
Každý si myslí, že má pravdu / Everybody thinks they are right
návrh citylightu © Stefan Sagmeister.



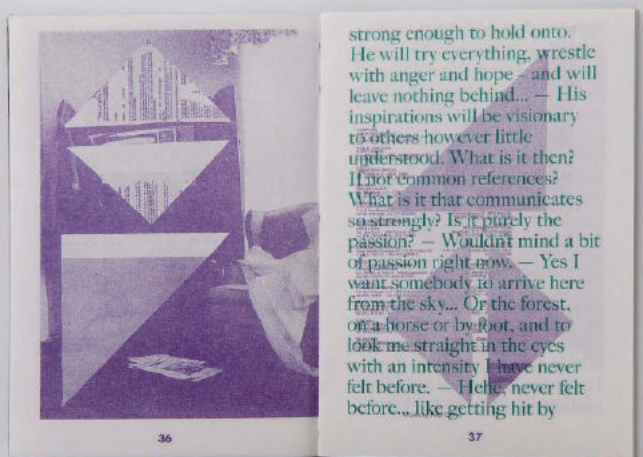
V kategórii digitálnych médií zvíťazila práca viedenského Büro für Visuelle Kommunikation, ale komorná inštalácia v priestore pod strechou brnenského Umeleckopriemyselného múzea bola len karikatúrou vitality internetovej komunikácie. Lepšie dopadol pokus vtiahnuť do priestoru galérie alternatívne výtvarné prejavy „umenia ulice“. Išlo o jednu z mnohých sprievodných výstav bienále a k jej úspechu iste prispelo aj to, že ju neorganizoval „akademický“ kurátor, ale zanietený zberateľ rôznorodých prejavov street-artu István Lékó. Počas rokov svojho pôsobenia v Prahe zdokumentoval stovky efemérnych prejavov street-artu od domácich aj zahraničných autorov vrátane kultových osobností ako Swoon či Banksy. Lékó výber zo svojej dokumentácie predstavil pod titulom City's Celebrities v Pražákovom paláci, kde zároveň prezentoval aj nedávno vydanú obsiahlu publikáciu mapujúcu túto problematiku.

Spomedzi ďalších sprievodných výstav bienále treba spomenúť pokračovanie projektu, v ktorom sa významní grafickí dizajnéri stávajú výstavnými kurátormi. Na minulom ročníku bienále sa tejto úlohy úspešne zhostil Peter Biľak, tentoraz americký grafický dizajnér, člen renomovaného štúdia Pentagram

Abbott Miller. Ako praktik sa v rámci súťažnej prehliadky predstavil viacerými prácami (napríklad dizajnom časopisu 2wice), ako teoretik pripravil v Pražskom paláci výstavu Brno Echo. Inšpirovala ho forma značky brnenského bienále, ktorú vytvoril k prvému ročníku v roku 1963 Jiří Hadlač a úspešne sa používa dodnes. Jej základom sú zrezané sústredné ovály. Príbuzný spôsob tvorby realizovanej obťahovaním jednoduchej formy objavil Abbott Miller v najrôznejších obdobiach dizajnu – od paralelných prútov operadla thonetky konca 19. storočia cez psychedelické či op-artové produkty grafického dizajnu 60. rokov 20. storočia až po aktuálny priemyselný dizajn Rona Arada. Abbott Miller v časovom horizonte mohol zostúpiť až k prvým jaskynným maľbám a jeho výstava presvedčivo dokladá fakt, že napriek meniacej sa technologickej základni a striedaniu najrôznejších „izmov“ v umení sú v mysliach ľudí trvalo usadené archetypálne formy, ktoré z rôznych pohnútok a v rôznych kontextoch vytvárajú základ výtvarného vyjadrenia.

Už tradične je jednou zo sprievodných akcií v Brne výstava členov medzinárodnej poroty. Menujme aspoň Jonathana Barnbrooka, jedného z najvýraznejších predstaviteľov súčasnej teórie aj praxe grafického dizajnu. K povinným jazdám patrí aj výstava držiteľa ostatného Grand Prix bienále. Kvôli striedaniu kategórií išlo o laureáta z roku 2004, japonského výtvarníka Fumia Tachibana. Jeho tvorba sa pohybuje na hranici dizajnu a experimentu využívajúceho tradície japonskej výtvarnej kultúry. Na brnenskom bienále sa pravidelne predstavujú aj najvýraznejšie osobnosti domáceho grafického dizajnu. Tentoraz dostal priestor Jiří Rathouský, ktorý zanechal v druhej polovici uplynulého storočia hlboké stopy vo viacerých sférach grafického dizajnu, od knižnej tvorby cez dizajn výstav (podieľal sa napríklad aj na inštalácii slávneho pavilónu bruselskej svetovej výstavy v roku 1958) až po orientačné systémy (pražské metro). Jeho retrospektívu možno nájsť v Miestodržiteľskom paláci, podobne ako výstavu slovenského grafického dizajnu (aj tá je súčasťou cyklu pravidelných výstav, zameraného na národné školy grafického dizajnu) a expozíciu Slovak Rep., ktorá je na tohoročnom bienále najvýraznejším slovenským príspevkom. Mladí grafickí dizajnéri Pavol Bálik a Juraj Blaško, ktorí výstavu kurátorsky pripravili, pôsobia na bratislavskej Vysoké škole výtvarných umení. Jej študenti vy-

↑ Fumio Tachibana, Japonsko:
Plagát pre časopis Foil Vol. 3, Little More Co. Ltd., 2003
© Fumio Tachibana.



↑ Kasia Korczak, Holandsko:
Cena ministra kultúry Českej republiky
- Velká cena Bienále Brno 2008
Dizajn knižky, 2006 © Kasia Korczak.



1 Tomáš Brousil, Česká republika:
Hlavná cena v kategórii Tvorba písma
Dizajn písma, 2007 © Tomáš Brousil.

tvorili práce, ktoré sú príspevkom do diskusie o výtvarnej identite Slovenska. Výstava ukazuje, že je ľahšie vysmievať sa z gýčov, ktoré neraz vznikajú v réžii našich oficiálnych inštitúcií (za všetky spomeňme riešenie slovenského pasu), než vytvoriť čosi, čo by výtvarne akceptovateľným spôsobom charakterizovalo našu národnú mentalitu. Keďže ide o tvorbu študentov, väčšina prác je logicky ladená humorne. Niekedy je to humor křčovitý, inokedy ťažko čitateľný, najmä pre cudzincov. Výstave však nechýba dynamika ani výtvarná kvalita, takže ju aj bez zbytočného lokálpatriotizmu možno zaradiť medzi to kvalitnejšie, čo brnenské bienále ponúka. Sem iste patria aj práce rakúsko-amerického grafického dizajnéra Stefana Sagmeistera, ktoré sa objavili nielen v Pražákovom paláci, ale aj na prilahlom námestí.

Tradične vynikajúce obsadenie malo sprievodné teoretické sympóziu organizované pražským dizajnérom a pedagógom Alanom Zárubom. Ten dokáže do Brna prilákať dôležité osobnosti a inak to nebolo ani tentoraz. Dokonca sa zdá, že dvojďňový seminár je pre odborné publikum významnejšou udalosťou než samotné expozície bienále. Andrew Altmann z britského štúdia Why Not Associates alebo už spomínaní Abbott Miller a Jonathan Barnbrook patria k hviezdám súčasného grafického dizajnu a ďalší rečníci mali podobne vysoké renomé. Účastníci seminára, ktorý sa konal 18. a 19. júna, mali možnosť oboznámiť sa s najaktuálnejšími prácami týchto osobností. Škoda len, že zväčša išlo o komentovanie vlastných portfólií a málokto z prednášajúcich našiel odvahu vysloviť prognózy ďalšieho smerovania svojej disciplíny. Ústrednou témou seminára mal totiž byť „Dizajn nabudúce“, no moderujúci Alan Záruba aj na priame otázky dostal väčšinou len vyhýbavé odpovede. Napriek tomu seminár dodal brnenskému bienále rozmer navyše. Prispel k tomu, že aj tohoročný, už 23. ročník bienále, potvrdil životaschopnosť a zmysluplnosť podujatia, ktoré v 90. rokoch uplynulého storočia mnohí odpisovali ako prežitú.

Slovak Rep.

text_Palo Bálik, Juraj Blaško foto_archív autorov

Výstavu Katedry vizuálnej komunikácie VŠVU v Bratislave na brnianskom bienále sme od začiatku chápali ako skvelú možnosť prezentovať najlepšie práce našich študentov. Dlhو sme uvažovali nad vytvorením ucelenej koncepcie, ktorá by sa stala ústredným motívom celej prezentácie. Z dôvodu košatého rozčlenenia našej katedry sme nakoniec zvolili kompromis jedného celokatedrového zadania.

Obsahová inšpirácia prišla v obálke z Moravskej galérie, z ktorej vypadla čudná vlajka. Trefne namixovaný globálny kokteil štátnych identít, prezentujúci medzinárodný grafický dizajn, nás priviedol k dlho odsúvanej téme vlastnej identity. Je slovenský grafický dizajn niečím výnimočný? Môžeme v kontexte Slovenska vôbec hovoriť o „národnom dizajne“? Ak áno, aké sú jeho špecifiká a atribúty? Primárnym zámerom tohto projektu nebolo nájsť jednoznačné odpovede na dané otázky, ale zachytiť aktuálny stav, v akom sa slovenská identita vo vizuálnej komunikácii nachádza. Išlo o experiment s cieľom zistiť, ako rôzne generácie grafických dizajnérov vo svojej tvorbe reflektujú kultúru prostredia, z ktorého pochádzajú a v ktorom sa aktívne pohybujú. Musíme priznať, že pomerne vysokú náročnosť zadania a možné problémy študentov s jeho spracovaním sme si uvedomili až oveľa neskôr. No aj napriek tomu sa projektu zúčastnilo viac ako 70 študentov, absolventov a doktorandov. Okrem tradičných médií grafického dizajnu vznikli aj práce s interdisciplinárnymi presahmi do voľného výtvarného umenia. Pokúsime sa priblížiť, ako k tejto problematike pristupovali samotní študenti a absolventi našej katedry.



NAD TATROU SA BLÝSKA

† Katarína Czikorová- Nad tatrou sa blýska, tričko 2008.

Problematika národnej a štátnej symboliky

V úvode eseje *Symbody národa a symboly štátu* slovenský historik Ľubomír Lipták výstižne popisuje peripetie vyjadrenia kolektívnej identity na Slovensku.¹

„Po vzniku Slovenskej republiky v roku 1993 mesačník *Slovenské pohľady* usporiadal anketu čitateľov o slovenskú farbu, strom, vtáka, rybu, kvetinu, pieseň. Autori sa odvolávali na príklad jednotlivých štátov Severoamerickej únie. Anкета bola istou sondou do národnej mytológie, ale vcelku prebehla za všeobecného nezáujmu verejnosti. Autori v eufórii z čerstvej samostatnosti prehliadli, že problém štátnosti už nie je v štádiu ritualizovaných sporov o symboly – vlajku, názov štátu, štátny znak. Otázne je, či to bol doklad zrelšej politickej kultúry alebo iba toho, že otázku symbolov, vonkajších prejavov národnosti a štátnosti už občania považujú za vyriešenú. Otázka je o to ťažšia, že v krajine, v ktorej medzi národnou identitou a štátnou príslušnosťou nie je vždy zhoda, prostriedkom formovania a vyjadrenia kolektívnej identity sú aj národné a štátne symboly. Niekedy sú totožné, inokedy sú tu rôzne formy koexistencie, občas aj rozpor.”

Z prvkov národnej identity Lipták vyberá jazyk, územie, jeho geografickú symboliku a hlavné mesto. Z prvkov štátnej identity hymnu, štátny znak a vlajku. Z celkového počtu prezentovaných prác jednoznačne prevažuje tendencia pracovať s národnými symbolmi v nasledujúcom poradí: folklór, geografia, hlavné mesto a jazyk.

Z prác, v ktorých sa folklórna estetika prejavuje najvýraznejšie, môžeme spomenúť napríklad folklórnu mapu Petra Gálu *Rôzna dolina* – jedna krajina, ktorá prehľadným topografickým spôsobom prezentuje Slovensko ako krajinu s neobyčajne bohatou diverzitou ľudových ornamentov a vzorov. Tento etnografický fakt (špecifikum, fenomén) využíva vo svojom animovanom videoklipe Na tej hore vysokej aj Nikola Latkovič, absolvent pôvodom z Čiernej Hory. Zahranici študenti reflektujú lokálny folklór omnoho citlivejšie a vedia prísť s originálnou interpretáciou. Trochu z iného súdka je ironický triptych Slovenský panteón absolventa Martina Šútovca, alias Shootyho, dnes už renomovaného slovenského karikaturistu, reprezentujúci archetypy slovenských „superhrdinov” vo forme bytostí z ľudových rozprávok a legiend, pričom využíva estetiku grafickej tvorby národného umelca Ľudovíta Fullu. Prijemným prekvapením je aj trojica písniem inšpirovaných rozličnými umelecko-historickými adaptáciami folklórnej estetiky. Zatiaľ čo písmo Jána Filípka *Poleno*, vytvorené pre potreby rovnomenného folklórneho súboru, vychádza z typicky slovenskej neotesanej drevorezby, písmo Mareka Chmiela Veselica je remakom modernisticko-folklórnych tendencií národného umelca Martina Benku v písmotvorbe. Hrubý, remeselný-materiálny charakter je zastúpený aj v chlebovom písme Klin Karola Prudila, vytvorenom pod vedením pražského písmotvorcu Františka Štorma.

Ďalším faktorom národného uvedomovania, ako uvádza Lipták, je vnímanie územia Slovenska – s hranicami aj výraznými geografickými prvkami. Práca s politickou mapou štátu umožňuje narábanie s krajinou ako s objektom, ktorému sa dajú voľne asociovať určité vlastnosti a kvality.

Interpretácia objektov Alice Horváthovej *Na špinavú prácu* a *Na špinavé prachy*, prezentovaných vo forme produktov z drogerie, je priamo podmienená kontextom, v ktorom sa aktuálne nachádzajú. Problematika rozdelenia Česko-slovenska nadobúda vo funkčnom odevnom doplnku Ľubice Segečovej Česko-slovensko) nečakane nové významy. Kolekcia tričiek 6 ks SK Pala Bálíka, ktorá vznikla pre happening Čerstvý dizajn na trhu, reprezentuje Slovensko ako krajinu, pre ktorú sa oplatí dýchať... a keď treba, aj sa poriadne zapotiť. Utvrďuje vo svojom presvedčení 5 % populácie, ktorá vidí v tvare mapy Slovenska čupiacu mačku. Dokonca stiera rozdiely medzi etnickými menšinami minimálne

¹ Lipták, Ľubomír: *Symbody národa a symboly štátu*, IN: *Mýty naše slovenské*, Academic Electronic Press, s. r. o., Bratislava 2005.

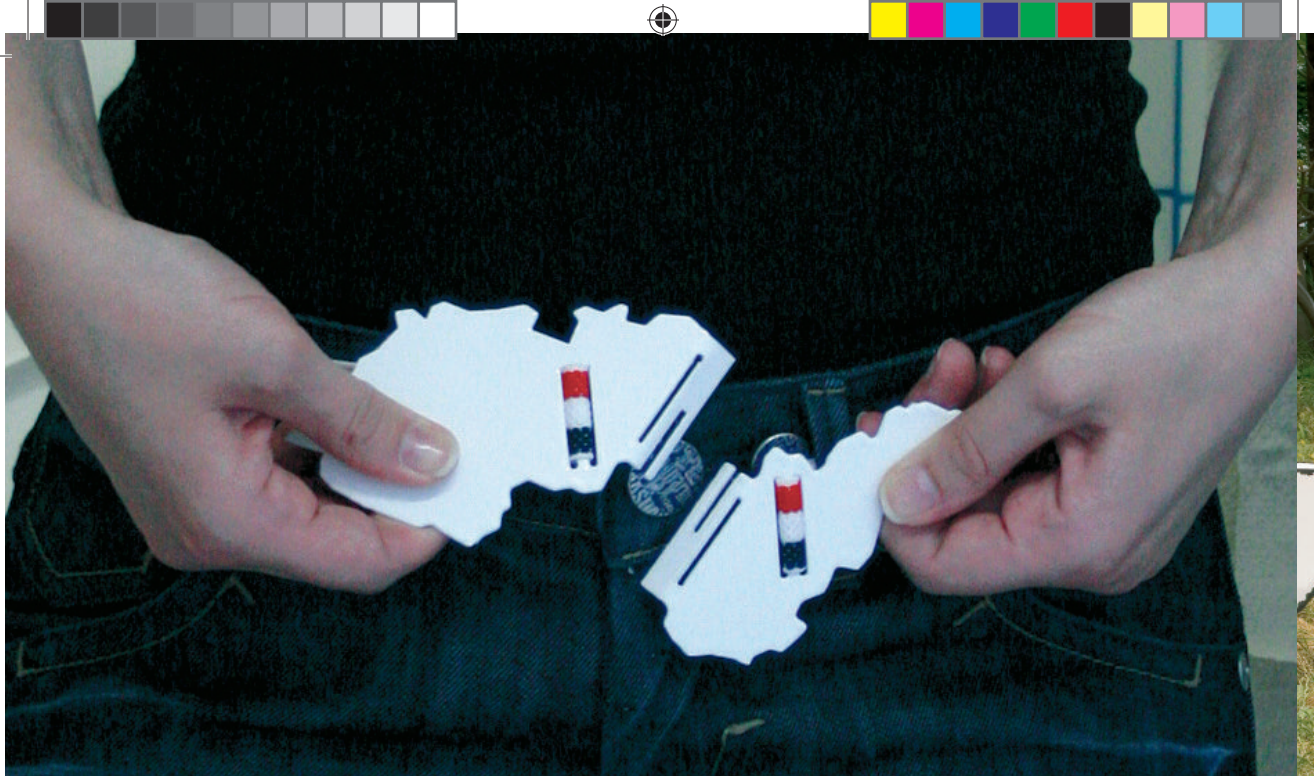


v otázke účesov. Diametrálne odlišný prístup ku geografii Slovenska zvolil Jakub Frölich vo svojej sérii šablón EÚ odporúča, ktorý prostredníctvom trojice európskych komisárov (politikov) rozhodujúcich o vstupe Slovenska do Európskej únie odporúča navštíviť geografický stred Európy v Krahuliach.

„Bratislava, na rozdiel od Prahy, Kyjeva, Záhrebu, Vilniusu a ďalších, sa stala hlavným mestom Slovenska a Slovákov iba pomerne nedávno a funguje skôr ako štátny, než ako národný symbol. Aj iné hlavné mestá, ktoré boli tradičnými národnými symbolmi, premenou na hlavné mesto štátu získavajú, ale aj strácajú. Sú symbolom národnej suverenity, ale aj miestom, odkiaľ sa ukládajú povinnosti, dane a vznikajú nie vždy múdre rozhodnutia. Kritici Bratislavy, ktorí hovoria, že z citovej stránky nie je „srdcom národa“, majú asi pravdu. Otázka je, čo s tým?“ (Lipták)

Téma Bratislavy je spracovaná formou troch zdanlivo odlišných publikácií, ktoré spája rovnako bizarný pohľad na mesto. Za čisto študentskú prácu môžeme považovať leporelo Lenky Stodůlkovej Bla Bla Blava, ktorá prostredníctvom ilustrovaných dojmov zahraničných turistov predstavuje svoje dočasné bydlisko ako miesto paranormálnej architektúry, zvláštnych ľudí a ešte zvláštnějších zvykov. Vo viac sociologickej polohe predstavuje slovenskú metropolu holandská študentka fotografie Illah van Oijen vo svojej knihe Bratislava - mesto na mieru, ktorú graficky upravili študenti Pavlína Morháčová a Marek Chmiel. Trojicu uzatvára nemenej alternatívny sprievodca po Bratislave s názvom BA! v grafickej úprave Branislava Matisa.

„Škála geografických prvkov, ktoré sú dôležité na formovanie a demonštráciu národnej identity, je pestrá - môže to byť pohorie, ako Alpy pre Rakúšanov, alebo naopak rovina, ako je pusta pre Maďarov. Môže to byť oblasť, ako Kosovo pre Srbov,



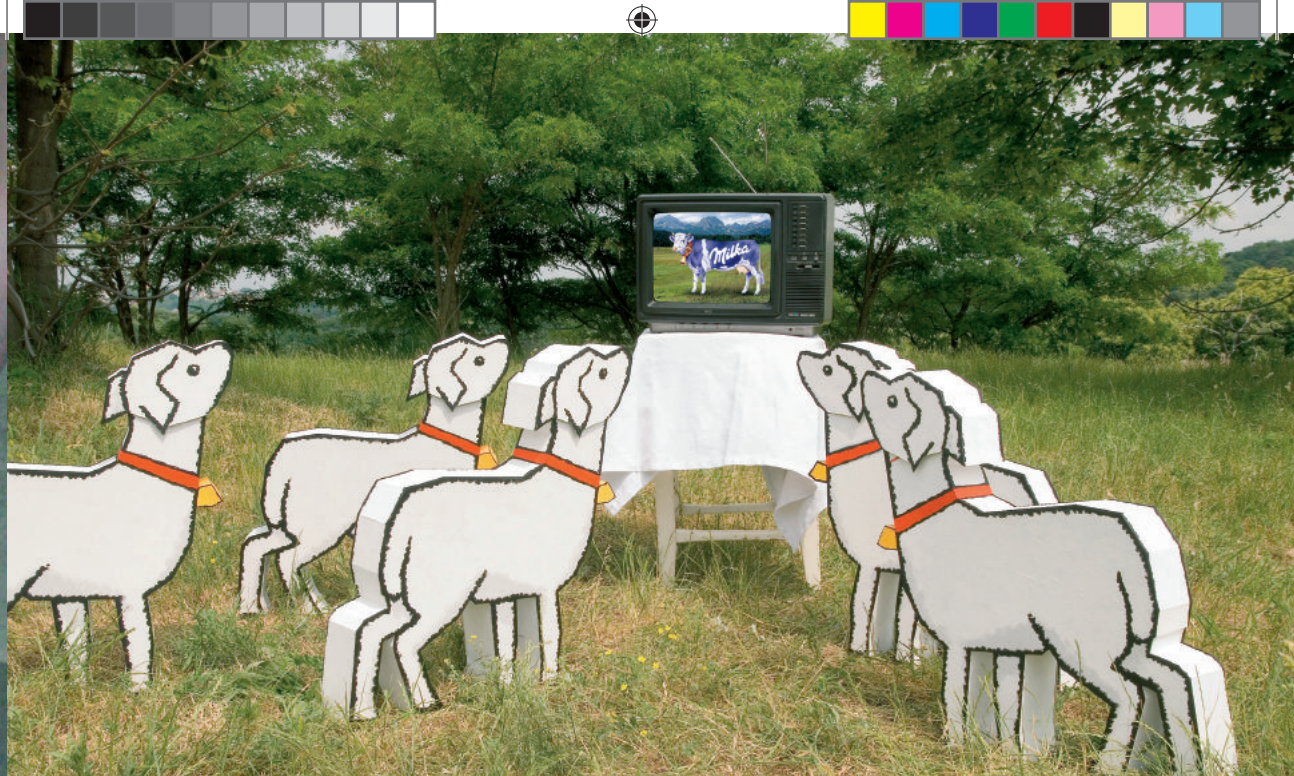
alebo mesto, ako Paríž pre Francúzov. Najnápadnejším geografickým bodom v slovenskom národnom povedomí sú Vysoké Tatry.“ (Lipták)

Z národných symbolov zaujali v prezentovaných prácach Tatry spolu s jazykom paradoxne najmenšie miesto. Plagát Tatry, naša pýcha Petra Vidu už len nihilisticky konštatuje večnú ochránársko-ekologickú perepúť, ktorú má zavŕšiť pripravovaný tvz. developerský stavebný zákon. Podivuhodnosť slovenského jazyka, ktorý si bez problémov vystačí aj bez samohlások, zastupuje jazykolamové tričko Strč prst skrz krk od Johany Balušíkovej – Bilak, ktoré okrem prezentácie písma Eureka Sans potrápi jazykové ústrojenstvo nejedného cudzinca.

„Tatry ako uznávaný národný symbol prešli aj do kategórie štátnych symbolov. Pieseň Ponad Tatrou blýska vznikla už roku 1844. Ako súčasť súboru hymnických piesní bola významnou zbraňou v arzenáli patriotickej agitácie. Po roku 1918 sa stala súčasťou štátnej hymny Československa. V tejto funkcii pretrvala až do roku 1992, od roku 1993 je štátnou hymnou Slovenskej republiky...“ (Lipták)
... a reinterpretovaným motívom na tričku Kataríny Czikorovej Nad Tatrou sa blýska .

„Tatry sa istým spôsobom prejavujú aj v štátnom znaku a na štátnej vlajke. Ide tu o produkt historickej mytológie, ktorá sa dlhým používaním stala historickou realitou. Slovenský znak – dvojramenný kríž na troch vrchoch – je doložený už od stredoveku. O pôvode kríža i troch vrchov, podľa niektorých iba troch gotických oblúkov, je rozsiahla odborná literatúra. Zistenia vedy nič nezmenia na tom, že v etape „patriotickej agitácie“ bol slovenský znak vyňatý zo znaku Uhorska a to aj s výkladom, že tri vrchy značia tri pohoria – Tatru, Matru a Fatru. Kríž Slováci označili ako „cyri-lo-metodský“. To znamená, že znak geograficky vyznačuje územie Slovenska a historicky zdôrazňuje obdobie jeho samostatnosti v podobe Veľkomoravskej ríše v 9. storočí. To je interpretácia, ktorej platnosť už nepodľomlia v povedomí verejnosti žiadne monografie, sympóziá ani kolokviá.“ (Lipták)

Iľubica Segečová- Česko Slovensko, opasok, 2008.



↑ Roman Mackovič – Nechajte orečky ku mne prísť, inštalácia, 2008.

O podlomenie povedomia slovenskej verejnosti sa aj napriek tomu pokúsili študenti ateliéru 305 pod vedením Jula Nagya (Veronika Obertová, Kristína Slivková, Diana Garafová, Natália Ferienčíková, Palo Ďurák, Juraj Chaláni, Veronika Melicherová, Andrej Dienes, Kateřina Kubánková) v projekte Redizajn. Provokatívny vizuál výstavy Slovenský mýtus Róberta Parša narába so štátnym znakom ako hokejový fanúšik s mejkapom. Za zmienku stojí, že výstava prezentujúca slovenské umenie obdobne skĺzla do prezentácie Slovenska ako krajiny, v ktorej dominovali a stále dominujú folklórne témy.

V priestore medzi národnými a štátnymi symbolmi nemožno opomenúť pomerne kvantitatívnu snahu niektorých študentov vyriešiť problém vizuálnej identity Slovenska formou analytických štúdií. Projekt Karola Prudila Uniformity sa usiluje kartografickým spôsobom mapovať krajinu faktov – pochodov, ktorá hostí všeobecnú úroveň slovenskej vizuality a temer všetkého slovenského. Pohľad do máp má priniesť zorientovanie, po ktorom nasleduje vykročenie želaným smerom.

O kompresiu celej slovenskej identity do priestoru príručného kufríka s názvom Skrep sa pokúsil Tomáš Klepoch spolu s predpripravenou akciou víťazného gólu národnej hokejovej reprezentácie vo finále MS 2001. Sociologický charakter skoro ako vyšitý majú aj Štatistické obrusy Michaely Chmeličkovej, ktorými sa pokúša predostrieť nezainteresovanému publiku zopár (viac-menej nepodstatných) faktov zo života slovenskej spoločnosti, o ktorých sa človek dozvie zväčša na návšteve starej mamy. Adam Marko vo svojej videoinštalácii vsadil na netradičné médium Krasohľadu, v ktorom sa všetky aspekty vizuálnej kultúry Slovenska bez ohľadu na kvalitu zákonite menia na esteticky príjemnú prezentáciu. Analytickú sekciu uzatvára grafologická štúdia slovenského rukopisu Slávky Paulikovej, usilujúca sa komparatívnou štúdiou vyabstrahovať typický písomný prejav priemerného Slováka.

Národný dizajn

Na Slovensko, tak ako do všetkých krajín z tej horšej strany strihutej železnej opony, donedávna nepošikvmené globalizáciou, vrhla vlna celosvetovo synchronizovanej estetiky nadnárodných monopolov, informačné technológie dopomohli k tomu, že estetické trendy sa šíria rýchlejšie ako infekcie. Iba sila miestnej kultúry môže dosiahnuť to, že kultúra absorbuje len to dobré a nenechá sa rozriediť, či priam zmýť balastom. Ten, samozrejme, globalizácia pri-náša tiež.

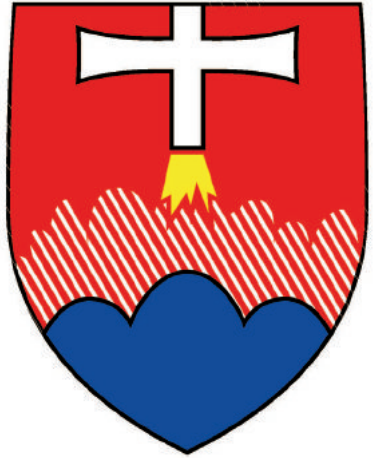
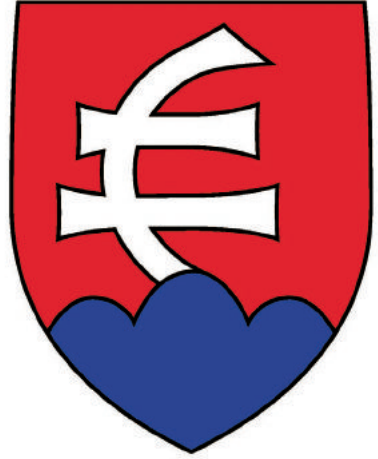
Nekritické akceptovanie globálnych trendov – ako jednu z dominantných čít Slovenska – vystihol Roman Mackovič vo svojej inštalácii Nechajte ovečky ku mne prísť. Do tejto kategórie môžeme zaradiť aj sériu plagátov Ondreja Gavaldu Chrámy konzumu, ilustrujúcu bezmocné hrozenie výstražnými prístami moralistov, nacionalistov a salónnych intelektuálov. Účtenky Pavlíny Morháčovej Slovenská poezia s textami slovenských literátov spolu s kolekciou tanierov Lukáša Čemana dokresľujú kultúrno-spoločenské turbulencie v našich krajinách.

Otázka teda neznie, či domácky balast nahradiť balastom inej proveniencie. Otázka je, ako sa vyhnúť balastu ako takému a pri tom si zachovať – v našom prípade vybudovať – vlastnú identitu.

Slovensko

Dlhodobá tendencia prezentovať Slovensko najmä prostredníctvom folklóru zvädza k identifikovaniu národného dizajnu s tvorbou s výrazným prvkom slovenskosti. Martin Štítovec vo svojej diplomovej práci Prostitúcia ako metóda sebarealizácie považuje prvoplánovú slovenskosť – a myslíme si, že prá-vom – za rakovinu slovenského štátneho dizajnu: „V hlavách jeho tvorcov totiž existuje len pár možností, ako vyjadriť slovenskosť: drevenica, dákt ľudia v kroji, dáky kostol, valaška, Kriváň, fujať, opasok, črpk, biela, modrá, červená. Títo ľudia by neboli v stave pochopiť napríklad myšlienku, čo priviedla slovenského umelca k tomu, že nedal vyryť na mince z druhej strany štátny znak, ale lastovičku, rybu, kozorôča. Čo je na tom slovinské? Iste by sa spýtali. Všetko, povedal by som bez mihnutia oka. Táto chudobokrvná predstavivosť prechádza spoločnosťou.“ O desať rokov dodáva: ... „príkladom zúfalej neschopnosti nájsť čokoľvek dostatočne slovenské sú naše budúce euromince: dvojkríž, Bratislavský hrad (so štátnym znakom prílepeným na hradiťom kopci) a Kriváň. Tamambiele končia. Ako z toho von?“

Zdá sa, že jednou z možností, ako uniknúť pasci prvoplánovej „slovenskosti“ v oblasti grafického dizajnu, je súčasná reinterpretácia vizuálnych prvkov ľudovej tvorby, štátnej i národnej symboliky v koncepcnej i formálnej rovine. Dôkazom životaschopnosti tejto teórie je pomerne početná skupina prác, v ktorých sa v rozumnom pomere miešajú aktuálne trendy vo vizuálnej komunikácii s tradičnými elementmi slovenského folklóru a kultúrnymi ikonami Slovenska.



Dobrym príkladom takéhoto prístupu sú napríklad návrhy nových slovenských bankoviek Marcela Benčíka, kde zdanlivo nevyčerpatelný ľudový ornament dostáva novú, praktickú funkciu. Projekt Vernacular Olgy Zemanovičovej posúva tento fenomén do 21. storočia prostredníctvom (voľne prístupného) generátora čipkových fontov. Dôkazom prepajiteľnosti estetiky aktuálnych trendov s prvkami slovenskosti v obsahovej rovine je návrh známok Jany Némethovej pre Slovenskú poštu na tému Slovenská gastronómia a vystrihovačky Alexa Gutraia Slovenskí titani.

Na druhej strane, práve sľubný potenciál reinterpretovanej „slovenskosti“ vo vizuálnej komunikácii v mnohých prípadoch limituje zmysluplnosť samotného dizajnu, pretože je zrozumiteľný iba pre lokálne publikum. Dúfať, že sa vďaka nejakej intenzívnej PR kampani niektoré želané slovenské kultúrne archetypy udomácnia v povedomí obyvateľov tejto planéty, je prinajmenšom naivné. No aj napriek tomu si myslíme, že sa o to treba neustále usilovať. Prekročenie hraníc regionalít síce môže vyvolávať v zahraničí dojem exotickosti, ten však môže byť vo svete medzinárodného dizajnu rozhodujúcim – originálnym faktorom. Teší nás, že sa o to niektorí študenti našej katedry už pokúsili. Konkrétne Jana Némethová s katalógom Folk Couture, predstavujúcim tvorbu mladých slovenských módných návrhárov a šperkárov v New Yorku, a vizuálne riešenie výstavy a katalógu putovnej výstavy debutujúcich slovenských dizajnérov na linke Londýn – Berlín – Amsterdam s názvom Creator/Slovak Creative Impact od tímu absolventov, ale i súčasných študentov: Marcel Benčík, Juraj Blaško, Alicia Horváthová a Ľubica Segečová.

Témy, o ktorých sa nehovorí, jednoducho neexistujú.
Ako trefne poznamenala slovenská teoretička dizajnu Ľubica Hustá:
„Národ predsa nie je grafický dizajnér.“

*Text odznel ako prednáška na Bienále v Brne,
prešiel redakčnou úpravou.*



† Nikola Latkovič - Na tej hore vysokej, videoklip, 2005.

www.bienale-logo.sk

1. medzinárodné súťažné bienále LOGO 2008 Banská Bystrica 11.11. – 23.12. 2008



ODBORNÍ
GARANTI



VYSOKÁ ŠKOLA
VÝTVARNÝCH UMENÍ
ACADEMY OF FINE ARTS
AND DESIGN



ÚRAD
PRIEMYSELNÉHO
VLASTNÍCTVA
SLOVENSKEJ
REPUBLIKY

PARTNERI



MESTO
BANSKÁ BYSTRICA



LOGO 2008 je určené najmä pre profesionálnych grafikov, dizajnérov, umelcov na „voľnej“ nohe, grafické štúdiá a reklamné agentúry, ale takisto pre študentov vysokých a stredných škôl so zameraním na výtvarné umenie, grafiku a dizajn.

Uzavierka súťažných prihlášok je 15.10.2008.

MEDIÁLNI PARTNERI

designum

font

grafika

Logo Revue

dp | www.designportal.cz



LOGO 2008 – Stredoslovenská galéria
Dolná 8, 975 90 Banská Bystrica

tel.: 048 / 470 16 15
fax: 048 / 470 16 15

e-mail: sutaz@bienale-logo.sk
www.bienale-logo.sk

Ján Filípek: Štúdium na VŠVU mi nedovolilo stagnovať

text_Naďa Kančevová foto_archív J. F.

Svoj grafický program stavia predovšetkým na typografii. Je autorom fontu Deva, na ktorom pracoval tri roky. Nás zaujala téma jeho diplomovej práce: Redizajn detského časopisu Zornička. „Úroveň grafickej stránky detských časopisov na Slovensku ma rozčuľuje,“ hovorí čerstvý absolvent ateliéru profesora Stankociho na bratislavskej VŠVU Ján Filípek.

Pamätáš si, kedy ťa na knihách a časopisoch začal zaujímať viac vizuál než obsah? Odkedy pozornejšie vnímaš, ako je urobený plagát, typografia knihy či obal výrobku? Asi odjakživa. Ale intenzívnejšie od čias, keď som končil ŠUP-ku.

Bol si typické výtvarnícke dieťa, ktoré prešlo od LŠU cez ŠUP-ku až na Vysokú školu výtvarných umení? Áno. Vlastne už od základnej školy ma učiteľia navigovali týmto smerom, pretože videli, že k tomu prirodzene inklinujem. Išlo to spontánne.

Ako si vnímal štúdium na Katedre vizuálnej komunikácie VŠVU? Ovplyvnil ťa niektorý pedagóg zásadnejšie, alebo pre teba škola predstavovala iba povinnú jazdu, ktorú treba v rámci vzdelania absolvovať? Myslím si, že štúdium na VŠVU ma dosť posunulo. Prácu s počítačovými programami, s výnimkou Photoshopu, som zvládol sám, štúdium však bolo dôležité v tom, že mi nedovolilo stagnovať. Jednoducho mi nedovolilo skončiť na úrovni, ktorá by mi stačila na prácu v slovenskej reklamnej agentúre. A mal som aj kvalitných pedagógov, ktorých si vážim.

Menovite... Profesora Stankociho, ktorý ma najmä na začiatku ovplyvnil v spôsobe uvažovania. Dvakrát som bol na stáži, čo ma takisto posunulo. V šiestom ročníku to bola najmä samostatná práca na diplomovke, kde som typografiu konzultoval najmä s Palom Bálikom.

Zdá sa, že vo väčšine tvojich návrhov je dominantnejšia typografia, resp. kompozícia s písmom než obrazová stránka. Je to možné. Asi pred tromi rokmi, keď som sa začal písmom zaoberať intenzívnejšie, som dokonca zaregistroval, že výrobok alebo obálku knihy už nevnímam ako celok, ale zaujíma ma predovšetkým, aký typ písma bol použitý. Často si ani neprečítam názov, skôr začnem lúštiť typ písma.

Niektorí grafickí dizajnéri tvrdia, že navrhnuť nové písmo je jednou z najťažších prác, pretože takmer všetko bolo vymyslené. Nekonfrontoval si sa s týmto problémom? Vlastne nie, pretože keď sa vytvorí nejaký nový typ písma, nikdy nie presne taký ako existujúce či už vytvorené, hoci zmeny môžu byť na prvý pohľad minimálne.



Deva IdealTM

Copyright © Ján Filípek, 2007

Light

Light Italic

Book

Book Italic

Regular

Regular Italic

Medium

Medium Italic

Bold

Bold Italic

ř Pismo Deva Ideal, 2007.



WHO IS SHE?

text typeface

Sexappeal

CAN BE THE TYPEFACE PRETTY?

soft reading

Ideal proportions

SMOOTH CURVES

ř Písmo Deva Ideal, 2007.



Svoje písmo si pomenoval Deva. Názov mi pripomenul kedysi obľúbenú čokoládovú tyčinku. Asi to však nebola táto „deva“, ktorá ťa inšpirovala? To nie. Je to písmo inšpirované ženskou krásou. Odtiaľ pochádza jeho názov.

Predpokladám, že najpoužívanejším typom písma sú dnes Times New Roman a Arial. Myslíš si, že môže ešte vzniknúť písmo, ktoré by prekonal tieto zaužívané typy? Nevylučujem to, aj keď to asi nebude môcť byť veľmi odlišné písmo. Arial a Times sú možno najpoužívanějšími fontmi v počítači. Keby sa však Microsoft rozhodol dodávať počítače s iným typom fontov... Neplatí, že Times New Roman a Arial sú najpoužívanější v komerčných tlačovinách. Neviem, či by sa našlo veľa kníh alebo časopisov s týmito písmami. V poslednom desaťročí bolo vyvinutých niekoľko typov písiem, ktoré na prvý laický pohľad vyzerajú ako Arial. Existuje množstvo kvalitných písiem, ktoré sa kupujú a nie sú legálne prístupné na stiahnutie.

Ako dlho trvá vytvorenie nového fonu? Dlho. Vytvorenie kompletného nového fonu je časovo veľmi náročné. Keď som robil Devu, zobralo mi to tri roky života. Asi štyrikrát som ho prerábala... Výsledkom je bezserifové, teda bezpätkové písmo, ktoré bolo pôvodne určené na kratšie texty, ale dalo by sa použiť aj na dlhší text. Začal som sa mu venovať, keď som bol na študijnom pobyte v Krakove, profesionálne som ho rozpracoval počas študijného pobytu v Prahe a venoval som sa mu takmer každý deň.

Zúročuje sa ti to dnes? Určite. Minimálne písmu samotnému to pomohlo. Je to font, ktorý sa dá kúpiť a bol použitý aj v niekoľkých výstavných katalógoch.

Máš vytvorený nejaký systém, na základe ktorého pri navrhovaní postupuješ? Čo zohľadňuješ ako prvé: účel, formu, farbu? Na začiatku hľadám obsah, ktorý by danú vec najlepšie reprezentoval. A podľa toho potom vizuálnu



reprezentáciu a formu. Aj farba môže byť prvkom, ktorý danú vec reprezentuje a doplní jej význam a obsah. A forma vyjadrenia je často závislá od formátu alebo tlačovej techniky či média, v ktorom bude realizovaná.

Ako by si charakterizoval svoj grafický rukopis? Pre každú prácu sa usilujem nájsť vizuálne prvky, ktoré by ju vyjadrili čo najlepšie. Preto sa neusilujem o vlastný rukopis, ktorý podľa mňa v grafickom dizajne potrebný nie je. Takže čím osobitejší charakter dodám každej práci, tým lepšie.

A čo vzory? Sú v svetovom dizajne nejaké authority, ktoré ťa inšpirujú? Nemám žiadne konkrétne vzory. Skôr sa sústreďujem na grafický dizajn, ktorý vytvorili, a to je väčšinou od každého len niečo. Ale rád počúvam názory a postrehy mladších dizajnérov zo Slovenska a Čiech, pretože pravdepodobne si budem musieť prejsť niečím podobným.

Na stole máme tvoju diplomovú prácu – zatiaľ nerealizovaný návrh na redizajn detského časopisu Zornička. Ako si sa k tejto téme dostal? Musím povedať, že ma dosť rozčuľovala úroveň grafickej stránky detských časopisov na Slovensku. Pozoroval som to už dlhší čas. Z tohto hľadiska bola téma diplomovej práce výzvou. Navyše to bolo zaujímavé aj v tom, že robiť grafický dizajn pre deti je niečo úplne iné, ako robiť ho pre dospelých. Usiloval som sa hravým spôsobom pracovať s textom, prepojiť ho s obrazovou časťou... Paradoxom je, že hoci reakcie na môj návrh boli zatiaľ takmer výhradne pozitívne, vedenie Zorničky sa realizácie zľaklo.

Čo ich vystrašilo? Myslím si, že sa báli zmeny. Báli sa zmeniť prastarú zaužívanú grafiku, ktorá však podľa mňa pre deti už nie je veľmi príťažlivá.

Aká bola tvoja prvá seriózna zákazka? V oblasti grafického dizajnu mi najviac záležalo na vytvorení vizuálneho štýlu pre Folklórny súbor Poleno, čo bola zároveň aj moja bakalárska práca. Ak však chápeme serióznosť podľa toho, že je zákazka aj riadne zaplatená, bola to až knižka Štiavnica pre Rastu Mišíka, ktorú som dokončil len nedávno.

A čo práca v reklamnej agentúre? Máš s ňou osobné skúsenosti? Nie, zatiaľ som v reklame nepracoval.

Pýtam sa, pretože väčšina grafických dizajnérov dnes končí v reklamných agentúrach. Vidíš aj iné možnosti svojho uplatnenia? Áno, na Slovensku väčšina ľudí skončí v reklamkách alebo grafických štúdiách. No existujú aj iné možnosti. Napríklad byť dizajnérom na voľnej nohe. To je niečo, čo by som raz chcel dosiahnuť. Chcel by som mať malé grafické štúdio, ale či to budem finančne zvládať, netuším. Zatiaľ sa tým vážnejšie nezaobieram. Teraz mám pred sebou magisterské štúdium v Holandsku. Od septembra spolu s Ondrejom Jóbom nastupujeme na Kráľovskú akadémiu v Haagu. Táto škola má špeciálny odbor zameraný na dizajn písma. Z hľadiska špecializácie má povesť jednej z najlepších škôl v Európe, ak nie na svete. Už sa veľmi teším.



← Písmo Poleno, 2006.





Fashion Flash

Národná cena za dizajn



Výstavný a informačný bod SCD
SATELIT
Dobrovičova 3
Bratislava



Lubomír Longauer: Nápisy a písmená

Studentský salón 08

plán výstav do konca roka 2008

Mladý obal 2008

5. september – 3. október 2008

GD2D + PD3D - Fresh Air from Pure Austrian Design

8. október – 26. október 2008

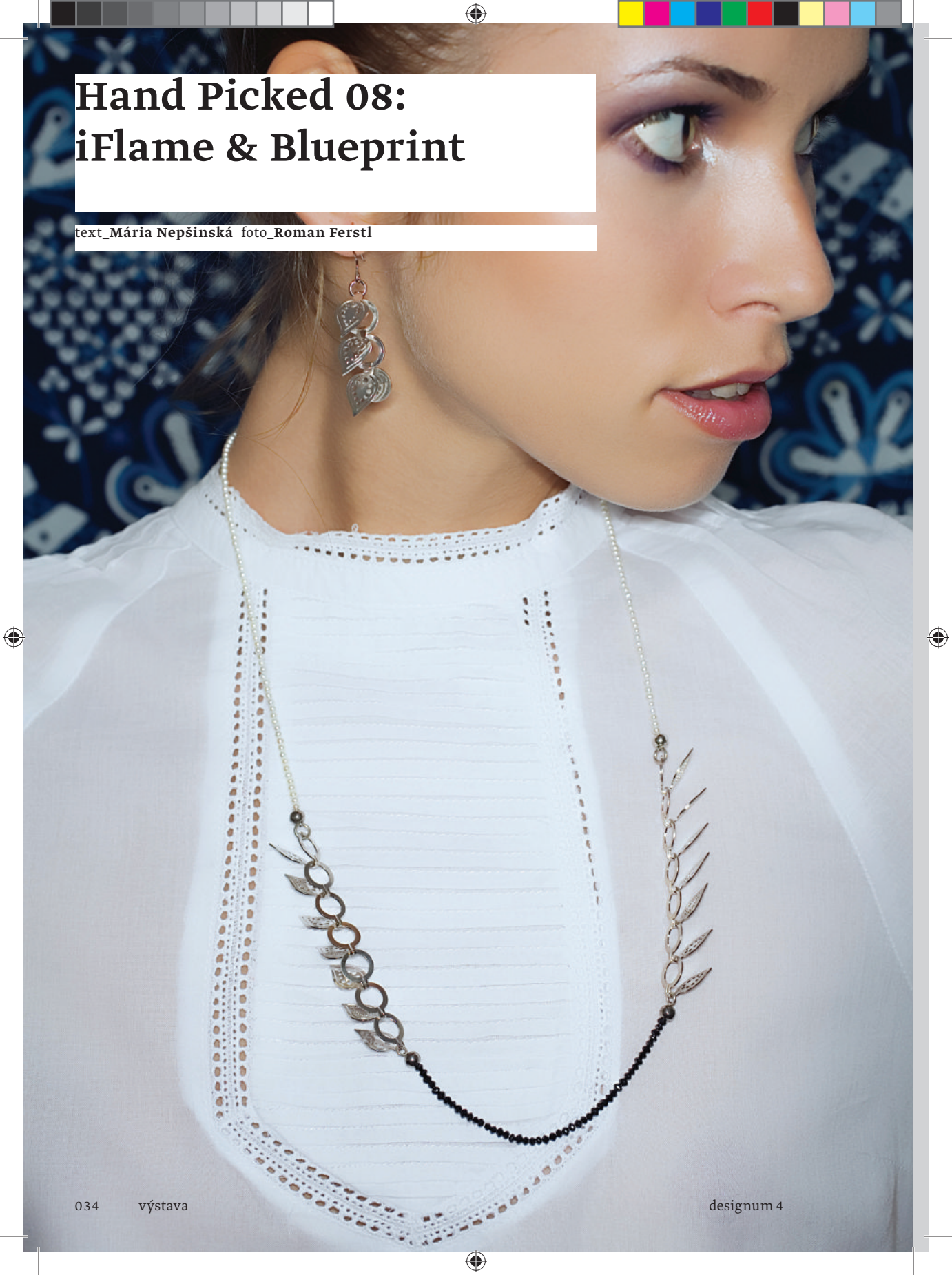
Pocť príboru

12. november – 31. december 2008

Otvorené denne (okrem pondelka) 13,00–18,00
Kontakt: Daša Dúbravová, tel. 02 5292 0184
dubravova@scd.sk, www.scd.sk



SATELIT



Hand Picked 08: iFlame & Blueprint

text_Mária Nepšínská foto_Roman Ferstl



Vo výstavnom a informačnom bode SATELIT sa 25. júla – 29. augusta uskutočnila výstava Hand Picked 08: iFlame & Blueprint. Výstava originálnych kolekcií vytvorených dizajnérkou šperkov Luciou Ganzer, zakladateľkou slovenskej spoločnosti Hand Picked.

www.handpicked.sk

Lucia Ganzer (1975), absolventka ateliéru Kov a šperk na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave, začala v roku 2000 pôsobiť vo Viedni, kde pracovala vo firme Otto Bocck/Silicon Hause na svojej diplomovej práci Šperk ako funkčná súčasť ľudského organizmu. Neskôr pracovala v Galerii Stoss im Himmel (2001 – 2003) a od roku 2003 pôsobila po boku zlatníka Christiana Köhlera. Pre značku Florian Ladstatter začala pracovať v roku 2005 a v rámci tejto spolupráce vznikli aj modely pre kolekciu jar/leto 2007 návrhára Husseina Chalayana.

V roku 2006 založila na Slovensku spoločnosť Hand Picked, s.r.o., ktorá až do roku 2008 produkovala pre značku Florian Ladstatter. V roku 2008 sa Hand Picked (v preklade ručne vybraté) transformovala na nezávislú značku a prichádza na trh so svojou prvou samostatnou kolekciou s názvom iFlame. Okrem rozvíjania vlastnej značky sa naďalej venuje produkcii a tvorbe pre iné svetové módné značky.

Prvá verejná prezentácia značky Hand Picked na Slovensku zahŕňa kolekciu iFlame a najnovšiu kolekciu Blueprint, ktorá je inšpirovaná slovenským folklórom a tradičnou ornamentikou modrotlačie v netradičných materiálových vyhotoveniach a kombináciách zo striebra, zlata, akrylu, dreva, perál, Swarovského krištáľov... iFlame je prvou samostatnou sériou značky Hand Picked. Energia, ktorú prináša, je jasná: „... a práve dnes sa pokúša zapáliť váš osobný oheň, oheň vo vás, váš iFlame. Začnite prvým škrtnutím.“ Jej vizuálne posolstvo je postavené na hľadaní podobenstiev ohňa v okolitom prostredí. Kolekcii dominuje motív plamienka aplikovaný na množstvo ďalších symbolov ako snehuliak, tulipán, ryбка, domček, anjel, srdce, hviezda atď. Komerčne zameraný vizuálny štýl Hand Picked je postavený na dvojdimenzionálnom stvárnení zvolených motívov. Status bižutérie vysokej kvality výrazne podporuje dizajnersky spracovaná škatuľka na mieru každému zo šperkov, vyrobená z akrylu a papierového prebalu.

Na výstave autorka predstavila približne 50 sériovo vyrábaných šperkov (brošne, náhrdelníky, náušnice, náramky). Koncepcia dizajnu šperkov je založená na tradičných remeselných inšpiráciách, transformovaných do tvarovo moderného štýlového prejavu. Základnou prioritou je takisto vysoká kvalita a sériová výroba s využitím nových materiálov, spracovaných modernými technológiami (CNC fréza), ale aj tradičnými remeselnými zlatníckymi technikami. Šperky Hand Picked charakterizuje predovšetkým funkčná dekoratívnosť a hľadanie nápaditých a zároveň praktických riešení. Stratégiou tejto slovenskej značky je malosériová produkcia sezónnych kolekcií, ako aj solitérov, pričom často spolupracuje s inými módnymi značkami. Jej ambíciou je presadiť sa na domácom aj svetovom trhu (Paris Premiere Classe, London Fashion Week). Lucia Ganzer pri tvorbe kolekcií úzko spolupracuje s programátorom Jozefom Némethom.





História

17a

62001

Madracový grád
90, 110 cm

40 cm

38,8
18

28 striž f
15 Lú 1/2b

Textilné a odevné podniky na Slovensku História a súčasnosť

text_Zuzana Šidliková foto_archív firiem

História a súčasnosť

Záznamy o počiatkoch textilnej produkcie u nás siahajú do 18. storočia, keď František Lotrinský založil bavlnársku manufaktúru v Šaštíne. K výraznejšiemu rozvoju textilného priemyslu došlo predovšetkým v 19. storočí, tlak veľkovo výroby znižuje cenu tkanín, čo zapríčinilo postupný rozklad cechovej výroby. Šitie tovaru „do zásoby“, teda pre sklad (a nie kokrétného objednávateľa), súvisí s nárastom potreby väčšieho množstva odevov – predovšetkým spodnej bielizne, pracovných odevných doplnkov či vojenských uniforiem. I keď výroba konfekcie siaha ešte do obdobia pred vynálezom šijacieho stroja, naplno sa podarilo rozbehnúť produkciu odevnej konfekcie až po jeho vynájdení v polovici 19. storočia. V moravskom Prostějove sa medzi významnými obchodníkmi s konfekciou uvádza Moritz Mandl¹, ktorý po úspešnej dodávke uniforiem pre Uhorsko v rokoch 1848 – 1849 kúpil v roku 1855 v Prostějove továrenskú budovu. Mandlova odevná veľkovýroba bola vo svojom čase skutočne jedinečná. Následne začali výrobu v tejto oblasti ďalšie odevné firmy. Produkcia sa tu udržala i v 20. storočí, keď Prostějov naďalej stál na čele konfekčnej veľkovýroby. Už tento príklad naznačuje, že vhodné podmienky na zakladanie a úspešný vývoj priemyselného podniku často súvisia s kontinuálnym rozbehnúť produkciu u výrobných tradícií danej oblasti. Najdôležitejšia je rokmi overená sieť dodávateľov a spotrebiteľov, rovnako i postupná strojová inovácia a dostupnosť odborných pracovníkov. Prirodzene, aj preto sa politicko-ekonomické zmeny v spoločnosti prejavujú na fungovaní výrobných procesov nie vždy pozitívne.

Aká je história slovenských textilných a odevných firiem a aké bolo v minulosti postavenie ich dizajnérov? Aké je dnes? Za zmienku určite stojí, že koncom 70. rokov 20. storočia tvorilo zamestnaneckú základňu v odevnom a textilnom rezorte v Československu 1 400 dizajnérov a návrhárov všetkých kvalifikačných stupňov a špecializácií.²

1 – Benda, Jiří: Odevní průmysl v Českých zemích, Ústí nad Orlicí 1984, s. 33.
2 – Hlaváčková, Konstantína: Kytky v popelnicí, Praha 2007, s. 83.

1 < Tatraľan, vzorkovnica tkanín zo 60. rokov.

VALÓDI SZEPESSEGI
VÉD-
JEGY
ECHT ZIPSER

WEIN RÁR

Karl Wein & Co. – Tatralan

V roku 1860 bola v Kežmarku založená pradiareň a tkáčovňa ľanu, ktorá dnes patrí medzi najstaršie fungujúce textilné továrne na Slovensku. V 80. rokoch 19. storočia prechádza závod do vlastníctva Karla Weina.³ Firma vyrábala predovšetkým damaškové tkaniny, obrusy, utierky, vreckovky a posteľnú bielizeň. Okrem domácich trhov dodávali svoje výrobky hlavne do balkánskych štátov. Počas prvej svetovej vojny sa počet robotníkov zvýšil vďaka vojenským zákazkám až na 900, avšak po vojne došlo k oslabeniu trhov s ľanárskym priemyslom, a preto bola výroba v roku 1919 pozastavená. Produkcia sa znova preberá k životu až počas druhej svetovej vojny, keď závod získava nové vojenské zákazky. V roku 1945 bola na podnik uvalená národná správa, 28. júna 1947 bola továreň znárodnená. Od roku 1948 nesie názov Tatralan.

Z novodobej histórie firmy je významný rok 1994, keď sa podnik transformoval na akciovú spoločnosť. V roku 1996 bola spoločnosť sprivatizovaná. Dočasne, v období medzi rokmi 2002 a 2004, niesla názov Texilan s.r.o., aby sa následne vrátila k predchádzajúcemu názvu. Po roku 2004 je Tatralan dcérskou spoločnosťou firmy SVITAP J.H.J Svitavy. Firma patrí naďalej k tradičným výrobcom bavlnených a ľanových tkanín. Produkcia je zameraná na bytový textil – utierky, uteráky, posteľnú bielizeň, obrusy. Popri tom vyrába i technické textílie – rôzne druhy plátna (maliarske, lehátkové, slnečníkové atď.) a netkaný textil – geotextílie (uplatňujú sa v stavebníctve). Značnú časť produkcie predstavujú tkaniny pre silové zložky ministerstva vnútra a ministerstva obrany (pre potreby armády, hasičov, plynárov...).

³ _Históriu podniku spracovali v 60. rokoch 20. storočia. Dnes však v podkladoch firmy môžeme nájsť i nie veľmi jasný údaj o inom majiteľovi ľanárskych závodov – Regenhart a synovia. Je známe, že v Kežmarku bola silná tradícia pestovania ľanu, v 19. storočí tu bolo niekoľko ľanárskych tovární. Presné majetkové a objektové prevody by sa definitívne mohli potvrdiť až pri bližšom výskume v archívoch.



†
Vzorokovnica tkanín
firmy Karl Wein.

Tatraľan má momentálne 144 zamestnancov. Export predstavuje v súčasnosti 43 %, vyváža sa takmer do celej Európy: Maďarska, Nemecka, Čiech, Rakúska, Švajčiarska, Španielska, Dánska a ďalších krajín. Predaj je organizovaný prostredníctvom odbytového oddelenia, ale i cez vlastnú predajňu. V súčasnosti funguje aj internetový obchod.

Dizajn je v kompetencii oddelenia technickej prípravy výroby (TPV), v súčasnosti ju tvoria dve pracovníčky, Ing. Lesniaková a Dančová. V čase, keď mal Tatraľan okolo 2 000 zamestnancov, aj tento útvar zamestnával približne 20 pracovníkov. Tvorili ho výtvarníci, ktorí navrhovali vlastné dezény a „dessinatérky“, ktoré tieto navrhnuté dezény rozpracovali do materiálov a farieb. Napokon tento proces uzatvárali technológovia, ktorí určovali technológiu spracovania. V dôsledku nepriaznivého celosvetového vývoja na textilnom trhu došlo vo firme k viacerým reštrikčným opatreniam vrátane znižovania počtu zamestnancov. Ako hodnotí Jana Lesniaková: „Dnes si časť klientov, hlavne na export, prináša vlastné návrhy, resp. nápady, ktoré potom žiadajú prepracovať. Časť nových dezénov sa navrhuje na našom oddelení a na vývoji nových tkanín pre armádu sa podieľajú aj technológovia vo výrobných prevádzkach.“

Spomedzi viacerých ocenení Tatraľanu spomeňme aspoň Zlatú Fatimu na veľtrhu Trenčín mesto módy (rok 1998, 1999, 2000). Firma sa tiež viackrát zúčastnila súťaže Národná cena za dizajn, organizovanej Slovenským centrom dizajnu, veľtrhov Nábytok a bývanie v Nitre, Pragointeriér, Domexpo či medzinárodného veľtrhu Heimtextil vo Frankfurtu.

Tiberghien – Merina

Bratia Paul a Jean Tiberghienovci pochádzali zo severného Francúzska, kde na konci 19. storočia vlastnili niekoľko textilných tovární. Po dohode na ministerstve obchodu v Budapešti získali finančnú podporu na podnikanie a daňové výhody, čo im umožnilo rozbehnúť výrobu v Uhorsku. Rozhodnutie padlo na mesto Trenčín, ktoré podporilo takúto aktivitu. V roku 1907 sa tak mohla výroba tkanín začať. Firma bola zaprotokolovaná pod názvom Tiberghien Fils, Tiberghien Solme, či pod slovenským názvom Tiberghien a synovia (podľa zápisu z roku 1925).

V roku 1908 pri počte pracovníkov 300 dokázali vyrobiť 400-tisíc metrov tkanín. Časť odbornej pracovnej sily prišla z Francúzska, ešte v roku 1918, teda o desať rokov neskôr, sa píše o tridsiatich Francúzoch zamestnaných vo výrobe. Firma otvára v roku 1910 vlastnú pradiareň, všetok materiál na výrobu priadzi sa však stále dovážal. Tkaniny sa tkali podľa francúzskych návrhov a tamojších technických predpisov. V rokoch prvej svetovej vojny bola výroba vo fabrike pozastavená, jej priestory slúžili ako vojenská nemocnica a dôstojnícka škola. V roku 1918 sa postupne začala prevádzka obnovovať, zo začiatku len so 160 pracovníkmi, už v roku 1921 sa ich počet zvýšil na 876. Dôležitým momentom v histórii firmy bolo zriadenie vlastnej dizajnérskej dielne – „dessinatúry“ – v roku 1922, čo umožnilo navrhovanie vlastných vzorov. Prvým vedúcim dielne bol Ignác Leitman, medzi prvých „dessinaterov“ patrili František Klauda a Erhart Alscher. Už v roku 1930 bolo vyrobených 900-tisíc metrov tkanín. Objem výroby, operatívnosť a vysoká kvalita výroby sa zaslúžili o nových odberateľov. Rokom 1930 sa začali realizovať objednávky pre firmy Nehera a Rolný. Nepochybne i prítomnosť textilnej výroby v tejto oblasti tu viedla koncom 30. rokov k založeniu tovární s odevnou produkciou – firma Nehera priamo v Trenčíne, firma Rolný v Púchove.

Počas druhej svetovej vojny si závod dokázal udržať svoju prevádzku, pribudli dokonca nové objekty pracovne a úpravňa tkanín. V máji 1945 je na firmu Tiberghien a synovia uvalená dočasná správa, už v januári 1946 je firma znárodnená a zaradená pod národný podnik Slovena. V júli 1949 je zriadený národný podnik pod názvom Merina. V tom istom roku sú k Merine pričlenené závody v Brezovej pod Bradlom, Nitrianskom Pravne, Nitrianskom Rudne, Novom Meste nad Váhom a Topolčanoch. V nasledujúcich rokoch firma rozbieha vlastnú výchovu učňov na dvojročnej podnikovej odbornej škole. V 50. rokoch začala



Merina, ako prvý podnik na Slovensku, vyrábať nový typ vlákien vyrobených na báze polyesteru (terylen a tesil). Obdobie od 60. rokov až po rok 1990 je možné považovať za najúspešnejšie obdobie fabriky, prebieha jej výstavba a modernizácia strojových zariadení. Taktiež technologické inovácie rozširujú výrobný sortiment, napríklad v roku 1965 sa začali vyrábať pružné tkaniny – streč, od roku 1974 bola zavedená technológia termotlaču na úplety. To je len pár príkladov z množstva technologických inovácií, ktoré v druhej polovici 20. storočia vstupujú do výrobného procesu.

Od 1. júna 1989 zanikol národný podnik, Merina začala pôsobiť ako štátny podnik. Privatizácia Merina a.s. bola ukončená v roku 1993. Merina a.s. sa drží na popredných miestach medzi výrobcami vlnárskych tkanín na Slovensku. V rámci programu PHARE Európskej únie pre privatizáciu prebehla v rokoch 1996 – 1997 reštrukturalizácia výroby. Podľa ATOP SR⁴ sa Merina v roku 2004 umiestnila v rebríčku textilných podnikov na prvom mieste, ako najväčší textilný podnik na Slovensku s najvyššou tržbou. Tie však v nasledujúcich rokoch i vzhľadom na silnú konkurenciu v sektore klesajú, rovnako ako počet zamestnancov: zo 729 ľudí v roku 2005 sa znížil na 587 v roku 2006. Merina sa v súčasnosti naďalej sústreďuje na spracovanie priadzí až po výrobu tkanín, predovšetkým vlnených či zmesových s pridaním bavlny, lanu, viskózy a syntetických materiálov. Firma sa pravidelne zúčastňuje na veľtrhoch: Munich Fabric Start (Mníchov), Moda IN (Miláno), Première Vision (Paríž).

Dizajnérom firmy je tridsať rokov Karel Grábl, ktorý svoju pracovnú činnosť charakterizuje nasledovne: „Samozrejme, že pri tvorbe návrhu sa môžete oprieť o rôzne inšpirácie, vlastné archívne zdroje, módné prehliadky a odborné sympóziá. Výsledkom musí byť taký návrh, ktorý nielen prezentuje firmu, ale zabezpečí i jej pracovnú náplň. Každý dizajnér musí dokonale poznať technológiu a strojné vybavenie firmy. Väčšinou bojuje so súborom obmedzení, ktoré zabráňujú jeho kreativite. Dôležitou stránkou výrobku sú fyzikálno-úžitkové vlastnosti a až potom je to pohľad na výtvarné riešenie.“ Okrem sezónnych kolekcií (letná a zimná) zabezpečuje vývojové stredisko aj zvláštne požiadavky – materiály vyrábané podľa predstavy zákazníka. Kolekciu zima 2009/2010 by mala charakterizovať baroková bohatosť, charakteristická kontrastmi hladkého a rustikálneho, mäkkého a ostrého, česaného a hladko vystrihaného. Podľa slov dizajnéra je to však predovšetkým „dôraz na zvyšovanie kvality výrobkov, lebo prežiť môže len ten, kto vyrába módný tovar špičkovej kvality“.

⁴ Merina, ukážka kolekcie jeseň/zima 2008 – 2009.



Rolný – Makyta

Firma Rolný s označením Prvá slovenská továreň odevov získala výrobné oprávnenie 2. apríla 1939. V závode bolo zamestnaných 150 ľudí, v roku 1941 sa ich počet zvyšuje na 300. V roku 1944 sa výroba presťahovala do novopostaveného závodu v Púchove. Od začiatku svojej existencie mala fabrika i vlastnú obchodnú sieť, v roku 1939 to bolo 9 predajní, v roku 1943 už 120. Podľa Baťovho vzoru začal školiť svojich zamestnancov aj Rolný, založila sa pre nich internátna škola, ktorá bola prvou svojho druhu na Slovensku. Cez vojnu boli nútení prevádzku obmedziť, časť objektu v Púchove sa využívala ako poľná nemocnica.

Firma Rolný bola znárodnená 1. januára 1946. O dva roky neskôr, v roku 1948, bola na závod v Púchove uvalená národná správa a v tom istom roku bol začlenený do odevného podniku Odeva. V roku 1949 sa Odeva reorganizovala a vyčlenil sa z nej samostatný podnik Makyta, odevné závody v Púchove. Firma mala pobočné závody v Žiline a Sučanoch, neskôr pribudli závody v Bytči a Námestove. Historicky prvá módna prehliadka bola vo februári 1950 s 93 modelmi detskej, dievčenskej a dámskej konfekcie.⁵

V novodobej histórii firmy bol významný rok 1994, keď sa Makyta pretransformovala na akciovú spoločnosť. Zložitá situácia v textilnom i odevnom priemysle v nasledujúcom období, súvisiaca s liberalizáciou európskeho trhu a tlakom nízkych cien tovaru z východu, zapríčinila i tu znižovanie počtu zamestnancov. Ešte v 90. rokoch v podniku pracovalo okolo 3 500 zamestnancov, dnes je ich 1 600. (Na porovnanie, OP Prostějov v roku 2006 zamestnával 4 000 zamestnancov.) Podiel exportu na celkovom obrate je 75 %, hlavnými odberateľmi sú Taliansko, Rakúsko, Nemecko, Francúzsko. Makyta spolupracuje formou mzdovej práce (klient si dodáva vlastný návrh i materiál) s viacerými zahraničnými značkami, šije pre Max Maru, Pradu či Armaniho.

Podľa ATOP SR bola Makyta v roku 2004 druhým najväčším podnikom v odevnom priemysle, hneď po Ozete NEO a.s. Trenčín. Ročný objem výroby je okolo 800-tisíc kusov odevov. V súčasnosti podiel produkcie dámskej odevnej konfekcie predstavuje 80 % z celkovej produkcie, dôležitým výrobným sortimentom je tiež výroba poťahov na autosedačky s podielom 18,6 %. Makyta vyrába i protichemické ošatenie, ktoré sa používa v armáde, hasičských zboroch a záchranárskych tímoch. V súčasnosti má 21 predajní v SR, maloobchodnú sieť v Čechách dopĺňajú ďalšie 4. Tento počet sa výrazne znížil od konca 90. rokov, keď bolo v Čechách i na Slovensku takmer 50 predajní.⁶

Kolekcia Makyty by mala oslaviť predovšetkým cieľovú skupinu žien vo veku 40 – 60 rokov. Realizujú sa dva rady: kolekcie do veľkosti 44 a druhá od veľkosti 46 vyššie. Práve táto skupina žien je určujúca pri tvorbe návrhu. V súčasnosti má Makyta jednu dizajnérku, pani Mikulovú. V minulosti vzniklo niekoľko kolekcií v spolupráci s externými výtvarníkmi, napríklad akad. mal. Jozefom Ťapťuchom alebo Michaelou Bakotovou. Erika Vidomanová, obchodná riaditeľka Makyty, hodnotí: „Spolupráca s odbornými a strednými školami v oblasti dizajnu nepriinesla požadovaný efekt, nakoľko väčšinu návrhov nebolo možné spriemyselniť.“ V súvislosti s marketingovou stratégiou v nasledujúcom období dodáva: „Rozširujeme spoluprácu s renomovanými svetovými značkami v oblasti dámskej konfekcie. Zvládnutím technologicky náročných zákaziek získala naša spoločnosť schopnosť realizovať objednávky pre významnejšie obchodné systémy v oblasti dámskej konfekcie, čo vytvára predpoklad stability na ďalšie obdobie. Budúcnosť vidíme v schopnosti reštrukturalizácie v prospech výroby menej štandardného tovaru. Rozvíjame výrobu exkluzívnejšieho tovaru v nižších sériách a s vyššou úrovňou predajného servisu.“

5 __ Mода Revue 1999/4, s. 42.
6 __ tamže.







Vkus - Modex

Znárodňovanie krajčírskych živností v roku 1950 spojilo drobných živnostníkov pod odevný podnik s názvom VKUS. V Žiline zamestnával vtedy 58 ľudí a svoju činnosť zameriaval na zákazkové šitie dámskych a pánskych odevov. V roku 1967 začal pôsobiť pod názvom Modex. Okrem zákazkového šitia sa tu vyrábala i posteľná bielizeň, klobučnícky tovar a dáždniky. V roku 1994 sa podnik stal akciovou spoločnosťou.

V súčasnosti sa výroba špecializuje na dámsku konfekciu - od denného oblečenia, kostýmov až po večerné spoločenské šaty. Výroba je kompletne realizovaná na Slovensku, prevažná časť sa sústreďuje v Žiline. Na výrobu modelov sa používajú väčšinou zahraničné materiály, dodávané sú výrobcami z Talianska, v menšej miere z Maďarska a Nemecka. Okrem siete vlastných značkových predajní má Modex na domácom trhu viacero odberateľov. Okrem vlastných modelov sa realizuje výroba pre ďalších zahraničných klientov: napríklad Betty Barclay, Vera Mont, Gil Bret, Rena Lange, Frankwalder, Bernard Zins a ďalších. Tento pomer je približne 40 : 60 (vlastná značka : zahraničný odberateľ), ale vývoj smeruje k posilňovaniu podielu výroby pod vlastnou značkou.

Modex zastrešuje celý výrobný proces, od návrhu až po konečné spracovanie a distribúciu. Má tím návrhárov, ktorí každoročne tvoria dve sezónne kolekcie značky Modex (jar/leto a jeseň/zima) a dopĺňajú ich počas celého roka tzv. „pronto kolekciami“, ktoré reagujú na aktuálne módné trendy a požiadavky zákazníkov. S návrhármi sa spolupracuje zväčša na externej báze, v minulosti tu realizovala svoje návrhy Slovinka Piou Premzl. Momentálne na kolekcií s názvom „Modex mayamay“ jar/leto 2009 spolupracuje Mária Štraneková, absolventka VŠVU v Bratislave. Modex má tím konštruktérov a technologov, ktorí navrhnuté modely spracujú a pripravujú pre výrobný proces. Používa sa pri tom tzv. CAD systém, ktorý umožňuje napríklad presné spracovanie strihov, stupňovanie konfekčných veľkostí či určenie optimálnej spotreby materiálu.

Export vlastnej výroby smeruje predovšetkým do Českej republiky, Litvy, Lotyšska, Estónska, Slovinska. Podľa slov Evy Strečkovej (marketing): „Kolekcia je určená prioritne pre mladé aktívne ženy 30+, ktoré uprednostňujú kvalitu, eleganciu a zároveň trendovosť oblečenia. Modely sú vyrábané v rozmedzí konfekčných veľkostí 34 - 52, teda súčasťou našej cieľovej skupiny sú i ženy, ktoré si obliekajú väčšie veľkosti a potrebujú byť v práci či na spoločenských udalostiach elegantné, no zároveň sa cítiť pohodlne. Kolekcie Modex sú rozdelené do troch skupín: spoločenské šaty a kokteillové šaty, business style, ležérna elegancia.“

V súvislosti s prezentáciou firmy Eva Strečková dodáva: „Modex sa pravidelne zúčastňuje veľtrhu Styl KABO v Brne, v minulosti sme sa zúčastňovali i na výstave TMM, dnes však pre nás žiaľ nepredstavuje významnú obchodnú príležitosť. Ako návštevníci sa samozrejme zúčastňujeme významných módných veľtrhov v zahraničí, napríklad v Miláne, Düsseldorfe, Kolíne, Poznani.“ Firma získala Čestné uznanie Slovenskej obchodnej a priemyselnej komory za rozvoj slovenského zahraničného podnikania (v roku 2000 a 2006) a v roku 2000 i Zlatú Fatimu od Asociácie textilného a odevného priemyslu.





Záver

Odvetvie textilného, odevného a kožiarskeho priemyslu bolo u nás v 90. rokoch poznamenané stratou bývalých východných trhov, čo spôsobilo výrazný pokles produkcie. Domáci výrobcovia často nedokázali rýchlo reagovať a presmerovať svoj odbyt. Pod zníženie produkcie sa podpísala aj privatizácia podnikov a následné nezvládnutie manažérskych činností nových vlastníkov. Reštrukturalizácia výroby často smerovala k vytvoreniu malých a stredných podnikov, ktoré tak dokázali rýchlejšie reagovať na zmeny trhu.

Údaje podľa odbornej analýzy z roku 2001⁷ hovoria o výrazne dominantnom postavení ázijského trhu vo svetovom textilnom, odevnom a obuvníckom sektore, s podielom dokonca až nad 40 %. V správe sa ďalej hodnotia najčastejšie riziká v spoločnostiach s domácim kapitálom, ktoré sa dajú zhrnúť do šiestich bodov: 1. zastaranosť výrobnotechnologickej základne; 2. nízka produktivita práce; 3. nízka miera investovania a malá adaptabilita na požiadavky trhu; 4. takmer neexistujúca výskumno-vývojová základňa a dizajnérske centrá; 5. zotrvačnosť v distribúcii a predaji výrobkov s obmedzenou schopnosťou prispôbiť sa zmenám, ktoré sú spojené s prudkým rozvojom informatiky a využitím výpočtovej techniky či logistiky; 6. nevýhodné postavenie z dôvodu pohybu cien vstupných surovín vo väzbe na vývoj kurzu slovenskej koruny.

Na záver sa preto núka zhodnotiť postavenie domácich firiem, ktoré dokázali komplikované spoločensko-ekonomické zmeny flexibilitou výrobných a distribučných procesov prekonať. Firma s mnohoročnou tradíciou však dokazuje dnes nielen túto schopnosť „ustáť“ konkurenciu na trhu, ale zároveň sama odráža premenu ekonomických podmienok – vo vzťahu k vlastnej produkcii, teda dnes už jej historickým dizajnom. Preto je nepochopiteľné, aký vzťah dnes firmy majú k vlastnej tradícii, vlastným archívom, ktoré sa nemilosrdne likvidujú. Marketingové stratégie, ktoré sú postavené na vlastnej dlhoročnej tradícii, sú na Slovensku v mnohých prípadoch stále neznámym územím. V súvislosti s týmto článkom bolo oslovených viacero firiem, firma Zornica z Bánoviec nad Bebravou (založená v roku 1951) nemala podklady o svojej histórii spracované, preto ich nestihli do uzávierky dodať. Ďalšia oslovená firma, Slovenka v Banskej Bystrici, ktorej počiatky siahajú až do roku 1921, odmietla predstaviť svojich dizajnérov a súčasnú produkciu. Rovnako pri žiadosti o informáciu týkajúcu sa histórie podniku, prípadne možnosti dostať sa k archívu mapujúcemu ich produkciu v minulosti, nám oznámili, že požadujeme informácie „ľahko zneužiteľné“, a odmietli s nami ďalej komunikovať.

Za podklady k tomuto článku ďakujeme: Jane Lesniakovej (Tatralan), Linde Fajtovej a Karlovi Gráblovi (Merina), Erike Vidomanovej (Makyta), Eve Strečkovej (Modex).

7 – <http://www.slovakrating.sk/sk/analzy/odvetrove/textkoz/textkoz.html>.

Modex, jar/leto 2008. →





BUCOL – hodvábný dom

text_Juraj Straka foto_archív Bucol HTH

História firmy

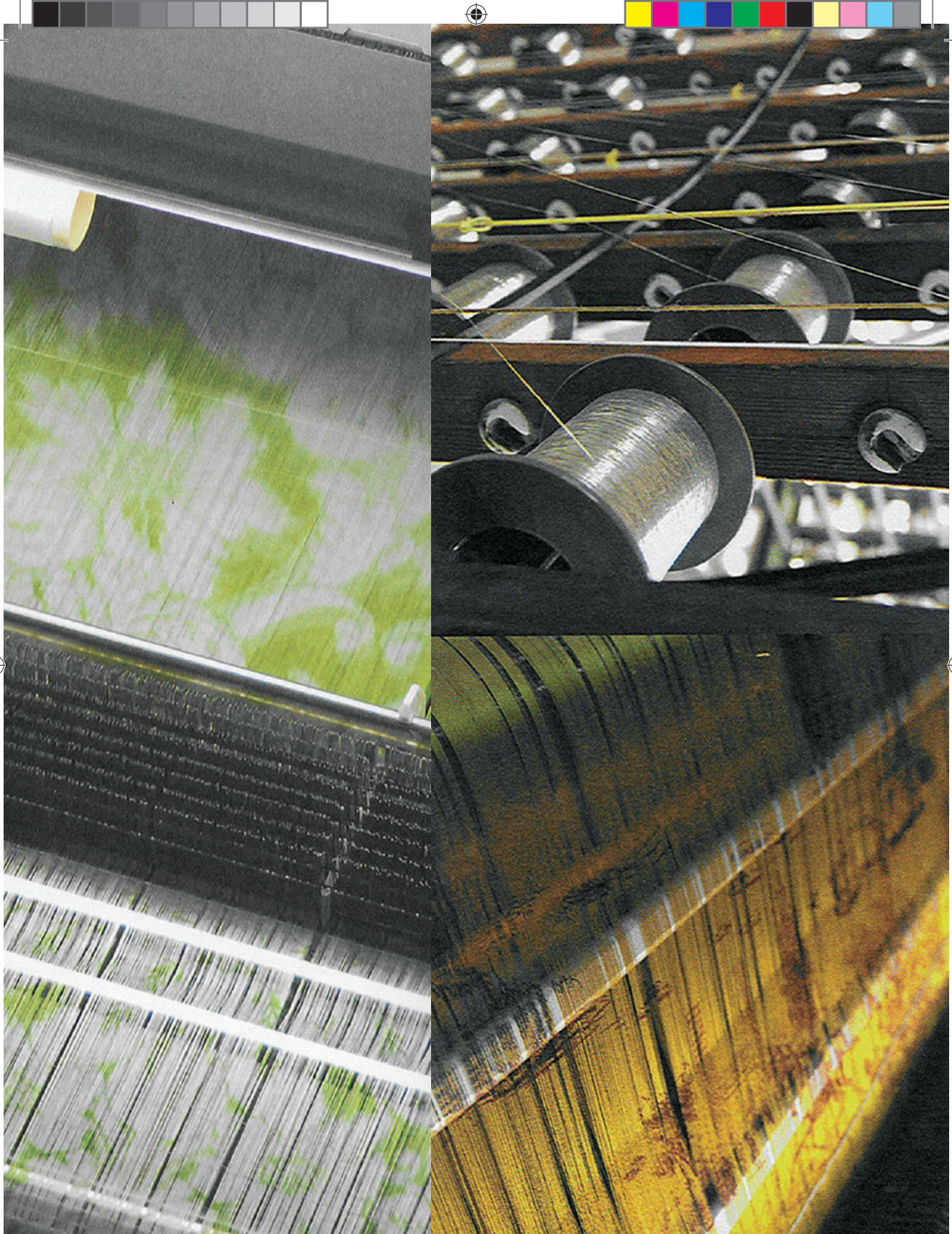
Firma Bucol sídli v Paríži. Jej dizajnérske centrum, ako aj samotná výroba sa nachádzajú asi 10 kilometrov od Lyonu, v mestečku Pierre Benite. Špecializuje sa na výrobu odevných a bytových látok, predovšetkým z hodvábu. „La maison Bucol“ čiže „Dom Bucol“ vznikol v roku 1924, a to spojením dvoch veľkých textilných firiem Buchet a Colcombert, z pôvodných názvov vzniklo pomenovanie Bucol. Obe firmy pôsobili v meste Saint Étienne, neďaleko Lyonu. Po fúzii sa dom presťahoval do Lyonu, kde sídlil v centre mesta až do roku 2006, keď sa presťahoval do Pierre Benite.

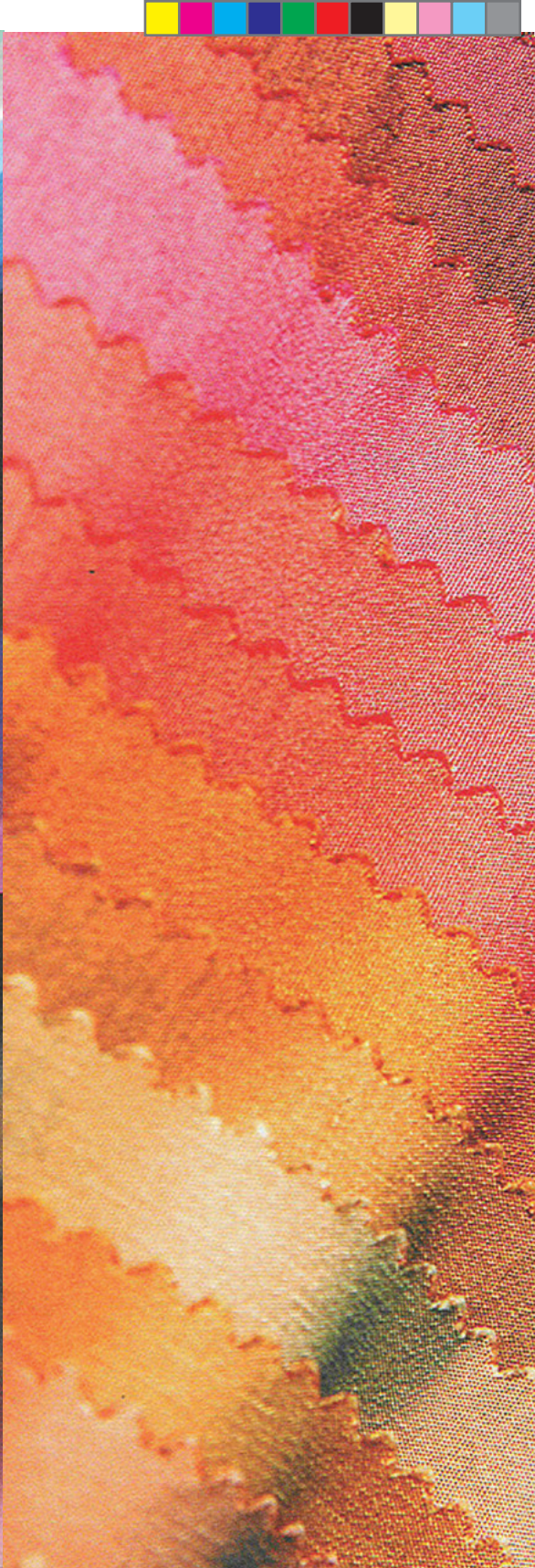
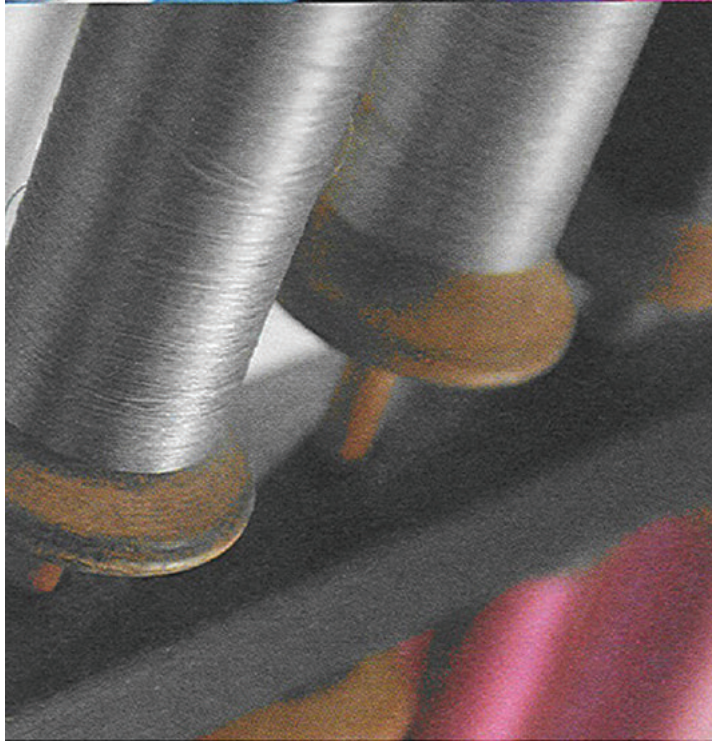
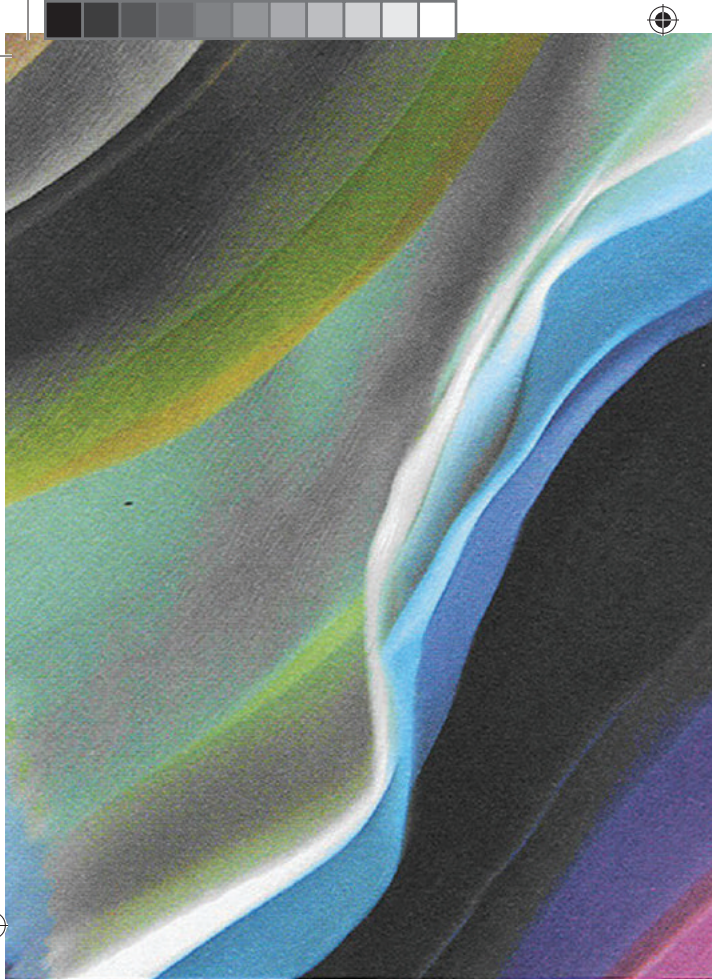
O firme Colcombert existuje v odbornej literatúre podstatne viac informácií ako o firme Buchet. Firma Colcombert bola založená v roku 1804 Francoisom Colcombertom. Začala rýchlo expandovať najmä vďaka vysokej kvalite textilnej produkcie a spolupráci s parížskymi módnymi domami. Výroba sa špecializovala predovšetkým na výrobu „rubans“ – hodvábnych stúh, ktoré boli v tom období nesmierne módne a žiadané. Postupne sa do produkcie začlenila aj výroba hodvábenej metráže. V roku 1924, po vzniku firmy Bucol, sa kvôli nízkemu dopytu ukončila produkcia stúh a firma sa preorientovala výhradne na výrobu metráže. Až do roku 2000 bol Bucol pod vedením členov rodiny Colcombertovcov, ktorá ho predala spoločnosti Perrin. V roku 2003 bol Bucol kúpený módnym domom Hermés a firma dostala nový názov Bucol HTH – Holding Textile Hermes. Tak sa Bucol stal „domácom“ výrobcom hodvábu pre firmu Hermés, ponechal si však aj všetky svoje predošlé aktivity na projektoch pre klientov z celého sveta. Zo zvučnejších mien sú to značky ako Chanel, Yves Saint Laurent, Dries Van Noten, Marni, Jean Paul Gaultier, Ralph Laurent, Marni a množstvo ďalších.

Popri týchto projektoch Bucol pracuje na vlastnej kolekcií odevných a bytových látok. Hlavná odevná kolekcia sa pripravuje dvakrát do roka a má „premiéru“ na parížskom medzinárodnom textilnom veľtrhu Premiere Vision, ktorý sa koná vo februári a septembri. Popri kolekcií odevných látok sa pracuje aj na kolekcií bytových látok. Keďže trendy v tejto oblasti sa menia pomalšie a nepodliehajú tak výrazne ročným obdobiam, prezentuje sa len raz ročne v apríli na talianskom veľtrhu Propost. Vznikajú s jedenapolročným predstihom, aby producentom boli k dispozícii rok vopred. V súčasnosti (leto 2008) sa pracuje na kolekcií jeseň/zima 2009/2010.

Archív

Firma Bucol disponuje rozsahom bohatým archívom, ktorý podrobne mapuje jej históriu od roku 1924. V archíve sa nachádzajú aj textílie z 18. a 19. storočia. Firma v súčasnosti kupuje archívny materiál upadajúcich textilných firiem, a tak sa sem dostávajú skutočne cennosti, ktoré ďalej slúžia ako bohatý zdroj inšpirácie pre vznik nových produktov. Samotný archív sa rozkladá na ploche asi 200 m², zahrňuje vzorky látok zo všetkých kolekcií Bucolu, ručne tkané látky, vzorníky stúh, grafiky, ručne maľované návrhy na látky, technické kresby k žakárovým látkam, módné fotografie, knihy... Dizajnéri z firiem klientov prichádzajú na inšpiračné návštevy do archívu a často sa stáva, že si vyhladiadnu látku, ktorá bola súčasťou kolekcie jar/leto 1953. Tím dizajnérov potom pripraví reprodukciu vybratej látky použitím dnešných technológií. Niekedy je však ruč-







ne zhotovený vzor taký náročný na výrobu, že ani technológie 21. storočia nedokážu nahradiť ručnú prácu.

Vznik kolekcie: od návrhu ku tkanine

Na novej kolekcií sa začína pracovať bezprostredne po ukončení prezentácie tej predchádzajúcej. Celá sa tvorí v priebehu 5 – 6 mesiacov. Záleží, samozrejme, aj na tom, koľko práce je na projektoch pre Hermés a ostatných klientov. Napríklad pri minulej kolekcií sme kvôli vyťaženosti a veľkým zákazkám pre YSL a Driesa Van Notena začínali pracovať na kolekcií s dvojmesačným oneskorením. Zadanie témy je úlohou pre hlavnú dizajnérku. Téma je skôr akousi pomocnou barličkou pri vzniku a napomáha udržať celistvosť kolekcie. Aktuálnou témou na jeseň/zimu 2009/2010 je džez. Po zadaní prichádza fáza rešeršu, hľadanie inšpiračných zdrojov či už v archíve, na internete, v knihách alebo na výstavách, z ktorých sa postupne tvorí „la mure d'inspiration“ – stena inšpirácie. Ďalším, veľmi dôležitým krokom je voľba kvality, čiže stanovanie, s akými materiálmi sa bude pracovať. Toto rozhodnutie je jedno z najdôležitejších, keďže príprava osnovy pre tkacie stroje, jej farbenie a samotná výroba osnovy môže trvať aj viac ako dva mesiace. Na vznik kolekcie sa podieľajú i členovia obchodného oddelenia, ktorí hodnotia návrh z hľadiska finančných nákladov. Z obchodného oddelenia je k dispozícii prehľad o predchádzajúcej kolekcií, ako sa látky predávali, o čo majú klienti záujem, aké sú požiadavky trhu. Zisk je, samozrejme, na prvom mieste, ako v každej firme. Po vzájomnej dohode medzi obchodným a kreatívnym oddelením sa začne pracovať na jednotlivých látkach. Každá nová kolekcia pozostáva asi z 30 tkaných látok so vzorom, 15 látok realizovaných digitálnou tlačou, 20 „uni“ látok, čiže jednofarebných látok, kde je dôležitý materiál a štruktúra. Keďže navrhujú 45 nových dezénov je z časového hľadiska takmer nemožné, využíva sa často práve archív. Selektujú sa z neho látky alebo dezény, ktoré majú požadovaný potenciál. Použitím moderných materiálov alebo technológií sa z nich stávajú látky 21. storočia (i keď vzory niektorých pochádzajú z 18. – 19. storočia).

Proces transformácie návrhu do formy finálneho produktu je časovo aj finančne náročná fáza. Tento proces trvá v závislosti od kvality látky od 1 do 3 mesiacov. Samotný návrh na látku sa robí v špecializovanom počítačovom programe Design and Repeat pro alebo Photoshop, z ktorých výstupom je dezén vo formáte TIFF. Ten sa ďalej spracúva v ďalších technických programoch, ktoré určujú všetky technické parametre tkaniny, od typov väzieb až po hustotu nití. Pri navrhovaní dezénov je veľmi dôležité poznať aspoň približne, pre akú kvalitu je daný dezén určený, pretože nie každý dezén „funguje“ v každej kvalite. Niekedy treba prihliadať na technické možnosti danej tkaniny a prispôbiť tomu dezén. Niektoré kvality látok, ktoré sú tkané z hrubých nití, napríklad nedovoľujú prílišné detaily a podobne. Po navrhnutí dezénu sa vyrobí skúšobná tkanina, väčšinou 50 až 100 centimetrov látky, na ktorej sa skúšajú rôzne nite, väzby, materiály. Po utkaní prvej vzorky sa na kvalite ďalej pracuje, až kým nie sú dosiahnuté optimálne výsledky vo vzťahu kvalita/dizajn. Na dosiahnutie takéhoto vyrovnaného stavu je nutné utkať niekedy aj 5 – 7 skúšobných vzoriek, čo si vyžaduje nielen množstvo času, ale aj peňaží. Až do fázy určenia finálnej kvality látky nehrá farebnosť takmer žiadnu úlohu. Väčšina látok sa tká z nefarbených nití a farbí sa až hotová utkaná látka, prípadne sa skúšobné vzorky tkajú z nití, ktorých je najviac na sklade alebo sú najlacnejšie (väčšinou biela a čierna). Celý tento proces trvá okolo troch mesiacov, samotná výroba látok trvá ďalší mesiac, niekedy aj viac. Často sa preto stáva, že niektoré látky sa nestihnú zrealizovať pred prezentáciou a sú následne pripravené až pre ďalšiu kolekciu.

Z finálnych látok sa zhotovujú prezentačné vzorky, na ktorých je vidieť celý raport dezénu, zloženie materiálu, šírka látky a iné technické podrobnosti. Takáto vzorky sú predstavované na textilných veľtrhoch a priamo klientom, ktorí sa často nechávajú inšpirovať a s malými modifikáciami (zmena farebnosti, materiálu, pridanie loga firmy...) ich kupujú.

Juraj Straka je v súčasnosti na odbornej sťaži ako textilný dizajnér vo francúzskej firme Bucol HTH. Po získaní ocenenia v sťaži Le mode s'expérimente v roku 2005 tu absolvoval v lete 2005 trojmesačnú sťaž, následne pokračoval na rovnakej pozícii ďalších jedenásť mesiacov. Od septembra 2008 nastupuje na pracovné miesto interného dizajnéra.

Starý začiatok – nový koniec

Časť II.: Československé spotrebiče

text_Zuzana Labudová, Tibor Uhrin foto_Tibor Uhrin





Dejiny (nielen) dizajnu možno odčítať aj zo zloženia vyhodenených vecí. V druhej časti reflexie - Starý začiatok - nový koniec, vymedzujeme tému na naše domáce prostredie, na „československé spotrebiče“. Mapujeme zaujímavú a predovšetkým neprebádanú oblasť československého dizajnu a jeho fažko „vypátrateľných“ tvorcov. Dôvodom ich anonymity bola pravdepodobne ešte malá úroveň vedomia statusu dizajnéra (v tom čase návrhára), ale možno aj princípy kolektivismu v ére socializmu, popierajúce výrazné individuálne vstupy tvorcov, chápaných len ako súčasť výrobného procesu podniku. Nové konce nachádzajú tieto fosílie spotrebiče, často ešte aj plne funkčné, spravidla ako súčasť zberu druhotných surovín. V Československu nebolo veľa firiem, ktoré vyrábali elektrospotrebiče, väčšinou nadväzovali na tradície medzivojnovnej výroby. Kuchynské strojičky, mixéry, roboty, žehličky, variče, vysávače a fény boli zastrešené obľúbenou značkou **ETA** národného podniku **Elektro-Praga Hlinsko**. Optické prístroje **Meopta** sa vyrábali v Prerove aj Bratislave, audiovizuálnu techniku **Tesla Orava v Nižnej** (televízory), **Tesla Pardubice** (tranzistory, rádiá), **Tesla Litovel** (gramofóny), **Tesla Bratislava** (tranzistory, rádiá). Biela technika – chladničky boli doménou Calexu v Zlatých Moravciach a práčky sa vyrábali v podnikoch **Tatramat** v Poprade a **Romo** vo Fulneku, telefónne prístroje sa robili napríklad v **Tesle Stropkov**... Často išlo o dizajny, ktoré viac než iba inšpirované dizajnom výrobkov západných firiem, no ich výrobná perióda bola v pomeroch socialistickej výroby nepomerne dlhšia.



01

Prenosný černo-biely televízny prijímač SATELIT Tesla 4158 AB sa v rôznych farbách vyrábala od roku 1980 v národnom podniku Tesla Orava. Sate lit a aj ďalšie nasledujúce prijímače (napr. Merkur 2, Pluto) boli dielom oddelenia výtvarného vývoja podniku, ktorého dizajnérmi boli Jozef Kamas a Bohuslav Mudrončík. Napájať ich bolo možné aj z autobaterie a pomocou vysúvacej antény sa dali nalaďiť všetky dva programy československej televízie. Takto naštálované medzi inými informačnými médiami bol ponúkaný na predaj v júni 2008 na blšom trhu v Košiciach.

02

Na košíckom blšom trhu sa môžu na jednom stole ocitnúť veci vyrobené v rôznych časových obdobiach. Tento vzácny prípad z mája 2008 predstavuje dokonca tovar jedného druhu z 50. až 80. rokov 20. storočia. Poriadkumilovný predajca neúmyselne vytvoril plošnú asambláž z rôznych zásuviek a vypínačov, medzi ktorými môžeme vidieť aj hnedý bakelitový dvojvypínač a biele bakelitové zásuvky obľúbili tvarov od českého dizajnéra Stanislava Lachmana.





03



03
Nasledujúcim „planetárnym“ prenosným televízorom (po Satelite) bol Merkur 2 Tesla 4162 AB, od roku 1982 vyrábaný v oravskej Tesle. Toto zariadenie si vytvoril neznámy bezdomovec v časti zastrešeného dvora neďaleko Komenského ulice v Košiciach. Televízor pravdepodobne slúžil už len ako odkladací nočný stolík.



04

Dominantou tohto zátišia v jednom zo stánkov košického „blšáka“ je premietacia Meoclub 16, z dielne Meopty Přerov vyšla v roku 1970, určená na premietanie 16-milimetrového filmu. Dizajnérom týchto prístrojov bol Eduard Kupka.

05

Dvornou dizajnérkou podniku Meopta Přerov bola dlhé roky Danuše Mazurová. Okrem iných optických prístrojov (napríklad zväčšovákov Opemus, ktoré sa v súčasnosti vo veľkom vyradujú a vyhadzujú ako nepotrebné „čarachy“) navrhla koncom 60. rokov 20. storočia aj túto mechanickú kameru. Vyrábala sa v rokoch 1968 – 1971. Nepotrebovala baterky ani nabíjačku. Stačilo ju výklpným ovládačom natiahnuť a 16-milimetrový film mohol zaznamenať históriu. Pokrok sa nedá zastaviť a kamera AG 2 Supra skončila medzi ostatným kovovým odpadom v zbernom dvore firmy Kosit v Košiciach.





06



06

Tieto chladničky pripravené na recyklovanie v zbernom dvore v Košiciach sú zväčša výrobkami národného podniku Calex v Zlatých Moravciach z obdobia prvej polovice 70. rokov 20. storočia. Bývalých majiteľov pôvodný dizajn asi neuspokojoval, tak si ich dotvorili podľa vlastného vkusu.



07



08

07

Kabelkový tranzistor Mír sa vyrábal v rokoch 1961 – 1962 v podniku Tesla Pardubice a patril k bežnej výbave pri vode oddychujúcich pracujúcich. Tomuto exponátu chýbajú ovládače, no stále má pôsobivý dizajn. Takto sa prezentoval na burze starožitností a kuriozít v Budimíri.

08

Vysávač Eta 400 sa ocitol na Grešákovej ulici v Košiciach pri kontajneroch v júli 2008. Na tom by nebolo nič zvláštne, keby ho však pôvodný majiteľ po takmer tridsiatich rokoch nevyhodil tak, ako ho kúpil, teda v pôvodnej kartónovej škatuli, ktorá dokumentuje grafický dizajn roku 1980. Tento vysávač s výkonom 800 wattov a elektronickou reguláciou navrhli a skonštruovali autori Stanislav Lachman a Jiří Daniel pre podnik Elektro-Praga Hlinsko.

Muto

– oživené grafity

text_Omar Mirza foto_archív Blu



Cválajúce zuby, poskakujúce hlavy s nožičkami, plaziaci sa mozog a iné bizarné, zväčša antropomorfné kreatúry sa hemžia v animovanom filme *Muto* od talianskeho výtvarníka, animátora a streetartistu menom Blu. Najbizarnejší a najneuveriteľnejší na celom filme je však spôsob, akým vznikol.

Keď som ho prvýkrát videl na internete, doslova mi padla sánka. Blu totiž dostal jednoduchý, no geniálny nápad: namiesto klasických metód či počítača ako podkladu animácie použil steny a múry. Tak vznikol kreslený film zasadený priamo do mestského prostredia ulice, kde okrem samotnej animácie vidíme okoloidúcich (či skôr okolomihajúcich sa) ľudí a autá. Keďže ide o maľbu na steny, mohli by sme to označiť aj ako animované grafity. Na „kulisu“ či pozadie reálneho prostredia kreslené postavičky dokonca aj reagujú, ako napríklad zhadzovaním predmetov opretých o stenu, alebo keď kreslený pánko v okuliaroch zožerie papiere visiace na stene.

Film vznikol v uliciach Buenos Aires, pretože Argentína (spolu s inými krajinami Južnej Ameriky) je jednou z nevelkého množstva krajín, kde nie je grafity ilegálne. Interiérové scény boli realizované v Badene. V titulkoch sa uvádza, že Blu mal len jedného asistenta, čo znamená, že museli vynaložiť nepredstaviteľne veľa práce. Tvorcovia animovaných filmov veľmi dobre vedia, aké časovo náročné je vytvoriť animáciu tradičnou metódou, a nieto ešte na stenách a múroch, kde treba okrem



iného rátať so zdĺhavým schnutím každej novej vrstvy farby („našťastie“, Blu používal len bielu a čiernu) a komplikovanými pracovnými podmienkami (na pomalovanie obrovských plôch celých domov museli používať rebríky, štetky na dlhých tyčiach a pod.).

Postprodukčne je film tiež skvelo zvládnutý, či už ide o strih, alebo trefné použitie rôznych zvukov korešpondujúcich s obrazom. K úplnej dokonalosti však chýba nejaký konkrétnejší príbeh. V zásade to však nevadí, keďže sa na tejto revolučnej forme animácie dá ďalej stavať, takže dúfam, že v budúcnosti uvidíme viacero podobných filmov. Veď o tom, že tento film je naozaj unikátny, svedčí aj druhé miesto, ktoré získal v súťaži prvého ročníka Medzinárodného festivalu animovaných filmov Fest Anča, ktorý sa uskutočnil začiatkom augusta na žilinskej Stanici.

Ak kliknete na Bluovu stránku www.blublu.org, budete mať možnosť vidieť nielen samotný film Muto, ale aj iné krátke animácie (či už tradičné, alebo na stenách), vtipné kresby, no najmä jeho úžasné, bizarné, čiernohumorné a často až megalomanské grafity na stenách budov po celom svete. Zaujímavé sú aj videá „making of...“, kde môžete vidieť, ako s pomocou žeriava maľuje celé domy.

Dôkaz, že aj grafity môže oživiť...

SIDEWAYS

zerozero|unt.d.

inštalácia v pavilóne

Českej a Slovenskej republiky

11. Bienále architektúry

v Benátkach

14. 9. 2008 - 23. 11. 2008

organizátori



SLOVENSKÁ
NÁRODNÁ
GALERIA
60 ROKOV



projekt podporili



S FRANKOVOU PODPOROU
MINISTERSTVA KULTÚRY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Ministerstvo kultury
České republiky



Ambasciata della
Repubblica Slovacca in Italia.



ISTITUTO CULTURALE CECO
ČESKÉ CENTRUM

mediální partneri

Atrium

ART4

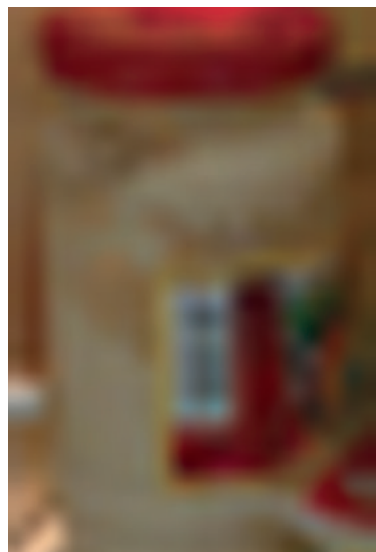
inspire

Flash Art

designum

era 21

smagazine



Comunistar + Dizajn s úsmevom

text_redakcia foto_archív CD

V Design Museum v Gente v dňoch 11. júla – 12. októbra usporiadali výstavu s názvom Dizajn s úsmevom. Podľa organizátorov cieľom výstavy bolo poukázať na tie trendy v dizajne, pre ktoré je humor viac alebo menej dôležitým atribútom tvorby. Vystavené práce boli dôkazom toho, že subjektívny fenomén – humor môže do dizajnu priniesť prekvapenie, duchaplnosť a tak dokáže pozitívne ovplyvniť svojho užívateľa. Vystavujúci autori predstavili diela rôznych kategórií a dokázali, že pre mnohých tvorcov (ale aj divákov) môže byť dizajn hrou. V tejto súvislosti centrum predstavilo publikáciu s rovnakým názvom, ktorú vydalo vydavateľstvom Stichting Kunstboek.

Organizátori do expozície zaradili aj kolekciu Comunistar Designers – trojice slovenských výtvarníkov Petra Jakubíka, Romana Ficeka a Mariána Laššáka. Peter Jakubík sa predstavil komódou *Maid*, Ficek svojím zrkadlom a policou *Stag*, ktoré sme videli aj na výstave Design Match 2008 a Laššák CD stojanom *Buy me*.



Marián Laššák: Stojan na CD, 2008. →



Peter Jakubík: Stolič Maid, 2008. →

10. ročník dnů designu v Praze
www.designblok.cz
designu neunikneš!

nábytek
bytové doplňky
designéři

**+Fashion
week**

**des-
ignblok**

7. - 12. 10. 08



Designblok podporují tyto instituce: Ministerstvo kultury ČR, Magistrát hlavního města Prahy, Goethe – Institut Praha, Rakouské kulturní fórum, Švýcarské velvyslanectví v Praze, Velvyslanectví Nizozemského království **Patron dne**
Profesionální: Česká spořitelna, a.s. **Oficiální dodavatelé:** 3M, Barrisol, Bata, Hermèsy a Veuve Clicquot, the ICON Hotel & Lounge, Nespresso, Rad Bull, Sony, Spyron, Symbiose, Škoda Auto, Technistone **Mediální partneři:** Architekt, Blok, Český rozhlas 3 – Vltava, Development News, Dolce Vita, E15, EuroAWK, Formen, H.O.M.E., Marketing a Media, Moderní byt, Můj dům, Radio 1, Respekt, Rezidence, Sgn, Stavba, Technický týdeník, Time In, www.czechdesign.cz, www.designguide.cz, www.designmagazin.cz, www.dumabyt.cz **Hlavní mediální partner Designblok Fashion week:** ELLE **Zahraníční mediální partneři:** Atrium (SK), Designum (SK), Icon (UK), Inspire (SK), H.O.M.E. (A), H.O.M.E.(D), H.O.M.E. (HU), H.O.M.E. (SK), www.hg.hu **Zahraníční mediální partner Designblok Fashion week:** Flair (A) **Pořadatel:** Profil Media s.r.o., Komunardů 32, 170 00 Praha 7, tel: +420 267 990 545-6, info@profilmedia.cz

PRAHA
PRAHA
PRAHA
PRAHA

Partneři doprovodného programu:
Metrostav, Nike, Real Estate Kalin Group, Škoda Auto
Expert partner
H.O.M.E.

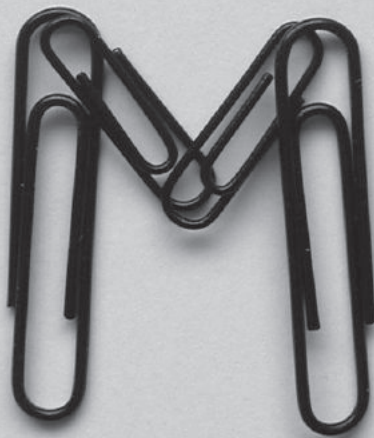
Hlavní partner
Designblok Fashion week:

SONY

Generální partner
doprovodného programu:

**ČESKÁ
SPÓRITELNA**

Monochróm



Nový tovar: Česká národná cena za študentský dizajn

text_Lenka Žiškova

Design Cabinet CZ Nadácie pre rozvoj architektúry a staviteľstva sa zrodil po zrušení Design centra ČR, keďže vznikli obavy o existenciu akcií, ktoré centrum takmer dvadsať rokov organizovalo. Medzi nimi je aj celoštátna študentská dizajnerská súťaž, ktorá prebiehala od roku 1991 pod názvom Študentský dizajn a o ktorej je známe, že je unikátna nielen v Európe, ale pravdepodobne aj v celosvetovom kontexte.

Je pravda, že Design Cabinet CZ zatiaľ nikto nespponsoruje a funguje na dobrovoľníckej báze, dúfajúc v lepšiu budúcnosť. Aby bolo možné zorganizovať študentskú súťaž, bol oslovený rad potenciálnych sponzorov, od bánk po developerské spoločnosti, magnátov českého priemyslu (mladý dizajn by ich mal predsa zaujímať). Nebola však zaznamenaná žiadna odozva. Súťaž nakoniec zachránil systém „český dizajn sebe“. Na výzvu totiž zareagovali české firmy, ktoré produkujú výrobky s vysokou mierou dizajnu, alebo sú v ich vedení dizajnéri, či dizajnu naklonení majitelia. Patria medzi ne Almex, Autodesk, Croy, České centrá, Dvořák – svačkové sekačky, mmcité, Polytrade CE, Student Agency, Tescoma. Iné známe firmy spoluprácu odmietli, prípadne sa jej vyhli, hoci priznali, že svojich návrhárov lovia práve na takýchto súťažiach a výstavách.

Český dizajn sebe? Prečo?

Zaujímalo nás, prečo české firmy študentskú súťaž podporili. Predstavitelia spoločnosti Donlič Interiér Rostislav Černík a Ivana Doubková, ktorých tvorba dosiahla v Čechách prestížny vrchol a nachádza stále viac zahraničných zákazníkov, reagovali rýchlo a jednoznačne: „Podporujeme veci, ktoré majú zmysel.“

S mestským mobiliárom navrhnutým Davidom Karáskom a Radkom Hegmonom sa môžeme stretnúť vo všetkých európskych metropolách a mieri už aj do zámoria. Prečo súťaž podporili? „Mmcité bola pred pätnástimi rokmi založená dizajnérmi a jej úspech vychádza z dizajnu. Na rozdiel od českého štátu nám osud dizajnu, ako podstatnej časti kultúry krajiny, leží na srdci. Študentský dizajn je potom logicky najzaujímavejší.“

Skutočnosť, že podobné odborné súťaže majú pre firmy a dizajnérov význam, potvrdil majiteľ firmy Dvořák – svačkové sekačky, ktorých diaľkovo ovládaný Spider našiel uplatnenie na všetkých kontinentoch, Lubomír Dvořák: „K podpore Národnej ceny za študentský dizajn 2008 sme sa rozhodli preto, že z vlastnej skúsenosti vieme, akú významnú úlohu hrá dizajn pri uplatňovaní výrobkov na trhu, hlavne však v konkurenčnom boji. Našej firme pomohol ojedinelý dizajn nosných produktov k získaniu uznania a rešpektu v celosvetovom meradle. V minulosti sme úzko spolupracovali s Design centrom ČR a aj vďaka získaným oceneniam za dizajn sme dosiahli publicitu, ktorá sa následne priamo odrazila na obchodných výsledkoch. Veríme, že podpora vzdelávania v oblasti dizajnu má zmysel.“

Produkty českej firmy Tescoma sú každodennou súčasťou života ľudí po celom svete. Jej šéfdizajnér Ladislav Škoda na otázku reagoval: „Po nešťastnom a unáhlenom zrušení Design centra ČR Minister-

22. 10. 2008

slávnostné vyhlásenie výsledkov súťaže

23. 10. – 14. 11. 2008

**výstava v priestoroch Nadácie pre rozvoj
architektúry a staviteľstva,
Václavské nám. 31, Praha**

stvom priemyslu a obchodu sme si vedomí svojej prirodzenej povinnosti podporiť Národnú cenu za študentský dizajn. Celoštátna súťaž mladých dizajnérov s možnosťou priameho porovnania individuálnych tvorivých prístupov, ktorú v minulosti organizovalo zrušené Design centrum ČR, nemala doteraz svojho dôstojného nástupcu.

Z pohľadu spoločnosti Tescoma, pre ktorú je úloha vlastného dizajnu kľúčová, si uvedomujeme nevyhnutnosť podpory mladej generácie tvorcov. Pre mnohých z nich môže úspech v súťaži znamenať významný posun v príprave na budúcu kariéru. A v neposlednom rade tiež preto, že Design Cabinet CZ, ako nezávislý subjekt, je pre nás garanciou objektívneho a profesionálneho poňatia tohto veľkorysého projektu.“

Generálny riaditeľ Českých centier Ing. Jaroslav Kantůrek má s podobnými akciami skúsenosti: „Pre České centrá nie je podpora študentských dizajnerských súťaží novinkou. Spolupracovali sme so študentmi a pedagógmi umeleckých škôl v Prahe, Zlíne, Plzni a ďalších mestách a následne usporiadali vo viacerých Českých centrách v zahraničí tematické výstavy, workshopy priemyselného dizajnu a prezentácie módných ateliérov. Osobne vidím v súťaži o Národnú cenu za študentský dizajn veľký prínos. Podpora študentov a možnosť vzájomného porovnávania významne prispieva k motivácii a zvyšovaniu kvality ich práce. Zároveň im súťaž dáva možnosť zviditeľniť sa pred profesionálnou i širšou verejnosťou. Jedným z poslání Českých centier je pomáhať vytvárať obraz Českej republiky ako modernej a dynamickej krajiny. Verím, že podobné iniciatívy tomuto úsiliu napomáhajú.“

Čo viedlo k podpore študentskej dizajnerskej súťaže spolumajiteľov vinárskej spoločnosti? „Základným prvkom konceptu juhomoravskej spoločnosti CROY

Concept z Podlužia, ktorá produkuje pod značkou CROY wine&design manufacture luxusné vína, je prvok krojového ornamentu. Vedomie súvislosti na ose tradícia – inovácia – kontinuita vedie pri rovnakej kvalite produktu v konkurenčnom prostredí trhu vín k poznaniu, že pridanou hodnotou piateho elementu – ľudského umu – môže byť práve dizajn. Pritom je možné predpokladať, že najväčšiu mieru inovatívneho prístupu so sebou nesú práve mladí tvorcovia, ktorí k téme pristupujú nekonformne, bez predsudkov, neboja sa posúvania hraníc a prepájania na prvý pohľad nesúrodých postupov, technológií či materiálov, plne v súlade s CROY Concept,“ odpovedal Zdenek Balga.

Edvard Miškej, jednatel' firmy, ktorá prevádzkuje internetový portál, ponúkla organizátorom súťaže pomocnú ruku: „Vnímali sme, že je treba podporiť takto prestížnu súťaž, ktorá by inak zanikla s ukončením pôsobnosti Design centra ČR. Ako prevádzkovatelia portálu MrTester.cz, kde každý môže hodnotiť kvalitu výrobkov a služieb, si uvedomujeme, ako je práve podpora mladých tvorivých ľudí v oblasti dizajnu dôležitá.“

A tak tento rok prvýkrát Design Cabinet CZ dáva možnosť zvoliť „svojho“ národného víťaza aj verejnosti, a to hlasovaním na www.mrtester.cz. Hlasovať môžu aj slovenskí fanúšikovia dizajnu.

Letný prieskum na dizajne vo Zvolene

text_Peter Kožuško, Marián Ihring
foto_archív autorov



Poslaním Katedry dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov Drevárskej fakulty Technickej univerzity vo Zvolene je vzdelávanie dizajnérov nábytku a interiérových dizajnérov. V závere letného semestra, symbolicky pri 20. výročí výuky dizajnu na TU vo Zvolene, bola sprístupnená komplexná prezentácia semestrálnych prác všetkých ročníkov. Symbolický je i fakt, že prieskum sa konal pri príležitosti medzinárodného sympózia Nábytok 2008, ktoré organizuje katedra.

O katedre...

Študijný odbor priemyselný dizajn nábytku vznikol pri Drevárskej fakulte v roku 1988, ako jedno z oddelení Katedry nábytku a drevárskych výrobkov. V roku 1995 bola ustanovená samostatná katedra s vlastným študijným programom a jasným profilom absolventa štúdia. Prvým vedúcim katedry bol súčasný garant štúdia prof. Ing. Štefan Schneider, PhD. V súčasnosti katedra funguje pod vedením PaedDr. Petra Kožuška, ArtD.

Katedra je garantom dvoch študijných odborov: dizajn nábytku a interiérový dizajn. V odbore dizajn sú akreditované tieto študijné programy: dizajn nábytku (4-ročné bakalárske štúdium, 2-ročné magisterské štúdium), dizajn interiéru (4-ročné bakalárske štúdium). Pedagogicko-výskumný proces katedry zabezpečujú kmeňoví a externí pracovníci z DF TU vo Zvolene, FA STU v Bratislave a Rakúska.

Výučba predmetov výtvarnej prípravy, dizajnu, konštrukcie nábytku a interiérových prvkov, bytového a verejného interiéru prebieha formou ateliérovej tvorby a workshopov. Poslucháči v jednotlivých ateliéroch v zmysle študijného programu vychádzajú z voľnej tvorby a sú cielavedome vedení k tvorbe priemyselne dizajnovaného nábytku, interiérových prvkov s využitím nových postupov, konštrukcie, technológií s aplikáciou najnovších konštrukčných materiálov na báze dreva, s aplikáciou ostatných materiálov. Semestrálne projekty ateliérovej tvorby, ktoré sú spracované graficky a formou modelu, obhajujú poslucháči pred odbornou komisiou. Výsledky hodnotenia sú kritériom pre ďalší postup v štúdiu.

V rámci dlhoročnej spolupráce s FA STU v Bratislave absolvujú poslucháči v zimnom semestri 4. ročníka pobyt na FA STU, čo je pre nich podnetnou zmenou prostredia, a recipročne poslucháči 5. ročníka FA z Ústavu interiéru výstavníctva a scénografie absol-

vujú študijný pobyt na DFTU vo Zvolene. Užitočnosť výmeny dokumentujú výsledky záverečných prác. Vo výskumnej, projekčnej a umeleckej činnosti je katedra zameraná na dizajn nábytku a drevárskych výrobkov, dizajn interiéru (interiérová tvorba), historický vývoj nábytku, konštrukcie nábytku a stavebno-stolárskych výrobkov, výtvarnú tvorbu a grafický dizajn, na architektonickú tvorbu a výstavníctvo. Na výchovno-vzdelávacom procese sa podieľajú interní a externí pedagógovia pôsobiaci v piatich oddeleniach: Výtvarná tvorba a grafický dizajn, Dizajn nábytku a drevárskych výrobkov, Konštrukcia nábytku a drevárskych výrobkov, Interiérová tvorba a výstavníctvo a Výskum, vývoj a realizácia.

O prieskume...

Prieskum bol verejnosti sprístupnený už počas sympózia Nábytok 2008 v dňoch 18. – 19. júna. Konal sa v aule TU. Jeho účastníci sa oboznámili s tvorbou najvyšších ročníkov štúdia dizajnu nábytku a dizajnu interiéru v priestoroch auly. Práce týchto ročníkov už podliehajú kritériám aplikovateľných dizajnerských štúdií so zameraním na priemyselnú výrobu alebo priamu aplikáciu v tvorbe interiérov. Riešenia kuchynských pracovísk sú výsledkom spolupráce katedry s FA STU v Bratislave. Dizajnéri predviedli aj animáciu svojich výtvarných štúdií na pripravovanú súťaž Pocta príboru.

V novom ateliéri Drevárskej fakulty TU sa prezentovali svojimi diplomovými prácami tohtoroční absolventi dizajnu nábytku. V starom ateliéri bola nainštalovaná prezentácia tvarových riešení interiérových dverí v spolupráci s firmou BEN, s.r.o. Šamorín. V priestoroch starej menzy vystavovali študenti prvého ročníka práce, ktoré ich prostredníctvom výtvarného smerovania priblížili k budúcim dizajnerským témam. Výtvarná príprava formou klasických kresebných a modelovacích tém je doplnená o jednoduché transformačné témy navodzujúce budúcnosť riešení nábytkového dizajnu. Druhé ročníky využili ateliéry katedry a predstavili základné dizajnerské a interiérové témy. Štúdie domácich pracovísk boli riešené v rámci projektu grantovej úlohy KEGA.

Katedra dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov je špecifická z toho dôvodu, že pracuje v prostredí fakulty, ktorá má dlhodobé tradície v oblasti výuky, výskumu dreva, technológií spracovania a konštrukcie výrobkov na báze dreva. Tento fakt dáva predpoklad kvalitnej výuky práve z oblasti spracovania a použitia dreva a drevnej suroviny. Pedagógovia pracujúci v oblasti výskumu dreva a nábytku spolupracujú s domácimi a zahraničnými výrobcami a vedeckými inštitúciami.



Kedy na použitie dizajnu netreba súhlas autora

text_Jana Vozárová, právnička LITA

01

JE MOŽNÉ POUŽIŤ DIZAJN BEZ SÚHLASU JEHO AUTORA?

V určitých, presne vymedzených prípadoch a na základe zákona to je možné. Autorský zákon (AZ) stanovuje prípady, keď je možné dielo použiť bez súhlasu autora, pod spoločným názvom Obmedzenia majetkových práv. Ide o zákonné výnimky zo všeobecne platnej zásady autorského práva, podľa ktorej je na každé použitie diela potrebný súhlas autora.

02

PREČO ZÁKON OBSAHUJE ZÁKONNÉ VÝNIMKY?

Zákonodarca v týchto prípadoch uznal, že verejný, spoločenský záujem prevyšuje právo jedinca, a preto normu (autor má právo udeľovať súhlas na každé použitie svojho diela) limitoval ustanovením výnimiek. Pri niektorých výnimkách sú obmedzenie práv autora a strata možnosti získať odmenu kompenzované náhradou odmeny.

03

POUŽITIE DIELA NA ZÁKLADE VÝNIMKY TEDA NIE JE PROTIPRÁVNE?

Keďže takéto použitie umožňuje priamo zákon, nejde o protiprávny čin. Treba si však uvedomiť, že výnimka stanovuje presné podmienky, ktoré nemožno pri použití prekročiť. Väčšinou ide o vymedzenie účelu, ale tiež spôsoby, ktorými možno dielo použiť. Napriek tomu, že nie potrebné pýtať si od autora súhlas, veľa výnimiek vyžaduje, aby sa pri použití uviedlo meno autora, názov diela a prameň.

Tento článok sa zameriava na autorskoprávnu stránku ochrany dizajnov. Pravidlá stanovené Zákom o dizajnoch sa môžu od nižšie popísanej autorskoprávnej úpravy odlišovať. Mnohé dizajny však môžu požívať ochranu oboch zákonov. V takom prípade sa na ne budú vzťahovať ustanovenia oboch zákonov, ktoré sa nenahrádzajú, ale vzájomne dopĺňajú.

04

AKÉ VÝNIMKY BY SA MOHLI TÝKAŤ POUŽITIA DIZAJNOV?

Najrelevantnejšie výnimky pre oblasť dizajnu uvádzame nižšie. Pri žiadnej z týchto výnimiek autor nemá nárok na náhradu odmeny. Za takéto použitia autor nedostáva ani odmenu, ani náhradu odmeny, použitie jeho diel ostáva finančne nezhodnotené.

VÝNIMKA:

Propagácia výstavy alebo dražby umeleckých diel

Na oprávnené použitie diela v rámci tejto výnimky je potrebné dodržať účel vymedzený zákonom, ktorým je „propagácia výstavy umeleckých diel alebo dražby umeleckých diel“ a rozsah „potrebný na takúto propagáciu“. Dielo je možné rozmnožovať, šíriť predajom, alebo inou formou prevodu vlastníckeho práva (napr. darovanie), alebo verejným prenosom (napr. vysielanie alebo internet).

Napríklad katalóg k výstave, ktorý plní funkciu všeobecnej informácie a je bežnému návštevníkovi finančne dostupný, môže galéria predávať počas konania výstavy bez toho, aby si od autorov diel v ňom zobrazených pýtala súhlas (za predpokladu, že tieto diela sú súčasťou výstavy). Po skončení výstavy však už ďalšie šírenie nie je odôvodnené propagáciou tejto výstavy a galéria by mala od autorov získať licenčnou zmluvou súhlas na ďalšie použitie.

VÝNIMKA:

Použitie diela umiestneného na verejnom priestranstve

Dielo, ktoré je trvalo umiestnené na verejnom priestranstve, je bez súhlasu autora možné vyjadriť kresbou, maľbou, grafikou, reliéfnym obrázkom či reliéfnym modelom, alebo ho zaznamenať fotografiou či filmom a takto vyjadrené alebo zaznamena-



né dielo je možné rozmnožovať, šíriť predajom alebo inou formou prevodu vlastníckeho práva, alebo verejne prenášať.

Pokiaľ si niekto odfoťí námestie, ktorého súčasťou sú inštalácie alebo sochy, a potom si túto fotku dá na svoju webovú stránku, pôjde zrejme o použitie podľa výnimky. Ak si však niekto odfoťí priestory galérie spolu s vystavovanými dielami, nepôjde o použitie podľa výnimky, keďže galéria nie je miestom trvale prístupným verejnosti.

VÝNIMKA:

Použitie diela na vyučovacie účely

Na vyučovacie účely je možné bez súhlasu autora použiť dizajn, pričom takéto použitie nesmie presahovať rámec odôvodnených vyučovacích účelov v škole a nesmie byť zdrojom majetkového prospechu. Za týchto podmienok je možné vytvoriť jeho rozmnoženinu na papier alebo podobný podklad prostredníctvom reprografického zariadenia, inú rozmnoženinu malej časti dizajnu, rozširovať dizajn inou formou prevodu vlastníckeho práva, ako je predaj, a verejne prenášať. Použitie bude v súlade s výnimkou, ak by učiteľ pre potreby vyučovania vytvoril pre študentov materiál, ktorý by obsahoval vyobrazenia dizajnov, a zadarmo by im ho rozdal. Pokiaľ by tento materiál však chcel predávať, podmienky výnimky nebudú splnené.

VÝNIMKA:

Použitie školského diela

Pre študentov umeleckých škôl je dôležité vedieť, že ich diela, vytvorené na splnenie školských alebo študijných povinností, môže použiť škola bez ich súhlasu pri bezplatnom plnení úloh patriacich do predmetu činnosti školy.

VÝNIMKA:

Použitie diela na informačné účely

Dielo zverejnené v novinách alebo inom informačnom prostriedku o aktuálnych témach hospodárskeho, politického alebo iného spoločenského charakteru je možné rozmnožiť, verejne prenášať a šíriť predajom alebo inou formou prevodu vlastníckeho práva. To isté je možné pri krátkej časti diela vnímateľného pri aktuálnych udalostiach, ktoré sú predmetom spravodajstva.

05

VÝNIMKY SÚ V ZÁKONE FORMULOVANÉ VŠEOBECNE, EXISTUJE AJ NEJAKÉ VÝKLADOVÉ PRAVIDLO?

Áno, zákon obsahuje aj „návod“ na to, ako vykladať podmienky stanovené v jednotlivých výnimkách. V prvom rade je potrebné si uvedomiť, že bez súhlasu

autora možno dielo použiť len v prípadoch, ktoré sú uvedené v zákone. Dané použitie zároveň nesmie byť v rozpore s bežným využitím diela a nesmie neodôvodnene zasahovať do právom chránených záujmov autora.

06

ČO AK AUTOR NESÚHLASÍ, ABY SA JEHO DIELA POUŽÍVALI NA ZÁKLADE VÝNIMIEK BEZ JEHO SÚHLASU A NÁROKU NA ODMENU?

Z vyššie popísaných výnimiek má autor právo o tom rozhodnúť iba pri tzv. informačnej výnimke. Vtedy si autor môže v jednotlivých prípadoch vyhradiť právo na udeľovanie súhlasu na rozmnožovanie a verejný prenos diela zverejneného v novinách alebo inom informačnom prostriedku o aktuálnych udalostiach alebo témach hospodárskeho, politického alebo iného spoločenského charakteru. V ostatných prípadoch je, žiaľ, vôľa autora nahradená vôľou zákonodarcu.

07

ČO MÔŽE AUTOR ROBIŤ, AK SA MU ZDÁ, ŽE BOLA VÝNIMKA PREKROČENÁ?

Pokiaľ sa autor domnieva, že používateľ prekročil hranice výnimky, môže sa obrátiť na príslušný súd a požiadať ho o rozhodnutie v tejto veci.

08

KTORÉ USTANOVENIA ZÁKONA HOVORIA O ZÁKONNÝCH VÝNIMKÁCH?

Zákonné výnimky sú upravené v ustanoveniach § 27 až 37 AZ; výkladové pravidlo, tzv. „trojkrokový test“ sa nachádza v ust. § 38 AZ.

lita 
autorská spoločnosť





Text vs. obraz

text, foto_Martin Mistrík

Ľudia majú schopnosť vnímať svet pomocou vizuálneho analyzátora – zraku. A či si to uvedomujeme alebo nie, náš analyzátor je počas všedného dňa zatážený na maximum.

Človeka zobudí alarm v telefóne. Pri jeho vypínaní je konfrontovaný s prvou vizuálnou informáciou – fotografickým pozadím displeja. Pri raňajkách si prelistuje reklamné noviny. Cestou do práce v prostriedkoch hromadnej dopravy naňho „hľadia“ tváre z reklám a vizualizácie nových hypermoderných výškových polyfunkčných objektov. V práci opäť dostáva silnú vizuálnu záťaž v podobe pozadia monitora počítača, kreslených ikon desktopu. Pri hľadaní informácií na internete naráža na neprestajne blikajúce a otravné bannery. Počas obednej prestávky cestou do reštaurácie prejde minimálne okolo dvoch dvoch bilbordov a aspoň desiatich plagátov; v reštaurácii ukáže prstom na farebný obrázok jedla, pri konzumácii bude ostríť svoj zrak skôr na obrazovke zapnutého televízora ako na kolegovi. Cestou domov z práce si mobilom odфотографuje vznikajúcu novostavbu, aby o nej mohol referovať svojej polovičke. Po dobrej večeri sa venuje spoločenskému magazínu, v ktorom hustota textovej informácie zodpovedá kvantite poznámok pod čiarou, a po skončení dokumentu v televízii prichádza konečne čas oddychu pre tak neuveriteľne namáhaný orgán ako oko.

Shut down. Turn off. Hybernate.

Rozširujúcim trendom v grafickom dizajne je ústup textovej informácie na úkor vizuálnej. Obraz verzus text. Text verzus obraz. Kto z koho? A hlavne ako? Prečo tento jav stále výraznejším spôsobom zasahuje do nášho života? Vyslovím svoje dve tézy, ktorým sa budem neskôr obsiahnejšie venovať:

1__ Vedíme stále rýchlejší život a zažívame obrovský informačný boom.

2__ Žijeme v čase globalizácie a stierania geografických a kultúrnych hraníc.

Najskôr si povieme niečo o vizuálnej vnímavosti človeka, rozoberieme vnímanie textu, vnímanie obrazu a čo všetko je k tomu potrebné. K vnímaniu informácií musíme byť gramotní. V časoch dávnejších sa pod pojmom gramotnosť označovala znalosť písma – čítanie a písanie. Napredovaním civilizácie však pribúda aj potreba ďalších znalostí. Na celkový obraz o inteligencii človeka nestačí poznať hodnotu IQ, navyše pribudla inteligencia emočná, sociálna, mechanická, abstraktná a k základným znalostiam (gramotnosti) pribudla informačná, počítačová, internetová a stále aktuálnejšia – vizuálna.

Definíciu gramotnosti (použijeme však slovo inteligencia) nám opisuje kniha B. Šupšákovej: „Vizuálnu inteligenciu definujeme ako aktívnu a holistickú schopnosť, ktorá je na najvyššej úrovni senzorickej hierarchie / hierarchie vnímania. Je založená na aktivovaní krátkodobej aj dlhodobej pamäti s cieľom usporiadať ju do zmyslu – a vyriešiť problém. Vizuálna inteligencia zapája motorickú koordináciu a verbálny jazyk, má svoju vlastnú univerzálnu gramatiku založenú na princípe bod, línia a farba v rámci základného komunikačného rámca.“¹

Ako potom vyzerá vnímanie textu? Vnímanie textu môžeme, aj podľa Boženy Šupšákovej, nazvať lineárnym myslením alebo myslením kúsok po kúsok. Je to preto, lebo niekde začneme a inde skončíme, očakávame bodku za vetou, ktorá nám oznámi koniec.

Vizuálne vnímanie ráta s pochopením celku. Tu neexistuje element bodky, presne ohraničeného konca. Keď sa na ten istý plagát pozrie desať rôznych ľudí, smerovanie ich zraku môže pri predpoklade podobného vnímania kontrastov mať spoločné črty. Nieкто si však všimne ako prvý veľký nadpis, druhý zasa detail obrázka, iného upúta farebnosť, pre ďalšieho bude najzaujímavejším lemovanie. Všetci však musia „prečítať“ celý plagát. Na to, aby pochopili jeho zmysel, musia najprv postihnúť celok.

Pri písanom texte začíname od prvého slova prvej vety a postupne sa dostaneme až k spomínanému koncu, bodke. Vďaka tomuto lineárnemu čítaniu myšlienková skladačka postupne naberať tvar celku. Je preto môj dohad, že pri čítaní textu musíme byť inteligentnejší, nesprávny? Nie. Pri čítaní textu sa aktivizuje predstavivosť (nie „iba“ vnímanie označované ako pasívne v porovnaní s aktívnou predstavivosťou), stimuluje sa naša rozumová inteligencia. Pri čítaní plagátu to nie je o nič ľahšie. Odpadáva síce potreba vizuálne si niečo predstaviť, ale pribúda aktivita vizuálnej inteligencie: ako správne dešifrovať predkla-



danú informáciu. Na vnímanie obrazov a vizuality potrebujeme spomínaný nový druh inteligencie – vizuálnu. Podľa H. Stevena Kima² je vizuálne uvažovanie efektívnejšie ako slovné. Tvrdí, že lingvistika a obrazotvornosť sú rovnako schopné, pričom však v praxi je lepšia obrazotvornosť. Najmä kvôli paralelizmu, akcelerácii a mnohorozmernosti. Nemôžeme sledovať viac rozhovorov naraz, dokážeme však vnímať napríklad gestá davu ľudí.

K správne dešifrovaniu vizuálnej informácie potrebujeme okrem tejto inteligencie aj skúsenosti, tvrdí Martin Takáč³. Čistá percepcia nestačí. Vo svojich textoch k prednáškam Kognitívna veda v krátkosti opisuje príklad so stolom. Keď máme scénu so stolom, pýta sa, aká informácia nám pomáha identifikovať predmet ako stôl. Stôl má totiž viac-menej uniformný tvar, no takisto môže na seba prevziať úplne netradičnú formu. Čo nám ho pomáha identifikovať ako stôl, je naše vnímanie formy, rozmerov a iných vlastností, ktoré ho vyhodnotí ako dobré pre funkciu stola.

Jeden typ vnímania je nám daný fyziologicky – čistá percepcia (rozoznávanie tvarov, farieb), ktorá funguje bez vedomej kontroly. Druhý je zložitejší – kognitívny, vyžaduje znalosti a skúsenosti jednotlivca. Vyžaduje vedomosť o tvaroch a funkciách objektov. Až na základe toho, že stôl poznáme z predošlej skúsenosti, vieme, ako sa používa, dokážeme identifikovať vidieť objekt ako stôl – vieme naň aplikovať funkciu stola.

Pokúsme sa pozrieť na relevantnosť tých vyslovených na začiatku. Prečo je dnes rozsah vizuálnych informácií historicky najväčší? Podľa môjho názoru je úzko prepojený s nasledujúcimi dvoma bodmi – tvrdeniami:

1

Vedíme stále rýchlejší život a zažívame obrovský informačný boom.

Od čias postmodernity náš život naberať na obrátkach – rúca sa pojem jednotný umelecký štýl (kedysi vládol jeden uniformný štýl aj niekoľko storočí, obdobia jednotlivých štýlov sa však postupne skracovali, až tento jav postmoderna úplne zrušila). Vďaka rozvoju digitálnych technológií a internetu sa zrýchlili predtým pomalé pracovné úkony (prepísovanie na stroji, tlač dokumentov, posielanie správ). Na druhej strane však, paradoxne, nemáme viac voľného času, lebo firmy od zamestnancov začali vyžadovať väčšiu kvantitu výsledkov v kratšom čase. Začali sme si zvykať skôr na bleskové informácie. Zrazu ich máme k dispozícii veľké kvantum, chceme ich čo najviac prijať. Táto všeobecná rýchlosť predurčuje vývoj od vnímania textovej informácie k informácii vizuálnej. Ako sme spomenuli vyššie, vnímanie textu je lineárne, pričom vyžaduje viac času ako zbežný pohľad na krátku vizuálnu informáciu.

Uvediem jednoduchý príklad z každodenného života – v hypermarkete pri vážení zeleniny nájdeme rýchlejšie tlačidlo s príslušným obrázkom ako tlačidlo s názvom zeleniny.

2

Žijeme v čase globalizácie a stierania geografických a kultúrnych hraníc.

Ako príklad môžeme uviesť expanziu americkej kultúry a rozširovanie Európskej únie, alebo prevažujúci vplyv anglického jazyka ako jazyka uniformného, a to nielen na internete, zlučovanie malých podnikov do veľkých, veľkých do obrovských a obrovských do nadnárodných.

Preberanie západnej kultúry arabskými a ázijskými štátmi (napr. Muslim Up miesto Seven Up, Mecca Cola miesto Coca Cola, Halal Fried Chicken namiesto Kentucky Fried Chicken) a expanzia nadnárodných korporácií vytvárajú novú úlohu pre grafický dizajn a reklamu – sprostredkovať posolstvo pre čo najširšiu kultúrnu vrstvu. Tak sa stane, že reklama vyrobená pre Ameriku sa vysiela aj v Európe a Ázii. Podľa nemenných, dogmatických dizajnových stanov korporácie sa vyprodukuje jeden typ určený pre čo najviac krajín. Aby sa reklama neminula účinkom, mala by obsahovať čo najmenej kultúrnych referencií a podľa možnosti by mala čo najviac eliminovať textovú informáciu. Poskakujúcim gumeným loptičkám naprieč ulicami totiž porozumie omnoho viac ľudí ako písanému textu Nový LCD televízor s vysokým rozlíšením, vybavený exkluzívnou vyspelou technológiou SONY ako Live Color Creation, BRAVIA Engine a vysokovýkonným LCD panelom zaistujúcim vysokú kvalitu obrazu. Vzniká potreba vytvárať akési vizuálne značky zrozumiteľné nezávisle od jazyka, akým daný recipient rozpráva. Otvára sa tak obrovský priestor na expanziu vizuálneho materiálu.

Túto univerzálnosť predpovedal v roku 1971 Josef Müller – Brockmann v knihe A History of Visual Communication⁴. Vraj sa naša skúsenosť univerzálnosti a individuality bude prehĺbovať a stávať bezprostrednejšou. Masová komunikácia sa tak rozšíri na univerzálnu. A presne to sa stalo.





Textové usporiadania nám čoraz viac pripomínajú ilustrácie, písma sa stávajú piktogramami. Museli sme prejsť celým vývojom od obrazu k písmu, aby sme si na začiatku 21. storočia pripustili, že možno je stále viac a viac vecí, ktoré je lepšie vyjadriť obrazom. Síce sa vyjadrujeme obrázkami, ale pochopiteľne na oveľa sofistikovanejšej báze, čo má na svedomí štádium písma. Intelektuálne zdokonalení vieme s obrazom narábať v oveľa širších intenciách.

Na strane druhej, máme v súčasnosti vytvorené podmienky na to, aby sme sa dokázali zaobiť bez textu? V istých prípadoch áno. Menu v mobilných telefónoch, fotoaparátach či operačné systémy stále viac a viac dbajú na obrázkovosť. Microsoft Research dokonca vyvíja systém podobný Google Search, ktorý namiesto textu vyhľadáva podľa kľúčových obrázkov.

Nebodaj text pomaly prestáva mať v našom živote miesto? Obraz vo vizuálnej komunikácii preberá tradičné funkcie textu, aby ho urobil atraktívnejším.

Podľa knihy Antona Stankowského a Karla Duscheka *Visuelle Kommunikation*⁵ sa každý text vďaka obrazu môže stať zmysluplnejším, ak na seba preberie vhodnú vizuálnu podobu. Naozaj sú prípady, keď obrazom ušetríme veľa slov a výsledný efekt je trefnejší ako textové riešenie.

V histórii ľudstva máme doteraz najvyššiu gramotnosť, prečo teda sledujeme trend postupného poklesu záujmu o čítanie? Je odpoveď ukrytá v rozmachu televízie, kina a počítačov? Sú pohodlnejšie (nemusíme zapájať vizuálnu predstavivosť), rýchlejšie (za približne dve hodiny dostaneme celý príbeh) a napohľad atraktívnejšie (estetické scenérie, farebnosť, dynamika – kontra čierny text na bielom pozadí). S masovým rozšírením televízie v 60. rokoch vznikla potreba vtedajším magazínom a časopisom prinavrátiť informačnú hodnotu. V súčasnosti však sledujeme presne opačné tendencie – ak chcú uspieť v súťaži iných vizuálnych médií, musia si osvojiť ich reč. To sa pravdaže odráža na vzhľade týchto tlačенých médií. Preto dostávame do rúk veľké množstvo obsahu vo prázdnych, no vizuálne preplnených magazínoch, ktoré v nás namiesto potreby vedieť pestujú potrebu vidieť.

Určite nie je zlé využívať vizuálnu informáciu. Nedá sa povedať – viac píšme a čítajme, menej pozerajme. Dôležitejšie je zamerať sa na efektívnejšie využívanie obrazového materiálu. Súčasnosť nám vďaka rozvoju digitálnych technológií ponúka na užívanie miliardy dát obrazového materiálu. Je potom na nás dizajnérov, usilovať sa v tomto množstve nájsť relevantné materiály a správne ich využiť.

Dizajnér by si mal uvedomiť, že má v rukách celkom schopný nástroj na nenásilne budovanie vkusu. Váž-

šina bežných spotrebiteľov preberá názor, ktorý im je ponúkaný. Tým sa nevedomky formuje ich zmýšľanie, prípadne dokonca ich mienka. Teda radšej ako ďalší pekný obrázok z fotobanky, ktorý náš dizajn určite zachráni, skúsme porozmýšľať najprv nad nápadom. Vždy naše úsilie bude do značnej miery ovplyvňované technológiami, ale to neznamená, že sa staneme ich otrokmi.

V časoch kníhtlače alebo litografie sa umelci nespoľiehali na nápad z kníhtlačiarkeho stroja alebo litografického kameňa, ale vopred si ho dobre museli premyslieť. Počítač dnes mnohých zvädza k zjednodušeniu myšlienkového procesu.

Návrat do predškolského veku? Keď malé deti stavajú lego, najprv skúšajú, čo všetko sa dá postaviť. Rovnako sa dnes niektorí správajú aj pri tvorbe dizajnu. Až keď sme starší, skúsenejší, dopredu si premyslíme, čo chceme postaviť a z lega sa stáva prostriedok, nie hlavný zdroj. Skicár s ceruzkou, napriek tabletom, hlasovým záznamníkom a stále novším verziám Photoshopu, doteraz nevyšiel z módy. Je to oná manuálna (alebo v žargóne súčasnosti analógová) interakcia s pramédiom, ktorá stále tvorí esenciu našej dizajnérskej profesie. Používanie obrazového materiálu je určite lákavé, netreba však pri ňom sklznúť do povrchnosti len preto, že je dostupný.

Na záver citujem jeden výrok francúzskeho dizajnéra Philipa Starcka:

„Dizajnér by sa mal zaujímať o všetko okrem dizajnu.“



cigareta

1
Šupšáková, Božena a kol.: Vizuálna kultúra
a umenie v škole. Svätý Jur: Digit 2004, s. 12.

2
Kim, H. Steven: Podstata tvorivosti. Bratislava:
Open Windows 1993.

3
Takáč, Martin: [www.fmph.uniba.sk/takac/
kognaweb.html](http://www.fmph.uniba.sk/takac/kognaweb.html), 9. 11. 2006.

4
Müller – Brockmann, Josef: A History of Visual
Communication. Teufen: Arthur Niggli Ltd. 1971.

5
Stankowski, A. – Duschek, K.: Visuelle
Kommunikation. Berlin: Dietrich Reimer 1989.

Príspevok je časťou textu teoretickej diplomovej práce, ktorá vznikla na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave pod vedením doc. PhDr. Zdena Kolesára, PhD. v rokoch 2006 – 2007. Práca bola upravená pre potreby časopisu Designum. Diplomová práca je dostupná v knižnici VŠVU.





Medzinárodná výstava dizajnu – galéria Icograda

text_redakcia

Pre všetkých svojich členov, členov pridružených organizácií, školy a študentov grafického dizajnu, ilustrátorov či typografov ponúkajú webové stránky Icograda zaujímavú možnosť prezentácie.

Icograda vyzýva všetkých, ktorí sa zaoberajú grafickým dizajnom, aby využili príležitosť a predstavili svoje práce v galérii Icograda. Predložené práce, od ktorých sa očakáva predovšetkým originalita, kreativita, vtip, by mali vhodne komunikovať s obsahom a poslaním galérie, pričom Icograda pri výbere uprednostňuje plagáty, pohľadnice alebo knižné obálky. Keďže Icograda má celosvetovú pôsobnosť, predtým ako svoje dielo ponúknete, ubezpečte sa, že dokáže osloviť medzinárodného diváka.

Vybrané práce sú vystavované jeden týždeň a ich súčasťou je primeraný popis, charakteristika a informácie o dizajnérovi. Znamená to, že pokiaľ Icograda vyberie vašu prácu, poskytnuté údaje a opis diela, ktoré sú povinnou súčasťou zaslaných dokumentov, budú zverejnené spolu s dielom. Práce sa potom stanú stálou súčasťou online archívu galérie.

Na to, aby ste boli zaradení do výberu, musíte pozorne vyplniť každú časť formulára, ktorý je dostupný vo forme Word alebo PDF na stránke www.icograda.com v priečinku Galeria. Dotazník má dve časti – v prvej vyplníte zvyčajné údaje (meno, adresa, e-mail...) a priložíte krátky životopis v rozsahu maximálne 50 slov. Druhá časť dotazníku je venovaná samotnému dielu, Icograda požaduje názov diela, meno klienta, pre ktorého práca vznikla, rozmery a pod., pričom priložíte aj jeho krátky popis. Icograda si vyhradzuje právo váš text upraviť.

Pokiaľ sa rozhodnete svoje dielo poslať na uverejnenie, Icograda upozorňuje, že preberáte zodpovednosť za jeho autorstvo, právo predložiť prácu, a za to, že máte potrebné povolenia vystaviť dielo od všetkých ostatných subjektov, ktoré si môžu nárokovať autorstvo diela. Icograda si vyhradzuje právo zverejniť to dielo, ktoré považuje za najvhodnejšie ako aj dielo odmietnuť bez udania dôvodu. Spôsob doručenia do galérie Icograda je jednoduchý: na adresu secretariat@icograda.org zašlete vyplnený formulár a prirodzene aj dielo v požadovanom formáte.

Pokiaľ vás zaujíma, ako galéria Icogrady vyzerá, navštívte uvedenú webovú stránku. Možno sa presvedčíte, že tento spôsob prezentácie nie je zbytočný.

<http://www.icograda.org>

Predplatte si designum!!!

**Pri predplatení časopisu
designum ročník 2008
v sume 330,- SK /10,95 Euro (KK=30,126)**

ako bonus získavate:

**REGISTRAČNÝ POPLATOK
DO KNIŽNICE SCD ZADARMO**

alebo

**PUBLIKÁCIU – ZDENO KOLESÁR:
KAPITOLY Z DEJÍN DIZAJNU II.**

**Všetci predplatitelia z roku 2008 budú
zaradení do žrebovania o publikáciu
Zdena Kolesára:
Kapitoly z dejín grafického dizajnu.**

Aktuality / Podujatia

Slovenský dizajn na BIO 21 v Lubľane

V dňoch 2. 10. - 2. 11. 2008 sa koná v Lubľane 21. ročník medzinárodného biennále priemyselného dizajnu BIO. SCD, ktoré býva na tomto podujatí pravidelne garantom slovenskej expozície, tento rok prihlásilo 14 prác, z ktorých medzinárodná porota vybrala 7. V kategórii produkty sú to sklenené misky Sunny day (Patrik Illo, výrobca Rona, a.s. Lednické Rovne) a kolekcia drevených stavebníc Veva (Tibor Uhrín, Peter Juščák, Jozef Kurila, výrobca IDS, s. r. o., Veva Product, Huncovce). Ďalších 5 prác je v kategórii dizajnových konceptov a sú to práce študentov škôl s výučbou dizajnu: Cestovný odev (Pavla Tobková, VŠVU - práca získala Cenu ministra školstva SR v súťaži NCD 2007), stavebnica Bupen (Lenka Kalová, TU Košice), CD prehrávač Hi-Fi worm Hole (Štefan Nosko, VŠVU) kuchynské spotrebíče Apollo 11 (Veronika Szabóová, VŠVU) a nádoba na vodu Kvapka (Denisa Tóthová, STU Bratislava).
Informácie: www.sdc.sk

Podujatia v rámci BIO 21 Lubľana

Hlavná výstava BIO 21 sa koná v Múzeu architektúry v priestoroch zámku Fuzine, kde bude vystavených 126 exponátov z 18 krajín vybraných medzinárodnou odbornou porotou. Ďalšie sprievodné akcie: výstava priemyselného porcelánu z konca 19. až začiatku 21. storočia 1815 Dialogue 2008 (do 30. 10. 2008 v galérii Magušar House), workshop Recycled Entities (29. 9. - 3. 10. 2008) v Atelje 2050, výstava Ettore Sottsass 1917 - 2007 (1. - 25. 10. 2008 v salon Orion Intertrade), prednáška člena medzinárodnej poroty BIO 21 Viktora Margolina Kultúra

udržateľnosti (3. 10. 2008 o 19.00 v Slovenskej obchodnej a priemyselnej komore), workshopy Dizajn užítkových objektov z recyklovaných materiálov (4. a 10. 10. 2008 v Atelje 2050), Kreatívne myslenie - materiály a recykliácia v priemyselnom dizajne (9. 10. 2008 v Múzeu architektúry) a Nové cesty použitia textilu (16. a 18. 10. 2008 v Múzeu architektúry), výstava dizajnéra Davorina Horvata (7. 10. - 7. 11. 2008 v Zepet Centre), výstavy Created in Slovenia (20. 10. - 13. 11. 2008 v Slovenskej obchodnej a priemyselnej komore) a Verner Pantton (21. 10. - 8. 11. 2008 v Kresija Gallery), medzinárodný panel Kapacity zmeny o kreatívite a inovácii (20. 10. 2008 v Slovenskej obchodnej a priemyselnej komore) a prednáška výkonného manažera Design Zentrum Nordrhein Westfalen v Essene Vita Oražema Dobrý dizajn pre dobrý obchod (na príklade projektu ADMIRE - 20. 10. 2008 o 16.00 v Slovenskej obchodnej a priemyselnej komore).
Informácie: bio@aml.si, www.aml.si, www.bio.si.

Konferencia Multiverso Turín

V rámci Týždňa dizajnu, ktorý organizuje ICOGRADA v spolupráci s Talianskou asociáciou vizuálneho a komunikačného dizajnu (AIAP) v Turíne, hlavnom meste dizajnu na rok 2008, sa v dňoch 13. - 19. 10. 2008 uskutoční medzinárodná konferencia Multiverso a množstvo sprievodných podujatí - výstav, študentských workshopov a diskusných fór. Témy konferencie sú dizajn a značka, grafický dizajn, web dizajn, reklama, interaktívny dizajn, typografia, animácia, ilustrácia a nové médiá. Konferencia je určená profesionálom, študentom, teoretikom, žurnalistom, učiteľom, výrobcami, architektom, urbanistom, produktovým a interiérovým dizajnérom a záujemcom o dizajn a komunikáciu v súčasnej kultúre.
Informácie: www.icograda.org, www.aiap.it

Konferencia Formovanie globálnej dizajnerskej agendy Turín

Témou medzinárodnej konferencie, ktorá sa uskutoční v dňoch 6. - 7. 11. 2008 v Turíne, je politika dizajnu. Jej zámerom je zosúladiť štátnych politik dizajnu s požiadavkami výrobcov a trhu na globálnej úrovni. Otvplyňovanie politiky dizajnu v medzinárodnom meradle môže prispieť k celkovému ekonomickému a kultúrnemu rastu planéty. Hlavným prednášateľom bude Michael Thomson, riaditeľ londýnskej konzultačnej kancelárie Design Connect, člena britskej Design Business Association, ktorá úspešne pôsobí v oblasti dizajnských stratégií, plánovania a rozvoja dizajnu v budúcnosti.

Informácie: www.torinoworlddesigncapital.it

International Design Casa Turín

Počas trvania konferencie Formovanie globálnej dizajnerskej agendy bude v dňoch 6. - 13. 11. 2008 v Turíne podujatie International Design Casa, ktoré má prezentovať dizajn jednotlivých krajín formou rôznych výstav a akcií. Slovensko sa zúčastní s prezentáciou, ktorú pripravilo Slovenské centrum dizajnu.

Designblok 08

Desiaty ročník pražského Designbloku sa uskutoční v dňoch 7. - 12. 10. 2008. V jubilejnom ročníku pripravili organizátori mimoriadne kvalitný program - okrem Alfreda Häberliho, čestného hosťa tohto ročníka, privíta Designblok takmer 20 ďalších významných zahraničných hostí. Hlavné slovo však budú mať už tradične českí dizajnéri, firmy pôsobiace na českom

území a Praha, hlavne zóny Holešovice, Karlín a Staré a Nové Město, kde sa uskutoční najviac akcií, prezentácií, prednášok a spoločenských stretnutí. Pred 10 rokmi sa Designbloku zúčastnilo 14 účastníkov, v tomto roku je ich 202. Novinkou je Designblok Fashion Week, ktorého sa zúčastní 33 najlepších českých módných tvorcov. Organizátori pripravili aj kvalitného sprievodcu po svete dizajnu nielen v Prahe - exkluzívnu publikáciu Design Guide 2009 v ustálenej veľkoformátovej podobe, novinkou je jeho rozsiahla internetová verzia. Informácie: www.designblok.cz, www.designblok.cz/cs/news/design-guide-2009.

Design Week Viedeň

Ďalší ročník metropolitného festivalu dizajnu sa uskutoční v hlavnom meste Rakúska v dňoch 2. - 12. 10. 2008 s početnou domácou a medzinárodnou účasťou. Organizátorom festivalu je agentúra Neignungsgruppe Design. Festival má podporu videnskej radnice, Rakúskej obchodnej a priemyselnej komory, viacerých videnských múzeí, Centra architektúry a ďalších spoliuorganizátorov. Tohtoročnou krajinou festivalu je Holandsko, ktorého dizajn predstaví amsterdamský Netherlands Architectur Instituut (NAI) veľkou výstavou v Etnografickom múzeu. V rámci festivalu udeľia aj Cenu mladého dizajnéra. Viedenskému publiku sa predstaví to najlepšie zo stredoeurópskeho dizajnu - Nicole Aebischer (Švajčiarsko), Maxim Veľčovský (ČR), Bartosz Mucha (Poľsko), Marco Dessi (Taliansko) a rakúske „hviezdy“ EOOS a Gregor Eichinger. Architekturzentrum Wien organizuje počas festivalu aj exkurziu Design Safari v Bratislave a v Prahe počas festivalu Designblok 2008, designforum MQ zasa pokrší knihu 360° Design Austria #2.

Informácie: www.viennadesignweek.at, www.neignungsgruppe-design.org.

Design Week Budapešť

Piaty ročník projektu Design Week chystajú v Budapešti v dňoch 4. - 12. 10. 2008. Počas desiatich dní predstaví organizátor festivalu Design Terminal Kht. množstvo podujatí spojených témou Dialóg. Pôjde o konfrontáciu materiálov a objektov okolo nás s dizajnérmi a užívateľmi, o dialóg medzi minulosťou a prítomnosťou vizuálnej kultúry, o stret dizajnéra s potrebami spoločnosti. Hostom festivalu bude Holanďan Marcel Wanders, ktorý bude prednášať na Univerzite umenia a dizajnu Moholy-Nagya (MOME). V Múzeu užitočného umenia sa predstavia držiteľia Maďarskej ceny za dizajn za rok 2008, na výstave Taste MOMENTS bude vystavených 100 objektov 27 maďarských dizajnérov so sprievodnou akciou - prehliadkou súčasnej maďarskej módy. Po New Yorku, Londýne a Berlíne do Budapešti dorazí aj úspešná výstava prominentných talianskych dizajnérov Made in Italy a repríza Design Match CZE: SVK: HUN: AUT. Publiku sa predstaví maďarská verzia dizajnerskej show Pecha Kucha Night. Lákavo vyzerali exkurzia po interiéroch budapeštianskych hotelov so sprievodným slovom renomovaných maďarských interiérových dizajnérov. Informácie: www.design7.hu.

Lodz Design 2008

2. medzinárodný festival dizajnu organizovaný Lodžským centrom umenia sa uskutoční v poľskej Lodži v dňoch 16. - 31. 10. 2008. V troch centrách festivalu - priestoroch bývalej textilnej továrne z 19. storočia na Tymienieckiego ulici, v Patio Art Center WSHE a Manufakture - prebehnú viaceré podujatia. Z nich najzaujímavejšie sú výstavy Eames by Vitra, Play&Joke (medzinárodný mladý dizajn), Puzzle 4 Peace, Twist Young Design (Projekty známych dizajnérov

a architektov pre deti), workshopy (napr. Akcia Kreačia o mladom poľskom dizajne a architektúre) a prednášky, festival filmov o architektúre atď. Súčasťou festivalu bude aj vyhlásenie víťazov medzinárodnej dizajnerskej súťaže Make mel 18. 10. 2008. Festival spoliuorganizujú prestížne poľské umelecké akadémie, ako aj zahraničné vysoké školy Bauhaus University Weimar, Northern Illinois University a L'Ecole de Design Nantes Atlantique. Informácie: www.lodzdesign.com.

Designers' Open 2008 Lipsko

V nemeckom Lipsku sa v dňoch 24. - 26. 10. 2008 uskutoční medzinárodný festival dizajnu s názvom Designers' Open určený mladým dizajnérom, obchodníkom, výrobcom a pod. Festival ponúka zmes aktivít z oblasti komunikácie, kultúry, módy, produktového dizajnu a architektúry, pričom nezanebateľným momentom je predaj a komercia. Tri najzaujímavejšie projekty ocení medzinárodná porota. Informácie: www.designersopen.de.

Design Week Barcelona

sa uskutoční v dňoch 10. - 14. 11. 2008. V rámci tretieho ročníka Barcelonského týždňa dizajnu sa bude konať aj medzinárodný kongres Design Management Europe (DME) v Barcelonskom centre dizajnu (BCD) v dňoch 11. - 12. 11. 2008. Pozornosť účastníkov upúta najmä prednáška amerického architekta a dizajnéra Williama McDonougha o projekte ekologického inteligentného dizajnu Z kolisky do kolisky (Cradle to Cradle), ako sa volá aj jeho rovnomený knižný bestseller z roku 2002. Hlavným organizátorom je BEDA - Úrad Európskej dizajnerskej asociácie. Informácie: www.bcd.es.



=====

Medzinárodné bienále dizajnu Saint - Étienne

=====

Projektom tohtoročného bienále v Saint - Étienne v dňoch 15. - 30. 11. 2008 bude Flight Number Ten (prvé bienále sa uskutočnilo pred 10 rokmi). Má byť akousi momentkou zachytávajúcou súčasné smery a vývoj svetového dizajnu v súvislosti s poslednými trendmi, ktoré ho ovládajú. Slovenské centrum dizajnu na túto výstavu odporučilo súčasného diplomanta VŠVU Ondreja Gavaldu, ktorý získal najvyššie ocenenie 2007. Výberová komisia bienále návrh SCD akceptovala a rozhodla, že projekt "a" - Expanzia loga a reklamy bude vystavený v tejto expozícii. Flight Number Ten organizuje Design Factory Brainport Eindhoven, Holandsko a DMY Design May Youngsters Berlín, Nemecko. V časti Európa dizajnérov budú predstavené projekty, ktorých cieľom je poukázať akými spôsobmi riešia súčasní dizajnéri problémy spájajúce európsku spoločnosť. Na Bienále dizajnu v Saint - Étienne bude prezentovaný aj projekt Stredoeurópskej kultúrnej platformy Real World Laboratory - Design of Central Europe, ktorý koncepčne pripravilo Poľsko. Zastúpené budú reálne produkty a experimentálny dizajn účastnených krajín - Rakúska, Česka, Maďarska, Slovenska, ktoré bude reprezentovať Štefan Klein. Súčasťou bienále sú aj dve tandemové výstavy: Francúzsko-Fínsko (Geolocation) a Francúzsko-Česká republika (Golem)

Informácie: www.citedudesign.com

=====

Konferencia Cumulus Saint - Étienne 2008

=====

V dňoch 20. - 23. 11. 2008 sa vo francúzskom Saint - Étienne uskutoční medzinárodná konferencia programu Cumulus na tému Dizajn a výskum. Konferencia je sprievodným podujatím 6. medzinárodného bienále

dizajnu, ktoré organizuje tamojšia Vysoká škola umenia a dizajnu a firma Cité du Design. Organizátori vyzývajú na účasť vedcov, pedagógov a všetkých, ktorí sa zaujímajú o tieto hlavné témy: 1. Dizajn, krajina a životné prostredie, 2. Dizajn a sociálna inovácia, 3. Dizajn, interaktivita a digitálne technológie. Výberová komisia vedeckej konferencie Cumulus Saint - Étienne 2008 vyberie 5 - 6 najlepších prihlásených projektov z každej sekcie. Prednosť majú experimentálne, inovatívne a neakademické projekty.

Informácie a prihlášky: www.cumulusassociation.org, www.esadse.fr alebo www.citedudesign.com

=====

Bienále architektúry Benátky

=====

Jedna z najprestížnejších udalostí mapujúcich súčasné dianie v architektúre a urbanizme na celom svete sa koná od 14. 9. do 23. 11. 2008. Víťazný projekt na realizáciu Československého pavilónu v rámci 11. bienále architektúry v Benátkach Sideways, je komplexný projekt, ktorý má zrozumiťelhou a interaktívnou formou osloví široké publikum tejto svetovo uznávanej výstavy a zaujať kritickú odbornú verejnosť a médiá. Inštalácia je navrhnutá ako interaktívna expozícia, ktorá ma potenciál uspieť v silne konkurenčnom prostredí národných prehliadok. Divák má možnosť priamo sa na inštalácii zúčastniť, zažiť ju. V priestoroch pavilónu bude umiestnených viac ako 15 ks funkčných chladničiek, do ktorých bude môcť divák nazrieť. Podľa toho, aký „interiér“ v nich nájde, spozná základné preferencie pomyselného majiteľa chladničky. Koncepcia výstavy sa snaží čerpať z prirodzenej každodennosti - uspokojovania základných ľudských potrieb. Autori projektu si kladú otázku, či je možné využiť poznatky získané formou tohto unikátneho výskumu i pri tvorbe súčasnej architektúry. Autormi výstavy je tím zerozero unt'd. (trakti Eristavi, Martin Jančok, Marcel Bencík, Palo Šilla a

Silvia Miklušová).

Informácie: www.labiennale.org/en/architecture

=====

Štipendia Solitude na roky 2009 - 2011

=====

Akademie Schloss Solitude v Nemecku vypisuje 65 štipendií pre dizajnérov z oblasti vizuálnej komunikácie, módy, textilného dizajnu, produktového dizajnu a nábytkového dizajnu. Prihlásiť sa môžu záujemcovia mladší 35 rokov, ktorí ukončili štúdium najneskôr pred 5 rokmi.

Uzávierka prihlášok: 31. 10. 2008. Prihlášky a informácie: <http://bewerbung.akademie-solitude.de>.

=====

1. medzinárodný kongres módy - Madrid

=====

V Madride sa v dňoch 22. - 24. 10. 2008 uskutoční 1. medzinárodný kongres módy, ktorý organizujú Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM) a Asociación Moda, Universidad y Empresa (AMUE). Témou kongresu budú sociálno-kultúrne, technologické a marketingové otázky súvisiace s módou. Podujatie pod názvom "Móda: priestor kultúry a inovácie" sa uskutoční v Museo del Traje (Múzeum módy), ktorého sa zúčastnia významné osobnosti sveta módy.

Informácie: www.csdmm.upm.es

=====

Súťaž

=====

LOGO 2008

=====

Slovenské centrum dizajnu je odborným garantom 1. ročníka medzinárodného bienále LOGO, ktoré sa bude konať v dňoch 11. 11. - 23. 12. 2008 v priestoroch



Stredoslovenskej galérie v Banskej Bystrici. Hlavnými organizátormi podujatia sú Stredoslovenská galéria a reklamná agentúra Enterprise. Cieľom biennale LOGO je predstaviť širokej verejnosti to najlepšie zo slovenského grafického dizajnu, porovnať úroveň slovenskej kreativity s tvorcami z okolitých i vzdialenejších krajín a zmysluplne vyplniť dlhodobo prázdny priestor v prezentácii užitočnej grafiky. LOGO 2008 je určené najmä pre profesionálnych grafov, dizajnérov, nezávislých umelcov, grafické štúdiá a reklamné agentúry, ale aj študentov vysokých škôl so zámerom na výtvarné umenie, grafiku a dizajn.

Informácie: www.biennale-logo.sk.

iF concept award 2009

iF International Forum Design v Hannoveri vyzýva študentov a mladých profesionálov z celého sveta na účasť v súťaži dizajnerských konceptov iF concept award 2009. Prihlásené projekty nesmú byť staršie ako 2 roky a podmienkou je ich realizácia počas štúdia. Zúčastniť sa môžu jednotlivci aj skupiny. Súťažné kategórie: priemyselný dizajn, móda, komunikácia – multimediálny dizajn, architektúra – interiérový dizajn, univerzálny dizajn. Nezávislá medzinárodná porota zložená z renomovaných odborníkov vyberie 100 najlepších projektov, z nich niektoré dostanú finančné ocenenie v celkovej sume 30 000 eur. Účastníci súťaže sa musia najskôr zaregistrovať na uvedenej internetovej stránke. Uzávierka registrácie: 5. 1. 2009.

Informácie:

www.ifdesign.de/awards_concept_index_e.

Fennia Prize 2008

Design Forum Finland a Fennia Group vypisujú ďalší

ročník medzinárodnej biennialnej dizajnerskej súťaže, ktorej podtitul zní Dobrého dizajnu je čoraz viac. Súťaž je rozdelená do dvoch blokov – produktové série a otvorené série. Súťaže sa môžu zúčastniť výrobcovia podporujúci inovácie a nový dizajn s výrobkami nie staršími ako 2 roky. Hlavnými kritériami posudzovania sú: uplatnenie na trhu, funkčnosť a zodpovednosť voči spoločnosti a životnému prostrediu. Medzinárodná porota udelí vo februári 2009 jednu hlavnú cenu Grand Prix 15 000 eur, dve ceny Fennia Prize 5 000 eur a 15 – 25 čestných uznaní v celkovej hodnote 35 000 eur. Najlepšie práce budú predstavené na putovnej medzinárodnej výstave.

Uzávierka: 31. 10. 2008.

Informácie: www.designforum.fi/fenniaprize09.

Braun Prize 2009

17. ročník medzinárodne uznávanej súťaže dizajnu je otvorený mladým priemyselným dizajnérom, ktorí ešte stále študujú alebo doštudovali po marci 2006. Súťaž prezentuje prácu mladých dizajnérov z celého sveta, zviditeľňuje prácu škôl zameraných na dizajn, verejnosti sprostredkuje kreativitu a invenčnosť mladých dizajnérov a zároveň tým buduje prepojenie medzi mladými autormi a potenciálnymi klientmi. Jej ďalším cieľom je podporiť faktory a kritéria, ktoré majú vplyv na vznik kvalitného dizajnu produktov.

Suma určená pre výhercov je 36 000 eur, pričom víťaz súťaže obdrží 12 000 eur a bude mu umožnená šesťmesačná stáž v dizajnerskom oddelení Braun. Ostatní výhercovia dostanú odmenu po 5 000 eur a zvyšok peňazí bude prerozdelený medzi špeciálne ocenených výhercov.

Najlepšie práce súťaže budú prezentované na putovnej výstave a medializované v medzinárodnej tlači a na internete. Tému pre svoj produkt koncept si môžu

účastníci zvoliť sami. Pri tvorbe konceptov treba klásť dôraz na potreby spotrebiteľov. Kritéria hodnotenia: v samotnej oblasti dizajnu sa bude posudzovať inovácia, estetika, čistota, ergonómia, pri technológii bude dôležitým funkčnosť produktu a porota bude prihliadať aj na výhody produktu pre spotrebiteľa.

Uzávierka pre zaslanie návrhov do prvého kola je 31. január 2009.

Informácie: www.braunprize.com

International Design Award 2009

Nemecké firmy Hettich International a REHAU AG + Co organizujú ďalší ročník medzinárodnej súťaže dizajnu IDA s mottom Vaša šanca vytvoriť zajtrašok. Súťaž je určená pre študentov magisterského stupňa dizajnu nábytku a príbuzných disciplín, ktorých prihlási vedúci katedry alebo pedagóg. V roku 2009 pôjde o projekty vychádzajúce z dvoch futuristických príbehov nazvaných Generácia striebornej ekonomiky (The Silver Business Generation) a Technik. Ich cieľom bude nájsť vhodné riešenia nasmerované na rok 2020 v oblasti nábytku, moderných povrchových úprav alebo komplexných systémov pre životné a pracovné prostredie. Projekty by mali zohľadňovať problematiku obmedzených zdrojov energie, environmentálnej udržateľnosti a zdravého životného štýlu. Prihlásené práce posúdi nezávislá odborná porota v marci 2009. Prestížne odovzdávanie cien vo výške 20 000 eur sa uskutoční na medzinárodnom veľtrhu Interzum v Kolíne nad Rýnom v máji 2009.

Uzávierka registrácie: 31. 10. 2008.

Informácie: www.internationaldesignaward.com.

Výstavy

Slovenská republika

Bratislava

GD2D + PD3D

fresh AIR* by PureAustrianDesign

8. - 26. 10. 2008 / Satelit SCD

www.sdc.sk

Pocita príboru

12. 11. - 31. 12. 2008 / Satelit SCD

www.sdc.sk

Tkané príbehy – koberce z Estónska

Galéria ULUV / do 22. 11. 2008

www.uluv.sk

Matali Crasset – In Vino Veritas

Gandy Gallery / do 22. 11. 2008

www.gandy-gallery.com

Za oponou

IQ Design Studio v divadle

Foyer novej budovy SND / od 19. 9. 2008

www.snd.sk

Mladi viedenski architekti

do 10. 10. 2008 / Vestibul FA STU

www.fa.stuba.sk

Luba Sajkalová: Memoriae

Galéria Cypriána Majerníka – Zichyho palác

do 26. 10. 2008

www.staremesto.sk

Fakulta architektúry – pozemné staviteľstvo 1956-1962

Galéria SAS / od 18. 9. 2008

sas@euroweb.sk

2. biennale voľného výtvarného umenia

Výstavná sieň SVÚ / do 12. 10. 2008

www.svu.sk

Ako sme žili. Slovensko v 20. storočí

SNM / do 31. 10. 2008

www.snm.sk

www.20storie.sk

Banská Bystrica

Logo 2008 – 1. medzinárodné biennale

Stredoslovenská galéria / 11. 11. – 23. 12. 2008

www.scd.sk, www.bienale-logo.sk

Košice

Inšpirácie v kove 2008 – 7. medzinárodný workshop

mladých dizajnérov

Slovenské technické múzeum / do 5. 10. 2008

www.strm-ke.sk

Poprad

Absolut Elements 2008

Tatranská galéria – Elektraŕeň / do 18. 10. 2008

www.tatragaleria.sk

ČESKÁ REPUBLIKA

Brno

23. medzinárodné biennale grafického dizajnu

Moravská galéria / do 19. 10. 2008

www.moravska-galerie.cz

Slovak Rep.

Miestodržiteľský palác Moravskej galérie / do 19. 10. 2008

www.moravska-galerie.cz

40 plagátov z Taiwanu

HaDivadlo Gallery / do 19. 10. 2008

www.sbb-bienalebrno.cz

Bruselský sen

Moravská galérie / 21. 11. 2008 – 1. 3. 2009

www.expos8.info

Praha

Eames by Vitra

Umeleckoprůmyslové museum / 9. 10. – 9. 11. 2008

www.upm.cz

Nový (z)boží – Národní cena za studentský design 2008

Nadace pro rozvoj architektury a stavitelství

23. 10. – 14. 11. 2008

www.designcabinet.cz

Golden Czech Hands

– výstava Ateliéru Design keramiky FUD UJEP

České centrum / 7. – 13. 10. 2008

www.fuud.ujep.cz

www.czechcentres.cz

Adolf Loos – dílo v českých zemích

Múzeum hl. mesta Prahy / 1. 10. 2008 – 5. 4. 2009

www.muzeumprahy.cz

Moskovská secesia. Doba a jej štýl

Múzeum hl. mesta Prahy / 16. 10. – 16. 11. 2008

www.muzeumprahy.cz



<u>Brtnice</u> Ornament a moderna: Josef Hoffmann 1870 - 1956 Múzeum Josefa Hoffmanna / do 26. 10. 2008 www.mak.at	<u>RAKÚSKO</u> <u>Viedeň</u> Nábytok bez tvaru Österreichisches Museum für angewandte Kunst do 26. 10. 2008 www.mak.at Ekologická doprava Technické múzeum / do 15. 10. 2008 www.technischesmuseum.at Nábytok Charlesa a Ray Eamesovcov pre Vitru Wagner-Werk Museum Postsparkasse do 25. 10. 2008 / www.ottowagner.com	<u>SLOVINSKO</u> <u>Lublana</u> BIO 21 - medzinárodné bienále priemyselného dizajnu Múzeum architektúry / 2. 10. - 2. 11. 2008 www.bio.si <u>TALIANSKO</u> <u>Miláno</u> Ettore Sottsass - Revue Terrazzo Triennale di Milano / do 26. 10. 2008 www.triennale.it
---	--	---

<u>Turin</u> Legenda obuvi Salvatore Ferragamo 1928 - 2008 Triennale di Milano / do 9. 11. 2008 www.triennale.it <u>Enzo Mari</u> - dizajnér a umelec Galleria civica d'Arte Moderna e Contemporanea 29. 10. 2008 - 6. 1. 2009 www.gamtorino.it <u>FRANCÚZSKO</u> <u>Paríž</u> Červený, červenší, najčervenší Múzeum užitočného umenia / do 1. 11. 2009 www.lesartsdecoratifs.fr Design Observeur 09 Cité des sciences et de l'industrie / 23. 10. 2008 - 9. 3. 2009 www.apci.asso.fr <u>Sonia Rykiel</u> Musée de la mode et du textile / 20. 11. 2008 - 19. 4. 2009 www.lesartsdecoratifs.fr <u>LUXEMBURSKO</u> Ettore Sottsass & Sottsass Associati Múzeum moderného umenia / 11. 10. - 8. 12. 2008 www.mudam.lu	<u>Červený, červenší, najčervenší</u> Múzeum užitočného umenia / do 1. 11. 2009 www.lesartsdecoratifs.fr Design Observeur 09 Cité des sciences et de l'industrie / 23. 10. 2008 - 9. 3. 2009 www.apci.asso.fr Sonia Rykiel Musée de la mode et du textile / 20. 11. 2008 - 19. 4. 2009 www.lesartsdecoratifs.fr LUXEMBURSKO Ettore Sottsass & Sottsass Associati Múzeum moderného umenia / 11. 10. - 8. 12. 2008 www.mudam.lu
---	---

<u>NEMECKO</u> <u>Berlin</u> Peter Raacke: Jednoduchý moderný. Od remesla k dizajnu Bauhaus-Archiv / do 10. 11. 2008 www.bauhaus.de <u>Frankfurt n. M.</u> Ready for Take-Off. Súčasná nemecká architektúra na export Nemecké múzeum architektúry / do 2. 11. 2008 www.dam-online.de 60. medzinárodný knižný veľtrh Výstaviisko / 15. - 19. 10. 2008 www.book-fair.com <u>VEĽKÁ BRITÁNIA</u> <u>Londýn</u> Cold War Modern: Design 1945 - 1970 Victoria & Albert Museum / do 11. 1. 2009 www.vam.ac.uk	<u>NEMECKO</u> <u>Berlin</u> Peter Raacke: Jednoduchý moderný. Od remesla k dizajnu Bauhaus-Archiv / do 10. 11. 2008 www.bauhaus.de <u>Frankfurt n. M.</u> Ready for Take-Off. Súčasná nemecká architektúra na export Nemecké múzeum architektúry / do 2. 11. 2008 www.dam-online.de 60. medzinárodný knižný veľtrh Výstaviisko / 15. - 19. 10. 2008 www.book-fair.com <u>VEĽKÁ BRITÁNIA</u> <u>Londýn</u> Cold War Modern: Design 1945 - 1970 Victoria & Albert Museum / do 11. 1. 2009 www.vam.ac.uk
---	---







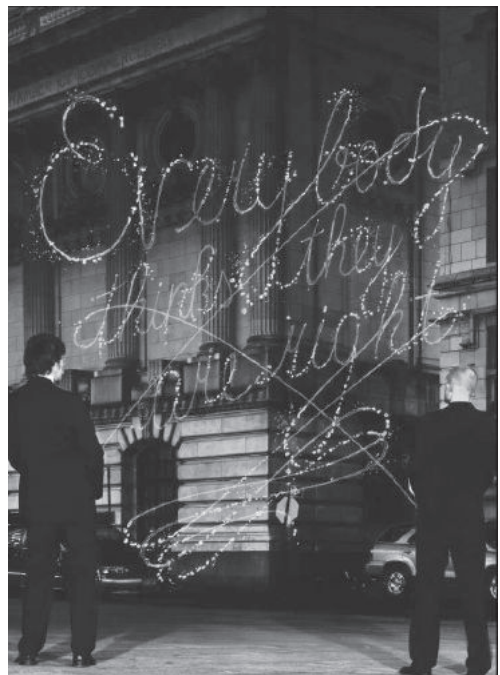
Brno has again become the city of graphic design 23rd International Biennial of Graphic Design Brno

Text_Zdeno Kolesár

The biennial of graphic design in Brno counts as one of the oldest events of its kind in the world. 388 authors from 39 countries had sent their application to the biennial. From the 1600 applying works, the jury selected 600, so the selection was truly strict. The dominant categories this year were Books and exhibition catalogues, Magazines and newspaper. The works of the Grand Prix award holder, Polish-born Kasie Korczak currently residing in the Dutch Arnhem are characterized by the controversy with conventional characteristics of print publications. In the works of Korczak, the image is overlaid by script, which is furthermore over-dimensioned and artistically subtilized, and thus an atypical, but very appealing and cultivated dialogue of the basic means of graphic design emerges. The winner of the Books and exhibition catalogues category Angus Hyland has succeeded with a catalogue reminiscent of a notepad with squared paper and a pen case. The character of experimental biblio-philia is also represented in the work of the only Slovak attendant in this category, the AFAD student Slávka Pauliková, who presents her authorial book Graféma. The only Slovak attendant in the Magazines and books category Emil Drličiak, has presented his graphic design of the magazine Designum. The winners of this category were Mexican designers Beltrán and Barrera with their magazine Ergo sum, which presents a radical formatting contrast of the title and type script. The Type design category also had a very solid level, although it had signified a sort of inhibition. The winner of the category Tomáš Brousil has introduced seven type scripts presenting playfulness, but also calligraphic ability and a craftsman's discipline. Ján Filípek, the only attendant from Slovakia, a fresh graduate of the AFAD, exhibited the script Deva, which was already used in several books and periodicals. The well-intended effort regarding the new category of the Digital and audiovisual media covers did not meet with big feedback and thus did not have its winner. Within the accompanying events, the attempt to bring "street-art" into the gallery space was the most successful. István Lékó, a street-art collector, has presented a selection of his documentation entitled City's Celebrities in Pražák's palace. Another noteworthy project was the one of the American graphic designer Abbott Miller – the exhibition Brno Echo. The exhibition of the works of the international jury members belongs to the traditional accompanying events in Brno – let us at least mention Jonathan Barnbrook, one of the most outstanding personalities of contemporary graphic

design. The work of the Japanese artist Fumio Tachibana, the laureate from the year 2004, stands on the border of design and experiment, using the traditions of Japanese culture. Among the inland personalities, this year Jiří Rathouský was presented, who had left significant traces in numerous branches of graphic design in the half of the last century. His retrospective can be found in the Viceregent's palace, as well as the exhibition of Slovenian graphic design and the exposition Slovak Rep, which counts as the most significant Slovak contributions at this year's biennial. The exhibition of students and graduates of the AFAD does not lack dynamics or artistic quality and thus can be rated among the best, which the biennial in Brno can offer. The works of the Austrian-American graphic designer Stefan Sagmeister, which have appeared in Pražák's palace and the adjacent square, belong into the same category as well.

The theoretical symposium led by the Prague designer and pedagogue Alan Záruba has had a traditionally excellent line-up. Andrew Altmann from the British studio Why Not Associates, or the already mentioned Abbott Miller and Jonathan Barnbrook count as the All Stars of contemporary graphic design. The other attending lecturers had a similarly high reputation. The symposium has given another dimension to the biennial in Brno. It has also contributed to the fact that this year has again confirmed the vitality of an event, which was regarded by many as already outlived.





Textile and clothing companies in Slovakia / History and the present

Text Zuzana Šidlíková

History and the present

First records of textile production in Slovakia date from the 18th century, when Francis of Lorraine founded the cotton manufacture in Šaštín. The beginnings of clothing confection production are bound with the era before the invention of the sewing-machine. Sewing of garments „for stock“ – meaning for the storehouse, relates to the growing need of a larger amount of garments – mainly underclothing, working garment accessories, or military uniforms. The sewing of clothing was mechanized not sooner than in the half of the 19th century, when the invention of the sewing-machine could fully start up the production of clothing confection.

What is the history of Slovak textile and clothing companies? What was the status of in-house designers in the past and how is it in the present? It is noteworthy that in the end of the 70s of the 20th century, there were 1400 designers of every qualification level and specialization employed in Czechoslovakia.

Karl Wein & Co. - Tatralan

In the year 1860, a spinning and weaving factory was founded in Kežmarok, which in the 80s of the 19th century came into possession of Karl Wein. The companies have produced damask fabrics, table-cloths, towels, handkerchiefs and bedclothes. Aside from the home market, it has also provided its products to the Balkan states. After the war, the production was stopped in 1919. It was resumed during the 2nd World War, when the factory acquired military orders. In 1947, the factory was nationalized and from 1948 it bears the name Tatralan.

From the recent history of the company, the year 1994 is very important, because then it was transformed to a joint stock company, which was privatised in 1996. The production focuses on household textiles – dish-cloths, towels, bed-cloth, table-clothes, technical textiles (painting linen, deckchair linen, sunshade linen, etc.) as well as bonded textile – geotextile. A large portion of the production is covered by fabrics for the ministry of defense and interior (for the needs of the army, fire-fighters, gas-workers...)

Tatralan has currently 144 employees. Export constitutes 43 % of the production, it is being exported almost into the whole of Europe. Sale is organized through the marketing department, a private store as well as an internet store.

Design is in the competence of the department of

technical preparation of production (TPV), which nowadays has two employees. In times when Tatralan had around 2000 employees, the department was constituted of approx. 20 employees – creative artists, who have made the designs, „designaters“, who have elaborated the designs and technologists, who have determined the production technology. Nowadays, some clients, mainly the ones from abroad, bring their own ideas and designs, which are then re-worked. A part of the new designs is also being created at the TPV department and technologists from production take part on the developing of new fabrics for the army.

Tiberghien – Merina

Brothers Paul and Jean Tiberghien came from France, where they have owned several textile factories in the end of the 19th century. After an agreement with the Ministry of market in Budapest they have gained support for business activities, which had enabled them to start up production. They have decided for the town of Trenčín, where they started to produce textiles in the year 1907.

The company opens a spinning factory in 1910 – the material for thread production was imported. The threads were weaved according to French designs and technical regulations. During the 1st World War, the production in the factory was put on hold. From 1918 the production was resumed, beginning with 160 employees. In 1921 their number rose to 876. An important moment was the creation of a designer workroom „dessinature“ in the year 1922, which has enabled creation of own designs. The first chief of the workroom was Ignác Leitman, among the first „designaters“ were František Klauda and Erhart Alscher. In 1930, the supplying for the companies Nehera and Rolný has started.

During the 2nd World War, the factory has retained its production and new buildings were built – a wool scouring mill and a finishing room. In January 1946, the company was nationalized and put under the national company Slovena. In July 1949 the national company Merina was founded, which has after 1989 changed into a state company. Its privatisation was finished in the year 1993. Currently, the production is focused widely – from the processing of threads to the production of fabrics – mainly woollen or blended. For the last 30 years the designer of the company has been Karel Grábl.

Rolný– Makyta

The company Rolný with the label „First Slovak clothing factory“, has received the production permit on the 2nd of April 1939. In the factory in Žilina, 150 people were employed, in 1941 their number has grown to 300. In 1944, the production was relocated



into the new factory in Púchov. From the beginning of its existence, the company has also had its own sales-chain – in 1939 it was nine shops, in 1943 already 120 shops. During the war, the production was restricted.

On the 1st of January 1946 the company Rolný was nationalized, in 1948 a national superintendence was imposed on the factory in Púchov. In the same year, the factory was integrated into the clothing company Odeva. In 1949 Odeva had reorganized and an individual company Makyta – clothing factories in Púchov, has been detached from it. The significant year in the current history of the company was 1994, when Makyta had transformed into a joint stock company. Nowadays, the yearly volume of production is around 800 thousand pieces of garments. The portion of women's clothing confection is 80 %, an important product is also car-seat clothing – 18,6 %. Makyta also produces anti-chemical clothing, which is used in the army, fire-fighting troops as well as rescue teams.

The collection of Makyta is primarily intended for women between 40-60 years of age. Two clothing lines are being realized – up to the size 44 and the second one from size 46 higher. In the present, Makyta has only one designer. Several collections were created in cooperation with external artists – e.g. with Jozef Ľaptuch or Michaela Bakotová. The company is planning to broaden the cooperation with renowned brands, restructure the production on behalf of the less standard products and heighten the level of sale services.

Modex

The nationalization of sewers' workshops in the year 1950 has unified the craftsmen under the company named VKUS. Then, it had employed 58 persons. In 1967 it changed its name to Modex. Aside from sewing orders, also bed-cloth was made here, as well as hattery and umbrellas. In the year 1994 Modex had become a joint stock company.

Currently the production specializes on confection for women – from daily dresses, coats and skirts to evening dresses. The production is fully realized in Slovakia. Beside the „Modex“ models, the company produces clothing for several outland clients – e.g. Betty Barclay, Vera Mont, Bil Bret, Rena Lange, Frankwalder, Bernard Zins and others.

Modex arches over the whole production process, starting with the design and finishing with the end production and distribution. It has a team of designers, who create two seasonal collections annually and complete them during the whole year by so-called „pronto collections“, which react towards current fashion trends and demands from the customers. The company cooperates with designers usually on

an external basis – in the past it was e.g. the Slovenian designer Pia Premzl. Currently, the collection entitled „Modex mayamay“ spring / summer 2009 is being prepared by a graduate of the AFAD Mária Štranečková.

The collections of Modex are intended for young active women 30+, who enjoy quality, elegance and trendiness of their clothing. The models are produced within the sizes 34-52, so also for women with bigger sizes. They are divided into four groups – formal dresses – cocktail dresses – business style – casual elegance.



designum⁴2008

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

číslo / number: 04
rok / year: 2008

ročník /
volume: XIV

cena / price:
65 Sk / 2,16 Eur

Vydáva / edited by:

Slovenské centrum dizajnu / Slovak Design Centre

Zodpovedné redaktorky / executive and contributing editors:

Lubica Pavlovičová – pavlovicova@sdsc.sk

Zuzana Šidliková – sidlikova@sdsc.sk

Jazyková redakcia / proof reader:

Katarína Weisssová

Jazykový preklad / translation:

Matej Gyárfáš

Marketing

Lucia Hakelová – marketing@sdsc.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@sdsc.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@sdsc.sk

marketing@sdsc.sk

www.predplatne.net

inzercia info: www.sdc.sk

galbava@sdsc.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@sdsc.sk

voľný predaj: v stánkoch distribučnej spoločnosti

Mediaprint Kapa, v kníhkupectvách a galériách

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

Dizajn štúdio ÚLUV, Art Books (STU),

v kníhkupectvách a galériách mimo Bratislavu:

Artforum v Banskej Bystrici, Žilina, 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.*