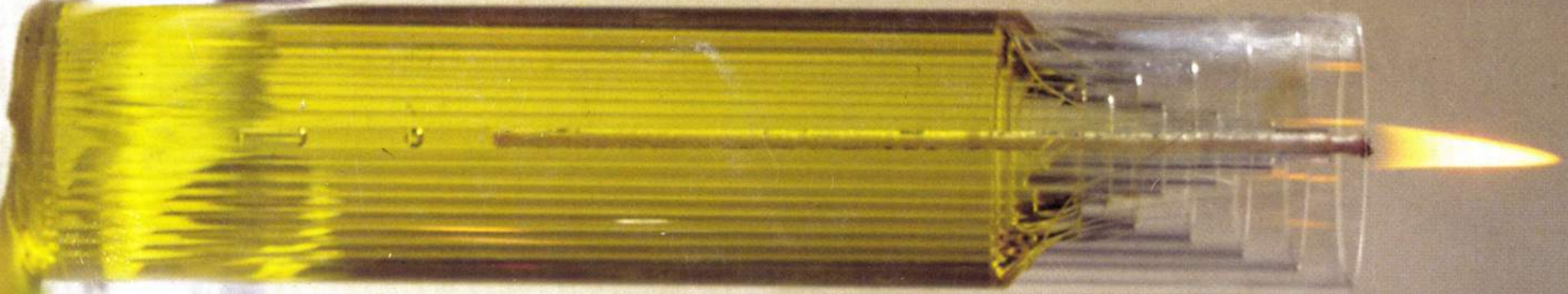
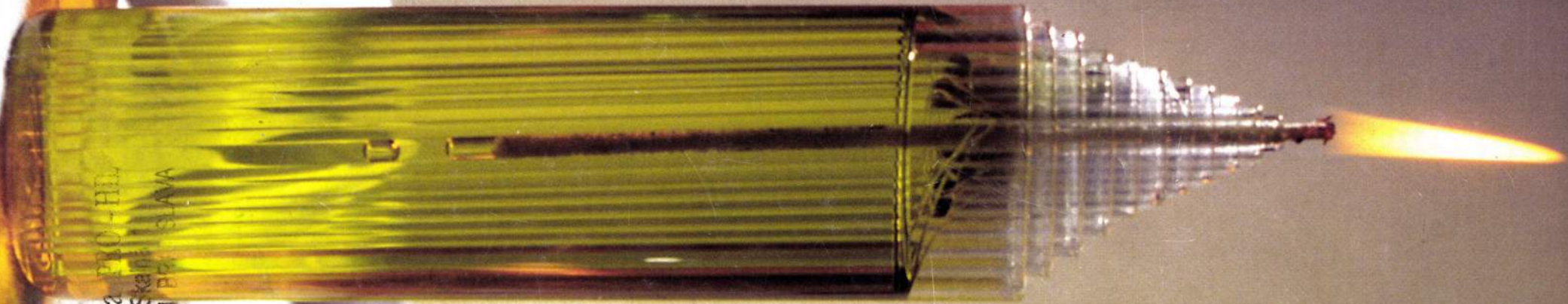
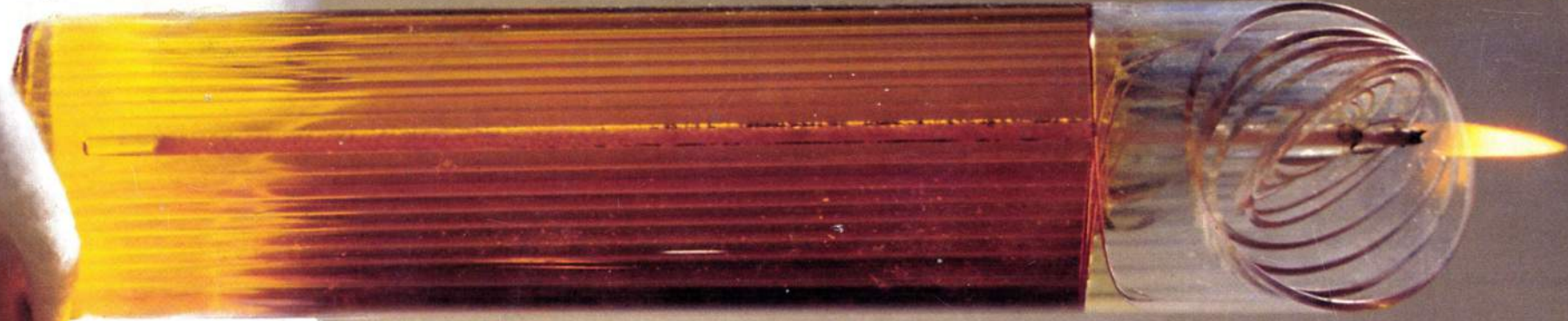


Gunda PLO - HDL
Ska
811 01 B
SLAVA



DESIGN[®] ROOM

1/1995

DE SIGN[®]UM

revue designu
II. ročník
vychádza 4-krát ročne
číslo 1/95

Vydáva:

Slovenské design centrum, Bratislava
s finančnou podporou Ministerstva kul-
túry SR. Toto číslo finančne podporil
štátny fond kultúry PRO SLOVAKIA.

Redakcia:

Adriena Pekárová (šéfredaktorka),
Soňa Králiková (tajomníčka).

Redakčná rada: Ľudmila Fintorová,
Jaroslav Jarema, Štefan Klein,
Zdeno Kolesár, Júlia Kunovská,
Karol Pichler, Štefan Šlachta,
Štefan Schneider.

Zahranční spolupracovníci:

Maria Korbel (Frankfurt), Alastair S.
Macdonald (Glasgow), Jan Michl (Oslo),
Lubica Pedersen (Kodaň), Walter R.
Stahel, (Ženeva), Zbyněk Vokrouhlický
(Praha), Peter Zec (Essen).

Poštová adresa:

Slovenské design centrum,
redakcia **DE SIGN UM**, P. O. Box 131,
814 99 Bratislava.

Sídlo redakcie: Jakubovo nám. 12,
Bratislava, telefón: 0042/07/334 161,
331 371.

Nevyžiadané rukopisy, fotografie a dia-
pozitívy sa nevracajú.

Art manager: Jan Meisner

Grafická úprava & PrePress:

trýo Bratislava

Tlač: BTB, Bratislava

© SDC

ISSN 1335 - 034X

Registrované MK SR č. 889/93

Distribuuje: Radomír Sakáloš, s.r.o.,

Vajnorská 136, P. O. Box 68
831 04 Bratislava.
Podávanie novinových zásielok povolené
Riaditeľstvom poštovej prepravy,
Bratislava, pošta 12, pod číslom
197/93.

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

Objednávky do zahraničia prijíma SDC.
Cena jedného čísla je 60,- Sk pre pred-
platiteľov, odporúčaná cena na voľný
predaj je 80,- Sk.

Celoročné predplatné 240,- Sk/Kč,
cena pre zahraničie 40 DM celoročné
predplatné.

Časopis **DE SIGN UM** je určený nielen
odborníkom - designerom,
managerom, teoretikom, konštrukté-
rom, obchodníkom, ale všetkým, ktorí
majú radi dobrý design, estetické
a účelné predmety a riešenia. Ak chce-
te ponúknuť svoje produkty či služby,
ak chcete upozorniť na dobré nápady,
využite možnosť inzercie
v časopise **DE SIGN UM**.

Radi uverejníme váš inzerát a ponúka-
me aj možnosť vyriešiť za vás grafickú
úpravu.

Nasledujúce číslo **DE SIGN UM**

č. 2/95 prináša:

- ▼ grafický design
na VŠVU v Bratislave
- ▼ rozhovor so slovenskými
grafickými designermi
- ▼ súťaže: INAX Design Prize
a Design Innovationen
- ▼ francúzskeho designera
Erica Jourdana
- ▼ slovenské úžitkové umenie
a design (k výstave v SNG)
 - ▼ design obalov
- a ďalšie informácie
zo sveta designu.

The following issue **DE SIGN UM**

No. 2/95 will present:

- ▼ graphic design at the Academy
of Fine Arts in Bratislava
 - ▼ competitions: INAX Design
Prize and Design Innovationen
 - ▼ discussion with Slovak
graphic designers
 - ▼ French designer Eric Jourdan
 - ▼ Slovak applied art and design
(to the exhibition in the Slovak
National Gallery)
 - ▼ packaging design
 - ▼ and other topics
- from the world of design.

Slovenské design centrum ponúka možnosť objednať si časopis **DE SIGN UM** od čísla 4/94.

V každom čísle nájdete:

- aktuálne informácie o dobrom designe,
ktorý navrhli slovenskí designeri a vyro-
bili slovenskí výrobcovia,
- novinky svetových designerských
súťaží a prehliadok,
- rozhovory s domácimi i zahraničnými
designermi, managermi, obchodníkmi,
teoretikmi, úspešnými tvorcami i výrobcami
designu,
- štúdie zaujímavých designerských
riešení,
- materiály o práci zahraničných design
centier a designerských organizácií,
- profily našich i zahraničných designer-
ských škôl,
- informácie o zaujímavých aktivitách
v oblasti designerskej tvorby od návrhu
až po realizáciu,
- inšpiratívne ponuky nových výrobkov
pre podniky a podnikateľov.

Ako si môžete predplatiť **DE SIGN UM**?

Vyplňte subskripčný lístok a pošlite ho
na uvedenú adresu. Dostanete zložen-
ku, ktorou zaplatíte predplatné na časopis.

Ako sa môžete s nami skontaktovať?

Napište nám na adresu: SDC, redakcia
DE SIGN UM, P. O. Box 131, 814 99
Bratislava. Budeme radi, ak nám
vyjadríte svoj názor a svojimi podnetmi
pomôžete vytvárať kvalitný časopis.

DE SIGN[®]UM

design revue
volume II.
a quarterly
number 1/95

Published by: Slovenské Design
Centrum, with financial support of
Ministry of Culture of the Slovak
Republic. This number was supported
by State Culture Fund PRO SLOVAKIA.

Editorial team: Adriena Pekárová (edi-
tor-in-chief), Soňa Králiková (secretary).

Editorial committee: Ľudmila Fintorová,
Jaroslav Jarema, Štefan Klein,
Zdeno Kolesár, Júlia Kunovská,
Karol Pichler, Štefan Schneider,
Štefan Šlachta.

Foreign correspondents: Maria Korbel
(Frankfurt a. M.), Lubica Pedersen
(Copenhagen), Alastair S. Macdonald
(Glasgow), Jan Michl (Oslo), Walter R.
Stahel (Geneva), Zbyněk Vokrouhlický
(Prague), Peter Zec (Essen).

Address: P. O. Box 131, 814 99

Bratislava, Slovak Republic

Domicile of editor's office:

Jakubovo nám. 12, Bratislava

Telephone: 0042/07/334 161,

331 371

Art manager: Jan Meisner

Graphic design & PrePress:

trýo Bratislava

Printing: BTB, Bratislava

© Slovak Design Centre

ISSN 1335 034X

Distribution: Radomír Sakáloš

Vajnorská 136 P. O. Box 68,

831 04 Bratislava, Slovakia.

Subscription orders: Slovak design

center, P. O. Box 131, 814 99

Bratislava Slovakia.

Price per one copy abroad: 10 DM.

Annual subscription abroad: 40 DM

+postage.

The **DE SIGN UM** magazine published by the Slovak Design Center, Bratislava covers:

- current information on design: good
designers and good producers
 - the latest news of exhibitions and
international design
 - interviews with designers, managers,
businessmen, theoreticians, succesfull
designers and producers from Slovakia
and abroad
 - case studies
 - design centres and organisations
 - profiles of design schools at home
and abroad
 - information on interesting activities in
the sphere of design - from concept to
final realization
 - exciting new products
- How to subscribe **DE SIGN UM**
magazine?
Please fill in the subscription card and
send it to our adress.
- How to contact us?**
Please write to our address: Slovak
Design Center, **DE SIGN UM** magazine,
P. O. Box 131, 814 99 Bratislava,
Slovak Republic.
All suggestions and opinions are welco-
me.

Obsah

<i>Lubica Fábri: Dnešné vízie budúcich kancelárií (v angličtine)</i>	3
Súťaže	
<i>Zdena Burianová: Tri rakúske štátne ceny za design</i>	10
Profil	
<i>Agáta Žáčková: Ján Čalovka (v angličtine)</i>	10
Anketa o grafickom designe	
Grafický design v časopise. Na otázky odpovedá Ursula Held, AZIMUTS (v angličtine)	16
Prípad ...	
<i>Katarína Hubová: Prípad Gringo</i>	20
Architektúra	
<i>Alastair S. Macdonald: Múzeum umenia v Groningene</i>	24
Design a remeslo	
<i>Adriena Pekárová: Dvor remesiel. (v angličtine)</i>	28
Školy, študenti	
<i>Ferdinand Chrenka: Z minulosti do súčasnosti. Návraty k citu a rozumu ... (v angličtine)</i>	32
Designeri	
<i>Luba Pedersen: Nanna Ditzel</i>	36
Ekológia a design	
DESIGN A AUTOMOBIL. <i>Harald Leschke: Sociálna a podnikateľská zodpovednosť designera na príklade automobilu. Tomáš Hladný: Automobil a ekológia. Mikuláš Huba: O nekonečnom raste v konečnom svete</i>	40
Architektúra	
<i>Matúš Dulla: Architektúra ako zložitý celok (v angličtine)</i>	43
Od návrhu k výrobku	
<i>Tomáš Hladný: Na začiatku bolo slovo ...</i>	48
Mozaika informácií	
Nábytok v Kodani / Jamný veľtrh nábytku vo Viedni (P.S.) / Vydavateľstvo Meritum (K.H.) / Príbory / Ateliér Mendini / Plagiarius - trpaslík so zlatým nosom (ZB) / Traktor pre budúce tisícročie (cic) / Digitálna revolúcia a Graphis / Cena Pre Ole Palsbyho (Luba Pedersen) / Mozaiky Bisazza	52
Reportáž	
<i>Zdeno Kolesár: Nábytok, nábytok ...</i>	60

Contents

<i>Lubica Fábri: Today's Vision of Future Offices (in English)</i>	3
Competitions	
<i>Zdena Burianová: Three Austrian State Design Prizes</i>	10
Profile	
<i>Agáta Žáčková: Ján Čalovka. (in English)</i>	10
Inquiry on Graphic Design	
Graphic Design in Magazine. Ursula Held, AZIMUTS, Gives Answers to Questions. (in English)	16
Case ...	
<i>Katarína Hubová: The Case of «Gringo»</i>	20
Architecture	
<i>Alastair S. Macdonald: The Art Museum in Groningen</i>	24
Design and Craft	
<i>Adriena Pekárová: The Court of Arts and Crafts. (in English)</i>	28
School, Students	
<i>Ferdinand Chrenka: From the Past to the Present. Comeback to Emotions and Reason... (in English)</i>	32
Designers	
<i>Luba Pedersen: Nanna Ditzel</i>	36
Ecology and Design	
DESIGN AND THE MOTOR CAR. <i>Harald Leschke: The Social and Entrepreneurial Responsibility of the Designer Using the Example of the «Motor Car». Tomáš Hladný: Motor Car and Ecology. Mikuláš Huba: About the Endless Growth of the Final Word.</i>	40
Architecture	
<i>Matúš Dulla: Architecture as a Complex Whole. (in English)</i>	43
From project to product...	
<i>Tomáš Hladný: In the Beginning there was the word ...</i>	48
Information Mosaic	
Furniture in Copenhagen / Spring Furniture Fair in Vienna (P.S.) / MERITUM Publishers Haus (K.H.) / Cutlery Sets / Atelier MENDINI / PLAGIARIUS - the Dwarf with a Golden Nose (ZB) / A Tractor for the Future Millenium (cic) / The Digital Revolution and GRAPHIS / A Prize for Ole Palsby (Luba Pedersen) / Bisazza Mosaics	52
Report	
<i>Zdeno Kolesár: Furniture, Furniture ...</i>	60



■ GRAFICI PRE **DE SIGN UM** 1/95

Dôležitým princípom tvorby časopisu DE SIGN UM je myšlienka vytvorenia priestoru pre prezentáciu slovenského grafického designu. Sme radi, že naše pozvanie na spoluprácu prijalo od nultého čísla už vyše 40 grafikov. „Malý slovník“ slovenských grafikov umožňuje čitateľom zoznámiť sa so širokým spektrom osobností slovenskej grafickej scény.

■ GRAFIC DESIGNERS FOR **DE SIGN UM** 1/95

An important principle in the creation of the DE SIGN UM magazine was the idea of devoting space to the presentation of the Slovak graphic design. We are pleased to see the fact, that more than 40 graphic designers have received our invitation to collaborate on a creation of the magazine. They give readers a chance to become familiar with a wide spectrum of the Slovak design scene.



MARTA BALÁŽIKOVÁ

Grafická designerka. Venuje sa tvorbe firemného štýlu, designu potravinárskych obalovín a nevyhýba sa ani drobným propagačným a reklamným materiálom. Je externou designerkou firmy O+M. (str./pg. 3-9)

NÁBYTOK, NÁBYTOK



NÁBYTOK, NÁBYTOK



JAN MEISNER

Vyštudoval VŠUMPRUM v Prahe, odbor grafického designu. Je autorom mnohých značiek, knižných úprav, informačných systémov, plagátov, knižných ilustrácií atď. Je spolujateľom a artdirectorom firmy **trýo**, ktorá pripravuje pre tlač aj **DE SIGN UM**. (str./pg. 36-39, 60-63)



ILONA NÉMETH

Študovala na Vysokej umelecko-priemyselnej škole v Budapešti, odbor knižnej tvorby a typografie. Venuje sa tvorbe vizuálneho firemného štýlu, grafike obalov, katalógov, voľnej tvorbe, knižnej ilustrácii, graficky upravuje časopis Profil. (str./pg. 24-27)



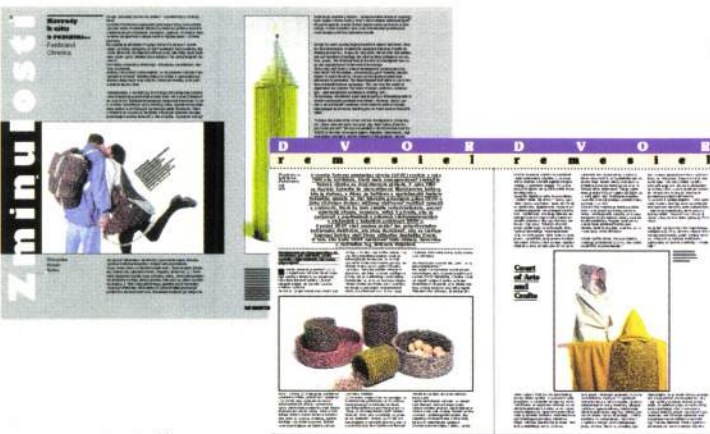
PETER HORVÁTH

Oblasť užitočnej grafiky je v jeho tvorbe zastúpená firemnými značkami a firemným štýlom, knižnou typografiou a ilustráciou. Je známy grafickou úpravou časopisov Slovenské pohľady, Film a divadlo, Profil, Výtvarný život, Lína, Harmónia, Kankán. (str./pg. 16-23)



JANA LOKŠENINCOVÁ

Pracuje ako grafička pre Francúzsky inštitút v Bratislave. Graficky upravuje bulletin, propagačné materiály, venuje sa výstavnej grafike. (str./pg. 10-15)



MIROSLAV CIPÁR

Pôvodným vzdelaním maliar, ma za sebou bohatú grafickú a ilustrátorskú tvorbu. V oblasti grafického designu sa venuje predovšetkým tvorbe logotypov a firemných značiek. (str./pg. 28-35)



KAROL ROSMÁNY ml.

Vzdelaním architekt. V oblasti grafického designu sa venuje vizuálnemu firemnému štýlu, úprave katalógov, reklamných a propagačných materiálov a obalovej grafike. (str./pg. 43-51)

DNEŠNÉ VÍZIE BUDÚCICH KANCELÁRIÍ

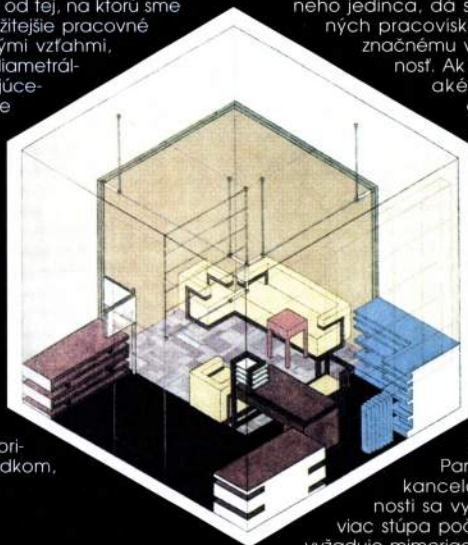
/ Ľuba Fábri

Príklon k individuálnemu a zmyslovému - tak možno charakterizovať aktuálny prístup k tvorbe /nielen/ kancelárskeho zariadenia. Tento trend je očividný predovšetkým v produkcii popredných výrobcov nábytku a pozvoľna nachádza uplatnenie i v realite súčasných kancelárskych priestorov. Záujem odbornej verejnosti o „prípady“ kancelária však neustáva - horúcou témou sú ďalšie perspektívy kancelárskeho designu a premeny kancelárie ako takej.

Aká bude kancelária budúcnosti?

Touto otázkou sa intenzívne zaoberajú nielen tvorcovia - architekti, designeri nábytku a kancelárskej techniky, ale aj odborníci z oblasti spoločenských vied. Takýto záujem hovorí o „všeobecnej“ potrebe zásadných zmien a zároveň poukazuje na zložitosť a komplexnosť problémov, ktoré bude nevyhnutné v blízkom čase v súvislosti s tvorbou kancelárskeho pracoviska riešiť. Holý fakt, že v súčasnosti asi 50 % zamestnancov pracuje v kanceláriách, pričom ich počet stále stúpa, len podčiarkuje závažnosť diskusie na túto tému.

V predchádzajúcom zamyslení sa nad novými pozitívnymi prvkami v designe kancelárskeho nábytku /D-UM 4/94/ sme sa pokúsili nájsť faktory, ktoré vývoj v tejto oblasti usmerňujú rozhodujúcou mierou. O stúpajúcom vplyve individualizácie, skvalitňovania CI a zmien v organizácii práce možno hovoriť aj v súvislosti s vývojom kancelárskych priestorov. Treba však dodať, že „kancelárska práca“ prechádza takými zmenami, ktoré ju už v blízkej budúcnosti odlišia od tej, na ktorú sme boli zvyknutí donedávna. Nové a zložitejšie pracovné procesy spolu so širšími spoločenskými vzťahmi, kladúce zvýšené a čoskoro možno i diametrálne odlišné nároky na duševne pracujúceho človeka, zmenia pravdepodobne i kancelársky priestor - od jeho dispozičného riešenia až po výraz interiéru. Zákonite si vyžadujú aj zmeny prístupov k jeho tvorbe. Dovoľm si predpokladať, že jednou zo zmien bude - popri skvalitňovaní fyziologických podmienok na prácu /ergonómia, plošná výmera, technika.../ - zvýšený dôraz na zmyslové pôsobenie pracovných priestorov /vytváranie stimulujúcej atmosféry, duševnej pohody a iných cieľených emócií/. Otázkou zostáva - ako? Zdokonalením a masovým využívaním existujúcich technických možností, vynájdением ďalších, alebo tvorivým návratom k tradičným prostriedkom, postupom a hodnotám?



Modely pracovísk zajtrajška

Medzi názormi na budúcnosť kancelárií pribúdajú také, ktoré predpokladajú, že uspokojivé východiská bude možné nájsť len spoločným a koordinovaným prístupom technikov, designerov, managerov a sociológov k tejto problematike s prihliadnutím - a na to sa často zabúda - želaniam samotných užívateľov kancelárií. Tie sú v porovnaní s predpokladmi a návrhmi odborníkov často „prozaickejšie“: uvoľnenejšie koncipovanie priestorov, súkromná stéra a výhľad z okna sú - ako hovorí jedna zo štúdií - najčastejšími prániami bežných kancelárskych pracovníkov. Pre súčasné predstavy kancelárií zajtrajška je preto príznačné, že ich spektrum siaha od „po domácky“ zariadených interiérov cez nekonvenčné až po futuristické alternatívne riešenia.

Napriek čoraz väčšej rôznorodosti „kancelárskych povolání“ ich menovateľom zostáva stále duševná práca pozostávajúca z komunikácie, koncentrácie a relaxácie. Zdá sa, že do budúcnosti nosnými a akceptovateľnými budú tie riešenia, ktorým sa podarí vytvoriť podmienky a priestor pre harmonické sklbenie týchto troch výrazne odlišných činností. Komunikácia je v súčasnosti dominantným prvkom mnohých, aj novovzniknutých povolání. Požiadavky vyplývajúce z jej stúpajúceho významu sú hnacím motorom pri zdokonaľovaní komunikačnej a informačnej techniky. Je čoraz viac pracovníkov, ktorí prevažnú časť práce vykonávajú mimo „svojej“ kancelárie. vzniká potreba umožniť jednotlivcom i celým tímom pracovať kdekkoľvek, kedykoľvek a nadviazať spojenie s partnermi v rôznych častiach sveta. Z týchto potrieb vznikla myšlienka navrhnuť malé prenosné technické zariadenie, v ktorom by boli obsiahnuté všetky najdôležitejšie kancelárske prístroje. Mimoriadne výkonné a zároveň miniatúrne pracovné stanice by pomohli riešiť aj problém preťaženia klasických pracovísk množstvom solitérnych prístrojov.

V rámci workshopu, zameraného na nové koncepcie kancelárskej techniky, ktorý roku 1993 usporiadali firmy Olivetti a Philips, vzniklo niekoľko inšpiratívnych vízií. Spomedzi nich možno multifunkčné prenosné zariadenia communicator a magic carpet právom označiť za modely kancelárie bez kancelárie.

Ďalšie dva návrhy, ktoré vznikli na spomínanom workshope, reagujú na požiadavky flexibility a racionálneho využívania kancelárskej techniky. Docking office: panel, na ktorom sú zavesené rôzne druhy prístrojov prístupné všetkým pracovníkom a použiteľné aj pri práci na vlastnom pracovnom stole,

ale najmä koncept empty room: videostena umožňujúca prenos textov, zvukov či snímanie vonkajšieho sveta dáva podnet k úvahám o možnom vzniku nových funkčných typov kancelárií, neobvyklých priestorových, ale najmä vizuálnych riešení kancelárskych interiérov.

Koncentrácia - sústredená práca vyžaduje okrem zdokonaľovania techniky predovšetkým zásadné skvalitnenie tzv. hygienických podmienok na prácu. Medzi najväčšie problémy, ktoré vznikajú v dôsledku prelínania sa rôznych činností, tu patrí hluk, nesprávne osvetlenie, dlhodobá práca pri obrazovkách, malá plošná výmera, ale i sterilne neosobná alebo „prehustená“ atmosféra. Pravdepodobne tieto problémy, samozrejme spolu s vymoženosťami komunikačnej techniky, dali podnet k vzniku modelu homme office - domácej kancelárie. Napriek mnohým výhodám, ktoré tento spôsob, o. i. aj z hľadiska osobných potrieb pracovníka poskytuje, práve v USA, kde sa najväčšími rozšíril, množno v súčasnosti zaznamenávajú návrat na kancelárske pracovisko mimo vlastného obydlija. Zdá sa, že miera individualizácie práce a prenikanie pracovnej sféry do súkromnej má svoje hranice.

Pretrvávajúca snaha po maximálnej flexibilitate pracovísk a zvyšujúci sa podiel činností spojených s komunikáciou „odsúvajú“ nateraz problém optimálnych podmienok pre nerušenú sústredenú prácu za vizuálne bariéry a mobilné deliace priečky. No keďže ani najvýkonnejšia technika nenahradí kreatívneho jedinca, dá sa predpokladať, že aj na štandardných pracoviskách dôjde k diferenciacii a jednoznačnému vyčleneniu priestorov na tú-ktorú činnosť. Ak aj vzniknú „komunikačné kuchyne“ - akési centrálné priestory pre vysoko efektívnu tímovú prácu s používaním hypermoderných prístrojov, len ťažko si ich možno predstaviť bez doplňujúcich súkromných kancelárií pre nerušenú prácu jednotlivcov.

Je relaxácia v práci a pri práci tou zložkou kancelárskej práce, ktorá poskytne kľúč ku kanceláriám budúcnosti? Požiadavka relaxovať počas pracovného procesu vyplýva zo skutočnosti, že hranica medzi kreatívnou prácou a voľným časom sa stierajú. Nevyhnutnosť umožniť či stimulovať relaxáciu však nie je len otázkou zvyšovania nárokov na kvalitu a množstvo vykonanej práce.

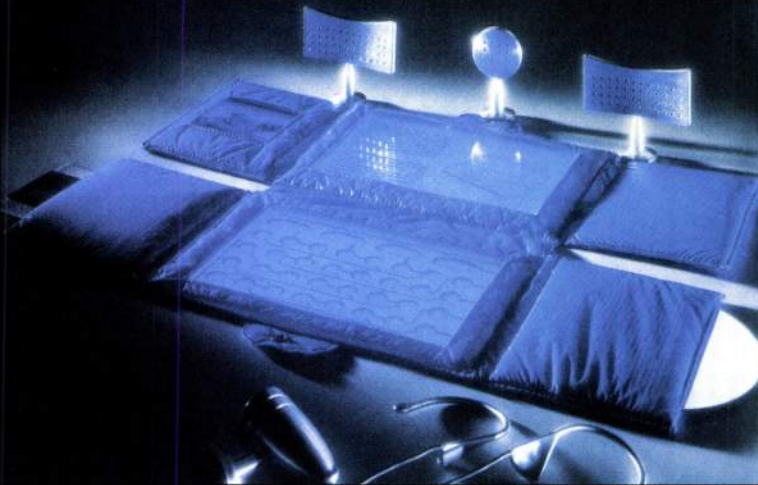
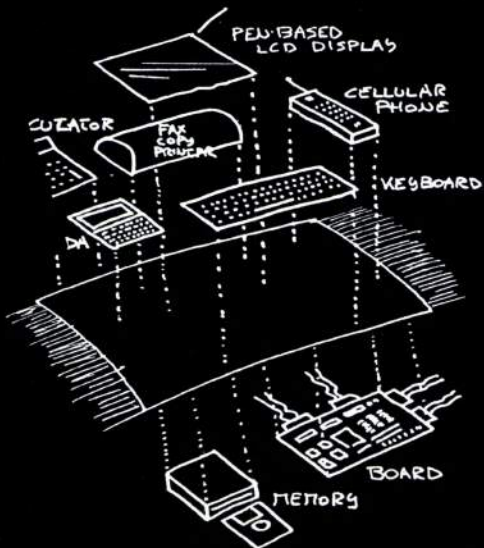
Paradoxne k nej vedie aj to, že rutinná kancelárska práca i mnohé kreatívne činnosti sa vykonávajú pomocou techniky - o to viac stúpa počet hodín venovaných práci, ktorá si vyžaduje mimoriadne duševné úsilie i počet hodín strávených pred obrazovkou počítača. Pripravované smernice EÚ, v ktorých budú definované hygienické požiadavky na počítačové pracoviská, sú len jedným z prvých krokov na ceste k tzv. humánnym kancelárskym priestorom. V tejto súvislosti sa naskytá prekvapujúca paralela: dôraz, aký sa kladie na bezpečnosť a ochranu zdravia pri práci v manuálnych profesiách. Stane sa práve relaxácia „prílbou“ chrániacou pred „úrazom“ v kancelárii?

V snahe vytvoriť relaxačné momenty priamo pri práci sa v súčasnosti hovorí o zabývanej či obytnej kancelárii, pri navrhovaní a realizácii ktorej sa prenecháva priestor kreativitě budúceho užívateľa, jeho vkusu a individuálnym predstavám. Pozitívny stimulačný vplyv takéhoto riešenia na zamestnanca je neodskriepiteľný. Zohľadňovanie individuálnych potrieb užívateľov pracovísk pri ich navrhovaní by malo byť samozrejmosťou. Tvorba kancelárskych priestorov, ktoré s ohľadom na náročnosť vykonávanej práce adekvátne stimulujú vlastných zamestnancov a súčasne odrážajú vysokú kultúru podniku a tým výrazne formujú CI firmy, sa však len ťažko zaobíde bez detailov prepracovanej koncepcie vysokokvalifikovaného odborníka.

Na myšlienke skĺbiť profesionalitu s kreatívnym rešpektovaním individuality užívateľa sa zakladá idea kancelárie s určitou cieľenou atmosférou - spiritom. Tento pracovný priestor by mal byť symbiózou vyspelej techniky, vysokej funkčnosti a individuálneho výrazu, ktorý sa vytvára uvedomením a cieľovým výberom hmotných /individuálny tvar ohraničení priestoru či nábytku, osobné predmety, materiály/ a nehmateľných charakteristík priestoru /farba, svetlo, hudba, vôňa.../. Dôkladné poznanie osobnosti užívateľa a uplatnenie poznatkov psychológie by malo byť predpokladom vyčaríť žiadanú atmosféru takéhoto pracoviska. Pravdepodobne i túto kanceláriu „ušíť na mieru“ fyziologickým a duševným potrebám užívateľa treba v súčasnosti chápať skôr ako experiment, ktorý neposkytuje univerzálne riešenie.

Kadiaľ teda vedie cesta ku kancelárii budúcnosti? Nové technické prostriedky vznikajú teraz rýchlejšie ako kedykoľvek predtým. Zdokonaľuje sa počítačová technika, šíri sa eufória z virtuálnej reality. Zdokonaľovanie trojdimenzionálneho premietania obrazov možno už onedlho umožní vytvoriť imaginárnu kanceláriu, ktorá zadaním príslušného programu a stlačením gombíka vznikne a po vykonaní práce rovnako rýchlo zanikne. Pracovný stôl, stolička a človek zostanú...?

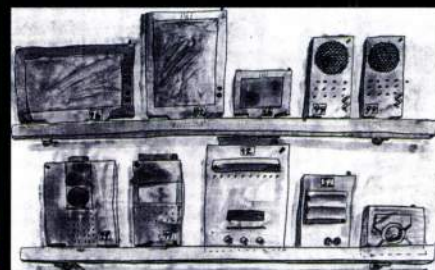
Kancelária riaditeľa,
Bauhaus Weimar, 1923.
Autor: Walter Gropius.
Isometria: Herbert Bayer.



Docking office
z workshopu
Olivetti/Philips,
1993.



Kancelária
bez kancelárie.
Magic carpet
z workshopu Olivetti/Philips,
1993.



Home office.
Pracovňa textilnej
designerky - hranice
medzi pracovnou
a súkromnou sférou
sa stierajú.





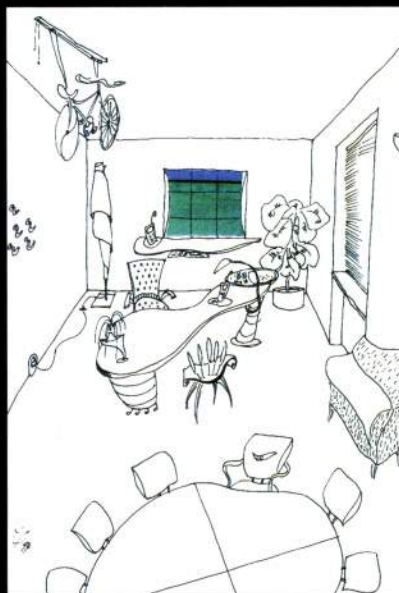
Luba Fábri: Today's Vision of Future Offices

An inclination towards the individual and the sensuous - this feature is a characteristic and not only for current office design. This trend is obvious especially in office furniture design by leading manufacturers, and it is gradually penetrating into real offices as well. However, a vivid interest from office experts is still persisting - and the future prospects of office design and office change are topical today.

What will a future office be like?

This issue is being intensively investigated not only by architects, furniture and business technology designers, but also by experts in the field of social sciences. Such an interest reflects a „general“ necessity and expectations of profound changes, and it suggests a complexity of problems that have to be solved regarding office design soon. The pure fact that about 50% of working people are white-collar employees - and this number is still increasing - indicates the importance of this topical debate.

In our recent article on new positive elements in office furniture design /DE SIGN UM 4/94/ we have tried to find the most important factors which have a decisive influence on development. The increasing influence of individualization, improving the CI quality, and work organization changes can also be seen in connection with the development of office rooms. It must be mentioned, however, that office technology is undergoing changes that will soon make it different from the one we have been used to until now. New and more sophisticated procedures, together with broader social relations, with increasing, and perhaps soon completely different demands on intellectual workers will probably change the office room - starting from its outlay to interior design. Hence a change in attitude towards its design is necessary, too. I dare to anticipate that - besides improved physiological work conditions /ergonomy, floor area, technology .../ - an increased stress will be put on the sensuous influence of work rooms /creating a stimulating atmosphere, intellectual comfort, and other appropriate emotions/. The question is, however, how to achieve it? Through the massive use of existing technology, through the invention of new technology, or through a creative application of traditional means, procedures, and values?



Models of future workplaces.

Among conceptions of future offices, there is an increasing number of those assuming that a satisfactory solution can only be found through a coordinated approach of technicians, designers, managers, and sociologists to this issue, looking at the needs of ordinary office users - which are often neglected. Compared to expert ideas and concepts, their demands are often „more prosaic“. According to one research study - looser space conceptions, a private area, and a window outlook are the most frequently mentioned desires of common office employees. Therefore, current concepts of future offices include a broad spectrum of ideas, starting from „design it yourself“ offices, to unconventional interiors and futuristic alternatives.

Despite a still increasing number of „white-collar jobs“, their common denominator is intellectual work consisting in communication, concentration, and relaxation. Therefore, future concepts and acceptable solutions must create conditions and space for a harmonic combination of those three different activities.

Nowadays, communication is the most dominant of the above mentioned activities. It has been the prevailing factor in more and more jobs. The increasing importance of communication is a driving force in the further development of communication and information technology. There are more and more employees working

mostly „outside their office“, so a need has emerged to enable individuals as well as whole teams to work anywhere, at any time, and be able to enter into contact with partners all over the world. This need has brought the idea of small portable technical devices, integrating various office functions. High-performance, miniature office stations would also help to solve the problem of classical offices, overloaded with a great number of solitary office devices.

As well as advanced technology, concentrated work requires, a profound improvement in hygienic conditions - where the greatest problems, following from various overlapping activities, include noise, inappropriate illumination, long hours working at a monitor screen, a small floor-area in offices, as well as a sterile, or impersonal atmosphere. Probably these issues, in course together with achievements communication technology, have brought the idea of the „home office“. In spite of many objections, though, a return to offices outside the own home can be seen now.

For the present, persisting efforts to achieve a maximum flexibility in the workplace, and an increasing proportion of communication activities have „shifted“ the problem of optimal conditions for undisturbed concentrated work behind visual barriers and mobile partitions.

However, even a high-performance technology cannot be a substitute for a creative individual worker, therefore, a differentiation between rooms leading to rooms with a definite purpose can soon be expected in standard work places too. Also in the case that there will be some „communication centres“ - rooms for highly effective team work using the latest technology - they can hardly be imagined without supplementary private offices for undisturbed individual work.

Is relaxation in work and at work a key component of office work, influencing the look of future office rooms? The need for relaxation during work follows from the fact that the boundaries between creative work and leisure are gradually vanishing. However, the necessity to enable or to stimulate relaxation is not only a question of increasing demands on work quality and performance. Paradoxically, it

is also necessary because everyday office work as well as many creative activities are performed using modern technology - and there is an increasing number of work-hours demanding high intellectual concentration in front of a computer monitor. The proposed EC regulations, defining hygienic demands on computer work places, represent only one of the first steps towards the way to „human office spaces“. There is a striking parallel between occupational safety and health protection in manual jobs. Will relaxation be a „helmet“ protecting against „accidents“ in the office?

The idea of joining professionalism with creative respect for a user's individuality is a leading idea of an office with a definite purposeful atmosphere - spirit. Such a work place should be created by a symbiosis of advanced technology, high functionality, and individual look, achieved by a conscious and reasonable choice of material /individual equipment or furniture forms, personal things, materials/ and immaterial characteristics of space /colour, light, music, perfume, etc./ . A profound knowledge of the user's personality and the application of psychological knowledge would be essential in creating such an atmosphere.

So what is the way to the an office of future? New technological devices emerge at a higher speed than ever. Computer technology is ever improving a euphoria of virtual reality is spreading. An improvement of 3-dimensional projection may soon enable us to create an imaginary office that would emerge after pressing a suitable button, and clear away after the completion of a job. A desk, a chair, and a human being - will they remain ...?

Kancelária
ušíťá na mieru.
Pracovňa managing
directora
(návrh Luba Fábri,
1994):
kancelársky priestor,
plný paradoxov
(t. č. neexistujúce
technické zariadenie
„medálne okno“,
sériovo vyrábané
i individuálne
vyhotovené
zariadenie atď.).
Návrh i konečná
prozaickejšia realizácia
vznikli s cieľom usporobiť
pôvodnú neosobnú
atmosféru pracovne
požiadavkám jej
terajšieho užívateľa.

Tri

Zdena Burianová

RAKÚSKE



ŠTÁTNE CENY ZA ROK 1994

Vstup Rakúska do Európskeho spoločenstva stavia pred rakúsky priemysel a obchod novú výzvu - obstať so svojimi výrobkami na trhu, ktorý predstavuje 250 miliónov spotrebiteľov. A ako hovorí prezident Rakúskeho inštitútu pre design (ÖIF) Dr. Gerhard Feltl v úvode katalógu Štátnej ceny za design, „ten, kto chce byť úspešný na trhoch zjednotenej Európy, musí mať presné znalosti o trhu, musí mať cit pre vývojové trendy a musí profesionálne pristupovať k výskumnej a vývojovej práci. Cieľom súťaže nebola podpora designu ako luxusného „prídavku“, ale naopak, filozofiou súťaže bolo, že podnikatelia musia integrovať design do výrobného procesu a harmonizovať tak podnikový marketing, podnikové ciele a kvalitu výrobku. Design sa teda stáva trhovou orientovanou stratégiou a základom ekonomických, technických a sociálnych inovácií. Musí sa stať samozrejmom súčasťou kvality životného štýlu všetkých spoločenských vrstiev.“

Tieto ciele boli súčasne i kritériami súťaže o Štátnu cenu za design, ktorú pravidelne každý rok organizuje ÖIF pod garanciou Rakúskeho federálneho ministerstva hospodárstva a WIFI, Hospodárskeho inštitútu Rakúskej priemyselnej komory.

Roku 1994 sa do súťaže prihlásilo 76 výrobkov, z ktorých 8-členná medzinárodná porota vybrala jednu Štátnu cenu a 5 nominácií. Okrem toho 16 výrobkov bolo ocenených uznaním „Vybraný design“. Štátnou cenou za design bolo ocenené plavidlo katamarán LINKAT firmy LINK Wien, určené pre voľný čas. Je ľahko rozložiteľné, čo uľahčuje jeho prepravu, jednoduchá demontáž umožňuje aj vymeniteľnosť jeho častí. Designer kládol dôraz i na jednotlivé detaily a porota vysoko ocenila vysokú kvalitu ovládacích prvkov a ich umiestnenie, ktoré zabezpečuje bezpečnosť pri prevádzke.

Zaujímavé boli i výrobky ocenené nomináciou. A opäť sa tu stretávame s menami designerov ako Dietmar Valentinitisch a Kristian Fenzl, ktorí sú nositeľmi ocenení „Štátna cena za design“ v minulých rokoch. D. Valentinitisch si tentoraz odniesol ocenenie za stavebný stroj pre recykláciu stavebného odpadu, ktorý po likvidácii stavby dokáže stavebný odpad spracovať tak, aby sa dal oka-

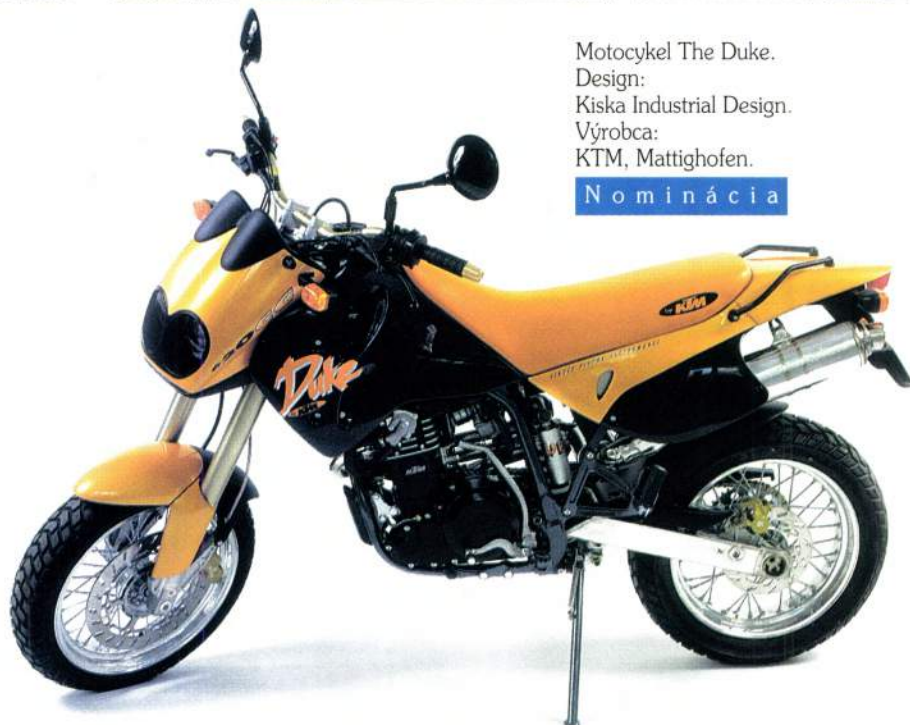
Katamarán Linkat.
Design:
Helmut Link.
Výrobca:
Link, Viedeň.

Štátna cena
za design



Motocykel The Duke.
Design:
Kiska Industrial Design.
Výrobca:
KTM, Mattighofen.

Nominácia





Požiarne vozidlo.
Design: Kristian Fenzl.
Výrobca: Rosenbauer, Leonding.

Nominácia



Stavebný stroj
na recykláciu odpadu.
Design:
Valentinitsch Design.
Výrobca:
HMH Linz.

Nominácia



mžite opäť využiť. Prašnosť a hlučnosť boli znížené na minimum, a tak sa tento stroj stal príkladom toho, že prísne ekologické normy môžu viesť k technicky a hospodársky zaujímavým riešeniam.

Kristian Fenzl je designerom požiarneho auta so samonosnou hliníkovou karosériou. Funkčné a designové usporiadanie vozidla zlepšuje koordináciu ovládacích procesov v extrémne sťažených podmienkach.

Ďalšie nominácie sú podnikovým designom firiem: zásuvkový registračný systém Tandembox, motorka „The Duke“ a osvetľovacie teleso OPTOS.

Súťaž Štátna cena za design je určená pre priemyselné výrobky a systémy vyrábané vo veľkých sériách alebo pre špecializované prevádzky. Nestretáme sa tu teda s designerskými riešeniami objektového charakteru či podliehajúcimi módnym trendom. Ide skôr o prísne funkčný design podriadený prakticko-úžitkovej funkcii priemyselného výrobku.

Individuálnej výtvarnej kreativite a vysokofundčnému remeslu je v Rakúsku určená iná súťaž - Štátna cena za design remeselného diela. Organizátorom súťaže je tiež ÖIF, jej garantmi Rakúske federálne ministerstvo hospodárstva a Rakúska komora pre remeslo, obchod a služby. Nová koncepcia tejto súťaže, ktorá sa konala už po 6. raz, má za cieľ „zvýšiť význam štátnej ceny ako nástroja podpory hospodárstva, a to zjednotením formy a obsahu súťaže, ako aj cieľovou verejnou propagáciou“.

Do súťaže sa mohli prihlásiť len samostatné subjekty - podnikatelia, bez ohľadu na to, či svoju činnosť vykonávajú ako remeselníkov, výrobcovia, alebo ako umelecké štúdio. 6-člená národná porota, zložená z pracovníkov Múzea úžitkového umenia, vysokoškolského pedagóga, remeselníka, redaktora odborného časopisu a zástupcu Rakúskej komory pre remeslá, obchod a služby, sa rozhodla udeliť štátnu cenu za rok 1994 ekologickej vykurovacej peci určenej do interiéru, ktorej plášť tvoria sklenené, pieskom plnené rúrky. Porota ocenila klasický tvar vykurovacieho telesa v kombinácii s celkom novým prístupom k materiálu plášťa. Výrobok je prihlásený na patentovanie.

Nominácie - diplomy - boli udelené týmto výrobkom:

- detským topánčkám „Scratch“ z velúrovej

kože vo vtipnej farebnosti, s variabilným spôsobom zapínania, ktoré podporuje sklon detí k hravosti;

- stropnému svietidlu-guli so zmiešaným typom osvetľovacích elementov;
- päťdielnemu lištovému nábytku, ktorý si z drevených lišt s rozmermi 40 x 20 cm môže spotrebiteľ zložiť sám podľa vlastnej predstavy;
- dámskej koženej večernej kabelke autorky Kateriny Symon;
- kníhviazačskému umeleckému spracovaniu troch knižných obálok autorky Miroslavy Symon.

V tejto súťaži boli udelené i dve špeciálne ceny mesta Viedne: za nábytkový prvok - pult na čítanie - z kože, dreva a ocele a za zaujímavú ortopedickú, ručne vyrobenú vložku do topánok. Na výstave však boli prezentované aj výrobky zo skla, ďalej nábytok, textil, odevy, šperky, keramika a kožené, ručne spracované galantérne výrobky.

Treťou udelenou cenou bola Štátna cena ECODESIGN '94 v súťaži výrobkov pre zdravé životné prostredie. Pod túto súťaž sa podpísali hneď traja ministri: ministerka životného prostredia, minister pre vedu, výskum a umenie a minister hospodárstva Rakúskej spolkovéj republiky. „Výrobok má byť ekologický a sociálne i hospodársky zmysluplný,“ hovorí sa v katalógu výstavy ocenených projektov. „Chrániť životné prostredie treba nielen pre dnešok, ale aj pre nasledujúce generácie. Súťaž Ecodesign je zameraná na také výrobky a služby, ktoré nielen udržia, ale i ďalej rozvíjajú našu vysokú životnú úroveň za podmienok nižšieho spotrebúvania prírodných zdrojov. Súťaž má inšpirovať a povzbudiť k ekologickému správaniu sa, ktoré je nutné aj v súvislosti s konkurenčným bojom na medzinárodných trhoch.

Súťaž ECODESIGN je rakúskym príspevkom k medzinárodnej iniciatíve EUREKA, ktorej motom je: „Od ekologicky problémovej likvidácie odpadov k ekologicky zmysluplnému výrobovému designu.“ Súťaž prebiehala v dvoch kategóriách:

1. priemyselné výrobky,
2. projekty a ekologické štúdie.

Zvlášť dôležitými aspektmi hodnotenia boli inovatívne riešenie, ochrana prírod-

Štátna cena
za design
remeselného diela



Vykurovací pec.
Design:
Franz Forster, Johann Rainer.



Nominácia
a uznanie za design

Detské topánky.
Design:
Nina Bernert.



Stropné svietidlá.

Nominácia

Nominácia
a uznanie za design

Päťdielny lištový nábytok.
Design:
Günther Moser.



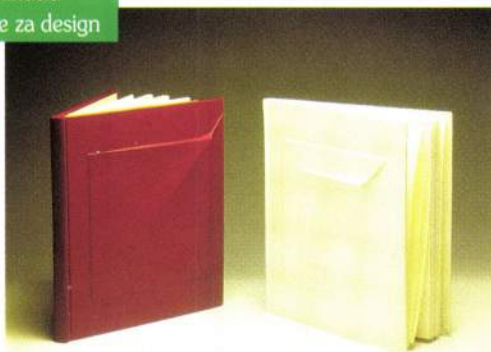
Stojanový pult.
Design:
Mathias Fellner.



Osobitná cena
mesta Viedeň

Umelecká väzba knižných obálok.
Design:
Miroslava Symon.

Nominácia
a uznanie za design



ných zdrojov, dlhá životnosť výrobku, funkčnosť a výkonnosť. Porota - napriek mnohým zaujímavým projektom - neudelila hlavnú cenu, na druhej strane však udelila v kategórii priemyselných výrobkov až 6 ocenení, v kategórii návrhov a štúdií jednu cenu a 3 ďalšie projekty si odniesli čestné uznanie.

Jednou z ocenených prác bol i katamarán LINKAT, ktorý bol nezávisle od toho ocenený aj Štátnou cenou za design '94. Pre zaujímavosť uvádzame „dvanásťero“ ekologického designu:

1. Výrobok má mať čo najdlhšiu životnosť.
2. Musí sa dať ľahko opraviť.
3. Design by mal byť taký, aby bol znovu použiteľný vo výrobe.
4. Design by mal byť taký, aby morálne nezastarával.
5. Použi recyklovaný materiál, ak je to možné.
6. Používaj recyklovateľné materiály.
7. Navrhni taký výrobok, ktorý môže byť jednoducho rozložiteľný na recyklovateľné a nerecyklovateľné časti.
8. Eliminuj toxické či problematické komponenty výrobku, alebo navrhni ich vymeniteľnosť za vhodnejšie ešte pred výrobou.
9. Pri návrhu nezabúdaj na šetrenie energiou pri výrobe výrobku.
10. Svojím designom prispievaj k osвете smerom k ekológii.
11. Pracuj tak, aby tebou navrhnutý design redukoval odpad.
12. Adjustuj svoj výrobok tak, aby si redukoval jeho obal.

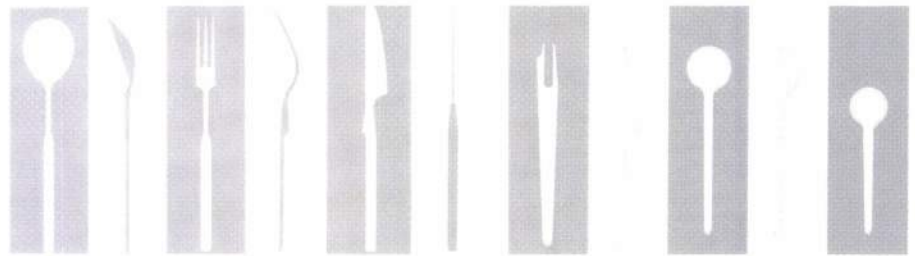
Medzi ocenené projekty tejto súťaže patria projekty služieb spoločného využívania nákladných áut viacerými malými firmami. Tento projekt šetrí nielen náklady na prevádzku a údržbu autoparku, ale zabezpečuje podielníkom aj kompletný servis. Ocenenými výrobkami sú už spomínaný katamarán Linkat, dámske odevy z prírodných a domácich materiálov, policový nábytok z extrémne tenkého materiálu a povrchovou úpravou voskovaním, tepelná izolácia stavieb z recyklovaného papiera vo forme včelieho plástu, kancelársky nábytok a architektonické a materiálové riešenie radovej zástavby s použitím novovyvinutých stavebných materiálov zabraňujúcich úniku tepelnej energie.

Ján Čalovka

TICHÉ UMENIE / QUIET ART



Polievková misa / A soup bowl, 1992



Príbory, striebro / Cutlery, Silver, 1967

Dielo Jána Čalovku je veľmi úzko späté s históriou i súčasnosťou firmy Sandrik v Dolných Hámroch. Na to, aby sme pochopili jeho osobný vývoj a súčasné smerovanie práce a tvorby, musíme čo-to povedať o tejto firme a jej produkcii.

Firma Sandrik bola založená roku 1896 ako podnik, ktorý vyrábala príbory, úžitkovo-dekoratívne predmety (misy, misky, nápojové, kávové, čajové súpravy, podnosy a pod.) pre potreby hotelových prevádzok, ale aj domácností. Hovoríme o tom preto, lebo firma od samého začiatku svojej existencie vyhľadávala kontakty s tvorivými osobnosťami, ktoré spolupracovali na návrhoch celej sortimentnej skladby tejto výroby. Na území Slovenska bolo v tom čase veľmi málo firiem s takýmto prístupom.

Táto skutočnosť podmienila aj komerčnú úspešnosť Sandriku. Zo zorného uhla dnešných estetických kritérií sú vrcholným výrobkom firmy pred 2. svetovou vojnou predmety, ktoré vznikli na základe objednávok združení českých spolkov, ktorých obchodné zameranie bolo poznamenané ideami českej architektonickej moderny (Topičův

The works of Ján Čalovka are very closely linked with the past and present of the company Sandrik, Dolné Hámre. In order to understand his personal development and his contemporary aiming in his work and creation, we must mention a few things concerning this company and its production.

The company Sandrik was founded in 1896 as a manufacture producing cutlery and applied art objects /bowls, dishes, trays, drinking services, coffee and tea sets, etc./ to be used in both hotels and homes. It is important to note this, as the company since its very beginning did its best to contact creative people who then cooperated in designing the whole production range. Companies with such an approach were very rare those days in Slovakia.

This fact contributed to business success of the Sandrik. In the view of contemporary taste and aesthetics the company top products from the times before the World War II were those ordered by the Czech associations whose business activities were marked by the ideas of the Czech Modern Style in architecture /Topičův Salón -

salón, Krásna jizba, Artěl). Z autorov treba menovať R. Južniča, ktorého návrhy boli realizované na vysokej umelecko-remeselnej úrovni. Tento duch remeselnej, ale aj tvorivej náročnosti prežíval aj v povojnových pofebruárových rokoch. V tejto priaznivej klíme trávil svoje učňovské roky J. Čalovka (1951-52), keď jeho záujem o rozšírenie remeselného i výtvarno-estetického názoru vyvrcholil nástupom na ŠUP v Bratislave (1952-56).

Tu sa zoznamuje s niektorými významnými osobnosťami slovenského výtvarného diania (V. Kautman, V. Vilhan), talentovanými spolužiakmi a priateľmi, ktorí ovplyvnili pozitívnym spôsobom jeho myslenie. Z týchto kontaktov a dotykov sa sformovalo jeho designerské a výtvarné ctenie (E. Toran, A. Cimmermann, G Cimmermannová, V. Holešťák-Holubár, I. Didov a pod.).

Po absolvovaní ŠUP sa vracia do podniku Sandrik a začína postupne rozvíjať svoju návrhársku činnosť. Z tohto obdobia pochádza kávová

Topič's Parlour, Krásna jizba - Belle Chamber, Artěl/. From among the authors R. Južnič should be mentioned whose designs were of a top quality in creativity and skill. This highly valued and demanding approach in arts and crafts has survived till after the war years.

In this encouraging atmosphere J. Čalovka was going through his apprenticeship /1951-52/, when his interest in broadening his skills and creativity helped him to decide to go and study at the School of Applied Arts in Bratislava.

Here he met several important people active in the Slovak artistic /V. Kautman, V. Vilhan/, some talented schoolmates and friends, who have influenced his way of thinking in a positive way. His approach in design and art has risen from these contacts and touches /E.Toran, A. Cimmermann, G Cimmermannová, V. Holešťák-Holubár, I Didov and others./

After his graduation he returned to the Sandrik enterprise to gradually start his design work. At



súprava, ktorú môžeme charakterizovať ako tvarovo dobovú, ale so značným oslobodením sa od ozdobných prvkov. Jej výraznou črtou je dokonalé spracovanie materiálu (vysoký lesk), ako aj veľmi zaujímavý detail na viečku. Jednoduché tvarovanie konvičkového ucha, ako i šálkových podnosov, robia túto súpravu jednoducho elegantnou.

V tomto duchu sa odvíjajú aj návrhy príborov, konvíc, misiek, omáčnikov a pod.

V roku 1958 spolupracuje Ján Čalovka na vybavení kuchyne a reštaurácie EXPO v Bruseli. Zároveň vystavuje svoje práce na IX. Trienále v Miláne (príbory).

Forma nádob i príborov má stále racionálnejší a puristickejší charakter. Niektoré príbory majú zložitejšie krivkové riešenia s prípadnými plastickými detailmi na rukovätiach. Celkový dojem je však prísnejší, vyvázenejší, a v istom zmysle asketickejší. Sú to predmety tichej nenápadnej elegancie s plným rešpektovaním účelovej a úžitkovej kvality, z ktorých mnohé dodnes nestratili nič so svojej vizuálnej a úžitkovej hodnoty.

Použitý materiál - nerez, alpaka, postriebreňá

this time he made his coffee set, which can be characterized as typical for those days in shape, however remarkably free of decorative elements. It is striking by its perfect material finish /high gloss/ as well as a very interesting detail on the lid, and simple shaping of the pot handle and the saucers make this set simple and elegant.

In a similar way he developed a design of cutlery, pots, bowls, sauce jugs, etc.

In 1958 Ján Čalovka cooperates in equipping the kitchen and restaurant for the EXPO in Bruxelles. At the same time, he presents his works at the IX. Triennale in Milan /cutlery/.

The shapes of dishes and cutlery are of more and more rational and puristic character. Some of the cutlery pieces are more abundant in sophisticated curves, sometimes with relief details on the handles. An overall impression is more balanced and rigorous, in a sense more ascetic. These objects are characteristic with their quiet, inconspicuous elegance, fully respecting their purpose and quality and many of them have not lost any of their visual and practical value yet. The materials used - stainless steel, German silver, silver-



Podnos s vrchnákom / A tray with a lid, 1992



Príbory / Cutlery, 1966

Pribyry, Nerez / Cutlery, Stainless steel, 1959-60
 Pribyry, Nerez, orech / Cutlery, Stainless steel, walnut, 1963



Misa s podnosom / A bowl / a dish/ with a tray, 1972
 Misy, Postriebrená alpaka / Bowls, Silver plated German silver, 1964-67

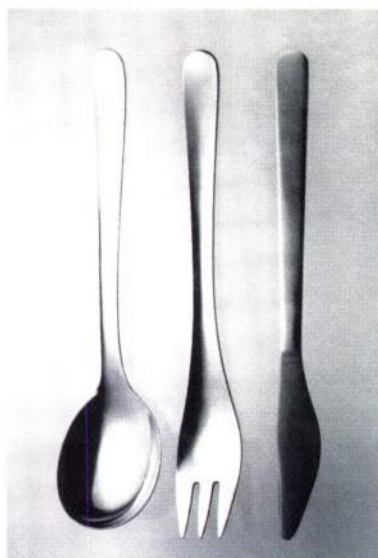


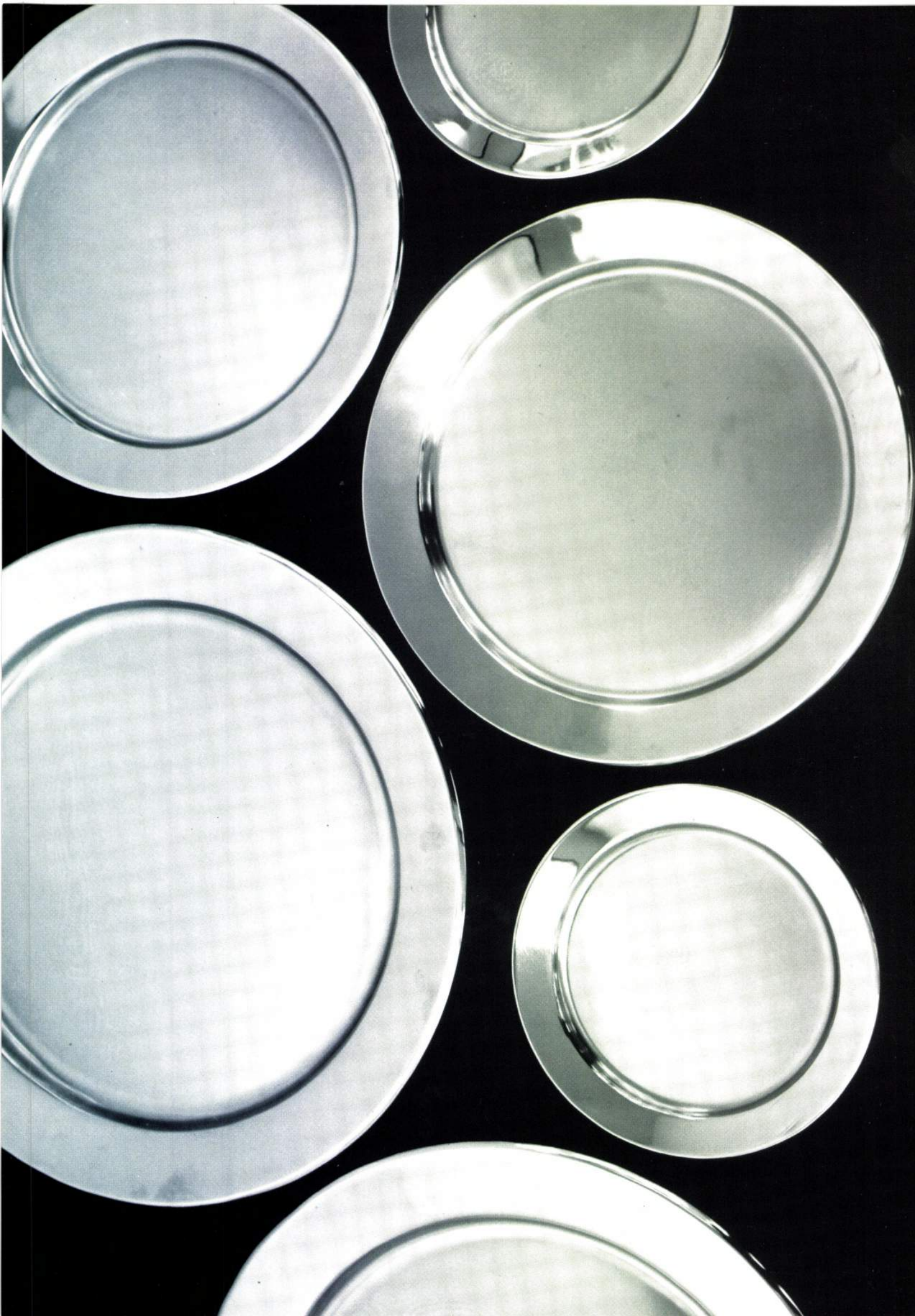
alpaka - sú možnými materiálmi v rámci sériovej produkcie tohto druhu predmetov. Čalovka dokonale ovláda ich technologické spracovanie. Myslí a tvorí v plnom súlade s technológiou. Preto je z týchto prác cítiť jednotu a vyváženosť. V 60. rokoch sa stretáva na výstavách a cestách s prácami svojich zahraničných kolegov a výrobkami konkurenčných firiem. Zoznamuje sa so škandinávskou líniou, ktorá sa presadzovala v tomto období, spoznáva talianske práce v oblasti stolovania - to boli najvýraznejšie z daného množstva vplyvov. Pre svoju prácu si odvodzuje množstvo pozitívnych detailov, ktoré obohacujú jeho osobitý prístup. Zachováva si pritom však svoj vlastný tvorivý rukopis, zvyšuje náročnosť remeselného spracovania a naďalej sa drží prostej univerzálnosti a purizmu tvarov. Omáčniky, misky, podnosy zostávajú stále predmetmi, ktoré nepodliehajú módnosti, i keď sa v nich jednoznačne odráža dobové čítanie línie a tvaru. Súčasťou jeho pravidelného pracovného rytmu boli boli návrhy na vybavenie spoločenských a reštauračných zariadení na svetových výstavách Montreal '67 a Ósaka '70. V 70. rokoch spolupracuje so svojou materskou firmou už len externe a s definitívnou platnosťou sa stáva slobodným umelcom. V tomto období

plated German silver are suitable for the production of this kind of objects in series. Čalovka is perfect in this technology, and his thinking and creativity are in full harmony with it. When observing these object, unity and balance its felt. Exhibitions and journeys abroad in the sixties is where he encounters with the works of his colleagues from other countries as well as the competitor companies' products. He discovers the Scandinavian line, asserting itself that time, as well as Italian works in the sphere of table setting - those were the strongest influences he experienced. For his work, he developed a number of positive details that have enriched his special approach. He has, however, preserved a specific style of his own, improving the level of his skill and adhering to a simple universality and purism of shapes. Sauce jugs, bowls or trays have remained the objects that are not subject to fancy movements, even though they definitely have reflected the feelings for lines and shapes of those days. Designing for social event facilities and restaurants in the world expositions in Montreal '65 and Ósaka '70 were part of his regular work. In the seventies, he cooperated with his mother company only part time, as he had departed in

Podnosy, Nerez / Trays, Stainless steel, 1964-67 ▷

Pribyry, Nerez / Cutlery, Stainless steel, 1966-67
 Pribyry Montreal, Nerez, eben / Cutlery Montreal, Stainless steel, ebony, 1964-66







(až do roku 1978) rozširuje svoj designerský a výtvarný záujem na širokú škálu podnikov a ich výrobkov. Spolupracuje so Slovenskými lodenicami v Komárne, Vagónkou v Poprade, podnikmi Textilné stroje Nitra, VIPO Partizánske, Kovosmalt Fiľakovo, ZŤS Vyhne. Pre tieto firmy spracúva buď celé koncepcie designerského smerovania pre finálne výrobky, alebo čiastkové esteticko-funkčné problémy jednotlivých výrobkov.

Výsledky tejto práce majú patričnú profesionálnu úroveň a svedčia o dobrej pripravenosti autora uvažovať aj o tomto druhu úloh. Zostáva však pravdou, že v drobnokresbe sériovo vyrábaných artefaktov z produkcie firmy Sandrik bol jeho prístup osobitejší, plnší a v slovenskom kontexte výnimočný a nezastupiteľný.

V nových spoločensko-ekonomických podmienkach sa Čalovka vracia k práci, v ktorej zanechal takú výraznú stopu, nadväzuje sa svoje predchádzajúce skúsenosti a buduje celistvý program pre firmu Sandrik, a. s., ktorá vznikla rozdelením tohto podniku na dve samostatné výrobné jednotky.

Venuje sa navrhovaniu kuchynských a servírovacích nádob so všetkými atribútmi, ktoré boli charakteristické pre túto výrobu v jej vrcholných obdobiach. Nadväzuje na tradíciu a navrhuje nové tvary pre predmety vyplývajúce zo súčasných komerčných, ale aj estetických a spoločenských potrieb. Tento nový sortiment je svojou úžitkovou podstatou totožný s tým, ktorý sa vyrábal už v minulosti, má však nové tvaroslovie, prispôbené súčasnému čítaniu a trendom.

Na tomto mieste treba povedať, že ak sa tento druh výroby podarí úspešne zrealizovať, bude mať Slovensko v európskom kontexte v tejto výrobnjej disciplíne svoje nové postavenie a dúfajme, že aj zásadný komerčný úspech. Bol by to jeden z dobrých príkladov ako nadviazať na tradičné výrobné a hospodárske zázemie, charakteristické pre rozvoj niektorých priemyselných odvetví zakotvených v histórii Slovenska. Táto nová úloha J. Čalovku je v tomto zmysle závažná. Svojou doterajšou výtvarnou a designerskou činnosťou potvrdzuje, že aj túto úlohu a pracovný program určite zvládne.

Čajová súprava s podnosom. Postriebrená alpaka / Tea set with a tray. Silver plated German silver, 1957

order to become completely self-dependent in his creation. At this time /till 1978/ he broadens his interests in design and art creation in a large scale of enterprises and their products. He cooperates with the Slovak Shipyards in Komárno, Carriage Works, Poprad, Textile Machines, Nitra, VIPO, Partizánske, Kovosmalt, Fil'akovo, Heavy Machinery Works, Vyhne. He works out both, overall concepts of design aims for final products and partial aesthetic and functional solutions for particular products manufactured by these companies.

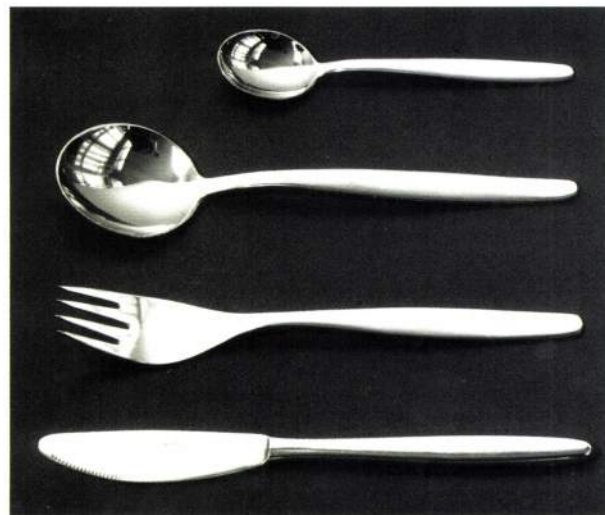
The resulting products are on an appropriate professional level, showing their author's high skill and competence to handle this sort of problems as well. It remains to be mentioned, that his approach was a lot more specific and typically visible in details of the objects put out by the Sandrik company. His contribution has been extraordinary and priceless, as far as Slovak culture is concerned.

In the new social and economic situation Čalovka makes his comeback to the work where he has left such an outstanding trace. Employing his previous experience, he has worked out an overall and complete program for the Sandrik Co., which

has split into two independent production units. He designs kitchen and serving dishes in the style that was characteristic for this production at its best times. He develops the tradition in designing new shapes and objects responding to the contemporary commercial, aesthetic and social needs and demands. In its application, this new range is identical to the one manufactured before, however with new shapes, responding to contemporary trends and tastes. It should be noted, that if this new kind of production will prove successful, Slovakia will reach a new position and hopefully a substantial business success in the European context.

It would just be another good example to develop further traditional production and economy background typical for the development of some industrial branches embedded in the Slovak history. In this sense, the role of J. Čalovka is very important. He has proved so far, by his art and design creation, his ability to handle this task and his work program perfectly.

Foto: Archiv J. Čalovku a Milan Beladič.



Pribory, Nerez / Cutlery, Stainless steel, 1966-67



Pribory, Nerez / Cutlery, Stainless steel, 1963



Súprava konvic a misa / A jug / pot/ set with a bowl, 1992

Anketu, v ktorej predstavujeme názory zahraničných redakcií a grafických designerov, sme začali v DE SIGN UM č. 3/94 rozhovorom s grafikmi talianskeho Domusu, v nasledujúcom č. 4/94 na naše otázky odpovedala grafička nemeckého časopisu md Susanne Lagally.

Pokračovaním ankety v prvom tohtoročnom čísle je predstavenie francúzskeho časopisu **AZIMUTS**, ktorý vydáva Ecole des Beaux-Arts v Saint-Etienne. Z osobitosti vydavateľského subjektu, ktorým je Vysoká škola výtvarných umení, vyplývajú aj odlišné prístupy k tvorbe časopisu. Na jeho obsahovej i grafickej podobe sa podstatnou mierou podieľajú absolventi školy a vytvárajú časopis ako súčasť svojich diplomových úloh. Podobne ako pre DE SIGN UM, ani pre **AZIMUTS** nepracuje stabilný tím grafikov, resp. grafik, ale časopis využíva spoluprácu s viacerými profesionálmi i študentmi. Úroveň časopisu ocenila aj medzinárodná porota frankfurtského veľtrhu Thema Domus v septembri 1994 udelením ceny *Frankfurter Zwilling* za „vysokú kvalitu koncepcnej a tvorivej žurnalistickej práce v oblasti designu“.

Poslanie časopisu predstavuje **Marc Charpin**, zástupca šéfredaktora časopisu a súčasne vedúci ateliéru priemyselného designu na Ecole des Beaux-Arts v Saint Etienne.

Myšlienka časopisu **AZIMUTS** vznikla súčasne so vznikom poddiplo-mového štúdia designu na Ecole des Beaux-Arts. Vyplynula z úvah o štúdiu a jeho vzťahu k privilegovaným partnerom, akými sú miesta výroby a šírenia výrobkov, továrne, malé a stredné podniky. **AZIMUTS** sa od začiatku vytváral ako ohniskový bod, miesto výmeny názorov a dialógu a napokon ako združovateľ výskumov rôznych študentských skupín.

AZIMUTS sa koniec koncov potvrdil ako nová možnosť pre publikovanie rozvíjajúcej sa myšlienky, zväčša zastúpenej diplomovými prácami študentov a pedagógov, ku ktorej by sme sa chceli vrátiť.

Úsilie vynaložené na grafickú úpravu (do každého čísla prispieva istý počet renomovaných grafikov) má svoje opodstatnenie v základnej snahe nájsť prostredníctvom formy tlačeného objektu adekvátnosť medzi tým, čo čítame, a tým, čo vidíme, ako akýsi druh rovnováhy s myšlienkou výrobkového designu, ktorý publikujeme.

Na otázky o práci grafického tímu **AZIMUTS** odpovedá grafička Ursula Held.

Originalita?

Revue **AZIMUTS** chce slúžiť ako nástroj výskumu pre účastníkov tretieho cyklu vzdelávania (*podiplomové štúdium - pozn. red.*) a podnecovať jednotlivcov i podniky. Namiesto toho, aby sme vyhľadávali jednotný vzťah časopisu, snažíme sa čo najpresnejšie vizualizovať obsah článkov. Text a úprava strany sa koncipujú simultánne, sú neoddeliteľne zviazané. Úlohou grafiky je vyjadriť to, čo sa nemôže povedať: vyvolávať vnemy, zviditeľniť vzťahy medzi textom a obrazom, provokovať čitateľa. Ide vlastne o to, aby sme vtiahli čitateľa do textu. Ikonografia tiež slúži obsahu, najzaujímavejšie obrazy sú tie, ktoré neznásobujú text vizuálne, ale vytvárajú kontrapunkt a provokujú nové vnímanie textu.

Čitateľnosť?

Ak sa chceme dotknúť čitateľa a prinútiť ho k účasti, je dobrá čitateľnosť podmienkou sine qua non. Myslím si, že grafická úprava nie je samoučelná. Spraviť text čitateľným z estetických dôvodov alebo len kvôli „inovácii“ je nezlučiteľné s prvotným cieľom grafickej úpravy - komunikáciou. Nechceme inovovať len preto, aby sme inovovali. Chceme byť jednoducho v súlade s obsahom.

Layout?

Redakcia **AZIMUTS** (3-5 študentov-výskumníkov) vypracovala základnú osnovu a presnú „chartu“ grafickej úpravy. To zaručuje vizuálnu koherenciu revue. Layout je však dostatočne pružný a otvorený, aby sa každý článok mohol „personalizovať“ v súlade s obsahom.

Profesionálni grafici?

Na vytvorenie grafickej úpravy každého čísla požíva redakčná rada jedného profesionálneho grafika, ktorý intenzívne pracuje štyri dni. Francoise Fabrizi, Pierre Bernard, Philippe Apeloig, Geert Sotola a Hanz Hunziker (v poradí, ako pracovali) tak prispeli svojím umom, ale aj konštruktívnou kritikou. Účasť týchto grafikov na úprave **AZIMUTS** bola nevyhnutná, pretože sme nechceli len sprogresívňovať vizuálny vzťah revue, ale chceli sme vzbudiť skutočný záujem o grafický design. Myslím si, že v jednotlivých číslach **AZIMUTS** i v osobných výskumoch študentov je to čoraz zjavnejšie.

Počítač?

Počítač je vynikajúci nástroj, ktorý umožňuje vizualizovať stránky časopisu veľmi rýchlo a presne. Umožňuje kontrolovať maketu aj s obrázkami až do záverečnej podoby. A napokon podstatne znižuje náklady. V nijakom prípade neobmedzuje tvorivosť. Považujeme ho za prostriedok realizácie, najčastejšie ho používame až vtedy, keď sme sa dohodli o koncepte usporiadania stránok a vytvorili skice.

AZIMUTS

Le début de cette histoire ressemble plus aux premières lignes d'un conte de fées qu'à celle de l'histoire d'une véritable société: "Il était une fois un juif, un allemand et un catalan...". Ce petit commerce créé dans les années 30 est devenu un haut lieu du design qui occupe une surface de 3000 m² dédiée à l'objet et au cadre de vie. Ce formidable essai est dû à un homme, Fernando Amat, entré dans l'entreprise familiale en 1954. Il assume aujourd'hui la fonction de directeur et son rôle consiste à découvrir de nouveaux objets.

entretien avec
Fernando Amat

Testez-vous tous les produits en vérifiant leur aspect fonctionnel!

Cela semble un peu absurde de tester un vase, mais je teste les objets à fonctions plus complexes comme les calendriers. Ce n'est pas toujours facile de tester au moment de l'achat, parfois cela va plus tard, mais le produit ne fonctionne pas bien, on le retourne. Mon travail est de décider de la naissance et de la mort des produits. L'expérience démontre que cela demande une attitude très stricte quant au choix, dans la plupart des cas, l'objet est vué à l'échec. Parfois, vous achetez une chaise, elle reste dans un placard et vous ne la mettez jamais parce que c'est une erreur. Cela m'arrive, alors je décide d'éliminer ces produits.

Azimuts - Qu'est-ce qui fait qu'un produit vous semble "juste" et qu'il mérite d'être vendu dans votre magasin?

Fernando Amat - Chez Vinçon, savoir ce que nous avons et ce que nous ne voulons pas est une partie très importante de notre travail. Ma position de directeur permet à mon "objet" d'être à la fois un objet qui me dit cela. A posteriori, nous pourrions faire une enquête afin de comprendre pourquoi nous avons certains produits et pas d'autres, mais je fais cela passionnément et aucune règle de calcul ne pourrait y répondre. De cette manière, nous travaillons toujours, si j'étais salarié, il serait impossible de justifier cette attitude et d'évacuer un produit très commercial.

Lorsque vous faites vos achats, pensez-vous au prix auquel vous allez rendre les objets?

Quand j'y a quelque chose qui j'aime à la fois, j'accepte un prix trop élevé ou j'achète un seul exemplaire, mais, si je trouve un article qui j'aime à un prix très bon marché, j'en achète une grande quantité. Lorsque je pense au prix, je me mets à la place d'un client de chez Vinçon - cela explique qu'il y ait dans le magasin toutes sortes de produits à des prix très différents. J'ai par exemple, acheté un fauteuil de Carlo Mazo qui j'aime beaucoup, mais si le considéré comme invendable parce qu'il est trop cher. Ce n'est pas très grave, car si je ne le vends pas, je l'achèterai pour moi.

Chez Vinçon, on trouve plusieurs types d'objets: les objets anonymes et les objets signés par des personnalités du design, mais aussi des marques. Tous les produits d'une même famille se juxtaposent aisément. Pourquoi mettez-vous ces objets côte à côte sans distinction?

Je considère que la marque ou la signature ne sont pas très importantes. Il y a toujours une marque et toujours une signature dans la mémoire des gens, il s'agit de l'image que suggère le produit. Lorsque j'achète une bouteille ou une cafetière, même si elle est signée. Aussi si quelle a été conçue par Sapper, elle sera placée avec les autres cafetières. Je ne vais pas la mettre en situation d'objet signé, cela reste une cafetière et je l'achète également si je teste une qualité fonctionnelle. Si elle ne fonctionne pas, je ne l'achète pas. Celle de Sapper et celle de Russo sont peut-être très belles, mais comme "machines à faire le café" elles ne me donnent pas la même satisfaction.

Comment procédez-vous pour découvrir les produits?

Cherchez-vous sans cesse de nouveaux fabricants ou viennent-ils à vous?

C'est très facile, j'ai 52 ans et je commence cette activité à l'âge de 14 ans, voilà à peu près 30 ans que je fais la même chose je voyage beaucoup, je vais dans les foires internationales et je reçois également beaucoup d'offres. L'invention de l'objet a beaucoup facilité mon travail dans ce domaine car c'est un moyen qui rend accessible tous les marchés et facilite les contacts dans plusieurs pays, le Japon, les U.S.A, l'Australie.

Vinçon est un lieu de vente spécialisé, dans le sens où, au-delà de la dimension commerciale, il a une dimension culturelle. Comment arrivez-vous à maîtriser les deux?

C'est un peu dû au hasard. Si nous venions, en tant que spécialiste, une dimension culturelle, il me semble que cela signifie simplement que les produits sont le reflet d'une certaine culture de l'entreprise.



The discussion presenting views of editorial staffs and graphic designers from other countries was opened in the 3/94 issue of the *DESIGNUM* by an interview with the graphic designers from the Italian magazine *Domus*. The following 4/94 issue brought answers to our questions of the German magazine's graphic designer Ms Susanne Lagally. In this year's first *DESIGNUM* issue the discussion is continued by the introduction of the French review **AZIMUTS**, published by Ecole des Beaux-Arts in Saint-Etienne. An Academy of Fine Arts being the review's publisher is a fact explaining the different approach towards the graphic design of the review. Graduates from Ecole des Beaux-Arts in Saint-Etienne to a large degree participate in the contents as well as graphic design, the creative work on the review is a part of their theses. Similarly to *DESIGNUM*, **AZIMUTS** does not have a constant team of graphic designers or one particular designer, the magazine develops external collaboration with many professionals as well as students. In September 1994 the high standard of the magazine was awarded the prize *Frankfurter Zwilling* for the „high quality conceptual and creative design journalism“ at the *Frankfurter Fair*.

Marc Charpin, senior editor of **AZIMUTS** and head of the Industrial Design Studio at the Ecole des Beaux-Arts in Saint-Etienne explains the mission of their magazine.

The idea of the AZIMUTS review was born hand in hand with the establishment of the postgraduate design course at the Ecole des Beaux-Arts. It was born as a logical consequence of the considerations of the course of study and its relations to the privileged partners, as are production places, product spreading, factories, small and middle-size companies. From the very beginning AZIMUTS was formed as a focus point, a place of opinion exchange and dialogues and finally as an associating factor for many different students' groups. AZIMUTS has finally succeeded in confirming itself as a new chance for publishing developing ideas, mostly found in students' and teachers' theses, to which we would like to come back. The effort bound with the graphic design (a given number of well-known graphic designers participate in the creation of each AZIMUTS issue) is well founded in the fundamental ambition to find by means of the form of the printed object a sort of adequacy towards what we are reading and what we can see, a kind of counterbalancing the idea of the product design, which we are publishing.

Questions on the **AZIMUTS** graphic team's work are answered by Ms Ursula Held, graphic designer.

Originality?

The **AZIMUTS** review would like to serve as an instrument of investigation for the participants in the post graduate course and it would like to stimulate individuals as well as companies. Instead of searching for a united image of the review we are trying to visualize the contents of the articles as precisely as possible. Texts and page-layouts are conceived simultaneously, they are firmly bound together. The task of the graphics is to express, what cannot be said: to evoke perceptions, to visualize the text/picture relations, to provoke the readers. In fact the point is to attract the reader's attention to the text. Iconography also serves the contents, the most interesting pictures are those which do not multiply the text visually but form counterpoints and provoke new perception of the text.

Readability?

If we wish to address the reader and to force him to his participation, good readability is a condition sine qua non. I think that graphic design is not an end in itself. Making a text readable merely because of aesthetic reasons, or only because of „innovation“ does not comply with the primary task of the graphic design - the communication. We do not want to innovate just for the sake of innovation. We simply wish to be in harmony with the contents.

Layout?

The **AZIMUTS** editorial staff (3-5 students-investigators) worked out the essential layout and precise „chart“ of the graphic design of the review. This is the guarantee of the visual coherence of the review. The layout, however, is sufficiently flexible and open, so that each article can be „personalized“ in harmony with the contents.

Professional graphic designers?

For each issue one professional graphic designer is invited to work on the graphic design intensively for four days. Thus Françoise Fabrizi, Pierre Bernard, Philippe Apeloig, Geert Sotola and Hanz Hunziker (in order of their cooperation) contributed to particular issues not only by their intellectual potential but also by their constructive criticism. Participation of these graphic designers in the **AZIMUTS** layout was inevitable, because our aim was not only the progression of the visual image of the review, but also stirring up interest in the graphic design. I believe that this becomes more and more evident not only in single **AZIMUTS** issues but also in personal investigations of the students.

Computer?

Computer is an excellent instrument enabling the visualization of the pages of the review very quickly and very precisely. It also helps to check the sample draft with pictures up to the final definite layout. And last but not least computers significantly help to lower the costs. It is beyond question that computers would limit creativeness. We consider a computer a means of realisation. They are used mostly only after the page-layout concept and the sample drafts have been settled.

AZIMUTS



Sans évoquer uniquement les produits, l'exemple de vos vitrines est démonstratif. Ce sont de véritables installations.

Je ne veux pas en une heure par jour, je suis prêt de l'ouverture à la fermeture. Alors, il m'a semblé important de créer une atmosphère agréable, à l'image de ce que je pourrais faire chez moi. Vous savez, il n'y a pas de grands secrets, il n'y a pas de technique. Cependant, lorsque je tiens ces propos à d'autres distributeurs, ils pensent que j'exagère de trop.

mais les gens les aiment, elles ne laissent personne indifférent et participent à l'image de Vinçon qui, comme les différents supports graphiques, relie les sacs à achats et la galerie.

Au début l'histoire de la galerie d'art se trouvait à l'entrée du magasin. Lorsque nous nous sommes étendus, nous avons obtenu un nouvel espace, il s'agissait de l'atelier d'un artiste connu à Barcelone, il nous a offert par don un atelier d'un faire un lieu de vente et cet espace est devenu "La Sala Vinçon" en 1973.

Quels types de relations entretenez-vous avec les designers et les fabricants ?

Je ne choisis jamais un fabricant ou un designer. Je choisis toujours un produit. Cela veut dire que je ne passe jamais d'accord à d'autres collections, un produit est

bien, c'est formidable, si le vinçon ne l'est pas, je ne l'achète pas. C'est simple. Nous ne sommes pas des éditeurs, nous sommes simplement des détaillants, ce qui explique que notre point de départ soit toujours le produit. Nous nous intéressons avant tout à ce que nous pouvons offrir à nos clients, à ce que nous pouvons offrir à nos clients. C'est le fabricant qui doit connaître les matériaux et les techniques de fabrication, nous nous occupons de la distribution.

Sachant que vous possédez un potentiel de distribution important, avez-vous envisagé de faire de l'édition ? Si tel est le cas, à quel type d'objets pensez-vous ?

Éditer est une activité très difficile, mais c'est une opportunité que nous nous sommes perçues. Dans le cas d'une édition, les qualités que nous pourrions



La Sala Vinçon est un espace de vente de produits de design et d'art. Elle est située à Barcelone, en Espagne. Elle est dirigée par Jacinto Amat et Hugo Vinçon. Elle est spécialisée dans la vente de produits de design et d'art. Elle est connue pour ses vitrines et ses installations.



1. Trochu enigmatica obálka čísla 7/8 - „diagram“ od Laurena Sterna k románu Tristram Shandy. Vizualný komentár na tému vydávania kníh. Čitateľ odhalí význam tejto obálky aj otázok, s ktorými sa stretne v čísle: Ako pretláčoch komplexnosť reality z vnútra table, keď ste limitovaný dvostránkou? Je text alebo systém notácie dostatočný?
2. Článok o knihe umelca Davida Tremietta. Grafika stránky vyjadruje atmosféru a kompozičnú knihu.

3. Gill Sans sa sa používa v časopise od jeho začiatku. Článok na počesť typografa Erica Gilla (1882-1940).
4. Článok z roku 1936, ktorý napísal spolupracovník Erica Gilla, bol znovu publikovaný v AZIMUTS. Text je ilustrovaný listom, ktorý adresoval redakcii niekdajší editor, žijúci dobrý priateľ Erica Gilla.
5. Stránky AZIMUTS z roku 1994.

La Sala Vinçon. Elle est réservée à la promotion d'objets de design et d'art. Elle est située à Barcelone, en Espagne. Elle est dirigée par Jacinto Amat et Hugo Vinçon. Elle est spécialisée dans la vente de produits de design et d'art. Elle est connue pour ses vitrines et ses installations.



vendre ne seraient pas assez importantes pour justifier un investissement dans un outil de production onéreux. En revanche nous pourrions éditer des objets ou des meubles faisant appel à une fabrication presque artisanale.

Éditer 100 pièces me demanderait plus d'efforts que de gérer les 10 000 que nous avons dans la boutique. Ce n'est pas une proportion raisonnable ; de plus, il faudrait organiser un réseau de distribution, ce qui compliquerait beaucoup ma tâche car j'ai déjà beaucoup de choses à faire ici.

La Catalogue apparaît comme étant une région ou la chaîne Designer/Fabricant/Distributeur fonctionne assez bien. Est-ce la réalité ?

En apparence, en effet, mais ce n'est pas si simple. Le design fonctionne bien dans certains secteurs comme l'aménagement et le luminaire, mais par exemple pour la table, j'ai très peu de produits espagnols. À Barcelone, nous avons 5 écoles de design et aussi beaucoup de talents, cependant si aucun fabricant ne fait appel aux designers tout le processus s'arrête.

Dans votre bureau, on voit côte à côte la photo de Philippe Starck présentant sa brosse à dent, un cendrier, un bloc de savon... Comment ce bloc est-il arrivé chez vous ?

J'aime ce savon. Je me souviens de son existence, mais c'est un objet qui avait presque disparu du marché. J'ai réussi à retrouver le fabricant. Ce choix vient un peu du fait que j'en offre beaucoup de produits écologiques et que je ne crois pas tellement au recyclage. Par exemple, nous avons une grande quantité de carton d'emballage que j'on compacte à l'aide d'une machine hydraulique. Le service municipal ne peut pas récupérer trois tonnes de carton compacté que ne coûtent rien, par contre il mettez à la disposition des gens des containers pour les

journaux. Il s'agit d'une aberration. J'ai horreur des produits recyclés qui coûtent trois fois le prix d'un produit normal et je me refuse à les vendre sous prétexte qu'il s'agit d'un phénomène de mode. J'aime convaincre mes clients. Ce savon est un produit naturel qui ne coûte pas grand chose. C'est un bon exemple, voilà pourquoi il est ici.

Vendre des objets porteurs d'histoires demande-t-il des qualités particulières ? Donnez-vous une formation spécifique à votre personnel ?

Vinçon est devenu un peu comme un grand magasin, par la taille et la quantité d'objets présentes, c'est donc très difficile d'avoir le contrôle des 10 000 articles. La formation se fait par secteurs et les connaissances demandées sont très différentes. On ne vend pas des assiettes de la même manière que des meubles, alors nous formons à la vente mais aussi un peu aux techniques. Nous organisons un cours sur les couleurs et les matériaux que nous sommes en train de publier pour l'ensemble du personnel. Ce cours a été fait par le professeur d'une école de design pour le secteur de l'aménagement et c'est des choses, mais chaque département a une formation spécifique.

entrevue réalisée par SF & JD à Barcelone en novembre 97



Historique

1929 : Jacinto Amat commence à travailler comme vendeur dans une société créée par Enrique Levi et Hugo Vinçon, à Barcelone, elle est spécialisée dans l'importation et la vente en gros de porcelaine en provenance d'Allemagne.
1936 / 1939 : Enrique Levi décide de continuer ses activités à New York.
1940 : Hugo Vinçon s'associe à Jacinto Amat. Ils s'installent dans des locaux, 96 Passeo de Gracia.
1950 : Juan Amat, fils aîné de Jacinto Amat (15 ans), commence à travailler dans l'entrepôt.
1955 : Son jeune frère, Fernando (14 ans) le rejoint.
1957 / 1964 : Hugo Vinçon vend sa part à la famille Amat.
1965 : Reaménagement de 16 m² du magasin.
1967 : Un pas décisif à l'entrée de Vinçon dans le monde du design pour la première fois, l'idée de donner la priorité à d'autres produits que ceux demandés par les consommateurs, est prise en considération.
1968 / 1972 : Le secteur des ventes s'étend progressivement et s'organise dans différents domaines comme les articles de table, la vaisselle, la cuisine, les textiles, les luminaires, etc.
1972 : Ouverture de "Decor" (la porte de derrière en espagnol)

consacrée à l'exposition d'objets artisanaux.
1973 : Ouverture de "Sala Vinçon" (en souvenir de l'ancienne galerie des années 40).
Cet espace a été utilisé pour différentes expositions d'art et de design. Bigas Lunas, Marcel, Angel Jové, Estudio Per, Alessandro Mendini ont été les premiers à utiliser cet espace.
1976 : Ouverture de "Vin Chong" (articles orientaux).
1985 : Agrandissement du magasin avec l'ouverture du deuxième étage destiné à la vente de meubles, la surface de ventes passe à 2000 m².
1988 : Extension avec une nouvelle entrée sur la rue Pau Clarà.
1989 : Création d'un nouveau secteur pour la ligne de cuisine Bulhaup avec un service de conception - aménagement assisté par ordinateur.
1990 : Nouveaux locaux (325 m²) ajoutés au magasin principal avec deux entrées sur la rue Provença.
Création d'un service clientèle, d'une carte de crédit Vinçon.
1991 : La société crée son propre secteur de formation professionnelle et met en place un système de communication interne.



AZIMUTS

Eric Gill



Eric Gill designed Gill Sans over 60 years ago. In recent years, its popularity - especially in France - has still been growing. This article explores in which spirit Gill Sans was designed, the personality of its designer and his various influences.

Arthur Ben Rowan Gill was born in 1897 in Brighton, where his parents, being the founders of a business for the manufacture of... (text continues with details of his life and work)

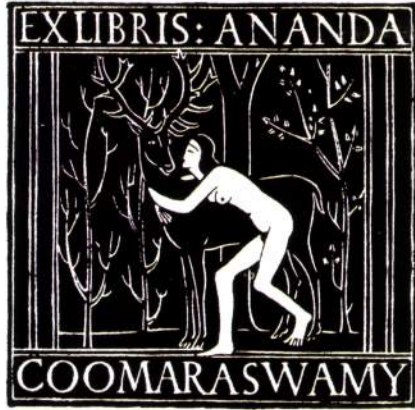


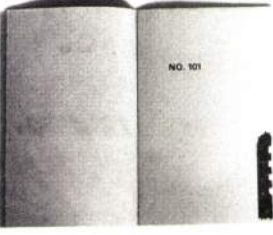
Illustration: Ananda, 1916. The figure is a dancing nude man, a symbol of the human spirit... (text continues with details about the illustration)

The designer of Gill Sans... (text continues with details about the font's design and influences)

3



West



West... (text continues with details about the book and its design)

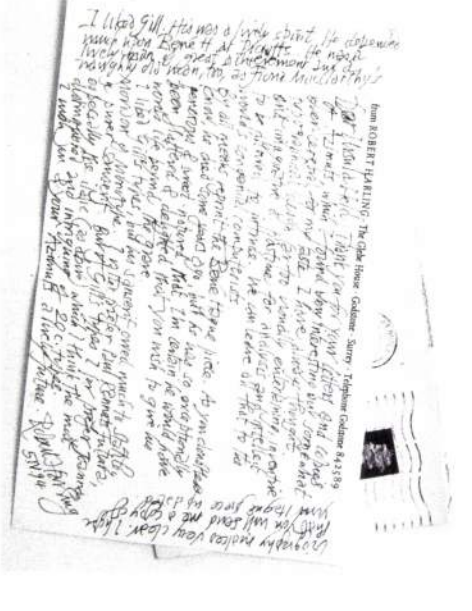
2

Bengal

West Bengal... (text continues with details about the Bengal region and its design context)

1

Reason and Typography



For the two main reasons of printing - book printing and... (text continues with a detailed discussion on typography and design principles)



1

AZIMUTS

Pred dvoma rokmi získala drevená stavebnica GRINGO v súťaži Slovenského design centra cenu za DOBRÝ DESIGN '93. Zaujímalo nás, ako sa cena uplatňuje v praxi, kde a ako sa GRINGO vyrába. S designerom Tiborom Uhrínom a výrobcom Michalom Neuschlom sme sa nie náhodou stretli na kremnickej Škole úžitkového výtvarníctva. Tibor Uhrín tu na oddelení hračky učí už 4 roky. Problém tvorby a jej prepojenia s výrobou pozná z vlastnej skúsenosti, čo môže využiť i v rámci svojej pedagogickej činnosti. Príznam sa, že výrobcu oceneného GRINGA som si predstavovala oveľa staršie. Jasná predstava, cieľavedomá firemná politika však potvrdzuje, že ide o skúseného výrobcu, ktorý si uvedomuje, že len kvalitou a profesionalitou možno dosiahnuť výsledky. Michal Neuschl pochádza z malej dedinky nad Kremnicou z Kremnických drevenicami a so školou. Do bývalých tried, kde sa ako dieťa učil, sa dnes vrátil, aby v nich vyrábala hračky.

Kedy vznikla vaša firma a čo vyrábala?

Michal Neuschl:

Je to asi 4 roky, čo sme založili firmu NEUART. Jej cieľom bolo vyrábať hračky. Nadviazali sme vlastne na hračkársku tradíciu tohto regiónu. Takže sa výrobe hračiek venujem 4 roky. Robili sme vlastné návrhy. Boli to remeselne dosť náročné veci, ale nebola to jednoznačne priemyselná výroba. Vyrábali sme hojdiacie koníky. Všetko bolo z dreva i spoje. Nepoužili sme ani jeden klinec. Bola to vyslovene dobrá remeselná robota. Až keď sme sa stretli s Tiborom Uhrínom, prišli sme na to, že to musíme spraviť celkom inak.

V našich podmienkach nebýva častá spolupráca výrobcu s profesionálnym designerom. Ako by ste hodnotili vašu spoluprácu?

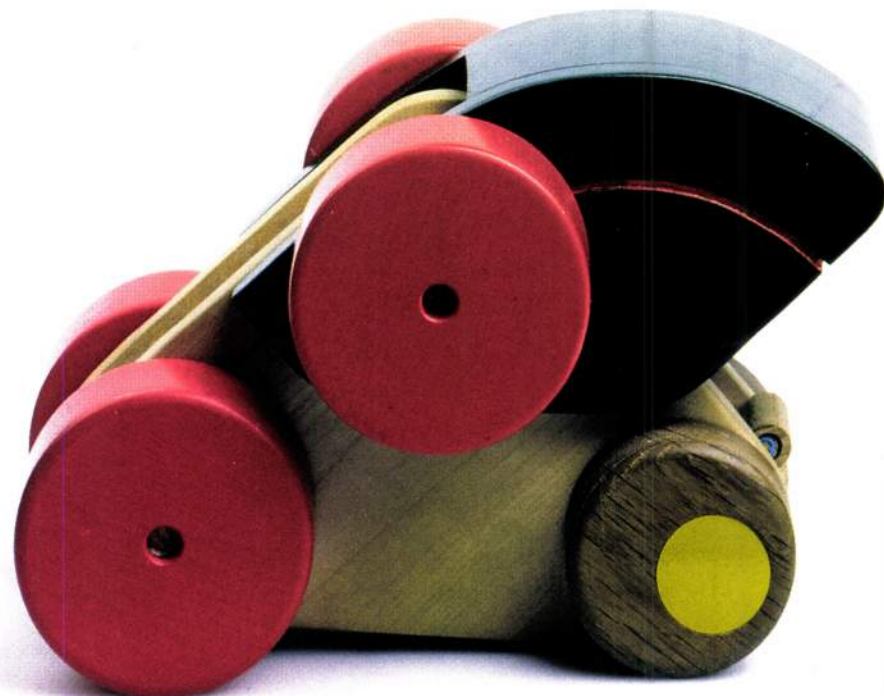
M. N.:

Stavebnicou GRINGO začala naša spolupráca asi v lete 1992 roku. Firma, ktorá teraz existuje pod názvom NORIS WOOD je postavená na základnej myšlienke využiť špičkový design. Tibor rieši návrh tak, že my už potom nemáme problém s technológiou. Vie čo sa dá vyrobiť a čo nie. To, čo sme dostali od Tibora, bola vzorka vyrobená ručne a my sme ju museli preniesť na stroje. Pre výrobu sme navrhli 3 druhy technológií, potom sme ich s Tiborom porovnávali a hľadali tú najvhodnejšiu. Len konzultáciou sa dá dosiahnuť dokonalosť výrobku.

Tibor Uhrín:

Pri návrhu hračky nikdy nemyslím najprv na výrobu a ani sa nezaočím technológiou. Na prvom mieste je myšlienka - nápad. Ďalej s ňou pracujem na papieri a, samozrejme, i v materiále. Až pri výtvarnom spracovaní je potrebné rešpektovať výrobu i ostatné kritériá designu. Snažím sa robiť veľmi jednoduché veci, takže pri výrobe nemusíme robiť veľké kompromisy. Je to celkom iný typ práce ako pri riešení strojárskoho designu, ktorý je viac obmedzený funkčnosťou. Pri tvorbe hračiek cítim väčšiu voľnosť. Každú myšlienku je možné riešiť výtvarne a prispôbiť ju do určitej miery i technológii. Tu je však dôležité, aby sa aj technológ potrápil nad najefektívnejším spôsobom výroby a v tom je Michal obdivuhodne zdatný.

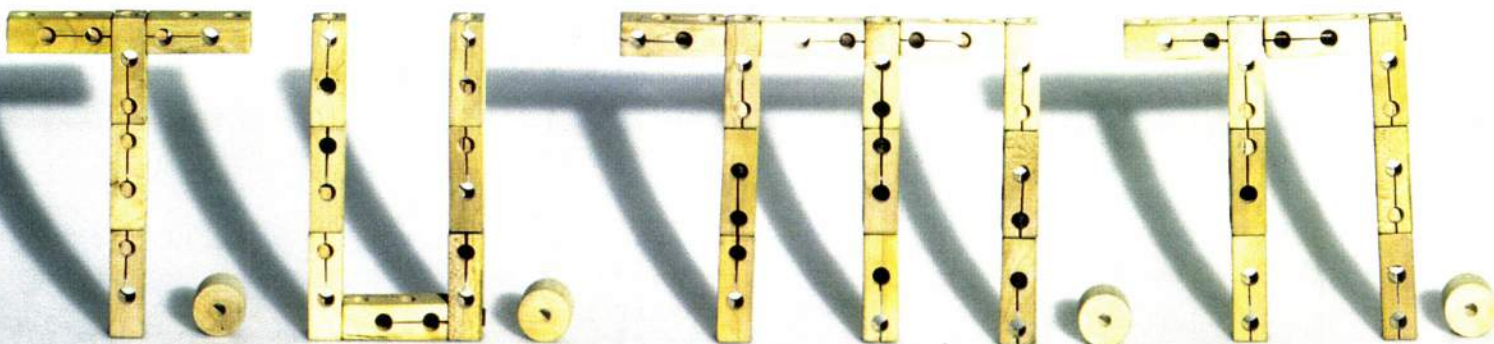
Stavebnica G2, 1994.
Nová stavebnica s pracovným názvom G2 sa iba zdanlivo podobá na Gringo (deravé drevo). G2 má pružné prvky hranol a valec, ktoré sa navzájom spájajú jednoduchými kolíkmi. Postavený celok môžeme prestavovať, transformovať, animovať.



Zvuková hračka, javor, 1993.

Tibor Uhrín

PRÍPAD





Zvuková hračka, javor, 1993.

S firmou NORIS WOOD sa mi spolupracuje dobre. Veľa vzájomne komunikujeme, oni vedia, o čo ide mne, a ja viem, čo potrebujú oni. Veľa sme sa vzájomne naučili.

Určite máte svoju predstavu o budovaní firemnej politiky. Čo považujete za najdôležitejšie?

M. N.:

Pri budovaní firmy NORIS WOOD bola kvalita na prvom mieste. Jednoducho nám išlo o vybudovanie dobrej značky. Chceme, aby tu niečo zostalo a nie rýchlo zaniklo.

T. U.:

To je hlavná myšlienka, ktorá sa mi páčila a s ktorou som sa predtým nestretol. Spolupracoval som s viacerými firmami, ktoré buď skrachovali, alebo sa k výrobe môjho návrhu ani nedostali. Väčšina výrobcov ide v prvom rade za ziskom. My chceme kvalitu. Nehovorím, že zisk nie je dôležitý, bez neho by celé naše úsilie nemalo zmysel.

Jedno je cieľ a druhé prax. Ako sa vám darí presadzovať kvalitu vo výrobe?

M. N.

Na výrobu GRINGA sme postavili jednoúčelovú technológiu. Aby sme odstránili náklady na prvovýrobu, kupujeme hrubý polotovár, ktorý potom zušľachťujeme. Samotný proces prípravy výroby trval asi jeden a pol roka. Dnes máme prepracovanú technológiu a systém kontroly. Každá jedna kocka je viackrát skontrolovaná. Už počas výroby je každý povinný si vytvoriť systém samokontroly. Kontroluje sa i každý polotovár. Tretíkrát sa kontroluje pri ukladaní do krabíc. Tu by sa už nemalo stať, aby sa dostal do krabíc chybný výrobok. Kocky sa vkladajú ručne. Uvažovali sme i o zautomatizovaní, ale bolo by to neekonomické a prišli by sme o posledný stupeň kontroly.

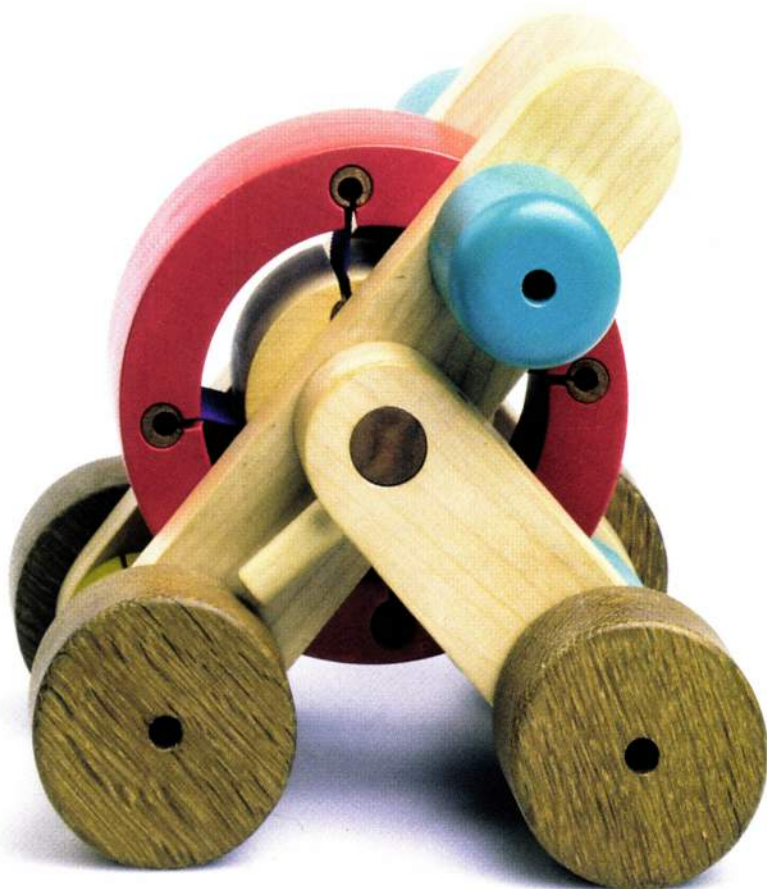
GRINGO je určené predovšetkým deťom. To však výrobcu i designera zaväzuje dodržať prísnejšie nároky nielen na výrobu, ale i na trvácnosť použitého materiálu, nezávadnosť výrobku, ale aj na jeho celkovú príťažlivosť. Akým spôsobom riešite tento komplex problémov?

T. U.:

Hlavnou myšlienkou pri návrhu stavebnice GRINGO bol pružný spojovací prvok. Zaujali ma farebné gumové stuhý. Vsunul som ich do drevenej drážky a princíp spájania bol na svete. Prvok bol vhodný pre stavebnicu, aby sa ním spájali jednoduché tvary. Ďalej bolo treba vymyslieť maximálne variabilnú zostavu. Dal som jej pracovný názov Gringo. Hračky som sa vlastne rozhodol venovať po návšteve oddelenia hračiek na strednej škole v Budapešti a v Prahe. Zásadný význam malo i založenie nášho oddelenia v Kremnici. Začal som seriózne študovať detskú vývinovú psychológiu, problémy tvorivosti detí a stále hľadám oporné body pre svoju prácu.

M. N.

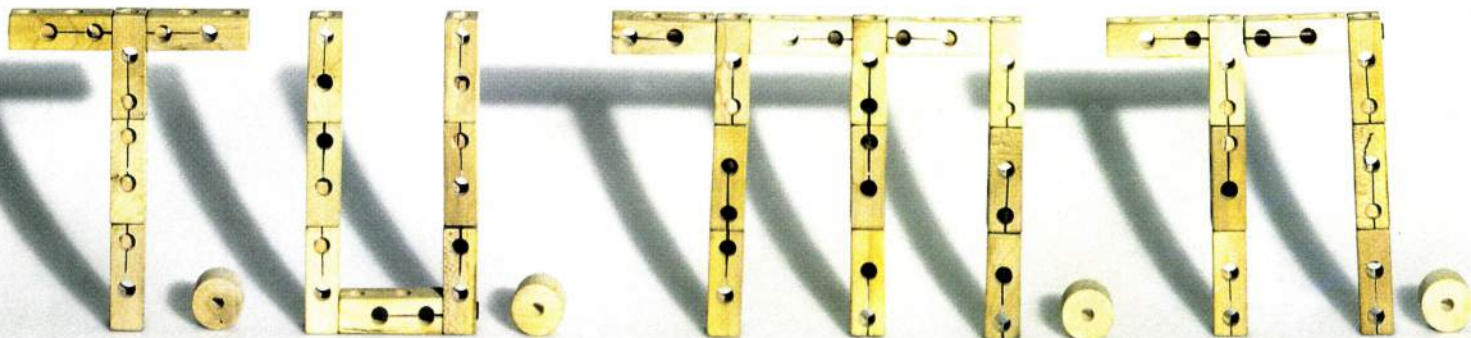
Pri výrobe každej hračky, nielen GRINGA, dodržiavame platné normy, ktoré sú stanovené pre tento druh výrobkov. Okrem toho výrobu a pre-

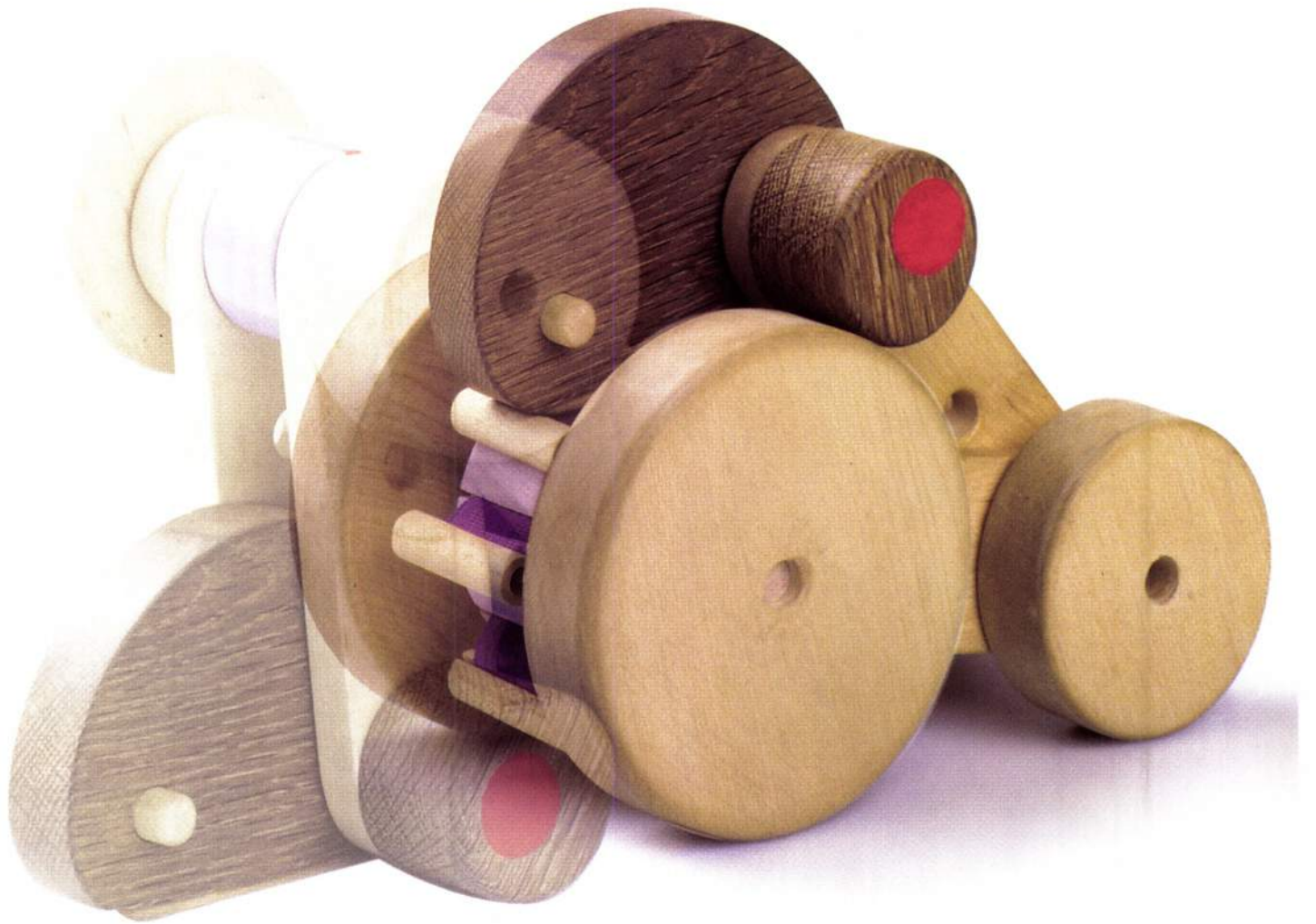


Michal Neuschl



GRINGO





daj všetkých hračiek musí schváliť Technický skúšobný ústav v Piešťanoch. GRINGO hodnotili i rôzni odborníci - psychológovia, zdravotníci. Podľa ich vyjadrení GRINGO rozvíja fantáziu, ale zároveň i jemnú motoriku a je vhodný i pre zrakovo postihnuté deti. Strany kociek sú hladké a drsné, aby bola možná hmatová orientácia. Naša hračka je využiteľná rovnako pre zdravé i handicapované deti. Dokonca pri výrobe spájajúcich dielcov spolupracujeme s rehabilitačným ústavom v Kováčove, kde nám v rámci liečebnej rehabilitácie pacienti skladajú jednotlivé časti. Okrem toho, že si precvičujú jemnú motoriku, získa rehabilitačný ústav i nejaké peniaze. Kocky sú v prírodných jemných farbách dreva. Myslím si, že je to dobré, pretože náš svet je otupený, čo sa týka farieb, zvukov a chutí. Obal stavebnice je farebný, komerčne úspešný. Vznikol opäť v spolupráci s grafickým designerom, ktorý ovládal príslušnú technológiu a design konzultoval s Tiborom Uhrínom.

Zdá sa, že si dokážete poradiť s mnohými problémami. Existuje nejaký, ktorý vás v súčasnosti najviac trápi ?

M. N.:

Jeden z najväznejších problémov, ktorý trápi firmu, je etablovať sa na trhu. Hračkársky trh je veľmi komerčne orientovaný a tvrdý. Na Slovensku sú šance presadiť sa, pretože trh je ešte mladý. Tam, kde je trh vyspelý, sa síce tiež predávajú čínske hračky, ale zároveň i kvalitné výrobky firiem, ktoré majú dlhoročnú tradíciu. I tam rozhoduje obchodník, aká hračka je preňho komerčne zaujímavá, lenže zahraničný obchodník lepšie pozná výrobcov a zákazníka. U nás obchodník jednoducho povie, že drevené hračky „stoja“ a neoplatia sa predávať. Možno je to aj preto, že sa rýchlo naplnil trh drevenými hračkami zlej kvality. Napokon aj zákazníka treba asi vychovať.

T. U.:

Myslím si, že i vo výchove rodičov treba ešte veľa urobiť. Každý výrobok je vlastne zároveň i výchovný nástroj. O hračke to platí viacsobne. Hračka je len vtedy dobrá, ak podporuje rozvoj fantázie, spôsobuje pozitívne zmeny. Nesmie byť len dekoratívnym predmetom vo výkladnej skrini, ale musí rozvíjať estetické čítanie, pozornosť,



Zvukové hračky, javor, 1993.



Foto: Martin Petřík

pamäť, fyzické a psychické schopnosti dieťaťa. „Rodičovský vodičák“ to práve nemusí byť, ale vo vlastnom záujme, a predovšetkým v záujme detí by sa rodičia mali zaujímať aj o to, akú hračku dieťa potrebuje, aká je preň najlepšia.

Zrejme nie je ani taký problém vyrobiť, ale skôr predať. Kde teda najviac predávate?

M. N.:

Obchodu prikladáme veľký význam. Veľmi nás mrzí, že sa GRINGO zle predáva práve na domácom trhu. V súčasnosti orientujeme skôr na zahraničie, lebo trh je tam ustálenejší. Vážených a pre nás veľmi významných obchodných partnerov máme v Rakúsku a Holandsku. V Nemecku sme otvorili naše zastúpenie len pred niekoľkými týždňami. GRINGO sa vlastne vyrába len 9 mesiacov.

Pomohlo vám pri etablovaní sa na trhu ocenenie Dobrý design, ktoré GRINGO získalo roku 1993?

M. N.:

Hlavne v zahraničí má toto ocenenie váhu. Čo je opäť zaujímavé, našich obchodníkov to nezaujíma. No keď cenu a organizátora súťaže Slovenské design centrum prezentujeme v zahraničí, vždy to zaväzujú. Vedia oceniť, že výrobok posúdili odborníci. Čo nás špeciálne teší, je fakt, že GRINGO sa presadilo v súťaži Dobrý design ako priemyslový design v silnej konkurencii priemyslu, ktorý má u nás svoju tradíciu. Priemyselná výroba hračiek robí skôr svoje prvé kroky.

Okrem stavebnice GRINGO vyrábate aj niečo iné?

M. N.:

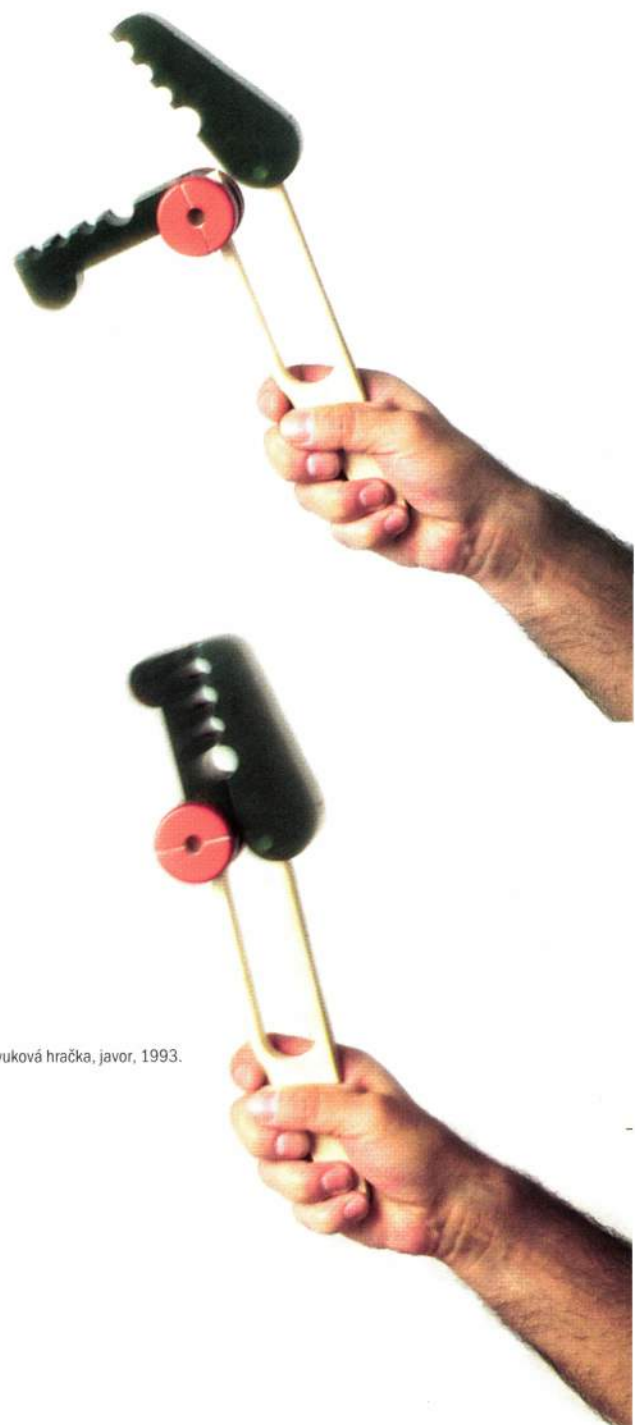
Rozbehnúť výrobu - to je množstvo financií, energie a času. Samozrejme smerujeme aj k inému, než sú hračky i keď je to dobrá vec, ale trh je neúprosný. Robíme jednoduché drevené trojkolky a vozíčeky, ktoré riešime sami, bez designera. Pri tejto výrobe z časti využívame aj technológiu postavenú pre GRINGO.

Plánujete spolupracovať ďalej i na nových hračkách?

T. U.:

Kým je čo objavovať, chceme sa tvorbe hračiek venovať aj v budúcnosti. Plánujem vyvinúť širší program pre výrobu hračiek predovšetkým pre firmu NORIS WOOD. Pripravujeme novú stavebnicu s pracovným názvom G2 a spoločenskú hru Hod strapcom. Teraz dolaďujeme spoločne výtvarnú i technickú stránku a pripravujeme návrh do výroby. Ako pri navrhovaní, tak i pri technológii je potrebná trocha invencie. Predpokladáme, že opäť ako pri GRINGU nám to potrvá aspoň rok, kým spustíme výrobu. V súčasnosti hračky nemôžu byť jediným predmetom záujmu malých firiem. Momentálne pracujem na kolekcii jednoduchých bytových doplnkov.

Za rozhovor ďakuje Katarína Hubová

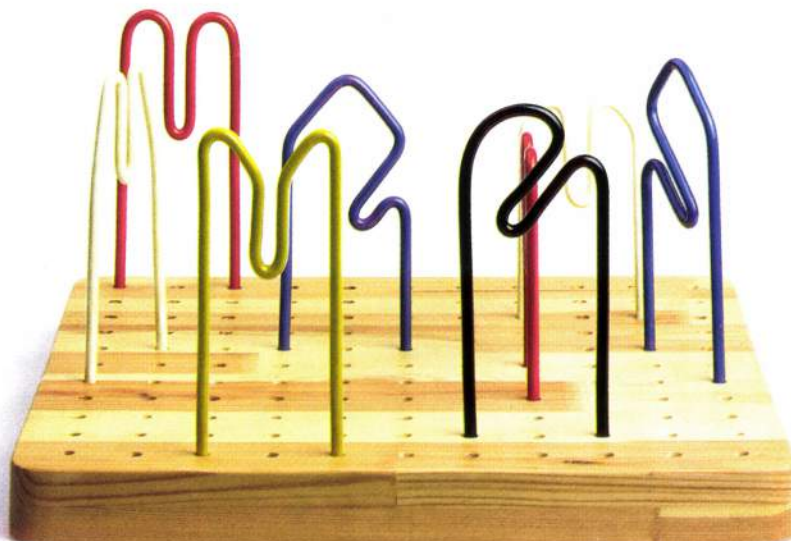


Zvuková hračka, javor, 1993.

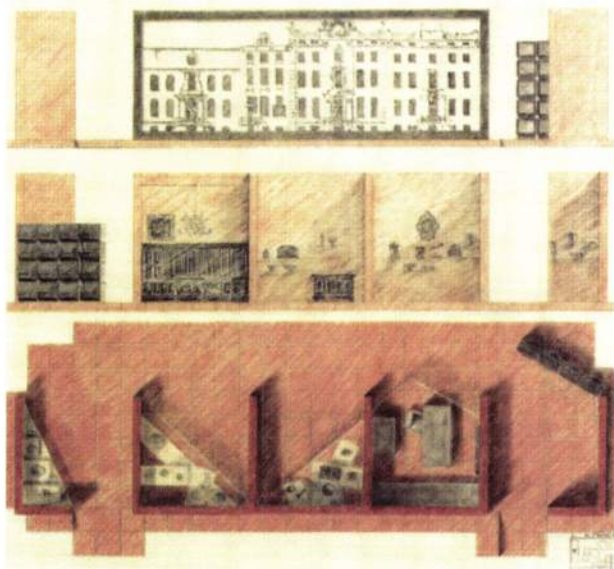


Krabice so stavebnicou Gringo, ktorá získala cenu Dobrý design '93.

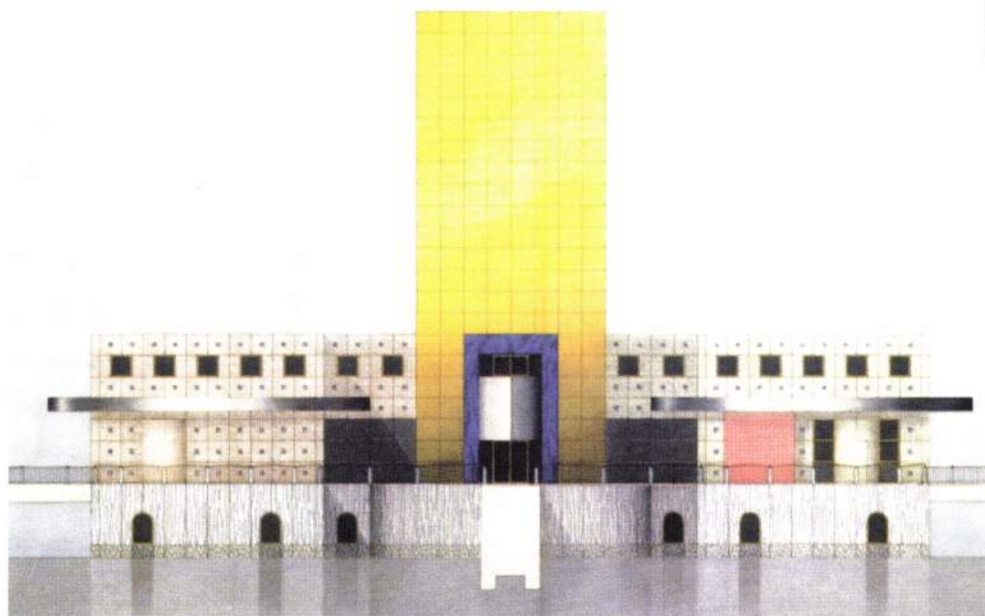
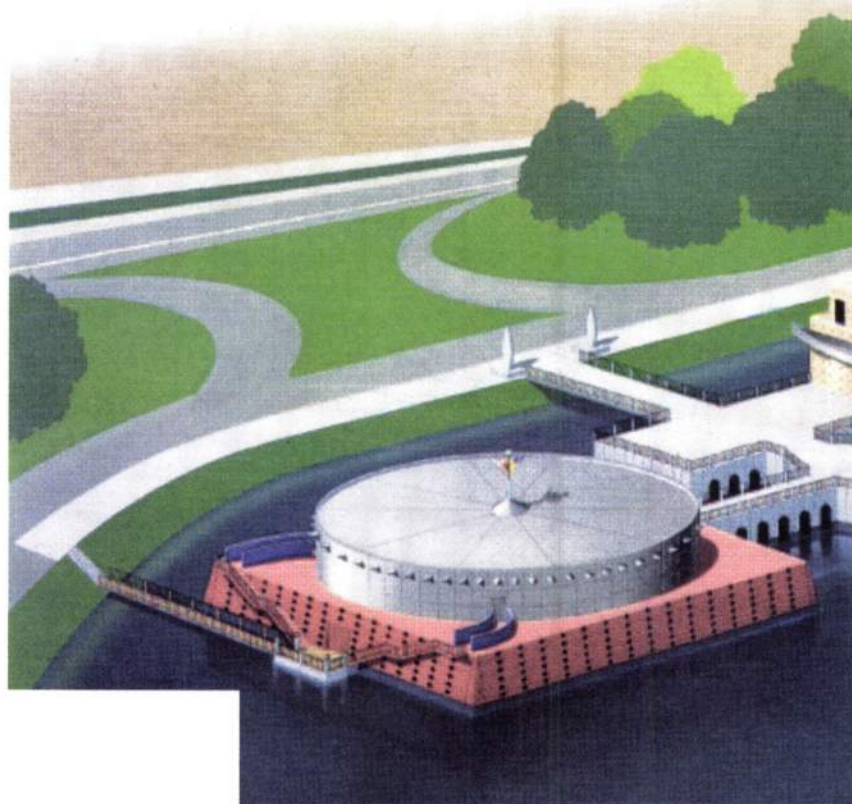
Spoločenská hra Hod strapcom, 1994. Touto hrou som sa zúčastnil súťaže Hra pre celú rodinu, ktorú vypísalo Združenie GAUDIUM. V skromnej konkurencii som obstál ako druhý. Nápad mi bol známy už oveľa skôr - ako chlapi sme raz hádzali čerešne na plot a komu sa zachytilo najviac, ten vyhral. Tak vznikla hra, ktorej som dal pracovný názov Hod strapcom.



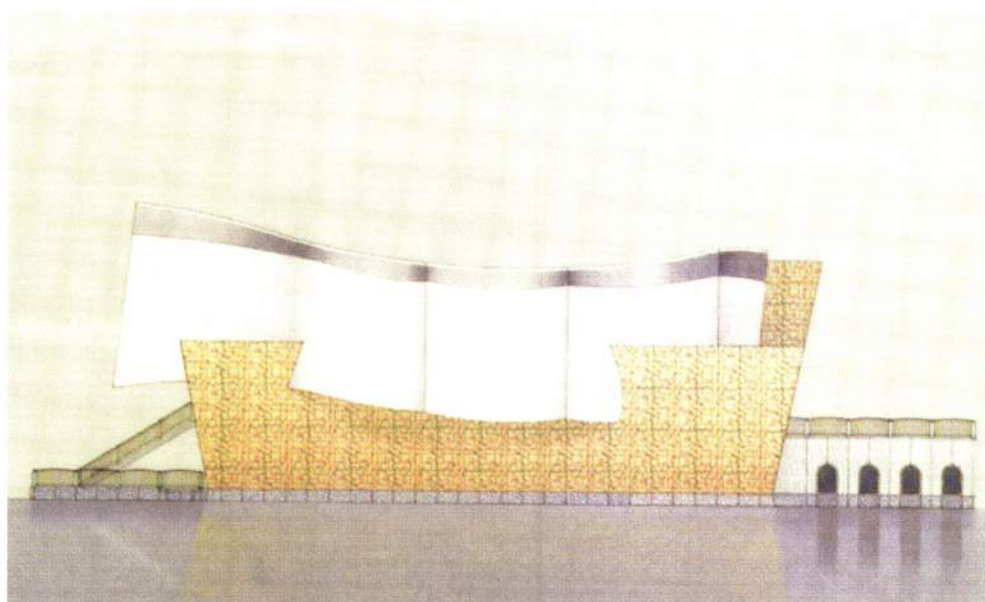
GRINGO



AUTOROM INTERIÉRU PRE ZBIERKY ARCHEOLOGICKÉ A HISTORICKÉ JE MICHELE DE LUCCHI. V TEJTO ČASTI JE AJ INŠTALÁCIA ROMÁNSKEJ KAPLNKY, EVOKUJÚCA ATMOSFÉRU STARÉHO GRONINGENU.



CENTRÁLNY PAVILÓN ALESSANDRA MENDINIHO SO VSTUPOM DO MÚZEA, KRESBA, 1990.



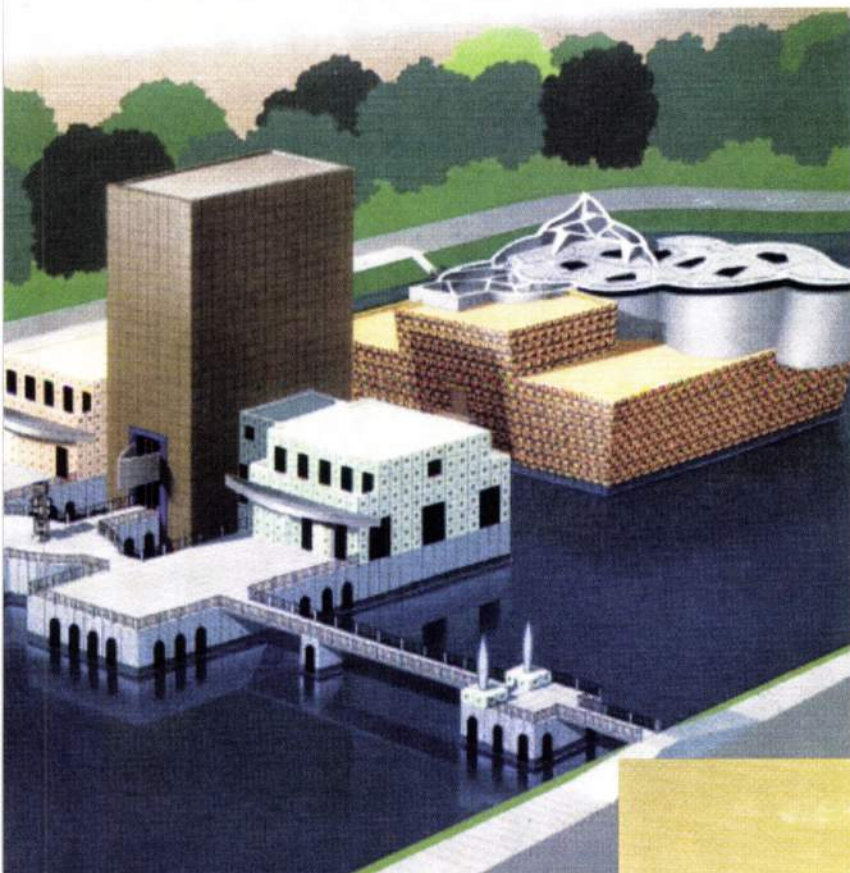
VÝCHODNÝ PAVILÓN SÚČASNÉHO UMENIA S HORNÝM POSCHODÍM PODĽA NÁVRHU FRANKA STELLU, KTORÝ SA NEREALIZOVAL.

Alastair S. Macdonald

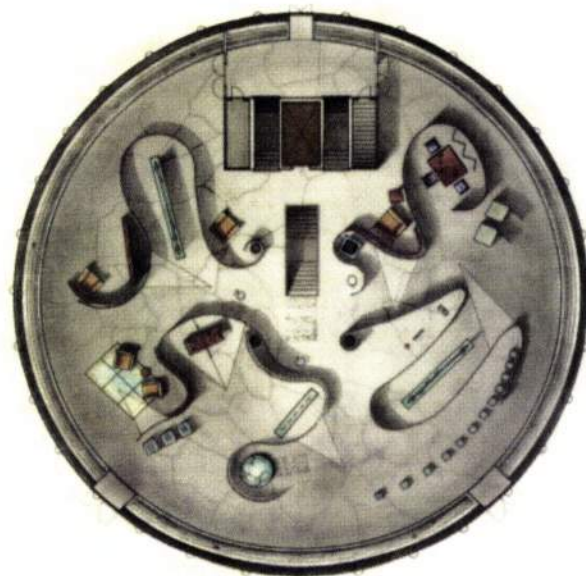
MÚZEUM UMENIA V GRONINGENE

Experiment „umeleckej architektúry“
Alessandra Mendiniho

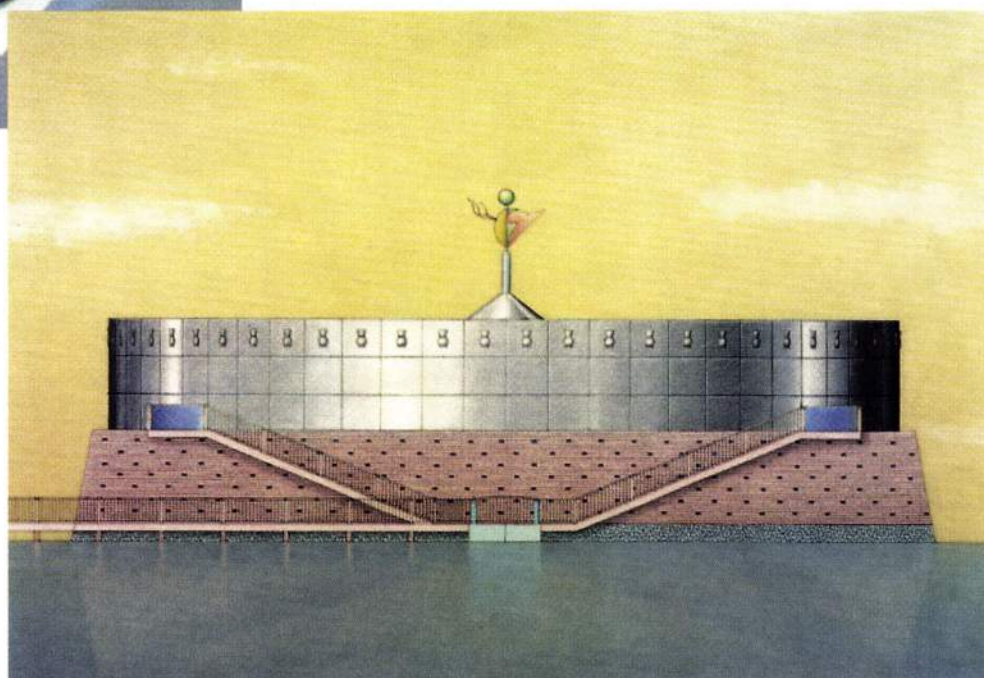
Groningen v severnom Holandsku sa stal príkladom občianskej revitalizácie. Univerzitné mesto a regionálne centrum so 170 000 obyvateľmi sa potešilo z výrazného zásahu do historického centra, ktoré sa „zazelenalo“, keď z neho vypovedali súkromné autá. Dlho očakávané otvorenie nezvyčajného nového múzea umenia pomáha mestu vytvoriť si vlastný osobitý imidž. Múzeum vytvára charakteristický kultúrny obraz, signalizujúci jeho záväzok voči novému, ako aj voči tradíciám, a jeho snahu identifikovať sa ako centrum designu a umenia na osi Rotterdam - Amsterdam. Realizovať finančne i technicky náročný komplex múzea pomohla plynárenská firma Nederlandse Gasunie, ktorá chcela dodať lesk oslavám svojho 25. výročia tým, že poskytne trvalý príspevok regiónu, kde ťaží toľko plynu. Rozhodla sa pomôcť vybudovať nové múzeum ako ukážkový príklad pre mesto a región a prispela 25 miliónmi guldenov, čo tvorilo asi polovicu nákladov na výstavbu. Miestom stavby sa stal vnútorný prístav Zwaaiikom vo



GRONINGENSKÉ MÚZEUM V KRESBE Z ATELIÉRU MENDINI, 1989.



INTERIÉR, V KTOROM SÚ UMIESTNENÉ ZBIERKY ÚŽITKOVÉHO UMENIA, NAVRHOV PHILIPPE STARCK. KRUHOVÝ PRIESTOR JE DELENÝ ZAMATOVÝMI ZÁVESMI, KTORÉ VEDÚ NÁVŠTEVNÍKA K VYSTAVENÝM EXPONÁTOM ORIENTÁLNEJ A TRADIČNEJ HOLANDSKEJ KERAMIKY. V PODLAHE JE ZAPUSTENÉ AKVÁRIUM, S KERAMIKOU VYTIAHNUTOU Z JUHOČÍNSKEHO MORA.

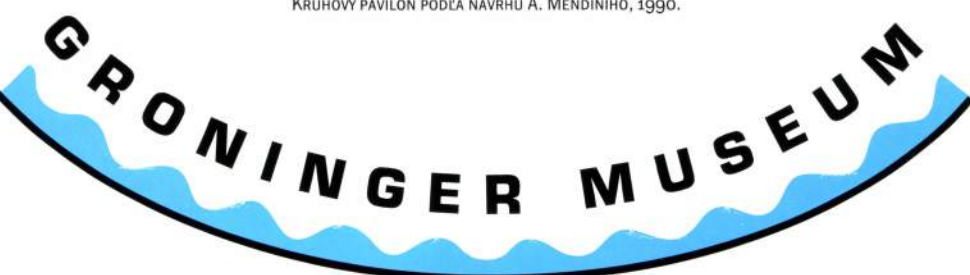


KRUHOVÝ PAVILÓN PODĽA NÁVRHU A. MENDINIHO, 1990.

Verbindingskanaal na osi medzi vlakovou stanicou a historickým centrom, ktoré kanál pretína. Pozadie nového komplexu vytvorila alej s tradičnými tehlovými nájomnými domami z 19. storočia.

Hybnou silou projektu nového múzea bol Frans Haks, významný historik umenia a riaditeľ Groningenského múzea od roku 1978. Haks už roku 1990 spolupracoval s významnými svetovými designermi, ako sú Zaha Hadid, Peter Eisemann, Bernard Tschumi, Rem Koolhaas či skupina Coop Himmelb(l)au a pričínal sa o budovanie zbierok súčasného umenia. Haks odmieta akceptovať deliacu čiaru medzi umením a designom a tak vôbec neprekvapil výber hlavného architekta projektu, ktorým sa stal Alessandro Mendini. Mendini nie je len architekt, ale aj designer, multimediálny umelec a teoretik. Podľa Fransa Haksa Mendini príkladne reprezentuje ducha osemdesiatych rokov.

Múzeum má jednoduchý ikonický a symetrický plán troch geometrických budov, ktoré akoby sa vznášali na vode a boli spojené s brehom kanála mostom,



mysleným ako symbolický vstup do mesta. Tieto rôzne pavilóny odzrkadľujú rôznorodosť groningenských zbierok, ktoré sa inštalovali podľa návrhov hosťujúcich architektov. Philippe Starck je autorom interiéru kruhového hliníkového pavilónu úžitkového umenia, kde je umiestnená významná zbierka čínskeho porcelánu. V tehlovom pavilóne, postavenom z tradičného materiálu groningenského regiónu, je umiestnená historická a archeologická zbierka podľa interiéro-

vých návrhov Michele de Lucchiho. Pavilón starého umenia nesie jasné stopy štýlu skupiny Coop Himmelb(l)au. Pavilón, ktorý navrhol Frank Stella, jeden z pôvodných hostí, sa nerealizoval pre finančné ťažkosti. Jednotlivé budovy 150 metrov dlhého areálu múzea sú pospájané koridormi umiestnenými 80 cm pod hladinou kanála. Celému areálu múzea však dominuje 33 m vysoká centrálna veža, kde sú umiestnené depozity múzea. Zlatá farba



ALESSANDRO MENDINI



VSTUP DO MÚZEA V CENTRÁLNEJ VEŽI.

laminátu, ktorým je veža pokrytá, povyšuje tieto skladové priestory, zvyčajne umiestňované skôr v podzemiach múzeí, priam do pozície klenotnice.

Na prvý pohľad na vás mocne pôsobia objemy architektúry a farby - azúrová, zlatá, strieborná, čierna, okrová, žltá a ružová. Pri bližšej prehliadke zistíte takmer islamskú kvalitu povrchov.

Vonkajšie steny pavilónu moderného umenia sú pokryté viacfarebným syntetickým laminátom, ktorý Mendini odvodil z malieb impresionistu Signaca. Je tu použitá zmes materiálov, ktoré nesúvisia s tradičnou architektonickou ikonografiou, ale sú typickejšie prevzaté z designu a sochárstva. Tieto prvky sú kombinované neobvyklým kubistickým spôsobom.

Rozchod s tradičnými prioritami muzeálnej architektúry sa uzatvára v interiéri, kde na Haksove želanie nevstupuje do výstavných priestorov denné svetlo - múzeum nemá okná. Starck navrhol použiť v pavilóne úžitkového umenia ťažké drapérie siahajúce od povaly až po zem ako pozadie pre súčasné objekty. Diela sa budú vystavovať dramatickým spôsobom s využitím javiskového osvetlenia. Neviditeľná technika umožní nekonečný počet možností mizanscény.

Podľa Mendiniho slov koncepcia výstavnej inštalácie spočíva vo vytvorení „senzitívnej inscenácie radosti a mystéria“. Múzeum nazýva „malou vznešenou akropolou alebo Noemovou archou, ideálnym miestom plným prekvapení“.

Idea nového Groningenského múzea vyrástla z umelecko-architektonického konceptu, podľa ktorého je architektúra v blízkom vzťahu s inými súčasťami projektu, ako sú maliarstvo, sochárstvo, úžitkové umenie, inštalácie a iné vizuálne prostriedky vyjadrenia, ale predovšetkým design. Netreba diskutovať o tradičnej syntéze umení, predsa však to, čo zahŕňa tento koncept, to je interdisciplinárny mix a výmena metód. Cieľom je siahnuť na fenomén objektu vo výsostne naratívnej rovine, kde sa stráca rozdiel medzi múzeom ako budovou a spôsobom jeho využitia na prezentáciu prác. Budova tak vstupuje do systému muzeálnych expozícií a vystavené práce sa stávajú súčasťou architektúry, ktorá ich absorbuje a vyjadruje sa nimi.

Alessandro Mendini o novej výstavnej koncepcii Groningenského múzea v katalógu vydanom k otvoreniu múzea.



PAVILÓN STARÉHO UMENIA PODĽA NÁVRHU COOP HIMMELB(L)AU.



POHĽAD NA MÚZEUM. VĽAVO OD CENTRÁLNEJ ZLATEJ VEŽE JE KRÚHOVÝ PAVILÓN, VPRAVO ARCHITEKTÚRA SKUPINY HIMMELB(L)AU



POHLAD DO INTERIÉRU SO ZBIERKAMI ÚŽITKOVÉHO UMENIA. NÁVRH: PHILIPPE STARCK.



POHLAD DO INTERIÉRU S ARCHEOLOGICKÝMI ZBIERKAMI. NÁVRH: MICHELE DE LUCCHI.



INTERIÉR PAVILÓNU COOP. HIMMELB(L)AU. DEKONŠTRUKTIVISTICKÝ PRIESTOR JE OBLŽENÝ SKLENENÝMI TABUĽAMI.

Zhovárala sa
**Adriena
Pekárová**
máj
1995

Ústredie ľudovej umeleckej výroby (ÚĽUV) vzniklo v roku 1945 ako inštitúcia, ktorá mala zreorganizovať vtedajšiu ľudovú výrobu na družstevnom základe. V roku 1954 sa dostalo ústredie do starostlivosti Ministerstva kultúry, kde je dodnes, a dôraz na kultúrnu a spoločenskú funkciu ľudového umenia sa stal hlavným princípom práce ÚĽUV-u. Jeho zásluhou dodnes môžeme obdivovať tradičné remeslá a zručnosti, ktoré by inak zmietla industrializácia, poznať estetické cítenie, invenciu, vzťah k prírode, ako sa zachovali v predmetoch a odevoch zdokumentovaných a uložených v bohatých archívoch ÚĽUV-u.

Dnešný ÚĽUV však nechce zostať len uchovávateľom kultúrneho dedičstva, ale chce dosiahnuť, aby sa tradície hmotnej kultúry stali živou súčasťou dnešného života.

O tom, ako bude ÚĽUV realizovať tieto zámery, hovoríme s riaditeľom Ing. Milanom Beljakom.

Stavebný ruch na Obchodnej ulici č.14 v Bratislave, kde sídli ÚĽUV, svedčí o pohybe v tejto inštitúcii. Aké zmeny pripravujete?

Naším zámerom je pretvoriť ÚĽUV z organizácie, ktorá len chráni a opakuje výrobky z minulosti, na organizáciu, ktorá bude ponúkať výrobky s jasným nábojom tradície, ale zároveň súčasné, estetické i úžitkové.

severským krajinám ich identický design. Pestujú si ho ako svoju životnú kultúru, svoj štýl, ktorý nepodlieha žiadnym módnym futurologickým tendenciám. Je to istým spôsobom trochu konzervatívny prístup, ale vnímam to ako úžasnú spätosť človeka s prírodou. A my tam patríme. Nech je to akokoľvek, čím ďalej sa človek vzdáľuje od prírody, tým je osamotenejší a bezradnejší. Domnievam sa, že to, čo tvorí naše bezprostredné životné prostredie, čoho sa

konštruujeme a vytvoríme priestory, kde sa návštevníci budú môcť priamo kontaktovať s tradíciou remeselnej ručnej výroby a budú sa tu cítiť dobre.

Ako teda bude vyzerat' váš „dom“, čo tu čaká návštevníka ?

Naš projekt sme pôvodne nazvali polyfunkčný komplex, dnes ho predstavujeme pod názvom DVOR REMESIEL. Chceme v ňom sprístupniť verejnosti všet-

Košiky z kukuričného šúpolia.

Autorka technológie a tvarového vyjadrenia: Jana Menkynová.



Ako na to - prvým krokom bolo otvoriť „konzervu“, v ktorej ÚĽUV fungoval, a pritiahnúť výtvarníkov zvonku, primäť ich k spolupráci s ÚĽUV-om, aby sa ponorili do našich dokumentačných zbierok, výskumných správ, zbierkových predmetov a tam hľadali inšpiráciu pre vlastnú tvorbu. Mnohí z nich dokážu čerpať z našich fondov a navrhnuť veci, ktoré sú súčasné, moderné, a pritom nezataja svoj slovenský pôvod. Závďím

dotýkame rukami a používame v každodennom živote, to by malo byť čosi, čo nás spája s prírodou, tradíciou. ÚĽUV vníma verejnosť len cez predajne. Je to deformovaný pohľad na ÚĽUV, keď nás každý považuje za obchodnú inštitúciu a prvoradý kultúrny aspekt našej práce sa stráca, je schovaný medzi štyrmi stenami obchodu. Preto sme sa rozhodli, že „chalupu na spadnutie“, v ktorej ÚĽUV sídli, zre-

ko, čo máme momentálne k dispozícii. Je tu bohatá knižnica, o ktorej fondy bol vždy veľký záujem. Pribudne k nej študovňa s príjemným prostredím na štúdium, ale aj na semináre, kurzy a pod. Ťažisko aktivít bude v prízemí, vo variabilných dielňach, kde návštevníci uvidia výrobcov pri práci. Oproti dielňam je výstavná sieň, kde sa budú striedať výstavy súvisiace s prebiehajúcimi kurzami, aby

záujemca získal predstavu o remeselnej zručnosti i remeselných výrobkoch. Chceme pracovať najmä s deťmi, s predškolskou mládežou a deťmi na základnom stupni vzdelávania. Myslíme si, že práve toto je obdobie, keď deti najintenzívnejšie vnímajú a spontánne reagujú. To sú naši budúci designéri, ale aj udržiavovatelia tradícií hmotnej kultúry.

Súčasťou objektu je veľká tkáčska dielňa s piatimi stavmi. Jej činnosť - kurzy, využívanie stavov, vzorovanie - bude viesť textilná výtvarníčka. Záujemcovia si budú môcť za mierny poplatok stav prenajať a tkať na ňom. Výtvarníkom, ktorí majú ambície, ale nemajú možnosť svoje návrhy realizovať, chceme ponúknuť, aby využívali našu dielňu na svoju prácu. Hlavným zmyslom práce výtvarníka je, že urobí návrh, ktorý výrobca reprodukuje. Nepredpokladám však, že všetky práce, ktoré vziđu zo spolupráce

byť obohacujúce pre laika i odborníka. Mojou srdcovou záležitosťou je móda. Veľa ľudí sa identifikuje cez to, čo nosia. Oblečenie tvorí dôležitý imidž osobnosti, mnohí chcú nosiť to, čo by identifikovalo ich pôvod. Napr. módné odevy severanov sú prítlačivé práve pre etnický prvok či už vo farbách alebo materiáloch. Takýto zámer mala aj akcia POSUNY (pozri DE SIGN UM č. 4/94, pozn. red.). Preto bude dôležitou súčasťou Dvora aj predajňa špecializovaná na módu z ÚLUV-u.

Zvláštnosťou nádvorja je maličké pódium, ktoré sa dá použiť aj na malé javiskové formy - recitály poézie a hudby. Je to zaujímavý priestor pre kultúrne večery, na malé módne prehliadky. Program bude pestrý a akcie budú prebiehať kontinuálne. Skrátka, bude to živý dom, a veríme, že sa v ňom budú všetci cítiť dobre.

balenie, prevoz do skladu, rozvoz do predajní. V tomto kolobehu sa veľa nezmení, starostlivosť o výrobcov, ktorým ÚLUV zabezpečuje prácu, zostáva. Stáva sa, že nejaký výrobok sa ťažko uplatňuje na trhu a výrobcovi hrozí, že stratí prácu. Zväčša to nie je otázka designu, skôr ceny. Máme výrobky, ktoré prinášajú zisk, ale často predávame aj za ceny, ktoré sú pod výrobnými nákladmi. Ale musíme to znášať, lebo našim poslaním je podporovať remeslo. V súčasnosti spolupracujeme s 1300 výrobcami, mnohí z nich žijú často na odľahlých miestach bez telefónov, preto komunikácia s nimi nie je jednoduchá, ale má krásny ľudský rozmer. Pracovať v ÚLUV-e je aj vecou srdca, preto tu ľudia vydržia aj 25-30 rokov.

Sú aj takí výrobcovia, ktorí nepotrebnú designera ÚLUV-u,

Court of Arts and Crafts



*Peleríny. Súkno, bavlna.
Návrh: Silvia Fedorová.
Reprodukcia: ÚLUV.
Odborná spolupráca:
Eva Hybenová.*

s výtvarníkmi, budú určené na reprodukovanie. Mnohé z nich zostanú v polohe originálov, ktoré dostanú priestor na vystavenie v galérii. Radi by sme predstavili aj postup vzniku výrobku. V súčasnosti spolupracujeme so študentmi designu na VŠVU v Bratislave. Je zaujímavé sledovať, čo študenta inšpirovalo a k čomu sa vo svojom návrhu dopracoval. Spoznať názorne inšpiráciu aj výsledok tvorivého stvárnenia môže

Okrem týchto zmien, ktoré podstatne rozširujú pôsobnosť ÚLUV-u, aké tradičné aktivity si ponechávate?

■ Je to práca s ľudovými výrobcami, tá zostáva nedotknutá. Každý zo 17 výrobných referentov má na starosti skupinu výrobcov, zabezpečuje im vzory, materiály, vykupuje výrobky a vypláca odmeny, zabezpečuje dokončovacie práce, adjustáž,

aby mu vyberal vzory na reprodukovanie, a sám vyrába výrobky, v ktorých je tradícia komplexne zachovaná vo funkcii predmetu i v materiáli?

■ Samozrejme, ak je človek tvorivý a pracuje bez našej pomoci, umožníme mu, aby svoje výrobky predával v našich predajniach. Je výnimočný tým, že

nášho designera nepotrebuje, robí si sám návrhy a zháňa materiál, pričom využíva len našu obchodnú sieť. Mnohým výrobcom však konzultácie našich odborníkov pomohli nájsť vlastnú dimenziu. Mnoho výrobcov - univerzálnych, naslovovzatých majstrov - muselo v minulosti pracovať v ÚĽUV-e preto, lebo sa nedalo podnikať súkromne. V ÚĽUV-e našli ochranu, ktorá im umožnila pracovať doma, tak ako bolo zvykom. Majstri boli vďační za to, že mohli pokračovať v remese, ktoré by inak zaniklo. Nebyť ÚĽUV-u, tak dnes by už mnohé remeslá boli nenávratne zabudnuté! Pravdou je aj to, že „vyžiť“ z ľudovomeleckej výroby sa dnes dá len veľmi ťažko. Sme v ekonomickom poklese a kúpyschopnosť obyvateľstva je veľmi nízka. ÚĽUV to pocítil ako jeden z prvých, ľudia dávajú prednosť lacným úžitkovým predmetom, naše sú, bohužiaľ, drahé...

Ako si teda predstavujete formu podpory, ktorá by pomohla zachovať osobitosti našej tradície, aby remeselné zručnosti prežili?

Tradičné remeslo potrebuje podporu v každom prípade. Nájsť vhodnú podobu tejto podpory však nie je také jednoduché. V čom ten problém spočíva, to som si musel sám objasniť, keď som prišiel do ÚĽUV-u pracovať. Zahŕadený do Slovenska som sa domnieval, že ak turisti s takým záujmom kupujú naše výrobky, tak ich potom môžeme aj vyvážať. To je veľký omyl! Slovenská valaška má hodnotu pre cudzinca preto, lebo si s ňou odnáša dobrý pocit z návštevy, ale vonku si ju nikto nekúpi, lebo mu nič nehovorí. Náš zahraničný obchod tvoria výrobky, na ktorých to národné je čo najmenej vidieť, a to sú kraslice a šúpoľové bábiky. Ostatné zásielky sú také malé, že neovplyvnia náš obchod, ale vyvážame ich, aby sme propagovali Slovensko. Domnievať sa, že dokážeme podporovať našu ľudovomeleckú výrobu aktívnym marketingom v zahraničí, je skreslená predstava.

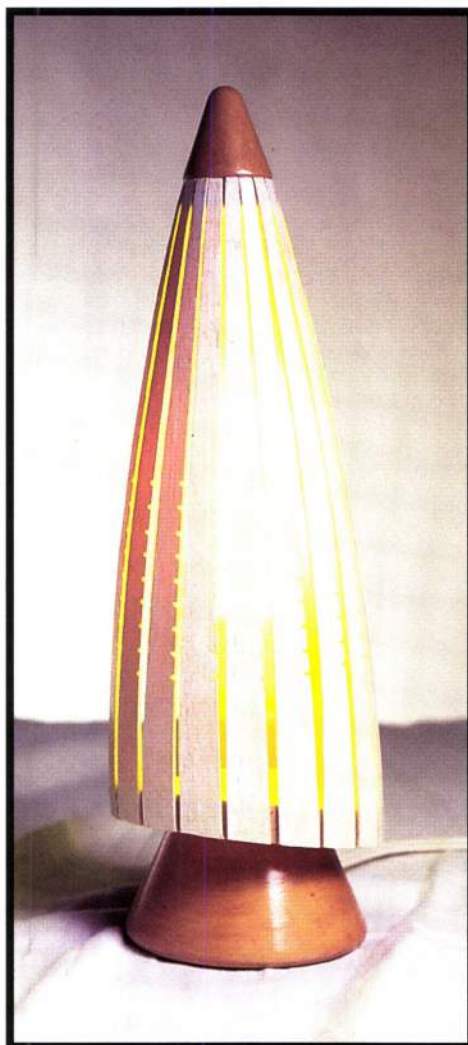
A ešte jedna skúsenosť obchodníka: vo Švédsku nájdete nádherné veci afrického tradičného umenia, veľmi lacné, a hneď vo vedľajšom obchode drahé, ale špičkový švédsky design. Čo je však dôležité, 80 percent zákazníkov v švédskej predajni tvoria Švédi. Bohužiaľ, a nás na Slovensku 80 percent zákazníkov sú cudzinci. Práve preto chceme spolupracovať s výtvarníkmi, aby sme v našich predajniach mohli ponúkať úžitkové predmety, ktoré sa stanú súčasťou nášho každodenného života.

Ako sa pozeráte na snahu riešiť rozvojom remesiel problém nezamestnanosti?

V čase, keď bol obrovský boom našich výrobkov, mali sme prázdne predajne a nedostatok výrobcov. Vtedy sme sa aj my domnievali, že budeme robiť rekvalifikačné kurzy, aby sme získali novú výrobnú kapacitu, čím by sa súčasne riešila aj otázka nezamestnanosti. Veľmi rýchlo, v priebehu niekoľkých mesiacov, sa situácia radikálne zmenila a dnes nedokážeme využiť výrobnú

Stolná lampa.

Návrh: Peter Humaj. Realizácia: Jozef Jánoš - štiepané lúčky, Michal Hupka - stojan zo sústruženého čerešňového dreva.



nú kapacitu viac ako 700 výrobcov, pričom potenciál je 1300, a to máme ďalších 580 pracovníkov, ktorí tvoria mimo ÚĽUV-u. Tento zvrat si treba všimnúť. Keby sa s ľudovým remeslom dalo podnikať, tak obchody budú rásť ako huby po daždi a s ľudovomeleckými výrobkami budú obchodovať všetci ambiciózni podnikatelia. Využili by priestor podobne, ako ho využili s elektronikou a inými tovarmi. Ak však do takéhoto prostredia tvrdej obchodnej konkurencie pustíme ÚĽUV bez akejkoľvek ochrany, tak skrachuje, podobne ako sa to stalo napr. predajniam Slovenska, a ľudia od remesla jednoducho odídu. V tejto situácii nemá zmysel robiť rekvalifikačné kurzy a fabrikovať výrobcov, teda remeselné zručnú silu, ktorá sa však nemôže uplatniť na trhu. Musela by byť veľmi lacná, a to je dnes problém Číny a Afriky. Podľa môjho názoru musíme toto obdobie nejakým spôsobom prežiť, a my ho, samozrejme, prežijeme, ale musíme hľadať perspektívne riešenia, stavať na designe. Takýmto modelom riešenia je pre nás v súčasnosti Dvor remesiel.

Vaše aktivity však už prekročili hranice Slovenska a zahraničné kontakty sú veľmi čulé. Čo podnikáte ako člen

Európskej federácie ľudového umenia a remesla?

Našich kolegov vo federácii zaujal náš projekt vydávania bulletinu Folk Art and Craft News. Prvé číslo pomohol financovať ŠKF Pro Slovakia, druhé číslo už financovala európska federácia. Na najbližšom kongrese, v októbri t. r. pravdepodobne v Seville, predložíme nový projekt na vydávanie časopisu, ktorý by čerpal najzaujímavejšie materiály z národných časopisov členov Európskej federácie. Všetci by tak dostali príležitosť informovať o sebe širokú európsku odbornú i laickú verejnosť, časopis by sa dostal do rúk asi 40 tisíc záujemcov. Je to projekt, ktorý môže priniesť peniaze samotnej federácii a nám pomôže dostať sa do sveta.

Ocenením práce celého ÚĽUV-u je aj to, že ma v apríli t. r. na 2. svetovom kongrese Medzinárodnej organizácie pre ľudové umenie IOV v rakúskom Mödlingu zvolili za predsedu komisie pre umelecké remeslá. Ťažisko práce tejto európskej komisie sa tak presúva do Bratislavy a náš Dvor remesiel dostáva veľkú šancu stať sa medzinárodným centrom umeleckých remesiel.

Rada by som náš rozhovor ukončila optimisticky a s uspokojením nad perspektívami nášho tradičného remesla. Nemôžeme však obísť skutočnosť, ktorá nedávno zneistila budúcnosť ÚĽUV-u.

Rekonštrukcia našej budovy na Obchodnej ul. 64 v Bratislave, priestor budúceho Dvora remesiel, nás stála veľa úsilia i veľa peňazí. Preinvestovali sme na ňu 16,5 milióna korún, polovicu z týchto prostriedkov sme hradili z vlastných zdrojov, ktoré sme získali zefektívnením vnútorného systému organizácie. Nie sme ešte na konci, ale už všetci zijeme myšlienkou otvorenia Dvora remesiel. Zistili sme však, že budova ÚĽUV-u sa páči nielen nám, ale aj iným a hrozilo, že organizácia o ňu príde. Dúfam však, že tento problém sa už neobjaví a nakoniec náš model rozvoja remesiel, viazaný na budovu na Obchodnej ul. 64, budeme môcť odskúšať. Som presvedčený, že je to model zaujímavý aj pre iné mestá, ktoré ho budú chcieť realizovať vo vlastnom prostredí. Môžeme im poskytnúť informácie, know-how, odporučiť odborníkov i projekty, kurzy, teda všetko, čo je v našom projekte. Vlastne už od roku 1993 sme v ňom plánovali aj regionálne centrá. Verím, že Dvor remesiel ožije a stane sa miestom, kde sa všetci jeho návštevníci budú cítiť dobre. Verím, že nebude zbytočná ani naša spolupráca s oddelením grafického designu S. Stankociho na VŠVU v Bratislave. Študenti už pripravili viacero zaujímavých návrhov, ktoré sa chystáme využiť v propagácii Dvora remesiel. Aj kohútik - symbol Dvora remesiel - je študentská práca. „Kohútik kikirikál na každom remeselníkovom dvore,“ hovorilo sa kedysi, a verím, že aj toho nášho budeme počuť.

Ďakujem za rozhovor

Foto: Róbert Kočan

Court of Arts and Crafts

The Centre of Folk Art Production - Ústredie ľudovej a umeleckej výroby /ÚĽUV/ - was established in 1945 as an institution aiming to reorganize our cooperative - based folk production. In 1954 the Centre was passed to the care of the Ministry of Culture where it has remained ever since, and the cultural and social functions of folk arts and crafts have been the principal sphere of interest for the ÚĽUV. Thanks to the ÚĽUV even today we can admire all traditional arts and crafts, which would have been otherwise swept away by industrialization, and we can get acquainted with their artistic taste, invention, and relation to the nature as preserved in objects and clothing. However, the contemporary ÚĽUV does not wish to remain a mere preserver of our cultural heritage. It wants to make the traditions of material culture become a living part of the today's life. We are discussing putting these plans into action with the director of the ÚĽUV, Milan Beljak, Dipl. Ing.

only. People consider us a mere commercial institution which is a distorted picture, since the primary cultural aspect of our activities somewhat disappears, hidden in between the walls of our shops. Therefore, we decided to reconstruct the „ruins“ where the ÚĽUV resides in order to make space for visitors to contact freely and comfortably the traditional handiwork art a craft products.

What will your „house“ look like then and what can a visitor expect there?

Originally, we designed our project as polyfunctional. Today, we present it as the Court of Arts and Crafts. Here we want to present everything that is available for now. There is a valuable library here, the items of which have always been of interest for many. Our primary activities will be concentrated on the groundfloor in variable workshops, where visitors will be able to see the artists at work. On the opposite side, there is an exhibition hall where exhibitions connected with the pending training courses will be

Except for the changes that broaden substantially the ÚĽUV's range of activities, what traditional activities are you going to continue in?

It is the work with folk producers, this remains untouched. Each of the 14 production officers has a group of producer-artists in his or her care, delivering patterns and materials to them and buying their products, provides for final works, adjustment, packaging, transport to the warehouse and distribution to shops. We are not going to change much in this process, the care of the artists working for the ÚĽUV remains. At present we cooperate with 1 300 producer-artists, many of which live at remote places, even without a phone. Therefore, communication with them is not easy and fast, but very rewarding anyway. To work for the ÚĽUV is also a matter of heart and therefore people often remain here for 25-30 years.

Your activities have already crossed the borders of Slovakia and you are very busy contacting foreign countries. What are your activities as a member



Drôtený košík, mosadzná povrchová úprava. Rekonštrukcia pôvodného vzoru. Realizácia: Jana Menkynová a Vendelín Kapustník.



Vydlabávané drevené nádoby, javorové drevo. Autor: Dušan Benický.

The restoration and preservation works in Obchodná ulica No.14 /Shopping street/ in Bratislava, where the ÚĽUV resides, prove the activities directed towards certain changes within the institution. What are the changes you are preparing?

Our plans are to re-shape the organization that at present merely preserves and reproduces objects from the past, into an institution that will be offering products clearly charged by traditions, which at the same time will be up-to date, tasteful and ready for use. How to make a good start? Our first step taken was opening the „can“ in which the FACPC used to exist and attract artists from the outside and persuade them to cooperate with the ÚĽUV so they could penetrate into our documentation collections, research papers and collection items in order to seek there an inspiration for creations of their own. Many of them are able to distil from our collections and then they design items which are contemporary and up-to-date, showing their Slovak origin at the same time. ÚĽUV is known among the public through its shops

installed to enable the participants to get acquainted with the arts and crafts as well as related products.

Part of the object is a weavers' workshop with five looms. The activities here - courses, works and pattern producing - will be lead by a textile work artist. Artists with ambitions but lacking opportunities to make their designs a reality will be offered a change to work in our workshops. Many of original works will be exhibited in a gallery. We would also like to present the particular steps in putting out products at present in the cooperation with the students of the Academy of Fine Arts in Bratislava. It is interesting to follow how the original student's inspiration resulted in his or her final work. Learning about this process of going from inspiration to the final creation may be rewarding for both laymen and specialists. My utmost interest is in fashion and style. Many people identify themselves through what they wear. Clothing makes up a person's image in an important way, many people want to wear clothes pointing to their origin. Therefore, an important part of the Court will be a shop specializing in ÚĽUV fashion clothing.

of the European Folk Art and Craft? Federation

Our colleagues in the Federation are interested in the project of publishing a bulletin „Folk Art and Craft News“. Our first issue was supported financially by the Pro Slovakia Fund of the Ministry of Culture, number 2 was already funded by the European Federation. For the next congress, which will probably be held in October in Sevilla, we are preparing a new journal editing project that will collect the most interesting contributions from national journals of the European Federation members.

The work of the whole ÚĽUV was also appreciated in such a way that during the 2nd World Congress of the International Organization for Folk Arts and Crafts in the Austrian Modling, I was appointed chairman of the Folk Arts and Crafts Committee. Thus the major activities of this European committee have been passed to Bratislava and our Court of Arts and Crafts has been given a great chance to become an international centre of arts and crafts.

Interviewed by A.P.

Návraty k citu a rozumu...

A comeback to Emotions and Reason...

Ferdinand
Chrenka

Z minulosti do súčasnosti

Design sprevádza ľudstvo od „Adama“ - v predmetoch a skutkoch. Nedá sa odtrnúť od človeka, naplňa jeho predstavy a túžby, dáva podobu spôsobu života. S obdivom hľadáme na dedičstvo predkov, na mliekve svedectvá ukryté v nádobách, nástrojoch, šperkoch. Historická stopa vo forme designerského odkazu hovorí o logickej väzbe s úrovňou poznania.

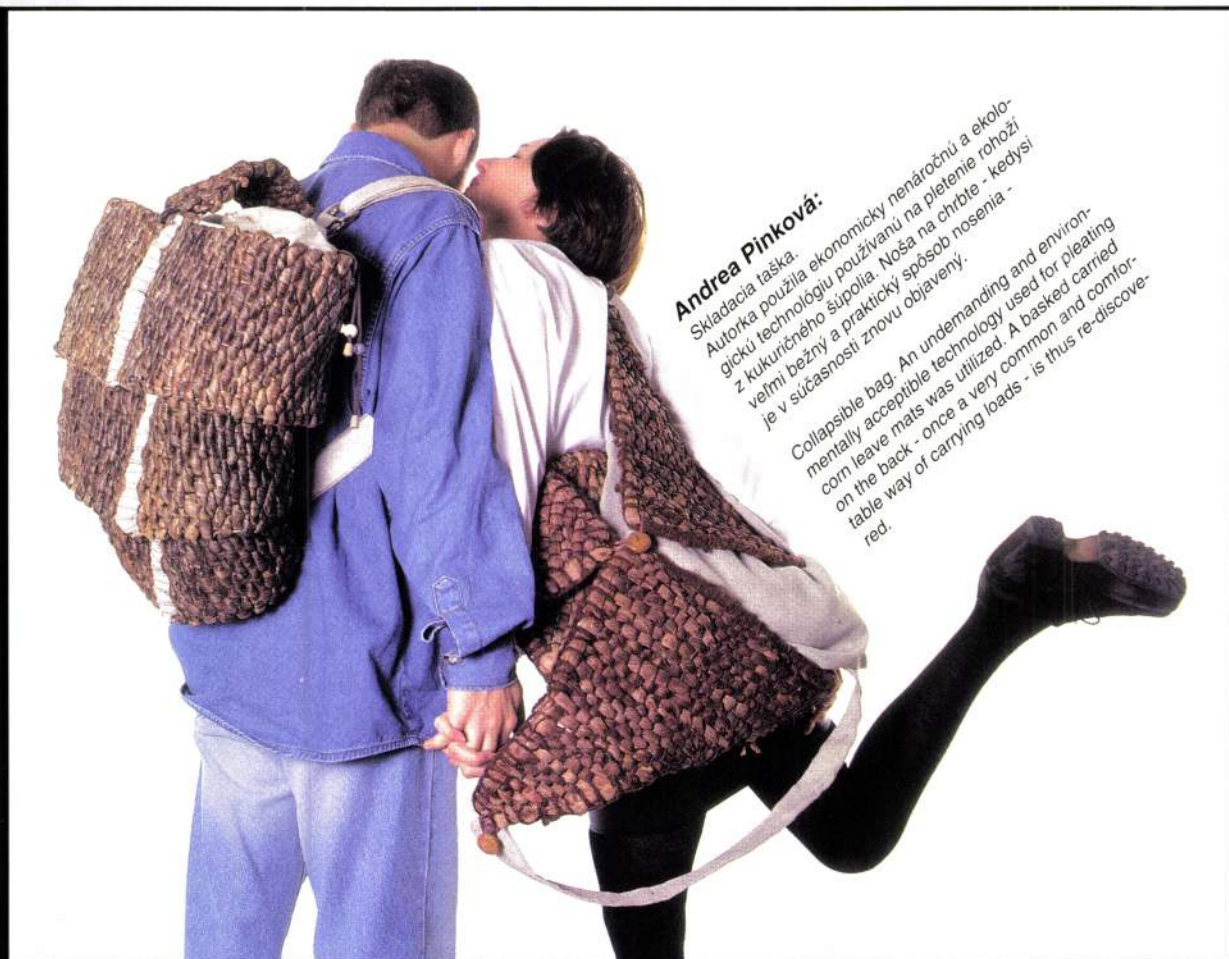
Na začiatku je prirodzenosť vývoja, tvorivosť a zručnosť. Človek späť s prírodou, obklopený „čistými“ materiálmi tvoril predmety, aby sa mu ľahšie žilo. Dosiagnutú kvalitu posúval stále ďalej. Žezlo podávané otcom synovi, dedenie dlát a hoblíkov. Tak vznikol majetok skúseností.

Svet farieb, materiálov, technológií - zhmotnený v architektúre, odevoch, nástrojoch...

Jedinec, ktorý zdedí osobný majetok, sa vie okamžite rozhodnúť, ako výhodne investovať. Vedomie jedinca vo vzťahu k spoločnému kultúrnemu dedičstvu je však zvláštne. Mnohí ani nevedia, že im patrí, a netušia, akú má cenu.

Uvedomovanie si vlastného ja, to bol impulz pri koncipovaní zadania semestrálnych prác pred dvoma rokmi, ktoré som nazval Z minulosti do súčasnosti. Základom inšpiračných zdrojov boli informácie ÚLUV-u vo forme výskumných správ, literatúry, videa, špecialistov na regionálnu kultúru a sieť ľudových výrobcov po celom Slovensku. Téma z minulosti do súčasnosti ako jedno z možných východísk designu predstavuje návrat ku koreňom, k citu a rozumu. Výsledkom mal byť design bez folklórneho staromilstva s jasne definovanou funkciou, vysokou estetickou hodnotou, schopný sériovej produkcie.

Počas dvoch rokov sa študenti zoznamovali s technológiami (tokáre-



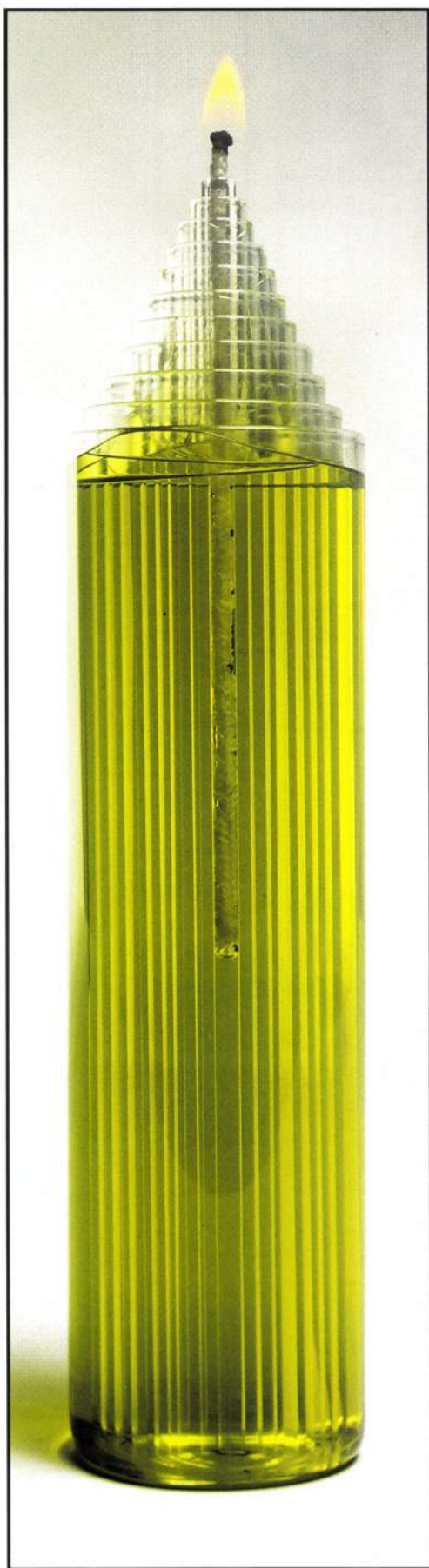
Andrea Pinková:

Skladacia taška.
Autorka použila ekonomicky nenáročnú a ekologickú technológiu používanú na pletenie rohoží z kukuričného šúpolia. Noša na chrbte - kedysi veľmi bežný a praktický spôsob nosenia - je v súčasnosti znovu objavený.

Collapsible bag. An undemanding and environmentally acceptable technology used for pleating corn leave mats was utilized. A basket carried on the back - once a very common and comfortable way of carrying loads - is thus re-discovered.

Foto:
Róbert
Kočan

nie, debnárstvo, vylievanie kovom, štiepanie, drotárstvo...), s materiálmi (kukuričné šúpolie, koža, rohovina, slama...), funkciami predmetov (hudobné nástroje, pracky, praslice, formy na syr, obilné zásobnice, hračky...). Tieto vstupy predstavujú „genetický kód“ oživený súčasným intelektom. Neznamená to vytvárať repliky poznávaných predmetov, ale navrhovať nové. Rozdelenie inšpiračných zdrojov na technológie, materiály, funkcie... vytvára nečakané možnosti vzájomných spojení. Mnohé návrhy, ktoré z tohto zadania vznikli, boli aj pre mňa prekvapením. Študent nemal vopred určenú ani funkciu či technológiu. Istotou bol jedine smer, a tak rozhodnutiam predchádzali rôzne analýzy a mnoho rozhovorov a úvah.



Miro Mládenek:

Svietidlo.

Svietidlo charakterizuje striedanosť svetelného zdroja, ktorou sa vyznačovali najjednoduchšie spôsoby svietenia, kde bol sprostredkovateľom knôť, drevo, alebo drevo namočené v smole. Študent použil súčasné prvky - technické sklo a aromatizované oleje. Na hladine aromatizovaného oleja s nízkym bodom horenia pláva miska s kapilárou. Cez ňu sa vztlínanosťou dostáva tekutina do misky, kde sa zapáli. Teplom plameňa sa nasáva plynule olej do misky a hori bez sprostredkovateľa. Výsledkom je zaujímavá atmosféra vytvorená reflexmi svetla cez hladinu a vrstvy skla.

From the Past to the Present

Design has been accompanying mankind in objects and deeds since the time immemorial. It cannot be separated from man, it fulfills his thinking and desires, shapes his way of life. We observe with admiration our forefathers' heritage, the silent testimony hidden in vessels, tools, jewels. The historical track in the form of a designer's message was logically bound to the level of knowledge.

At the very start, there is natural development, creativity and skill. Man linked with the nature, surrounded by „pure“ material, created objects to make life easier. He passed the quality reached from generation to generation. The mace handed from father to son in the form of inherited chisels and planes. This was how the wealth of experience was created. The world of colours, materials, technologies - all materialized in architecture, clothing, tools... An individual, who inherits a personal property, is immediately able to decide how to make profitable investments. However, what is special, is an individual's awareness of the common cultural heritage. Many people do not know, that they possess it and have no idea of its value.

To make one aware of his or her self was the impulse in conceiving our school semester works two years ago, that I called „From the past to the present“. The basic inspiration is the information from the ÚLUV in the form of research papers, literature, videorecords, regional culture specialists and the network of folk producers all over Slovakia. The topic „From the past to the present“ as one of the possible starting points for design presents a comeback to the roots, to emotions and reason. The result should be a design without any folkloristic old-wordly feelings, but with clearly defined functions, highly aesthetically valuable and able of being produced in series. During the two years the students were learning everything about technologies /turning, cooperage, metal glazing, cleaving, tinkering.../, materials /corn leaves, leather, horn, straw.../ and functions of the objects /musical instruments, buckles, distaves, cheese moulds, grain containers, toys.../. These inputs have created a „genetic code“ to be brought back to life by contemporary intellect. It does not mean to reproduce the objects they got acquainted with, but to design new ones. Dividing inspiration sources into technologies, materials, functions, etc. gives unexpected options of mutual merging. Many designs arisen from this task were surprising even for me. Students did not have functions or technologies determined in advance, the only certain thing for them was the direction to take and thus various analyses preceded the decision making process.

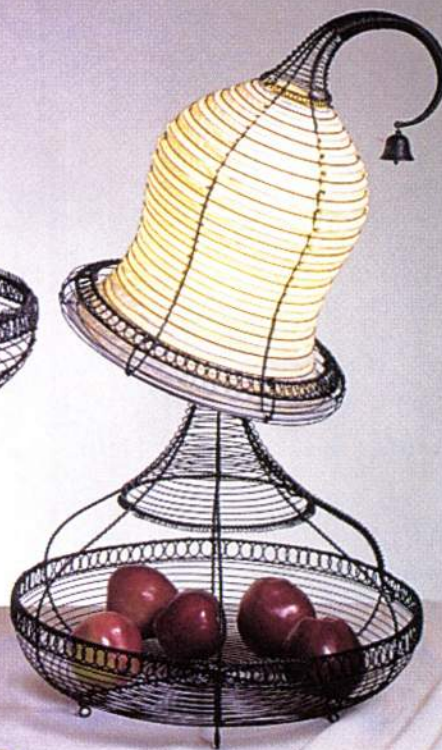
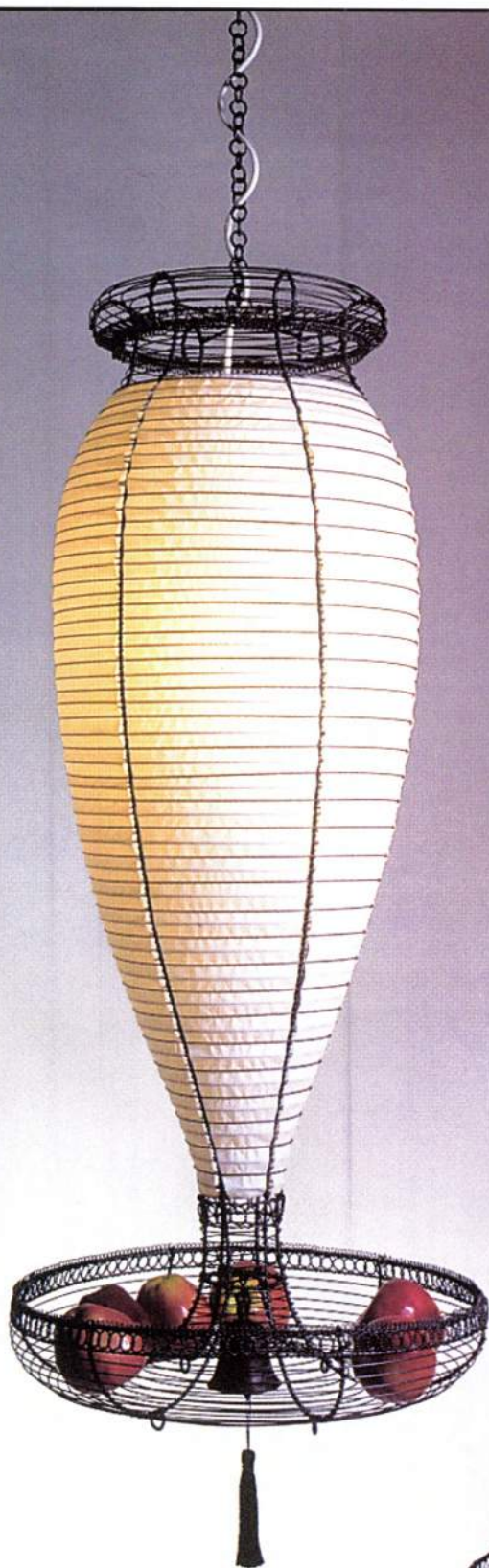
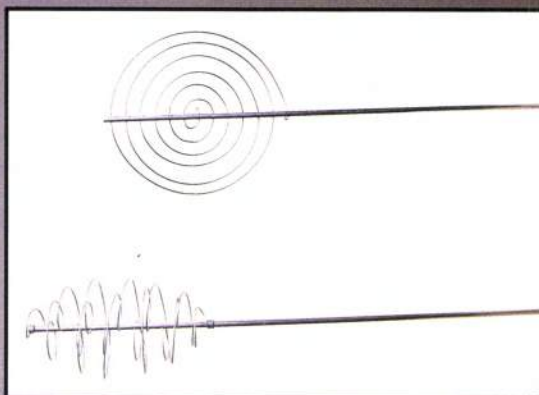
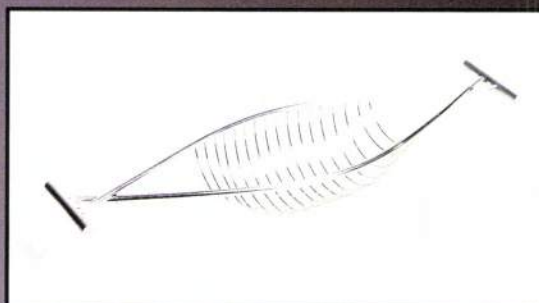


The lamp is marked by a modest light source, typical for the simplest ways of lighting, where the medium was a wick, wood or a tar-soaked wood. The student used contemporary elements - technical glass and aromatic oils. A bowl with a capillary tube floats on the surface of low burning point aromatic oil. Due to capillary attraction the liquid passes through to the bowl, where it gets lit up. The heat of the flare makes the oil get sucked continuously into the bowl and there it can burn without any medium. The result is an interesting atmosphere created by light reflexing through the surface and the glass layers.

DESIGN

Dana Brunovská: Keramická stolovacia súprava.
Stolovanie nie je pre autorku len konzumovaním jedál,
ale chápe ho ako spôsob komunikácie.

An earthenware table set. For the author table setting
does not mean a mere consuming of meals,
but she views it as a way of communication.



Michal Staško: Stropné svetidlo Džijuka a stolové svietidlo Zeneika. Drotárstvo nebolo dôsledkom chudoby, ale bolo to zaujímavé remeslo. Existovali manufaktúry s množstvom výrobkov, ktoré sa dostávali do sveta. Dnes sa o udržiavanie tradície tohto remesla snaží p. Ladislav Jurovatý v Drôtovni Hlohovec. Drotárčinu možno však posunúť aj v inej rovine, tak ako to urobil Michal Staško. Využil poetiku rozprávok a vytvoril symbol kultúry stolovania - určitého štýlu s atmosférou evokujúcou minulosť.

A ceiling lamp Djijuka and a table lamp Zeneika.

Tinker's trade was not a result of poverty, but an interesting craft. Many manufactures existed producing numerous product to be sold all over the world. Today Mr. Jurovatý in the Wire Mill, Hlohovec, attempts to preserve this craft tradition.

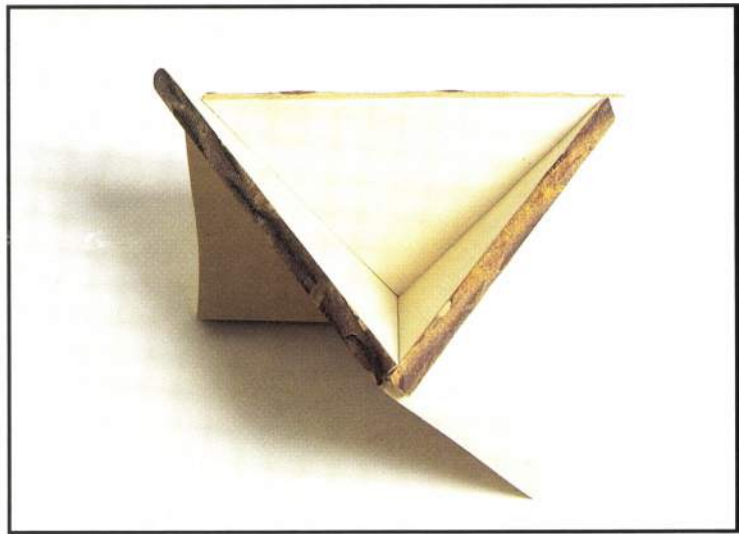
The Tinker's trade may be, however, shifted also into other spheres, as carried out by Michal Staško. He utilized the poetry of fairy tales and created the symbol of table setting - a certain style with an atmosphere of evoking the past.

DESIGN

Miro Mládenek: Dřevěné misey.

Študent si vybral zaujímavý problém - prehodnotenie debnárstva, ktoré dalo jeho hľadaniu len určitý smer. V tejto technológii sa vytvárajú duté objemy bez tvrdých spojov, ktoré držia pokope vďaka prirodzenej vlhkosti prostredia, dnes nedosiahnuteľnej. Jedným z výsledkov je jednoduchá miska - segmenty uzatvára obvodový plášť, plochy spojov do seba zapadajú a sú samonosné - tri plochy držia pokope aj bez lepenia. Filozofickým posunom je odstránenie dna.

An interesting problem was offered for example by Miro Mladenek in his reevaluation of cooperage. In this technology hollow spaces without hard joints were created. They held together because of humidity in the air, which is unattainable today. Cooperage outlines only a direction where to seek, and there are numerous discussions and thinking behind. One of the results is a simple bowl with the segments closed up by a peripheral case, the joint surfaces stick together and are self-holding - the three surfaces hold together even without glueing. A shift in philosophy represented by the removal of the bottom.



Gabo Fraňo

Východiskom bola technika vitráže. Autor však použil flexibilné spojenia silikónmi. / Bowls.



Gabo Fraňo

Vyzuváky. Tradičný výrobok, ale veľmi užitočný pre všetkých, ktorí majú problémy s chrbticou. Druhý odpad z výroby parkiet, ktorý sa použil na ich výrobu, robí tento výrobok aj ekologickým.

Shoehorns.

A traditional product, however, very suitable for everyone having problems with his or her spine. Being made from secondary waste from parquet production, it contributes to environmental protection.

Nanna Ditzel absolvovala Umelecko-remeselnú a nábytkársku školu v Kodani (1946), kde sa stretla so svojim manželom, vtedy študentom čalúnnického odboru Jørgenom Ditzelom. Už ako študenti začali spolupracovať a s úspechom sa zúčastňovali prvých výstav, ktoré sa stali prelomovými pre celú nábytkársku produkciu v Dánsku. Prvé povojnové roky znamenali totiž začiatok novej epochy nástupom generácie výrazných osobností, budúcich klasikov dánskeho designu vôbec, medzi ktorých okrem Hansa Wegnera, Finn Juhla alebo Børge Mogensena patrili tiež Nanna a Jørgen Ditzelovci. Ich počiatočná tvorba - a nová nábytkárska produkcia tých čias vôbec - bola ovplyvnená sociálnym cítením. Prevládala tendencia navrhovať nábytok pre malé mestské byty, ktorý by však bol nielen funkčný a jednoduchý, ale aj kultivovaný a estetický.

NANNA DITZEL

Luba Pedersen

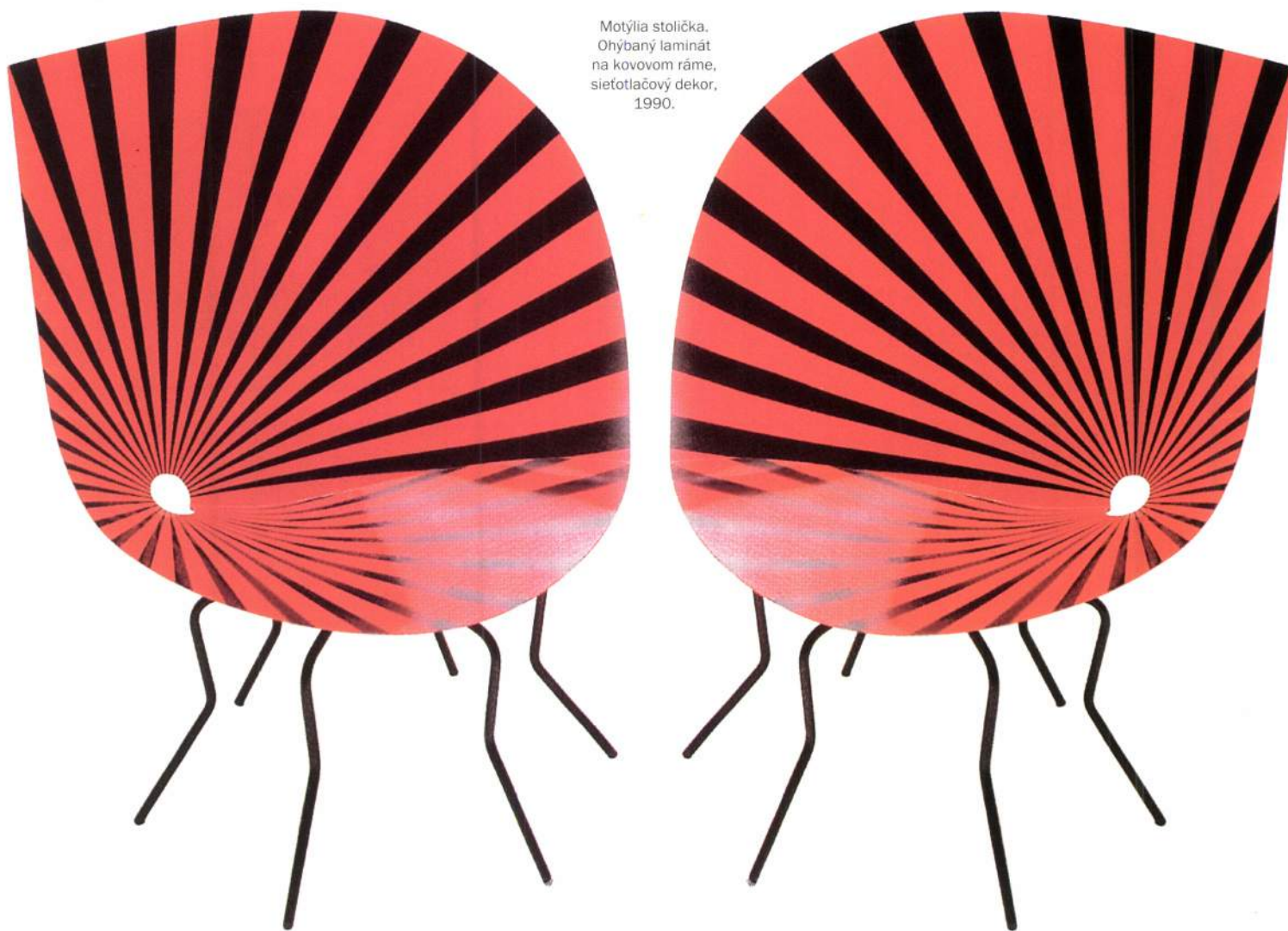
V generácii klasikov dánskeho designu, ktorí najmä v 50. a 60. rokoch spoluvytvárali pojem „škandinávsky design“, dominujú mužské mená.

Jednou z ojedinelých výnimiek je designerka Nanna Ditzel.

Hoci pred pár rokmi oslávila sedemdesiatku a má za sebou vyše polstoročia intenzívnej práce, je stále aktívna, čo potvrdzujú nové návrhy na nábytok, šperky a bytový textil.

dili v Londýne a 18 rokov spolu viedli nábytkársku firmu Interspace. Po smrti druhého manžela sa Nanna Ditzel roku 1986 vrátila do Kodane, kde má dnes v centre starého mesta ateliér a dielňu. Od svojho návratu sa aktívne a úspešne zapája do domácej designerskej tvorby. Získala viaceré ocenenia a originalnosťou nových riešení potvrdzuje svoje trvalé miesto medzi klasikmi dánskeho designu.

S N. Ditzel spolupracujú popredné dánske firmy, ktoré sú známe vysokou náročnosťou designerskej stránky svojich produktov. Spomenieme aspoň niektoré z realizovaných návrhov Nanny Ditzel za posledných päť rokov. Roku 1992 získal Škandinávsku cenu za design dánsky výrobca vlakovej súpravy IC-3 (pozri Design trend 4/93, s. 25). Nanna Ditzel sa podieľala na farebnom riešení interiéru tohto vlaku, kde boli o. i. použité jej poťahové textílie.



Motýlia stolička. Ohýbaný laminát na kovovom ráme, sietotlačový dekor, 1990.

Ditzelovci si otvorili spoločný ateliér, odkiaľ v 50. rokoch vyšli nespočetné návrhy na nábytok, textil, sklo, keramiky a rôzne úžitkové predmety. Experimentovali najmä so sedacím nábytkom napr. používaním rotangu a prúteného výpletu v netradičných kombináciách a riešeniach (závesné prútené kreslo, s úspechom vyrábané aj v Taliansku a Japonsku, a i.). Roku 1954 sa im narodili dvojčky, čo bolo impulzom k práci na detskom nábytku. Populárna bola tzv. cievková séria, pozostávajúca zo stolíkov

a taburetiek. Roku 1955 získali ocenenie za vysokú detskú stoličku a o rok neskôr zlatú a striebornú medailu na Trienále v Miláne.

Keď roku 1961 Jørgen Ditzel ani nie štyridsaťročný zomrel, Nanna Ditzel, vtedy už matka troch dcér, pokračovala vo vedení ateliéru a v produktívnej designerskej tvorbe. V 60. rokoch experimentovala opäť s novými materiálmi, ako boli polyester, sklenené vlákno a molitan.

Po uzavretí manželstva s Kurtom Heidem, Angličanom nemeckého pôvodu, sa usa-

Pre firmu Trip-Trap vyrábajúcu záhradný a exteriérový drevený nábytok N. Ditzel navrhla sériu *Átrium* (stôl, stolička, lavica a stolík). Ide o elegantný variant klasického nábytku určeného na verandy, terasy a do exteriéru, ktorý sa vyrába z jaseňového a teakového dreva v prírodnej farbe alebo morený na modro a bielo. Je pozoruhodné, že táto firma stále s rovnakým úspechom vyrába detský nábytok, ktorý Nanna Ditzel navrhla ešte v 50. rokoch.

Jednou z ďalších oblastí, ku ktorej sa návrháarka stále vracia, je tvorba šperkov. Vyše štyroch desaťročí trvá jej spolupráca s poprednou dánskou klenotníckou firmou Georg Jensen. Šperky N. Ditzel sa vyznačujú jednoduchými a pomerne masívnymi tvarmi, ktoré sú príznačné aj pre jej úžitkové predmety (príbory, svietniky, vychádzkové palice a pod.).

V Kodani sa každoročne, s prestávkami už od r. 1927, koná tzv. Jesenná výstava stolárov, nazvaná podľa združenia designérov, architektov a výrobcov, ktorá je významnou prehliadkou najnovších trendov v dánskom designe nábytku. Nanna Ditzel na prehliadkach posledných rokov prezentovala originálny sedací nábytok. Pozornosť vzbudila jej *Lavica pre dvoch* (1989), zdobená sieťotlačovou sériou sústredných kružníc, ktoré udávajú tvar sedacej časti aj dvojitému operadlu. Lavica získala zlatú medailu v Japonsku r. 1990. O dva roky neskôr N. Ditzel predstavila *Motýlie kreslo* z ohýbaného laminátu, ktorého sedadlo a operadlo sú z jedného kusa tvarom pripomínajúceho motýlie krídlo v nápadnej čierno-červenej farbe. Počas svojho pobytu



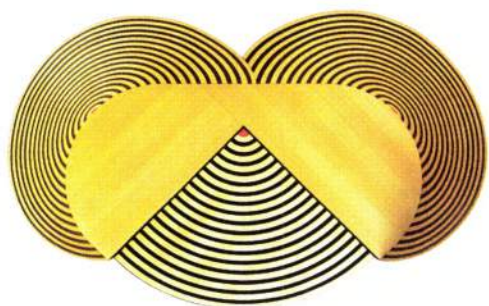
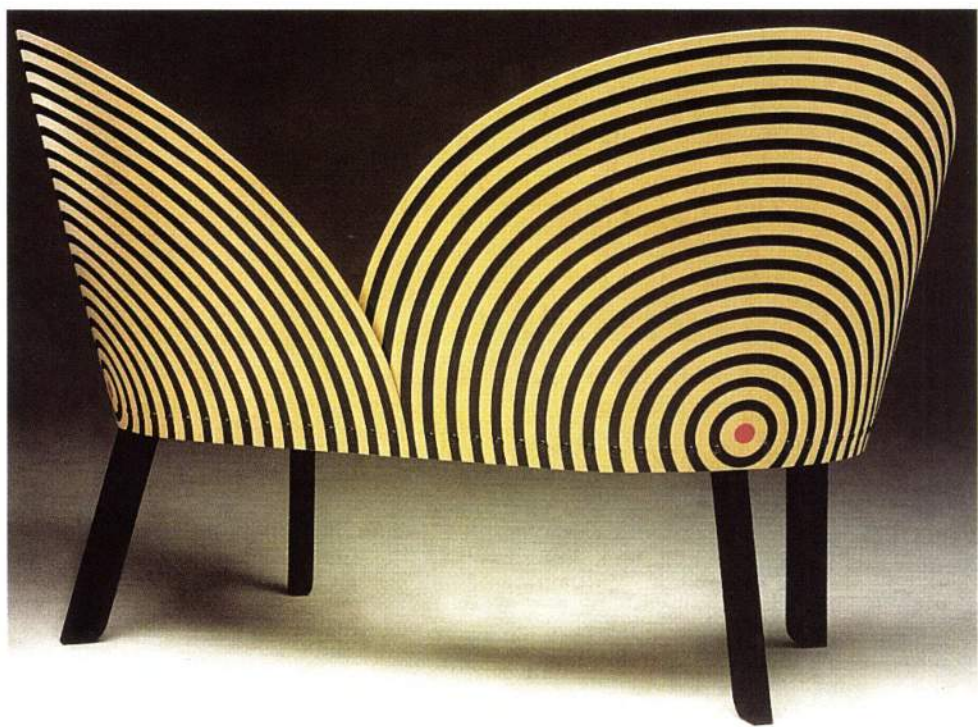
Stohovateľné stoličky inšpirované morom.
Lisovaná preglejka na kovovom ráme, 1991.



Design Centrom). Porota pri zdôvodnení svojho výberu vyzdvihla estetické aj funkčné vlastnosti stoličky, a predovšetkým jej mimoriadnu pohodlnosť - prerezávané operadlo pôsobí pri sedení dojmom tradičného prúteného nábytku.

Vďaka výrobnému postupu je však stolička moderným priemyselným produktom a získava si doteraz väčšiu popularitu na domácom i zahraničnom trhu. Vzdušné otvory a línie, paralelné či rozbiehavé, sú príznačné pre najnovšiu tvorbu Nanny Ditzel vôbec a stávajú sa - popri farebnosti pri textile - nosnou pointou jej návrhov.

na Karibských ostrovoch ju zaujala drevená, bohato vyrezávaná architektúra koloniálnych čias a s tým súvisiaca práca s lupienkovou pílkou, ktorou sa inšpirovala pri najnovšom sedacom nábytku: je to napr. ľahká stohovateľná stolička *Trinidad* (kombinácia kovu a ohýbanej preglejky alebo jaseňového dreva). Idea tejto stoličky vychádza z kontrastu svetla a tieňa, keďže jej dominantným motívom sú vejárovité výrezy, ktoré oživujú vrhaný tieň. Stohovateľná stolička *Trinidad* získala začiatkom r. 1995 prestížnu Dánsku cenu za design (ID cena udeľovanú Dánskym



Lavica pre dvoch. Masívny jaseň a preglejka so sieťotlačovým vzorom, 1989. Zlatá medaila v Asahikawe, Japonsko, 1990.



Charakteristickými črtami v tvorbe Nanny Ditzel je harmónia a ľahkosť. Sama priznáva, že miluje more, vzdušné a vzletné formy a veci, ktoré lietajú - šarkany, motýle, čo sa neraz odráža vo formách a farbách jej produktov. Ani ich mäkká a elegantná farebnosť nezaprie ženskú ruku. Nanna Ditzel však hovorí, že tento „feministický“ charakter v žiadnom prípade nie je vedomý ani cieľný. Mnohé predmety vznikli z praktickej potreby, ako napríklad detský nábytok po narodení vlastných detí.

KN Nábytková textilná Hallingsdal z r. 1964. Od r. 1965 ju v 105 farbách vyrába dánska firma Kvadrat.

KN SIENA - dvojito tkaná poťahovina zo 100 % polyesteru (Trevira CS), vyrábaná v šírke 150 cm a ôsmich farebných kombináciách.

C PISA - žakárovo tkaná potlačená závesovina zo 100 % polyesteru (Trevira CS) v šírke 150 cm, vyrába sa v siedmich farebných kombináciách. Motív - tordované stĺpy - vynikne v hĺbke pri zhrnutí závesu.

U Strieborný náhrdelník z r. 1957. Návrh spolu s Jorgenom Ditzelom pre dánsku firmu Georg Jensen.

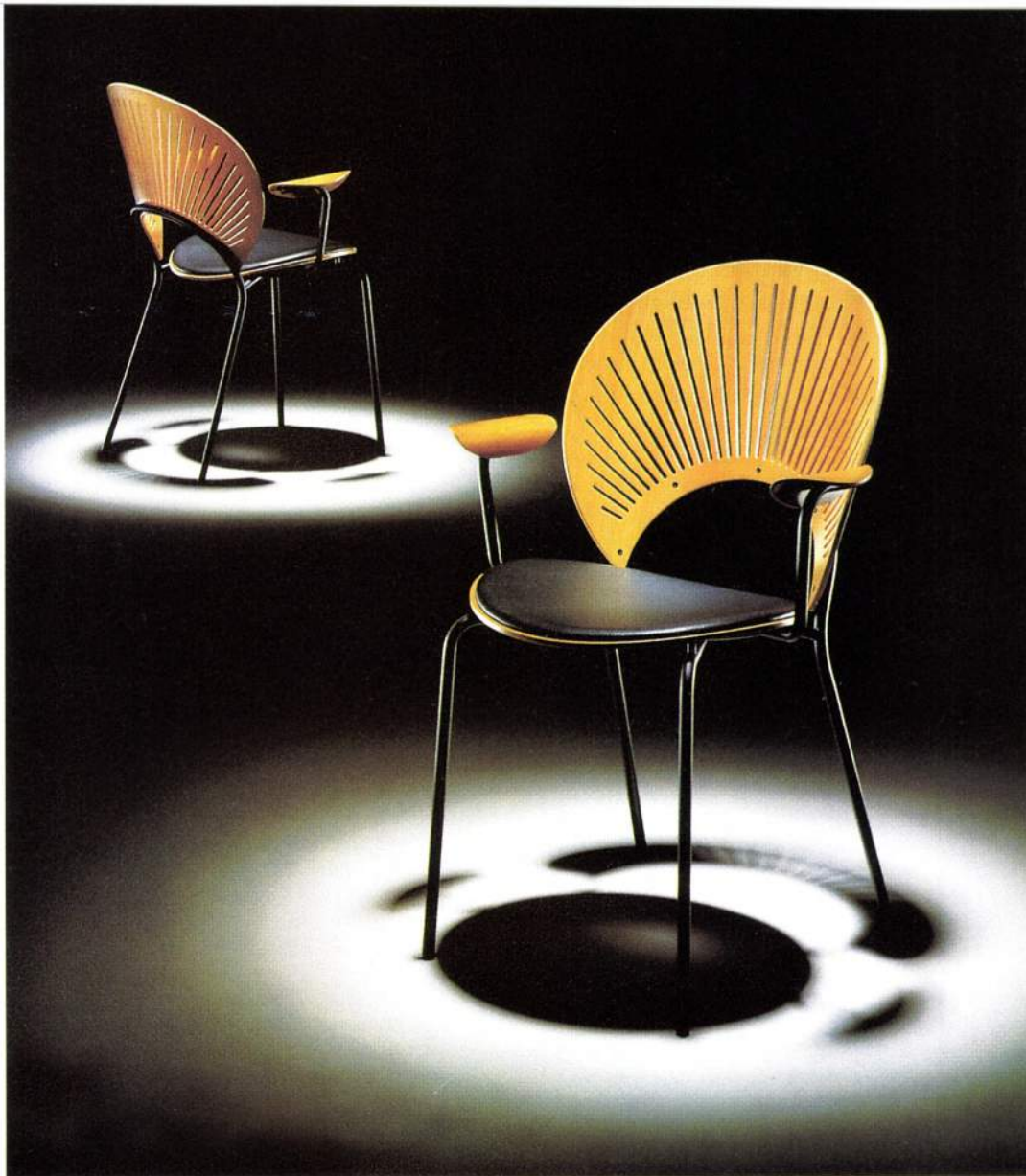


S pomínaná poťahovina pre vlakovú súpravu je príkladom ďalšej tvorivej oblasti N. Ditzel, ktorou je textil. Od r. 1965 spolupracuje s firmou Kvadrat, ktorá vyrába interiérový a nábytkársky textil a patrí k škandinávskej špičke. Jedným z jej klasických výrobkov je práve kolekcia *Hallingsdal*, ktorá sa vyrába už tri desaťročia a nedávno bolo jej 105 farebných odtieňov rozšírených o ďalších osem.

Najnovšími textíliami Nanny Ditzel, ktoré navrhla pre firmu Kvadrat, sú závesoviny *Assisi* a *Sienna*. Názvy ani motívy nezaprú toskánsku inšpiráciu. Návrhárka uvádza, že ju

zaujali najmä tordované stĺpy katedrály v Siene: „Stĺpy sú rôzne rozmermi aj v detailoch a zvláštna hra svetla a tieňa spôsobuje, že kamene stĺpov vystupujú v mäkkých modrých, fialových, ružových a zlatistých farbách. Práve rozdielnosť im dáva veľkú hĺbku a perspektívu a ja som dostala chuť graficky tento motív spracovať.“ Motívy stĺpov sa zväzňujú pri zhrnutí závesu. Závesoviny sa vyrábajú v štyroch až siedmich farebných kombináciách, ktorým je prispôbená poťahovina *Pisa* inšpirovaná žilkami mramoru v toskánskych dlaždicách.





☞ Stolčeky z r. 1981. Sústružené z javorového masívu.
 ☞ Stolička Trinidad.
 ☞ Vlaková súprava IC 3. Farebnosť interiéru
 a textil od N. Ditzel, poťahovina Hallingsdal, 1987.
 ☞ Vlak obdržal Škandinávsku cenu za design roku 1992.
 ☞ Strieborné náramky (1954, 1957) a brošňa z r. 1962.
 Návrh spolu s Jørgenom Ditzelom pre dánsku firmu
 Jensen.



„Koľko designu ľudia potrebujú?“

To je otázka, ktorú si položil Harald Leschke, hlavný designer firmy Mercedes-Benz AG, Sindelfingen, v úvode svojej prednášky na medzinárodnom sympóziu o vzťahu designu a životného prostredia v Singapure v októbri 1993. Súčasne si aj odpovedal: „Naše ambície nás nútia usilovať sa o dosiahnutie dokonalejších výrobkov, procesov, systémov atď. - a tiež nášho životného prostredia.“ Rozporuplnosť takéhoto počínania už nie je zrejماً len čle-

nom ekologických hnutí, ale konštatovanie o civilizácii poškodzujúcej životné prostredie planéty sa stáva samozrejmom súčasťou hodnotenia dnešného stavu spoločnosti.

V spektre úvah o cestách zo začarovaného kruhu výroby a spotreby bezprostredne ohrozujúcej prírodu sa ocitajú globálne koncepcie zmeny, ale treba uvažovať aj o znižovaní škodlivých vplyvov súvisiacich s konkrétnymi výrobkami či prejavmi životného štýlu.

Sociálna a podnikateľská zodpovednosť designera na príklade „automobilu“

Automobily, ktoré navrhujeme a vyrábame, sú prostriedkom osobnej mobility, ktorý z technického hľadiska poskytuje maximálnu bezpečnosť, pohodlie a nepochybne aj luxus v konkurenčnom prostredí. Ale je to tiež prostriedok, na ktorý keď sa pozrieme kriticky, by mohol byť v nevýhode v porovnaní s kolektívnymi dopravnými prostriedkami - prinajmenšom čo sa týka energetickej bilancie. V súčasnosti musíme čeliť skutočnosti, že faktor „mobility“ je priamou, ale aj nepriamou príčinou ekologických problémov. Spoločného menovateľa týchto problémov môžeme vyjadriť takto: „Mercedes-Benz - alebo ak chcete, aj Daimler Benz - sa zjavne podieľa na dnešných problémoch životného prostredia výrobou produktov zabezpečujúcich osobnú mobilitu.“ Rovnaký podiel viny majú aj designeri pracujúci v tejto firme napriek tomu, že design našich vozidiel sa zrejme páči mnohým našim zákazníkom. V minulosti dokonca dostali ceny za design.

Neudelovanie cien v posledných rokoch postihlo aj iných výrobcov automobilov a možno naznačuje rastúci skrytý nesúhlas s „automobilom“ ako výrobkom vôbec.

Dúfam, že so mnou budete súhlasiť, keď poviem, že riešenie otázky zodpovednosti automobilového priemyslu alebo firiem vyrábajúcich dopravné prostriedky je zložitá.

Rád by som sa pozrel na túto otázku z nášho pohľadu. Veď napokon naša skupina spoločností sa často vyberá ako reprezentatívny obetný baránok pre všetky druhy zla.

Ak by ste mali pred sebou designera malej firmy vyrábajúcej športové autá, povedzme 2000 áut ročne, nepochybujem, že by sa k tejto predmetnej oblasti pristupovalo celkom inak.

Nemienim sa venovať otázke, či ľudia môžu vydržať celý život s jednou sadou porcelánu, šálok na čaj či inými predmetmi dennej spotreby.

„Koľko designu ľudia potrebujú?“ Čo sa týka redukcie našich environmentálnych problémov, toto je určite otázka, ktorou by sa najlepšie mohli zaoberať moji kolegovia zo sektoru spotrebného tovaru.

Otázky, ktoré sa ma väčšmi týkajú, sú mobilita a výrobky, ktoré umožňujú potešenie z mobility, a tu cítim svoj

podiel zodpovednosti. Ako designer sa musím stotožňovať s výrobkami, ktoré navrhujem, inak by som musel zmeniť profesiu.

Chcel by som predostrieť niekoľko tvrdení na túto tému, ktoré podľa mňa môžu vyvolať zaujímavú a pravdepodobne aj kontroverznú diskusiu. Možno objavíme, že téma designu a životného prostredia vyvoláva isté paralely s rôznymi špecializovanými oblasťami designu.

■ *Mobilita je základom našej sociálnej funkcie, sociálnej štruktúry, sociálnej komunikácie a určite mnohých iných aspektov. Možno tiež našej „sociálnej kultúry“.*

■ *Potreba mobility rastie od samého počiatku ľudstva.*

■ *Mobilita má rôzne „nosiče mobility“ (napr. zvieratá, vozidlá s vlastným pohonom alebo bez neho).*

■ *Na výrobu nosičov mobility, na ich*



Človek sa nerád vzdáva pohodlia, a tak sa sotva dočkáme, aby odmietol automobil ako jeden z najväčších masových znečisťovateľov životného prostredia.

Názory k téme „Design a automobil“ od automobilového designera Harald Leschkeho, odborníka v automobilizme Tomáša Hladného a ekológa a filozofa Mikuláša Hubu sú pohľadmi z rôznych uhlov. Ponúkame ich ako otvorenie diskusie o tom, ako sa môže design podieľať na stave životného prostredia.

prevádzku a prirodzene na ich likvidáciu sa využívajú rôzne zdroje energie.

■ *Preto sa mobilita ako taká stáva aj nepriamou príčinou ekologických problémov. Inými slovami, mobilita zatažuje naše životné prostredie.*

■ *Nie sme ochotní ani schopní vzdať sa mobility v budúcnosti. Otázkou bude stupeň individuálnej mobility, ktorú si budeme môcť dovoliť - kvantitatívne a kvalitatívne.*

A teraz sa vrátim k našej firme a jej činnosti, s ktorou - a to by som chcel jasne povedať - sa plne stotožňujem. Najmä z hľadiska skutočnosti, že som za 15 rokov práce vo firme nechal vlastnú pečať na značnom počte výrobkov firmy.

Dôležité je aj to, že za posledných 15 rokov som sa nielen podieľal na procese zmien, ovplyvňujúcim moje bezprostredné aj vzdialenejšie každodenné prostredie, ale tiež som zistil, že ten istý proces sa rozvíjal v mojej profesionálnej sfére, a najmä v našej firme.

To ma vedie k tomu, aby som sa na veci pozeral azda z optimistickejšej perspektívy, ako býva zvykom.

Niekoľko ďalších tvrdení na túto tému:

- Ako dodávateľ komponentov (a v rastúcej miere tiež systémov) na zabezpečenie mobility je skupina spoločností Daimler Benz nevyhnutne zainteresovaná na ekologickej otázke a na procese hľadania riešenia tohto problému.

- Na riešenie akútnych problémov spôsobených potrebou mobility sa kladú veľmi vysoké nároky - nielen zo strany verejnosti, ale aj zo strany vlastných pracovných síl.

- Perspektívy našej firmy ako dodávateľa systémov a komponentov sa dajú odhadnúť ako rovnaké.

- Úloha, ktorá na nás v budúcnosti čaká, je ďalšie zdokonaľovanie jednotlivých komponentov v príslušných systémoch, ale aj zabezpečenie citlivého prepojenia systémov so zámerom vytvoriť optimálny celkový (dopravný) systém - najmä čo sa týka utvorenia integrálnej ekologickej rovnováhy.

Môžete si byť istí, že naša spoločnosť bude mimoriadne aktívna v tejto oblasti v budúcich rokoch.

Výrobky našej firmy, nech už sú to autá či lietadlá, potrebujú čas vývoja, ktorý je neporovnateľný s mnohými inými oblasťami.

To pre nás znamená, že rýchle reakcie na meniace sa tendencie a krátkodobé požiadavky sú možné len do určitej miery, a naopak - že všetky faktory, rele-

vantné pre budúcnosť výrobku, sa musia stanoviť už v prvom projekte alebo v etape definície výrobku a musia byť obsiahnuté v procese vývoja od počiatku. Dlhodobá, ale flexibilná stratégia výrobkov je základným predpokladom úspechu.

Úlohu skonstruovať najlepšie auto na svete je možné splniť až dnes - stanovením prísnych noriem nielen z technického hľadiska, ale aj s ohľadom na ekologické aspekty. Niet pochyb, že technológia a kvalifikácia hrajú ohromnú úlohu, ako aj - a nikdy by sme to nemali strácať zo zreteľa - otázka nákladov.

Som však presvedčený, že budete so mnou súhlasiť, keď poviem, že náklady na environmentálnu kompatibilitu by nemali hrať rozhodujúcu úlohu. Dovolím si malé zhrnutie. Naša spoločnosť, alebo skôr výrobky značky Mercedes-Benz, demonštruje rad charakteristík, ktoré nielen berú do úvahy ekologický faktor, ale skutočne ponúkajú inovatívne riešenia, ktorú určujú nové normy vo svojej oblasti.

Dôvody netreba hľadať len v ohromnom potenciáli vývojového tímu, ale tiež v uvedomení si potreby zmien v sektore vývoja výrobkov.

Tento faktor má rozhodujúci význam pre mňa ako designera. A preto ako designer našej spoločnosti nemusím presvedčať ostatných ohľadne ekológie.

Inžinieri, výrobní špecialisti, skúšobný personál, obchodní zamestnanci, kontrolóri a mnohí iní sú považovaní za kontaktných partnerov, ktorí vytvárajú základy pre efektívnu spoluprácu v tejto oblasti.

Keď sme napríklad pred pätnástimi rokmi rozprávali s našimi expertmi na plasty, téma sa točila okolo komerčných otázok, takých ako váha, náklady, farebná stálosť, odolnosť proti nárazu, bezpečnosť, deformačný odpor atď.

Prvým bodom programu je v súčasnosti ekologická otázka - aký je vstup pre výrobu a likvidáciu, aká je úroveň s tým spojeného znečistenia, aké sú možnosti recyklácie atď. To svedčí o vysokej senzibilitate našej firmy v tomto smere a aj naši dodávatelia sú považovaní za kvalifikovaných partnerov vo všetkých ekologických otázkach.

Vo firme nášho rozsahu je vývoj výrobkov možný len na základe interdisciplinárnej, kooperatívnej tímovej práce, pričom design predstavuje iba jednu z mnohých tematických oblastí. Kompromisy sú nevyhnutné na všetkých stranách v záujme vytvorenia ešte lepšieho výrobku.

Časť prednášky, ktorá odznela na medzinárodnom sympóziu Design and Ecology v Singapure v októbri 1993, publikujeme so súhlasom autora.

Aký je prínos dnešného designu a aký bude jeho vplyv v budúcnosti?

Myslím, že rola designera bude poskromnejšia. V menších firmách, ktoré štandardu ekológie alebo životného prostredia, prípadne i designu nenesú veľmi vysoko, budú designeri zväčša pôsobiť „pionierskym“ dojomom.

Ak sa pozrieme na vývoj automobilového inžinierstva v povojnovom období, vidíme, že prakticky každá dekáda priniesla vlastné špeciálne charakteristické črty.

Päťdesiate a šesťdesiate roky boli charakterizované úsilím o optimalizáciu „využitia materiálov“ vo výrobe automobilov.

Tvarovanie skla a plechov (len si pomyslíte na zadné rebrá chladičov, ktorými sa pýšili americké autá tých čias), chrómové nárazníky bez ohľadu na ich váhu alebo bezpečnosť, plasty namiesto kože a látky, farba atď. Neexistovalo nič, čo by sa nedalo zrealizovať.

Šesťdesiate roky boli obdobím „bezpečnosti“ a materiálov. Nové metódy, zapríčinené inovačnými materiálmi, sa používali v snahe odstrániť tvrdé predmety a ostré rohy - najmä v interiéri.

Hrubé penové výplne pokryté plastami, aj v kombinácii s novozavedenými bezpečnostnými systémami (napr. bezpečnostné pásy), to všetko podstatne zvyšovalo nádej na prežitie v prípade nehody.

Prechod od podvozku a nesenej karosérie ku kalkulovanej bezpečnostnej bunke karosérie so špeciálne konfigurovanými systémami nárazníkov a zdokonaleným závesom prispeli k rastu bezpečnosti aut aj pri ich dlhšej životnosti a väčšej priemernej dĺžke jazd.

Proces optimalizácie bezpečnosti ciest ešte zďaleka nie je zavŕšený. V priebehu času sa aspekty bezpečnosti spojili s niekoľkými ďalšími dôležitými otázkami vývoja, ktoré majú rastúci vplyv na oblasť automobilového inžinierstva.

Aerodynamika, najmä čo sa týka zníženia spotreby paliva, ale tiež s ohľadom na optimalizáciu podmienok (napríklad ak vezmeme do úvahy skleníkový efekt v interiéri automobilu), je faktor, ktorý viedol k vytvoreniu nových kritérií designu v spolupráci s designermi.

80. roky sú svedkom nástupu elektronického veku a rozšírenia počítačovej technológie, čo podstatne ovplyvnilo aj automobilovú oblasť. Táto éra priniesla nové inovačné riešenia, ako napr. ABS, vzduchové vankúše atď., a aby som nezabudol - nové možnosti vizuálneho zobrazenia informácií. To všetko vo väčšej miere zainteresovalo designerov

a iniciovalo ich k niekoľkým inovačným impulzom v tomto období.

Retrospektívne 80. a 90. roky môžeme považovať za prípravu cesty pre ekologickjší automobil. Hlavný dôraz sa však kládol na optimalizáciu „automobilového“ komponentu v automobilovom systéme a postupne v systéme transportu a komunikácie.

Teraz by som sa rád pristavil pri opise ekologických kritérií našich výrobkov a naznačil vylepšenia, ktoré možno očakávať v blízkej budúcnosti. Chcel by som sa tiež pristaviť aj pri tom, čo možno vôbec očakávať od designu a designerov v automobilovom priemysle.

- Nižšie výrobné vstupy (energia a materiály)
- Starostlivé využívanie zdrojov
- Používanie recyklovateľných materiálov
- Nižšia váha
- Nižšia spotreba paliva
- Nižšia hlučnosť
- Menej výfukových emisií
- Menší vstup pre likvidáciu
- Identifikácia materiálov
- Regenerácia materiálov

Očakávame, že „automobilový“ komponent bude musieť v budúcnosti čoraz väčšmi spĺňať ekologické požiadavky.

Niekomu sa môže zdať, že tento proces prebieha príliš pomaly, ale sú postupy, ktoré si vyžadujú istý čas a nedajú sa uviesť do praxe za noc. My sami netrepeživo očakávame uskutočnenie tohto prechodu.

Aby sa vyhovel určitým ekologickým požiadavkám, bezpochyby dôjde k zmene vzhľadu automobilu, najmä jeho interiériu.

Lepšia a jednoduchšia separácia materiálov si vyžiada vývoj nových materiálov, pričom niektoré budú zjavne alebo hmatateľne odlišné.

Nové, ekologicky kompatibilné materiály by mohli znamenať nové optické a haptické dimenzie - neupravené povrchy, prípadne povrchy, ktorých úprava je taká funkčná, že poškriabanie alebo aj iné poškodenia ich vzhľad nezhoršia.

Nové predstavy by mali podstatne zmeniť aj design exteriéru, bude sa požadovať väčšia variabilita, čo povedie k podstatným zmenám nielen v interiéri, ale aj v exteriéri.

Harald Leschke



Už dlhší čas je dobrým zvykom vjadriť takmer pri čomkoľvek vzťah k životnému prostrediu a jeho ochrane. Čistiace prostriedky, obalová technika, dokonca oleje sú biologicky odbúrateľné, alebo aspoň životnému prostrediu neškodí. Aj automobilky sa chvália percentom recyklovateľných častí automobilu a pracujú na vývoji automobilu neznečisťujúcim ovzdušie vôbec. Nové alternatívne zdroje pohonu (akumulátorové články, vodík a iné plyny) majú byť zárukou zdravšieho zajtrajška.

Lenže, je to naozaj tak? Nie celkom. Je to ako s tým ľadovcom a jeho vrcholom. Podstatná časť pravdy pláva pod hladinou. Automobily sa musia vyrábať a na výrobu je potrebná energia. Čím je výrobok náročnejší a dokonalejší, tým viac času a energie si vyžaduje jeho výroba alebo príprava. Energetické zdroje nie sú nevyčerpatelné, preto hovoriť o „ekologických“ produktoch je vo všeobecnosti nepresné. Lenže pri predstave ortodoxného prístupu k ochrane životného prostredia by sme sa my ľudia museli vedieť zaobísť, a hlavne zriecť všetkého, čo dnes akosi prirodzene nedávame do súvislosti s ekológiou. Škodlivé žiarenie televíznych obrazoviek, elektrická energia ostatných spotrebičov vyčerpávajúca uhoľné sloje a iné zdroje nerastných surovín (aj drôty vysokého napätia a diaľkové káble musia byť z niečoho) a v konečnom dôsledku

automobil s jeho dymiacim výfukom a kvapkajúcim olejom by nás mali primäť k tomu, aby sme sa zbavili všetkých tých užitočných pomocníkov a priateľov nášho pohodlia. Absurdná predstava. Zarytí odporcovia automobilov sa budú musieť zmieriť s predstavou, že autá sa budú vyrábať dovtedy, kým ich niekto bude kupovať. Ako vo všetkom, aj v prístupe k ochrane životného prostredia treba nájsť zdravú mieru. Je to otázka výchovy k úcte k sebe samým a budúcim pokoleniam. Záleží na nás, ako sa vysporiadame s vyriešením napríklad likvidácie odpadu.

Ako súvisí design s ekológiou a automobilom? Design je návrh. Navrhovanie nielen účelu a tvaru, ale aj spôsobu výroby a používania predmetu s maximálnym ohľadom na životné prostredie. Ak má niečo vzniknúť, musíme nájsť najneškodnejší spôsob. Dokonalý tvar karosérie automobilu s nízkym koeficientom odporu vzduchu má za následok zníženie spotreby pohonných látok, teda aj menší obsah škodlivín vo výfukových plynách, menšie odčerpávanie zásob ropy, menej energie potrebnej na jej spracovanie. Lepšie obtekanie vzduchu je menej hlučné. Ďalší prínos k lepšiemu. Dokonalejšie riešenie tvaru jednotlivých komponentov automobilu eliminuje únik látok pre automobil nevyhnutných, ale schopných znečistiť životné prostredie. Nové výrobné

postupy a nové technológie spracovania materiálov umožňujú ich niekoľkonásobné využitie a šetria prírodné zdroje i energiu potrebnú na ich spracovanie. Lepšie využitie obostavaného priestoru automobilu a jeho presné určenie prináša všeobecnú úsporu materiálu. Hoci použitie nových alternatívnych zdrojov pohonu vyššieho výkonu takmer odstraňuje sekundárne splodiny, tie primárne sú podstatnejšie a ponúkajú široký priestor na riešenie ich znižovania. Vďaka novým technológiám a materiálom sú napríklad dnešné elektromobily rýchlejšie, ľahšie a majú väčší akčný rádius. Inými slovami, ich konkurencieschopnosť nie je hudbou nedozernej budúcnosti. V neposlednom rade estetické stvárnenie a dokonalý design zvyšujú úžitkovosť a oblúbenosť automobilu. Predlži sa tak doba jeho používania, a to prináša ďalšie úspory materiálu a energie.

Design a ekológia idú dohromady. Podstatou problému totiž nie je vzťah automobil a životné prostredie, ale človek a jeho úcta k sebe, okoliu a budúcnosti. Nič nie je neekologické, kým to nenarušuje prirodzený kolobeh prírody a kým je ochota hľadať to najlepšie riešenie. Človek má právo objavovať, ale aj povinnosť uvažovať o ceste, ktorou sa pri tom vyberie.

Tomáš Hladný

O nekonečnom raste v konečnom svete

V máji 1991 prvá oficiálna delegácia slovenského parlamentu navštívila znovuzjednotené Nemecko. Mal som tú česť byť jej členom. Súčasť nášho programu tvorila aj návšteva modernej automobilky neďaleko Karlsruhe. Bolo tam čo obdivovať. Od pracovných podmienok zamestnancov až po elegantné výsledky ich práce, „šité na mieru“ jednotlivých zákazníkov. Pán direktor nám urobil prednášku plnú chytľavého entuziazmu o tom, ako impozantne vzrástla ich produkcia automobilov v priebehu uplynulého storočia jestvovania firmy. Nemenej ambiciózne sú plány neprestajného rastu produkcie. Nedalo sa nepodľahnúť podmanivej vízii rastu. Nedalo sa nefandiť otcom firmy, ktorá je symbolom solídnosti a kvality.

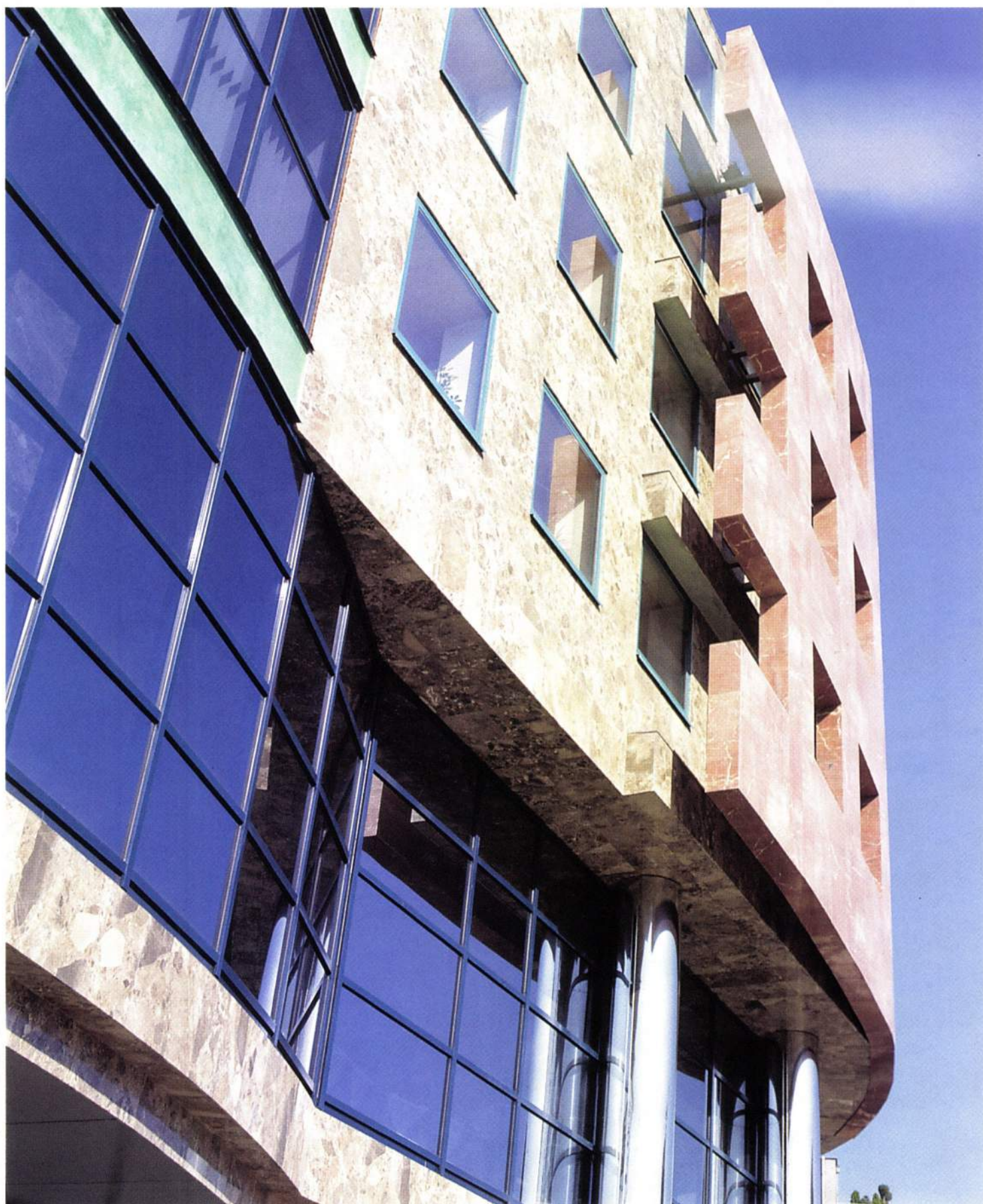
Okolo štvrtej popoludní sme opustili brány závodu a vzápätí sme sa s našimi limuzínami stali „účastníkmi cestnej premávky“ na štvorprúdovej diaľnici. Diaľnica bola taká preplnená, že prúdy aut sa pohybovali sliacim tempom. Neďaleko sa vinuli dve ďalšie preplnené komunikácie. Zdalo sa, že priestor je absolútne nasýtený. V tej chvíli sme vytriezveli z očarenia rozvojom a rastom. Načo ďalšie státisíce nových mercedesov, keď už tie jestvujúce nie je pomaly kam umiestniť? Načo ich silné motory a rýchle kolesá, keď potom budú nútené presúvať sa krokom? Najbližšie sa dám nadchnúť až takou automobilkou, ktorá sa preorientuje na výrobu bicyklov.

Mikuláš Huba



Sporiteľňa na Suchom mýte

ARCHITEKTÚRA AKO ZLOŽITÝ CELOK Matúš DULLA

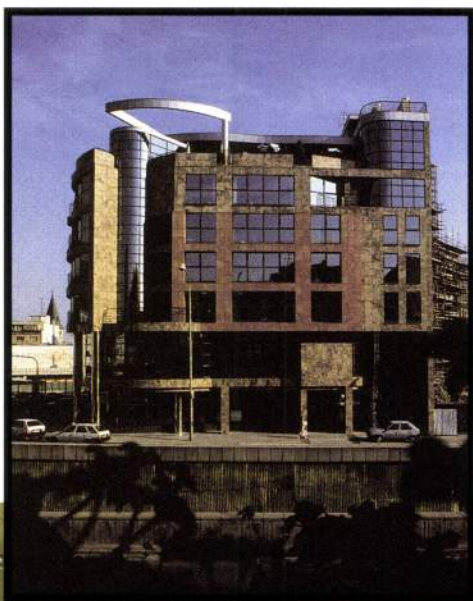


Detail priečelia.

V Bratislave na Suchom mýte dokončili koncom roka 1994 výraznú stavbu - filiálku Slovenskej sporiteľne. Stavba leží na relatívne novej Staromestskej ulici, ktorá sa postup-

ne dostavuje po tom, čo radikálne presekla zástavbu medzi starým mestom a hradom v 60. rokoch. Architektom stavby bol Ivan Marko, ktorý sa so svojím ateliérom už druhé desaťročie

venuje projektom pre túto časť mesta. Blok budov, ktorý korunuje táto architektúra, sa prestavuje a dostavuje už od roku 1983. Je dôkazom toho, ako ťažko a dlho sa sceluje narušená



mestská zástavba historickej štruktúry mesta, ktorá sa pred pár desaťročiami veľmi rýchlo ničila.

Architektonické riešenie objektu sa rodilo po dôkladnej analýze lokálnej situácie. Marko sa usiloval vo viacnásobne vrstvenej a viacerými materiálmi pokrytej fasáde stavby vyjadriť bohatú históriu miesta, na ktorom nový objekt stojí. V čase, keď sa s projektom začínalo, sa tu plánovali predovšetkým malé byty ako tzv. komplexná bytová výstavba. V strede bloku mala byť okrem nich ešte veľká predajňa potravín. Hrubá stavba

nárožia, v ktorom je dnes budova sporiteľne, sa aj začala stavať s týmto zámerom. Po r. 1989 sa však pristúpilo na to, že taká významná lokalita je vhodnejšia pre vyššiu mestskú funkciu, a tak sa v bloku umiestnili prevádzky, administratíva (ale aj byty) Slovenskej sporiteľne.

Nárožná budova s administratívou a prevádzkami peňažných služieb ústredia Slovenskej sporiteľne je najvýraznejšou budovou bloku. Prízemie je z väčšej časti otvorené pre budúci vstup do podchodu. V úzadí sú umiestnené tri vstupy: jeden do admi-

Celkový pohľad na budovu Slovenskej poisťovne zo Staromestskej ulice.



Pohľad do interiéru reštaurácie so sochami akad. soch. Dušana Kráľika.



Detail priečelia.

Pohľad do interiéru reštaurácie.

nistratívy sporiteľne a dva verejnosti prístupné - do priehradkovej haly na poschodí a do výťahu, ktorý vedie do reštaurácie na poslednom podlaží objektu s výhľadom na mesto. Administratívne priestory na druhom až piatom poschodí sú prístupné z galérií, ktoré obkolesujú strednú trojhrannú halu. Základné hmotové riešenie i výšky podlaží zostali ešte z pôvodne uvažovaného domu s malými bytmi. Pestrejšie pôdorysné členenie pre bývanie sa dobre uplatnilo vo väčšej individualizácii jednotlivých kancelárií, ktoré tak nadobúdajú zapamätateľnejšiu tvár. Markova dovtedajšia tvorba, v ktorej nemalú úlohu hrali projekty interiérov, sa odráža aj v tvarovom riešení celej hmoty. Nemá ďaleko k designerskému chápaniu v tom najlepšom zmysle slova. Ozvena strojovej estetiky - plynúcich valcových foriem - sa objavuje na tvarovaní náročia.

Oblúkové vystúpenia priečelí sú oblúbeným Markovým motívom, ktorý však nie je iba módnym oživovaním pravouhlého pôdorysu - je príznakom architektovej cesty k organickému komponovaniu. Svedčí o tom riešenie najvyššieho podlažia. Veľkoryso vedené krivkové línie odvážne korunujú objekt a napomáhajú identifikovať toto významné miesto. Keď sa postaví tá časť bloku, ktorá susedí s nárožím na Staromestskej ulici, bude vidieť, aké tvorivé dimenzie a tvarové podoby nadobudla ďalšia etapa Markovho organického kreatívneho vývinu. Zmena účelu budovy - z lacného bytového domu na drahú banku - sa prejavila (niekde, pravda, rozporne) na celkovom vonkajšom stvárnení priečelí stavby. Úsilie prejavíť vrstvením fasády kultúrnu navrstvenosť historických období na danom mieste viedlo k bohatosti objektu. K nemu sa pridružil ešte aj výber viacerých ušlach-

tilých materiálov - konkrétne dvoch druhov kameňa a eloxovaných kovových obkladov stĺpov. Aj interiérové riešenie dostáva akýsi štvrtý rozmer kovovými plastikami Dušana Králiku. Tie, hoci sú na niektorých miestach situované prekvapujúco stiesnene (napríklad vo vstupnom priestore), sa neraz integrujú s domom akýmiisi medziobjektmi (paraván, vešiaková konštrukcia), ktoré navrhol architekt. Výtvarno-designersko-architektonická jednota je tu potom veľmi pôsobivá. O novostavbe sporiteľne na Suchom mýte sa veľa diskutovalo. Vzbudila nielen pozitívny ohlas, ale aj niektoré výhrady. Dom je oproti pôvodnému skromnému projektu s rastrovaným keramickým obkladom náročným zákuskom, s ktorého sýtosťou si nie každý vie poradiť. Napriek problémovým momentom tohto diela sa domnievame, že príkre odsúdenie



Interiér informačného centra s výhľadom na Mierové námestie.

vôbec nie je spravodlivé. Budova je architektonicky koncipovaná s vynikajúcou znalosťou vecí a jej istá „uvravenosť“ je zrkadlom doby, zložitostí a ambícií, ktoré sa na tomto jednom mieste navrhli. Podobnosť s vienským Haas Hausom je náhodná, Markov koncept bol hotový dávno pred Holleinovým. Je zrejmé, že konfigurácia oboch lokalít celkom prirodzene viedla k podobnému riešeniu. V tomto bloku zostáva však ešte nedotknutý priestor smerom do Staromestskej ulice, ktorým sa už I. Marko s kolegami niekoľkokrát zapodievali. Posledný variant objektu do tejto preluky je funkčne určený pre niektoré administratívne prevádzky sporiteľne. Podarilo sa tu, s pochopením Slovenskej sporiteľne, dosiahnuť podnetnú zmiešanosť funkcií nového mestského bloku - tú, po ktorej sa dlho volalo a ktorá neraz aj dnes uniká výstavbou monofunkčných bánk v strede miest.

Foto: Milota Havránková

Architectural design of the Slovak Savings Bank building was born after a profound analysis of the local situation. Through a manifold layer facade, tiled with several materials, the architect Ivan Marko has tried to express a rich history of the site where the new building is situated. At the early stage, when the project was started, the plan was to include small apartments as a part of so called complex housing construction. Besides them, a large grocery store was to be built in the middle of the block. The construction of the street-corner part of today's Savings Bank building was actually started with this objective. However, after 1989, a view was accepted that such an important locality could be better utilized for higher municipal functions, so bank rooms and offices (but apartments as well) of the Slovak Savings Bank were there. Marko's earlier work, of which an important part was devoted also to interior design, is reflected in the outer form of the complex. It is not far from a designer concept in the best sense of the word. There is an echo of machinery aesthetics in the form of the street-corner part. Arched facade projects are Marko's favourite moti-

ves, not only fashionably enriching the rectangular plan - but also marking the architect's way to organic composition. This is especially pronounced in design of the top floor. Generous curved forms bravely crown the building and provide an identification feature of this outstanding place.



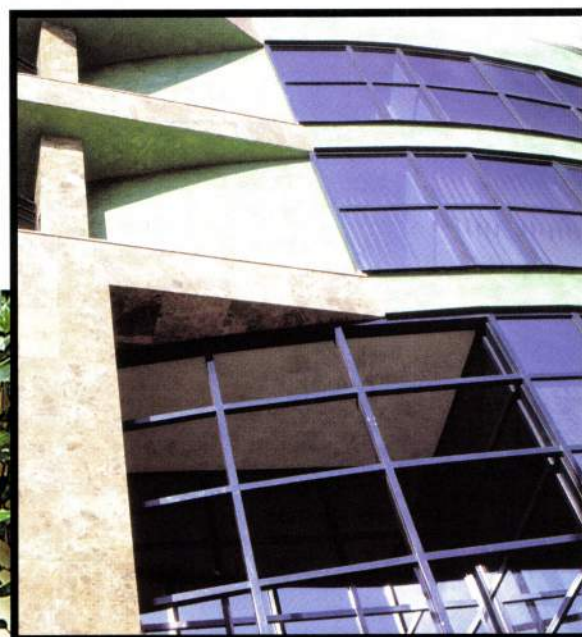
Výhľadová terasa reštaurácie.

The conception change from a cheap apartment house to an expensive bank has manifested itself (however, sometimes controversially) in architectural design of all facades. Efforts of coating the facade with several layers, to indicate cultural layers of historical periods at that site, has enriched the architectural look, together with the choice of several precious materials - precisely two kinds of stone, and eloxed metal panelling of pillars. Even the interior design has obtained some fourth dimension through metal sculptures by Dušan Králik. Although placed astonishingly close at some places (e.g. in the entrance hall), they are well integrated with the building itself by several elements (partition, clothes-rack) designed by the architect. There is an unique harmony between works of art, designer works and architecture. There has been a controversial debate over the new Savings Bank building at Suché Mýto. Besides very positive reactions, some objections have emerged. Compared to the original moderate design with rastered ceramic tiling, the new building is too sweet, too safe for some people. Despite of certain ambiguous elements, we believe that a strict condemnation is not justified. The architectural concept of the building reflects an excellent familiarity with the issue, and its certain „chatter“ is a mirror of the epoch, of heaped complexities and ambitions. The similarity with the Vienna

Haas Haus is accidental, Marko's plan was completed long before the one by Hollein. Obviously, the configuration of both sites has led to a similar architectural design. Thanks to understanding by the Slovak Savings Bank, it was possible to achieve a stimulating functional

mixture of a new city block house - which has been desired for a long time, and which is often neglected in construction of single function banks in city centres even now.

Matúš Dulla



Detail fasády.

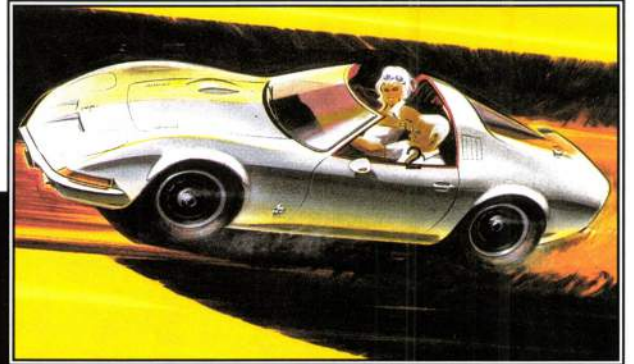


Vnútorná hala administratívnej časti.

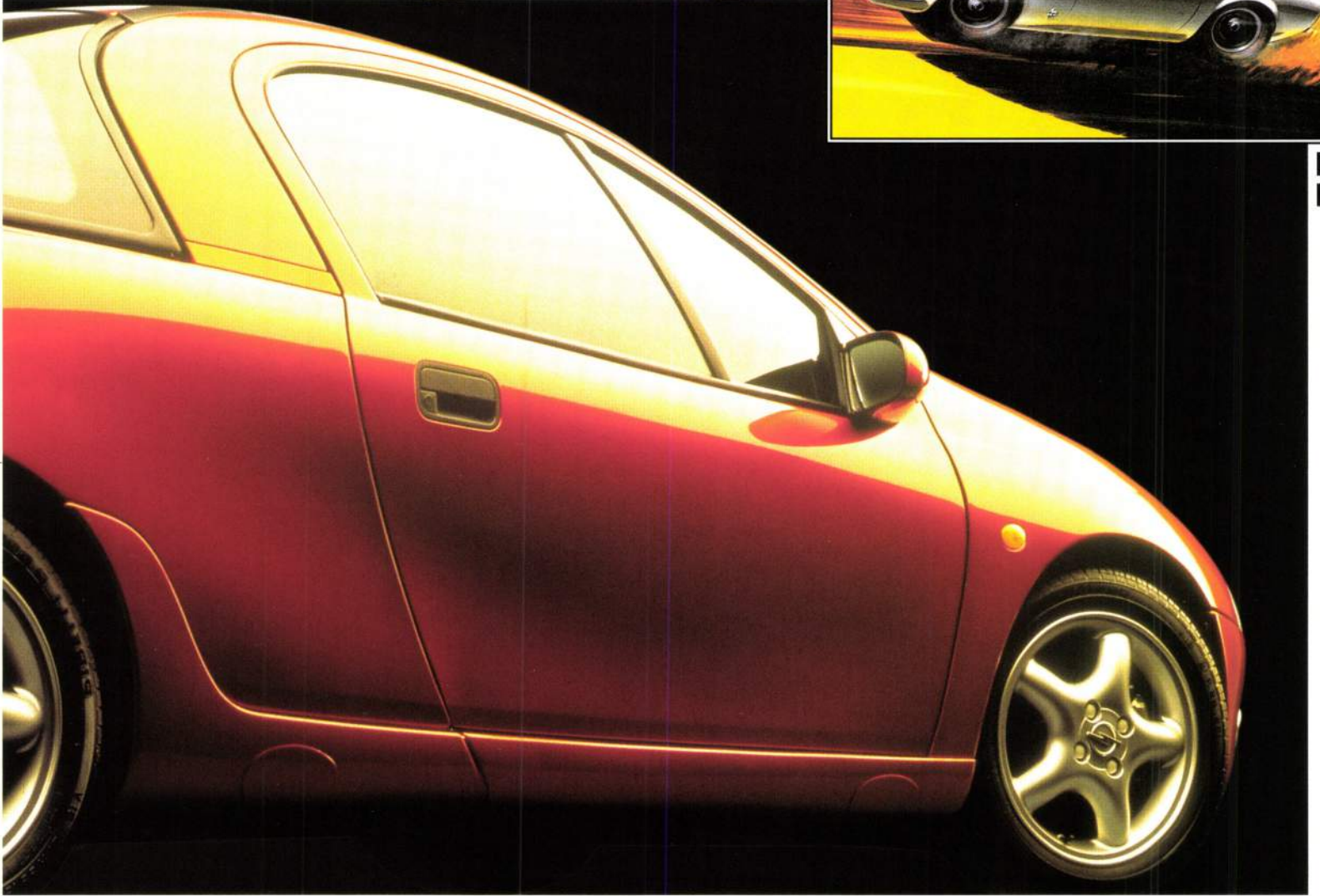
Na začiatku bolo slovo

Táto stará pravda platí aj pre zrod nového automobilu. Je mnoho dôvodov, prečo vzniká nový model. Starému už dochádza dych, nestačí držať krok s dobou, automobilka otvára nový segment, trh si pýta svoje. Nie často však býva príčinou spustenia celej tej mašinerie, ktorá úzko súvisí s prípravou projektu a následne výrobou nového modelu, snaha ponúknuť zákazníkom čosi neobyčajné, navyše, čosi, čo ani nemuselo byť a čo azda ani nepotrebuje racionálne argumenty na odôvodnenie svojej existencie. Ale stáva sa to. Kým sa automobilka Opel rozhodla vyrábať malé športové kupé **Tigra**, padlo niekoľko slov... značky.

Opel nie je v tejto triede automobilov nováčikom. Tigra tak po čase otvára novú kapitolu v bohatej tradícii áut kupé tejto



2
3



Autá typu kupé hneď po 2. svetovej vojne podľa pravého významu tohto francúzskeho slova (odstrihnúť, odrezať), vyzerali, akoby im naozaj niekto zrezal strechu. Boli odvodené od klasických sedanov a úprava strechy sledovala len jeden cieľ - urobiť automobil nižší a zaujímavejší. Strecha sa skrátila a zadné okno sa výrazne zošikmilo. Tým sa nová kategória automobilov odlišovala od klasických sedanov. **Opel Tigra** priamo nadväzuje na legendárne dvojmiestne **GT**, ktorých sa v rokoch 1968-1973 vyrobilo vyše 100 000. Opel začína s nízkou pretiahnutou verziou modelu **Record P2** z roku 1961. Bolo to prvé kupé značky Opel v povojnových rokoch. Za ním nasledovali podobné

verzie odvodené od modelov **Record** a **Kadett**. Prelom v designe áut kupé značky Opel zaznamenal model **GT**. Ním sa začala história samostatného tvarovania karosérii tohto typu automobilov. V duchu tejto filozofie nasledovali **Opel Manta** a **Monza**. Kupé modely Opla v mnohom inšpirovali špecialistov na úpravy sériových automobilov. Tak vznikol roku 1973 aj atraktívny **Bitter CD**, ktorého základom bolo luxusné kupé **Opel Diplomat V8** z roku 1965. Fantázii sa medze nekladli, a tak sa zrodili aj ďalšie projekty: dvojmiestne **Aero GT** s odnímateľnou strechou, ktoré bolo atrakciou na frankfurtskom autosalóne roku 1975, a experimentálna štúdia tvarov budúcnosti **GT/2**

z toho istého roku. Ostalo však iba pri prototypoch, ktoré sa nikdy nedočkali sériovej výroby. **GT/2** je dnes v múzeu v Mníchove. Začiatkom 90. rokov marketingoví odborníci vycítili, že trh dozrieva a všeobecná recesia automobilového priemyslu je na ústupe. Lenže začať vyrábať v podstate úplne nový model nie je lacná a každodenná záležitosť, preto bolo nutné zistiť verejnú mienku. Príležitosť pre takýto prieskum ponúkajú autosalóny. Opel si vybral Frankfurt nad Mohanom a roku 1993 už v expozícii automobilky púťali pozornosť tri prototypy postavené na tom istom základe. Všetky vychádzali zo sériového modelu Corsa: auto na voľné chvíle s ná-

zvom **Scamp**, štúdia roadsteru a už známe kupé **Tigra**. Verejnosť mala sama rozhodnúť, či sa niektorý z nich bude vyrábať aj sériovo. Kým sa však symaptický trojlístok dostal na autosalóne vo Frankfurte na otáčavé pódium, pretieklo v Mohane veľa vody.

Design centrum v Rüsselsheime
 Designer je človek tvorivý a hľadajúci. Ak sa čo len dvaja stretnú len tak, pri káve, obrúsky alebo papierové podnosy na stole určite ponosú stopy ich tvorivého potenciálu. Rodí sa nová myšlienka, vzniká nové riešenie, a to všetko nad rámec pracovných povinností. Dobrý nápad totiž nepozná pracovný čas. Príde náhle, a ak ho hneď nezachytíte, rovnako náhle aj odíde. Treba ho zaznamenať. Výsledkom nejedného nezáväzného stretnutia týchto nadšencov býva začiatok veľkého projektu. Na jeho konci, ako v tomto prípade, zide z pásov výrobných hál nový automobil. Design Centrum Technicko-vývojo-

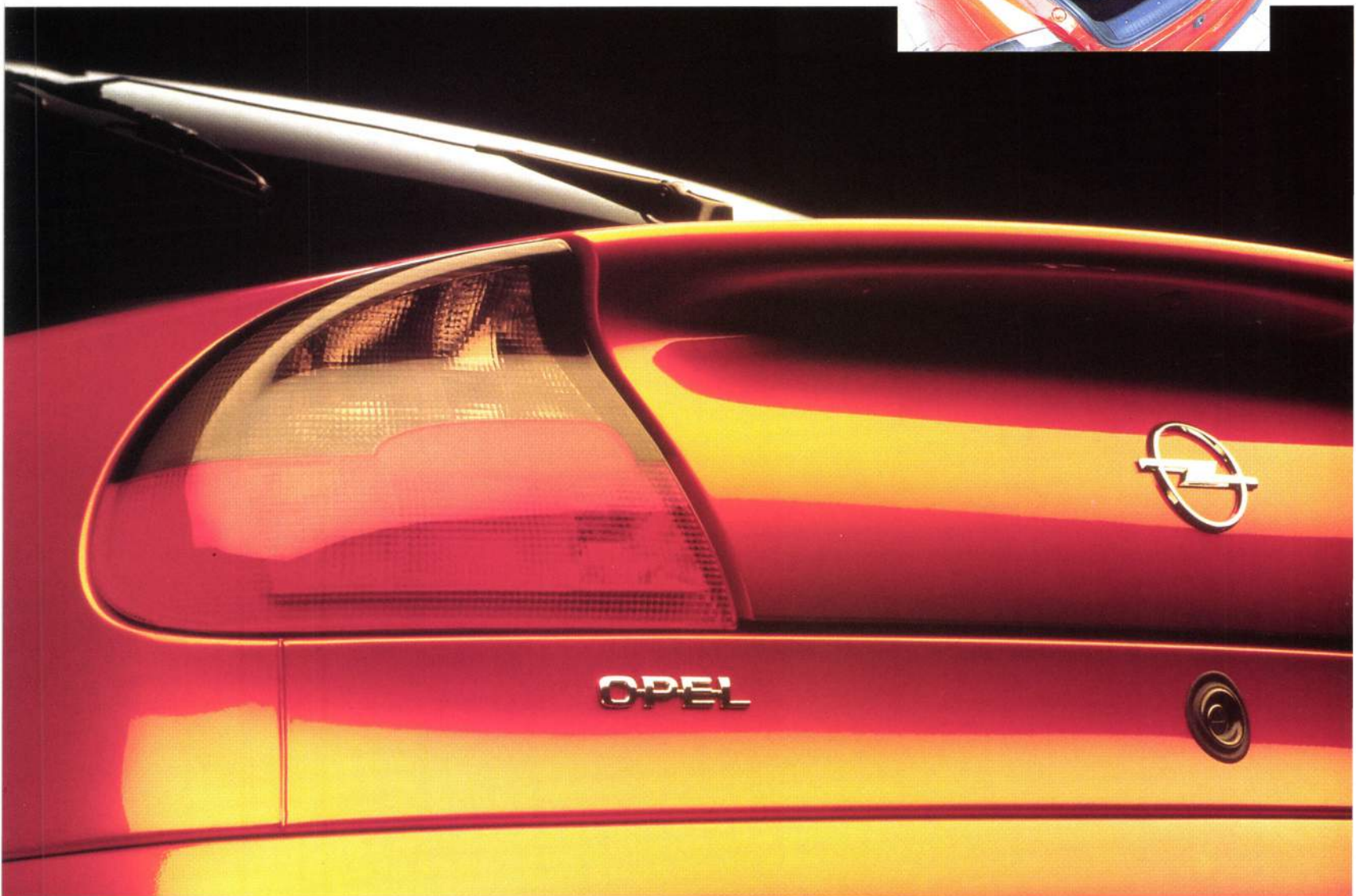
vého strediska Opla v Rüsselsheime zamestnáva okolo 230 designerov, modelárov, inžinierov, počítačových odborníkov, technických a administratívnych pracovníkov z 15 krajín sveta. Na jednotlivých vývojových pracoviskách po mnohých hodinách usilovnej práce postupne vznikajú základné línie karosérie a riešenie interiéru nového automobilu. Tak to bolo aj v prípade projektu kompaktného športového kupé Opel Tigra. Opel/Vauxhall už slávil obchodné úspechy s modelom Corsa vo svojej triede, ale to ešte stále nebolo to pravé pre tím designerov pracujúcich pod vedením Hidea Kodamu. Rozvíjali predstavu o malom kompaktnom kupé, ktoré malo mať zdravo drzé a bezchybné tvary, vysoký stupeň aktívnej a pasívnej bezpečnosti a súčasne malo ponúknuť pohodlie a optimálne využitie vnútorného priestoru. Priaznivé prognózy a vývoj na svetovom automobilovom trhu im ponúkli príležitosť. Po slovách prichádzajú prvé tahy...

Papier znesie veľa

Prvé náčrtky, prvé rozdiely v základnej línii, korekcie a ďalšie náčrtky. A opäť korekcie. Stovky hodín strávených nad kresliacou doskou, kilá papiera... Už prvé skice však dávajú tušiť čisté tvary a dynamické línie predznačujú charakter budúceho auta. Po nespočetných náčrtkoch a siahodlhých diskusiách vyhráva nakoniec ten, ktorý má poslúžiť ako základ pre vytvorenie modelu. Je to jediná cesta, ako sa presvedčiť, či návrh, ktorý veľmi dobre vyzerá na papieri, obstojí aj po premietnutí do hmatateľnej podoby. Takto vznikne päť pozoruhodných modelov v mierke 1 : 3. Každý z nich je svojím spôsobom atrak-



4
5



1. Pôvodný návrh s označením Project 4202 sa od konečnej podoby Tigry ani veľmi nelíšil.
2. Štúdia Aero GT odvodená od modelu Opel GT bola atrakciou na frankfurtskom autosalóne roku 1975.
3. Výsledkom práce designerov sú čisté línie. Charakteristickým stylistickým prvkom je protichodný oblúk dverového stĺpika.
4. V prípade projektu Opel Tigra mal designer za úlohu okrem atraktívneho vzhľadu vyriešiť aj účelnosť malého kupé. Po sklopení zadných operadiel vznikne batožinový priestor s objemom 430 litrov a vďaka vysoko výklopnej zadnej stene nie je v ňom problém prepravovať aj objemnejšie predmety.
5. Zadné skupinovú svetlá integrované do spoileru.



6
7

tívny, ale len jeden sa od ostatných výrazne líši. Strecha mu v protichodnom oblúku prechádza do zaujímavého dverového stĺpika a umožňuje vyniknúť aj originálne tvarovanému zadnému oknu. V tomto štádiu ešte stále nikto nevie, ktorý z návrhov dostane prednosť. Modely sú predstavené manažmentu automobilky, a ten rozhodne, ktorý z nich bude ďalej rozpracovaný. Napriek mierke 1 : 3 sú už hlinené modely pomerne realistické. Predstava budúceho kupé je čoraz jasnejšia. Čas i materiál sú drahé, preto designeri využívajú jednoduchý efekt reflexie. Vyrobia iba polovicu modelu a po priložení k zrkadlu odraz dielo doplní.

Vyhráva projekt 4202

Prvé sito výberu určuje dva návrhy, ktoré sú ďalej spracované v životnej veľkosti do posledného detailu. Jeden z nich - už vtedy takmer navlas podobný dnešnej Tigre - je aj pojazdný. Má osadený motor a skutočný podvozok. Designerský tím, už vtedy tušiac jeho budúcnosť, ho chcel ešte

väčšmi priblížiť realite. Je to pôsobivé a manažment firmy dáva jednoznačne zelenú modelu s označením **Project 4202**. Najvýraznejším štylistickým prvkom budúceho automobilu je už spomínaný charakteristický stĺpik dverí s protichodným oblúkom. Práca modelárov na makete v mierke 1 : 1 sa však ešte len začína. Základný, hrubý tvar modelu drží jadro z peny. Na precízne dotvarovanie slúži špeciálna modelárska hlina, ktorá je dobre tvarovateľná za tepla, ale v izbovej teplote tvrdne. V spracovateľnej podobe sa s ňou modelári doslova mazlia a uhládzajú tvar do definitívnej podoby. Nad každým detailom strávia dlhé hodiny, vylepšujú, upravujú, hľadajú ten správny tvar a skúšajú v aerodynamickom tuneli. Zvláštnu pozornosť venujú vonkajším spätným zrkadlám a kolesám, ktoré sú z hľadiska charakteru budúceho vozidla veľmi dôležité. Nakoniec model pokryjú farebnou fóliou. Farba musí ladiť s tvarom a ak je to nutné, použijú aj metalízu. Dielo je v tejto fáze hotové. Farby žiaria, okná sa lesknú, auto stojí na hliníkových diskoch. Už len nasadnúť, naštartovať a vyraziť. Ilúzia je dokonalá. Keď sa už dielo dá považovať za hotové, vynorí sa celá kopa otázok: Sú propor-

cie správne? Je pri pohľade na prednú masku evidentný príbuzenský vzťah k širokej rodine automobilov značky Opel? A čo krivky a tvar nárazníkov? Aké pocity auto vzbudzuje?

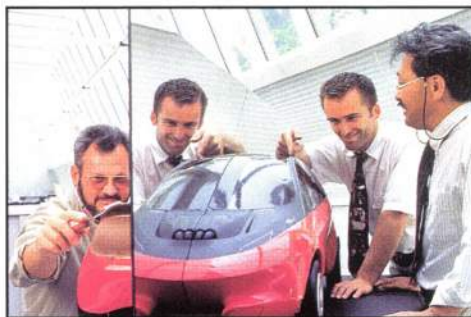
Čo je úlohou designera?

Dobry designer sa neobmedzuje len na návrh základného tvaru nového produktu. Iste, táto prvotná idea je dôležitá, ale jej reálna podoba v praxi nájde uplatnenie až po konzultácii s odborníkmi z iných oblastí. Automobilový designer musí komunikovať s celým tímom špecialistov na aerodynamiku, mechanické časti vozidla, marketing a samotnú výrobu. Designer je tak trochu z iného, „nadoblačného“ sveta a aby sa jeho myšlienky stali skutočnosťou, musí „lietať“ nižšie pri zemi. Nesmie však padnúť. Dobry designer by mal mať pocit, že naozaj lieta, ale nie až tak vysoko, aby prerušil komunikáciu s tými, ktorí „chodia po zemi“, ale bez ktorých svoj sen nikdy neuskutoční. Každé dielo je timovou prácou. Aby bola predstava čo najdokonalejšia, vyrobí sa základný model s variabilným riešením napríklad zadnej časti auta. Konkrétne táto časť bola výzvou pre designerov budúcej Tigry. Chceli, aby bola čisto tvarovaná a aerodynamická. Kým sa im

podarilo presadiť zakomponovanie časti zadných svetiel do zadného spoileru, absolvovali hodiny búrlivých diskusií s odporcami tohto riešenia. Na riešenie zadných skupinových svetiel integrovaných do zadného spoileru môžu byť dnes právom hrdí. Práve tieto partie Tigry spĺňajú jednu zo základných podmienok pre pripravované malé kupé, vyslovených na začiatku - sú provokujúce, drzé, ba až dráždivo osobné. Práve pri ich tvarovaní si designeri ustrážili tú spomínanú nevyhnutnú „výšku svojho letu“.

Ako sa design stretáva so skutočnosťou
Po všetkých tých namáhavých debatách o každom detaile prichádza na rad technika. „Snímačom bodov“ sa hmota modelu pretransformuje do digitálnej podoby, aby sa do hry o definitívny tvar objektu zapojil aj počítač. Proces sa opakuje. Počítač podrobí tvar jednotlivých prvkov simulovaným skúškam pevnosti, či v aerodynamickom tuneli. Nastupujú ďalšie korekcie, no vďaka modernej metóde konečných prv-

kom tuneli. Opäť nastupuje tím inžinierov, ktorí okrem všeobecnej snahy dosiahnuť tvarom modelu čo najnižší koeficient odporu vzduchu (C_x) musia pamätať aj na praktický význam aerodynamiky. Nastupuje nekompromisné technické chápanie projektu, výsledkom ktorého je dokonalé obtekanie vzduchu s minimálnym znečisťovaním skiel karosérie pri jazde. Obtekanie vzduchu sú vystavené aj vonkajšie spätné zrkadlá a ak majú spĺňať svoju funkciu, tiež ich nesmie znečistiť špina ciest v daždivom počasí. To všetko ruka v ruke s estetickým cítením tak, aby výsledný efekt nedoplatil na honbu za C_x . V konečnej fáze opúšťa aerodynamický



tunel zrelý automobil. Vďaka údajom, ktoré strážil počítač, je dosť miesta pre použitie niektorých prvkov interiéru z modelu Corsa a pod kapotou si nájdu miesto aj dva z rodiny novej generácie motorov Ecotec. Tvar modelu je definitívne dokončený po kontrole všetkých údajov v počítači. Posledným krokom je hrubá maketa vyrobená z robustného plastu podľa zakódovaných údajov. Bude slúžiť ako forma na výrobu matric na razenie jednotlivých častí karosérie. Práca designerov sa končí, aby sa opäť na inom projekte, ale s rovnakým nadšením začala. Na frankfurtskom autosalóne roku 1993 verejnosť jednoznačne podporila rozhodnutie automobilky vyrábať z trojice ponúkaných štúdií malé športové kupé Opel Tigra, ktorý zaznamenal výrazné úspechy na trhu.

Tomáš Hladný
Média B.O.A.T.



kov sa tvar auta blíži ku konečnej podobe. Napriek prítomnosti nevyhnutného počítača však najdôležitejšiu úlohu stále zohráva ľudské oko a zmysel pre cit. Posledné úpravy čakajú na model v aerodynamic-

6. Interiér roadsteru priťahoval teplými farbami.
7. Doladovanie tvarov karosérie v aerodynamickom tuneli.
8. Trik s odrazom obrazu v zrkadle šetrí čas i materiál.
9. Vpravo šéf designerského štúdia Hideo Kodama.

Opel Tigra.

Nábytok v Kodani

Škandinávsky veľtrh nábytku v Kodani uzatváral „sňúru“ veľkých európskych nábytkárskych veľtrhov - Parížsky salón a prehliadka v Kolíne sa konajú v januári, Švédsky veľtrh nábytku v Štokholme vo februári a Milánsky veľtrh začiatkom apríla. Stretnutie prevažne škandinávskych firiem usporiadali po prvý raz v jarnom termíne - 26.-30. apríla, pretože organizátori chceli vytvoriť čo najvýhodnejšie podmienky pre uzatváranie obchodných kontraktov na najbližšie dva roky, čo predchádzajúci jesenný termín neumožňoval. Snaha organizátorov podporiť predovšetkým obchodný charakter veľtrhu bola vyvážená osobitnou expozíciou 13 designerov a skupín, ktorá na ploche 850 m² ukazovala, akým smerom sa uberá vývoj nábytkového designu v škandinávskych krajinách.

Kodaňský veľtrh nemožno potočovať s azda najvýznamnejším európskym veľtrhom v Kolíne (1500 vystavovateľov z celej Európy v roku 1995), ktorý podáva obraz o produkcii nábytku i trendoch v rámci Európy, no takmer 500 firiem, prevažne dánskych, vystavujúcich v Kodani, hovorí o významnom podiele škandinávského designu v tejto oblasti.



2



4



3

1. Stolička. Design: Komplot Design. Výrobca: Fritzsons, Dánsko.

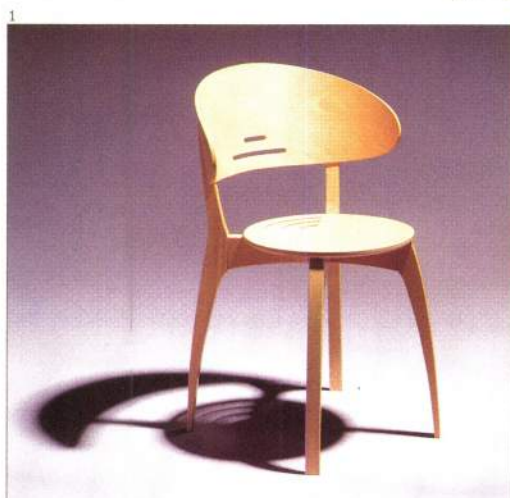
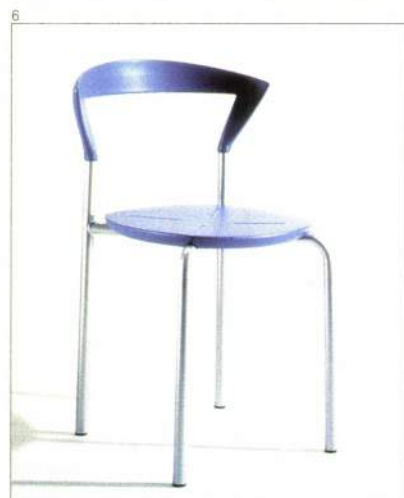
2. Stoličky. Design: Octo.

3. Kreslo Shogun. Design: Verner Panton. Výrobca: Erik Jorgensen, Dánsko.

4. Sedadlá do čakární. Design: Johannes Foersom, Peter Hiort-Lorenzen. Výrobca: Erik Jorgensen, Dánsko.

5. Hojdiacie kreslo Queensland. Design: Oluf Lund. Výrobca: Skalma, Dánsko.

6. Stolička Opus. Design: Pelikan Design. Výrobca: Bent Kroghs Stalmobelfabrik, Dánsko.



Jarný veľtrh nábytku vo Viedni

Bauen und Wohnen '95 - najväčší rakúsky stavebný a nábytkársky veľtrh sa konal v dňoch 11.-19. marca 1995 na Viedenskom výstavisku, ktoré v posledných rokoch výstavbou nových hál značne rozširuje výstavnú plochu a počet vystavovateľov. Nemôžeme ho však zaradiť medzi najväčšie medzinárodné veľtrhy, ako je napr. Kolín nad Rýnom, Paríž či Miláno, na ktorých sa spravidla predstavujú posledné novinky špičkového svetového designu, no napriek tomu aj tento rok potvrdil, že cieľom usporiadateľov je sprostredkovanie informácií a služieb v tomto regióne.

V novom výstavnom pavilóne bola po prvý raz samostatne vystavovaná najmodernejšia domáca technika (napr. firma AEG pod sloganom Ekonomická domácnosť s AEG vystavovala umývačku riadu, ktorej spotreba vody je 25 % menšia ako pri predchádzajúcich typoch.

Aj nábytkársky priemysel vyrába a inovuje v zmysle rastúcej ekologickej zodpovednosti za životné prostredie. Nábytok sa v ostatnom čase vyrába čoraz väčšími z hodnotných materiálov, ako je napr. masívne drevo v kombinácii s kožou, kovom, prírodnými textíliami. Hitom sa stáva surová kovová konštrukcia, ktorá býva kostrou sedacieho a ležadlového nábytku, stolov, regálov, ale sa z neho robia aj poličky a predné plochy skriniek. Čoraz častejšie sa využívajú rôzne typy výpletov. Nábytok je vyhotovený najmä zo svetlého masívneho dreva, často je kombinovaný s plochami morenými na modro, resp. zeleno. Formy sú elegantné a jasné. Pri čalúnení je v obľube kombinácia rôznych dezénov, ktorých farebná škála sa prikláňa k prírodnému štýlu - sýtim zemitým tónom, resp. základným farbám. Dôraz na ergonomické parametre je okrem sedacieho a ležadlového nábytku čoraz výraznejšie uplatňovaný pri kuchyniach.

Jedným z ťažiskových bodov výstavy bola aj expozícia Viedenskej skupiny, ktorá sa zaoberala výlučne širokou paletou mediálnych a relaxačných nábytkov.

Rakúska stavebná sporiteľna Raiffeisen Bausparkasse, jedna z najväčších financovateľov výstavby bytov v Rakúsku, vypísala spolu s odborným časopisom Architektur a vedením veľtrhov súťaž pre mladých architektov a študentov pod názvom „Mladá architektúra - variabilné bývanie v skupinách“, inými slovami - bývanie zajtrajška, bývanie v skupinách s ekologickými a ekonomickými výhodami, zohľadňujúca flexibilitu meniacich sa životných situácií. Opierajúc sa aj o mienku expertov, že zhusťená plošná výstavba bude v budúcnosti čoraz dôležitejšia, bolo zastavenie sa pri výstave 25 projektov a modelov s vizionárskymi a inovatívnymi myšlienkami zaujímavým obohatením veľtrhu.

P. S.



1



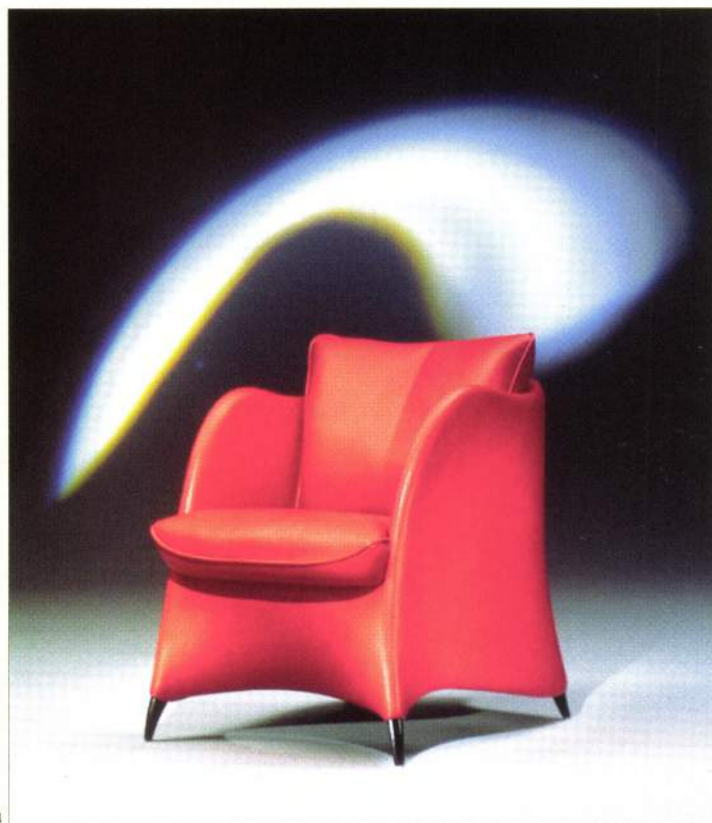
3



3



1. Inspiration 565 (vysoké kreslo), firma Rolf Benz.
2. Metropolis, firma Wittmann, design: Wolfgang C. R. Mezger.
3. Kuchyňa Acron, firma Bosch, Ergonómia umývacieho centra
4. Cosa, firma Wittmann.



4



Vydavateľstvo MERITUM

Na situáciu v našich kníhkupectvách si často postažujeme. Čo všeličo vofakedy vychádzalo, aký brak sa podsúva deťom, ale i dospelým, ako poklesla úroveň grafickej úpravy a pod. Potešili by nás i vofakedy existujúce malé publikácie autorských profilov, ktoré prinášali aktuálne informácie o súčasných osobnostiach a ich tvorbe z rôznych oblastí domácej výtvarnej scény. Ak sa dnes predsa len s takouto publikáciou stretnete, je to len vďaka tomu, že ide o srdcovú záležitosť samotného vydavateľa.

A to je aj hlavný dôvod vzniku vydavateľstva MERITUM roku 1993.

Vydavateľ Martin Mašek sa po rokoch projektovania, pedagogickej a teoretickej aktivity rozhodol, že ak chce čítať dobrú knižku, musí ju vydať sám.

Na tento rok pripravilo vydavateľstvo zaujímavú edíciu Súčasní slovenskí architekti. Do konca roka by malo vyjsť ešte 8 monografií. Na svete sú už 4 - Ján Bahna, Bogár - Urban - Králik, Ivan Marko a Dušan Voštenák. Autormi publikácií sú rovnako známi teoretici Matúš Dulla, Henrieta H. Moravčíková, Dana Bořutová a ďalší.

Na tejto aktivite je navyše sympatické to, že ku každému vydaniu publikácie vydavateľstvo zorganizuje i autorskú výstavu, v rámci ktorej predstaví publikáciu i autora.

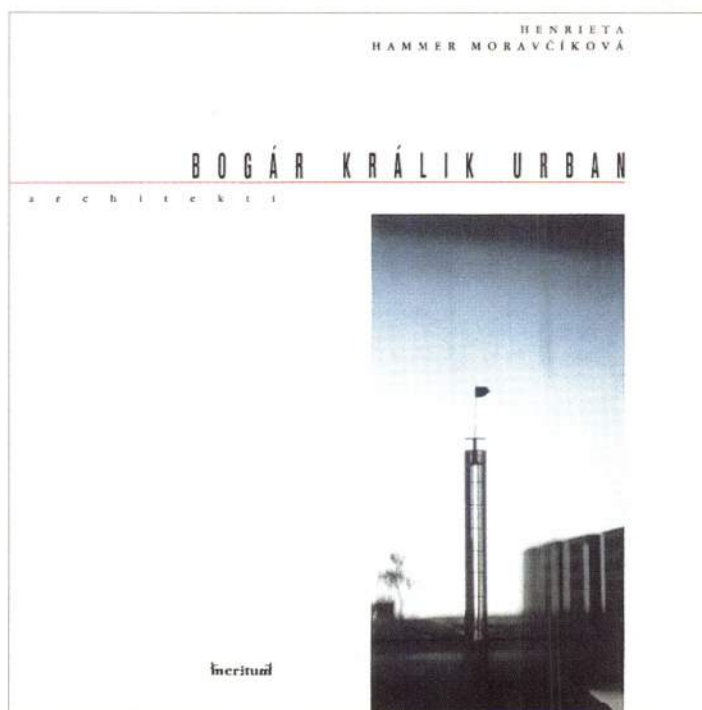
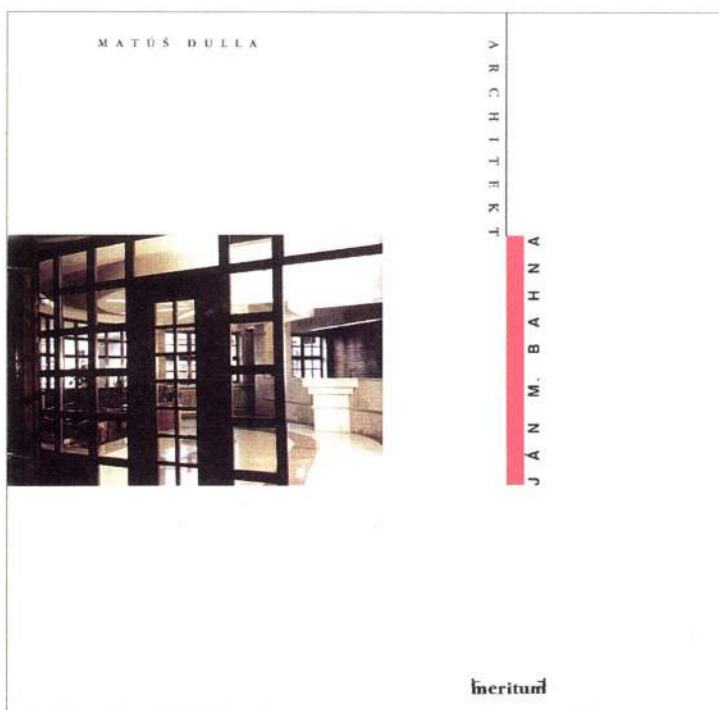
Okrem spomínanej edície toto malé vydavateľstvo má bohatú edičnú činnosť. Vydáva časopis o architektúre, stavebníctve a bývaní INTERIÉR - ASB, ktorý vychádza 6 x ročne, vyšla tiež publikácia Kto je kto v architektúre

na Slovensku - architektúra, urbanizmus, interiér, interiérový design, výstavníctvo.

V edičnom pláne tohto malého vydavateľstva na tento rok nájdeme aj také tituly, ako je Design 20. storočia, Sprievodca po modernej architektúre Bratislavy a Stavebný radca. S potešením konštatujeme, že sa v súčasnosti našlo aspoň jedno vydavateľstvo, ktoré vydáva túto prepotrebnú, a pritom vôbec nie komerčnú literatúru.

Tešíme sa na edičný plán vydavateľstva MERITUM na rok 1996.

K.H.



Príbory

K posledným novinkám firmy Alessi z roku 1995 patria série príborov a kuchynského nerezového náradia. Michael Graves doplnil súbor príborov Valle z roku 1994 o súpravu naberáčiek, v ktorej zachováva charakteristický detail motýlieho profilu rúčky. Pozoruhodným tvorivým stretnutím sa stala spolupráca

firmy Alessi s nestorom talianskeho designu architektom a designerom Marcom Zanusom (nar. 1916), ktorý je aktívne činný od roku 1945. Marco Zanuso pôsobil v 40. a 50. rokoch ako šéfredaktor najvýznamnejších talianskych designerských časopisov a jeho návrhy pre priemysel - nábytok, televízory, šicie stroje - významne ovplyvnili vkus doby. Zanuso je držiteľom množstva ocenení Zlatý kompas, ktorý sa udeľuje kaž-

doročne najlepšiemu talianskemu výrobovému designu. Ako architekt vytvoril projekty mnohých priemyselných komplexov pre firmy Olivetti, IBM a iné. Do roku 1970 spolupracoval s Richardom Saperom a z ich spoločnej záľuby v technologických výskumoch vzišlo mnoho objektov. Súprava Duna z r. 1995 je prekvapivou ukázkou tvorivých možností Marca Zanusa.

Marco Zanuso: súprava príborov Duna, 1995.



Michael Graves: súprava Valle, 1995.



Ateliér MENDINI

Súčasťou dlho očakávaného otvorenia nového múzea umenia v holandskom Groningene /pozri článok na str. 24/ bola aj výstava ateliéru Mendini. Ateliér, založený v roku 1989 bratmi Mendiniovcami Francescom a Alessandrom, sa zameriava na designerskú činnosť,

experimentálnu architektúru a pracuje aj pre rôzne renomované firmy, ako Alessi, Swatch, Bisazza, Vitra a ďalšie. Napr. výsledkom spolupráce s firmou GLAS je kolekcia „33 zrkadiel“ podľa návrhov špičkových designerov pracujúcich pre ateliér Mendini, ktoré boli

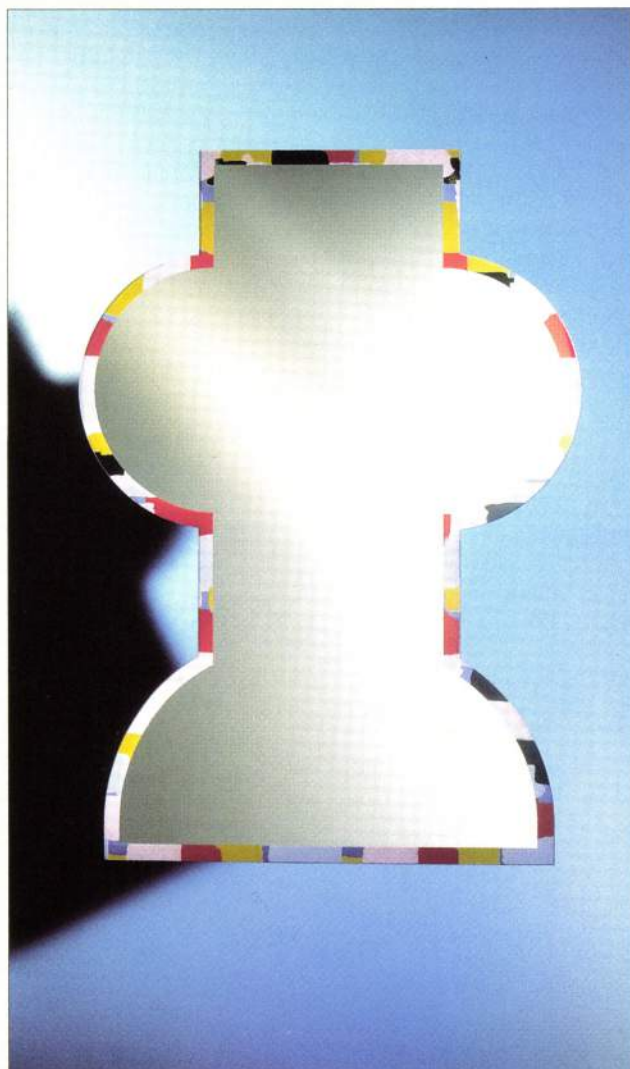
veľmi citlivo inštalované v exkluzívnych priestoroch múzea.

Firma GLAS sa zameriava predovšetkým na aplikácie skla.

Z kolekcie 33 zrkadiel. Design: Ettore Sottsass. Výrobca: Glas, Macherio.



Z kolekcie 33 zrkadiel. Design: A. Brandolini. Výrobca: Glas, Macherio.



PLAGIARIUS - trpaslík so zlatým nosom

Počas prehliadky frankfurtského veľtrhu na jar r. 1977 objavil Rido Busse v stánku istého hongkonského vystavovateľa presnú kópiu listovej váhy č. 8600 z produkcie firmy Soehnle Waagen v Murrhardte. Originál bol vyvinutý ateliérom Busse design Ulm pred dvoma rokmi a po roku uvedený firmou Soehnle na trh. Zatiaľ čo originál stál toho času 26 DM, čínska firma ponúkala kópiu tohto výrobku oveľa lacnejšie - 6 ks za 24 DM. Kvalita zodpovedala rozdielu ponúkanej ceny. Originál bol vyrobený z vysokokvalitnej ABS hmoty, plagiat z polypropylénu nízkej akosti, ktorý značne oplyvňoval presnosť váženia. Napriek tomu, že firma Soehnle podala sťažnosť a importér sľúbil, že s dovozom plagiatu skončí, dostali sa tieto váhy prostredníctvom iných importérov o niečo neskôr opäť na trh. Už počas veľtrhu sa Rido Busse rozhodol udeľovať negatívnu cenu za plagiat a prostredníctvom tlače, rozhlasu a televízie upozorniť verejnosť (a tým i zákonodarcov) na tento problém hospodárskeho poškodzovania.

Kúpou obyčajného záhradného trpaslíka nalakovaného na čierne a so zlatým nosom, ktorý si vyslúžil

zásluhou o plagiatstvo, začala občianska iniciatíva „jedného muža“. Prvým držiteľom ceny Plagiarius sa stala firma Lee z Hongkongu. Žiadna porota ešte neexistovala a cenu udelil sám Rido Busse vo svojom výstavnom stánku na veľtrhu v Hannoveri v rámci tlačovej konferencie. Tento spôsob udeľovania ceny Plagiarius sa dodnes nezmenil, i keď sa udeľuje na rôznych miestach.

Medzitým o udeľovaní ceny rozhoduje porota zložená z právnikov, novinárov, podnikateľov, osobností verejného života a inštitúcií pre patentové právo. Vedľa seba sa publikuje originál i plagiat s plným uvedením mena firmy a informácia o nekalej súťaži „ťažkopodníka-teľov“ obleti celý svet. Odborné časopisy po celý rok uverejňujú výzvy, aby ten, kto objaví plagiat na výstave, veľtrhu či v obchode na policii, informoval o ňom organizátora ceny Plagiarius.

Výstavu plagiatov, ktorým bola udelená cena trpaslíka so zlatým nosom, v posledných rokoch uviedlo ÖIF vo Viedni v apríli t. r.

ZB

Traktor pre budúce tisícročie

Doslova senzáciu spôsobil na veľtrhu TECHAGRO '95 v Brne kolesový traktor INNOTRAC. V silnej konkurencii a tesnom susedstve svetových výrobcov poľnohospodárskych traktorov bol ustavične obklopený obdivovateľmi, a to laikmi, ale aj „fajnšmekrami“. Všetci oceňovali jeho prednosti, ku ktorým patria predovšetkým vynikajúce podmienky pre prácu obsluhujúceho, ktoré vznikli vďaka netradičnému poňatému designu. To bol aj dôvod, prečo mu hodnotiteľská komisia udelila Zvláštnu cenu a komisia designerov Design centra ČR cenu Design Prestige. INNOTRAC, ktorý mal v Brne svetovú výstavnú premiéru, vznikol upravením traktora Zetor 9540 a pridaním celkom novej kabíny a kapotáže. Odborníci sa zhodli na tom, že v tomto prípade ide o celkom nový prístup. INNOTRAC je ukazovateľom nových vývojových trendov v zlepšovaní podmienok práce vodiča i v zlepšení využiteľnosti klasicky riešeného súčasného univerzálneho poľnohospodárskeho traktora. Technicky a esteticky sa celkom vymyká súčasným riešeniam. Autorom designu je akademický sochár Zdeněk Zdaňil (1946) z Brna, ktorý svoje myšlienky uskutočnil vďaka firme Innotech International Jaroměř. Jej majiteľ Ing. Zdeněk Mrkvica sa programovo zaoberá realizáciou inovačne zaujímavých nápadov. Napríklad Zdeněk Zdaňil získal roku 1991 cenu Vynikajúci design za malotraktor MT 8-075. Ďalším významným miestom, kde bude INNOTRAC vystavený, je nemecký Hannover. (cic)



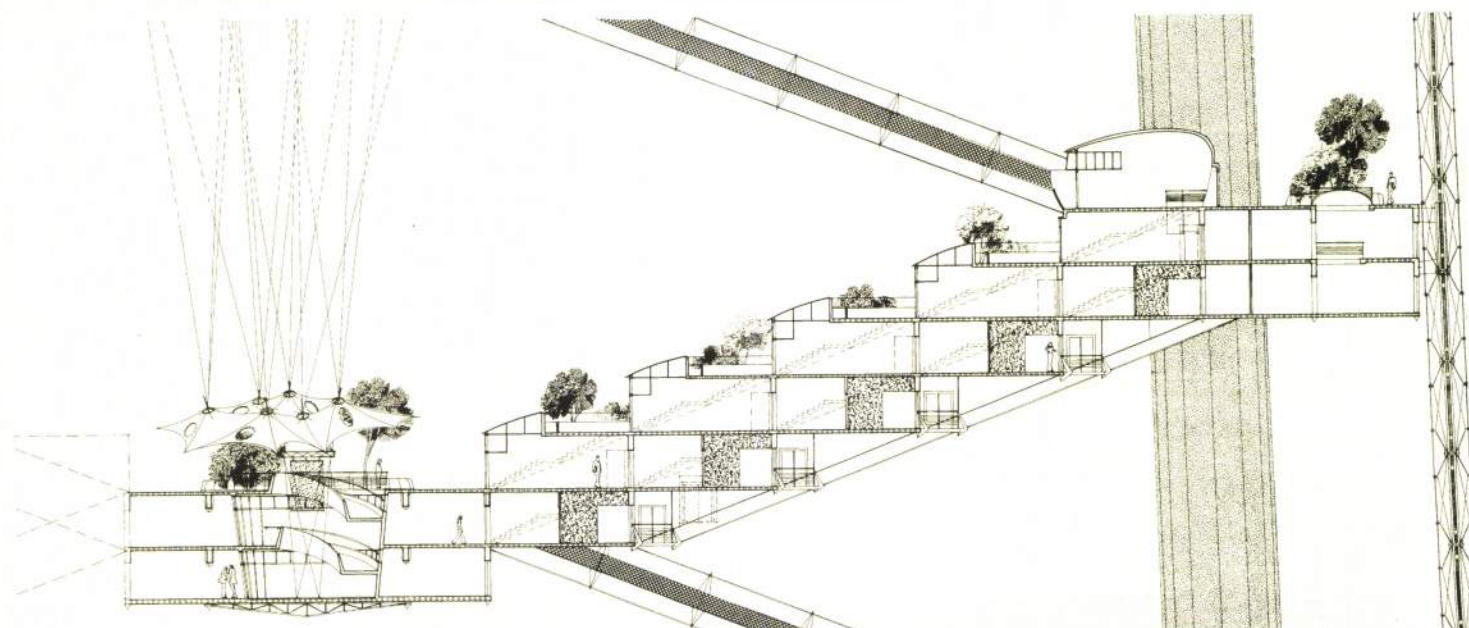
Vertikálna dedina

V polovici mája sa konal v holandskom Amsterdame 5. svetový kongres o výškových budovách a mestskom bývaní URBAN HABITAT. Jednou zo sprievodných akcií bolo aj vyhlásenie výsledkov študentskej súťaže VERTICAL VILLAGE, ktorej sa zúčastnilo 120 univerzít z celého sveta. Súťaž mala stanovené náročné kritériá a úlohou bolo vytvoriť projekt vertikálnej dediny pre 4000 obyvateľov s celkovou plošnou výmerou 600 000 m², z toho na bývanie 200 000 m², výška od 300 do 400 m. Organizátori vopred oznámili, že ocenia len dva projekty. Druhú cenu v náročnej svetovej konkurencii získal projekt Bratislavčanov Drahana Petroviča, Eduarda Trembuláka, Stanislava Krčmárika a Martina Dudáška, konzultantmi boli prof. Imrich Tužinský a Svetozár Lichardus, DrSc., z Fakulty architektúry STU.

Pri projektovaní dediny-mrakodrapu vychádzali autori z princípu údolného mesta, ako napr. Banská Štiavnica, a vytvorili vežu, v ktorej je takýchto údolí 11. „Našu vežu sme nazvali Veža výberov, ako zdôraznenie toho, že možnosť vybrať si výhľad z veže a cesty, akými sa dá prejsť peši cez mrakodrap, je jednou z najdôležitejších slobôd obyvateľa. Sloboda voľby, výberu, to bola naša hlavná myšlienka. Chceli sme dať ľuďom priestor, aby si ho dotvorili. Je to pokračovanie prírody“ (Drahan Petrovič).

1. Model obytnéj veže v mierke 1:1500. Výška modelu 1 m.
Foto: Rasto Pazdera

2. Detailný rez ramenom obytnéj veže.

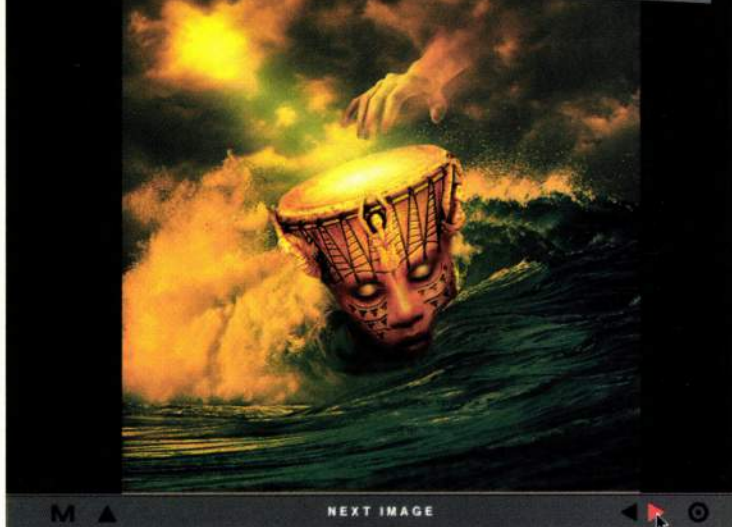
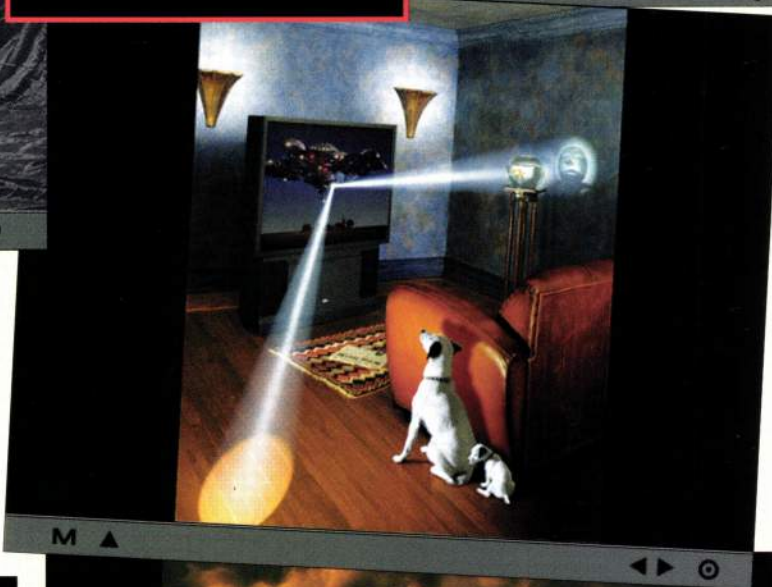
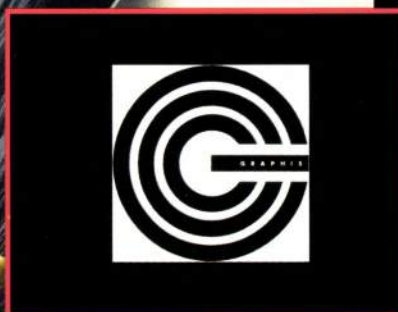
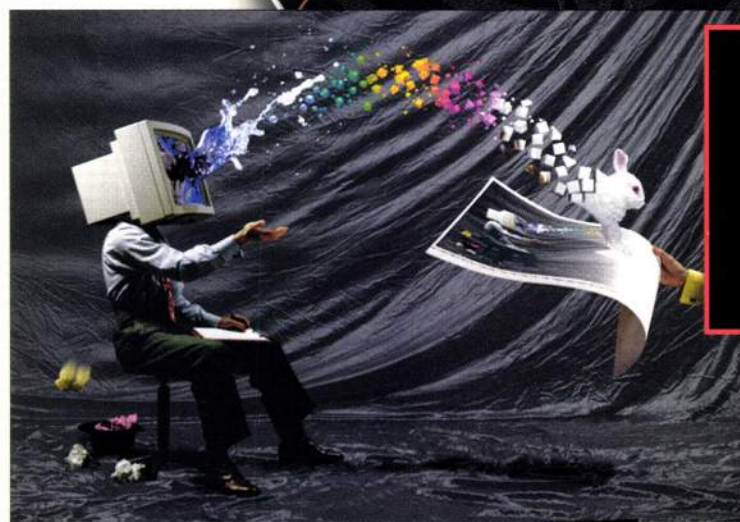


Digitálna revolúcia a GRAPHIS

Exkluzívny americký časopis GRAPHIS venovaný grafickému designu a reklame, ohlasuje v čísle 296 začiatok novej éry časopisu. Stelesňuje ju disketa CD-ROM vytvorená firmou R/GA Interactive, pobočkou firmy R/GA Digital Studios, ktorá je súčasťou všetkých výtlačkov určených pre predplatiteľov. Táto prvá disketa z radu ďalších je sprievodcom k profilu firmy R/GA a jej zakladateľa Roberta M. Greenberga, ktorý sa v časopise predstavuje. Celé číslo 296 je venované počítačovej technológii v rukách grafických designerov.

Aj ďalšie vydania

GRAPHIS-u budú doplnené disketami - číslo 297 umožní nahliadnúť do profesie grafického designera a predstaví na diskete významných niektorých významných grafikov, číslo 298 bude venované fotografii a disketa bude obsahovať profil Cornela Capu, číslo 299 sa bude zaoberať témou design a obchodný úspech, doplnenou štúdiami prípadov tvrdých stretnutí dobrého a zlého designu v obchode, jubilejné číslo 300 bude zamerané na reklamu, významné reklamné agentúry a osobnosti.



Cena pre Ole Palsbyho

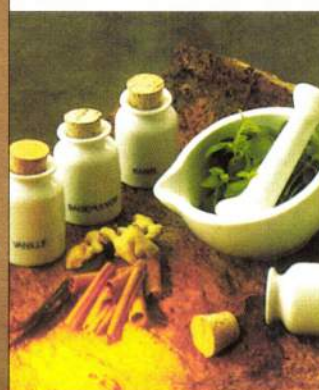
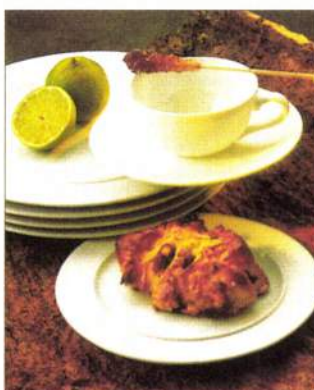
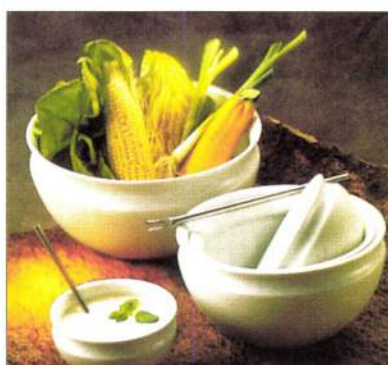
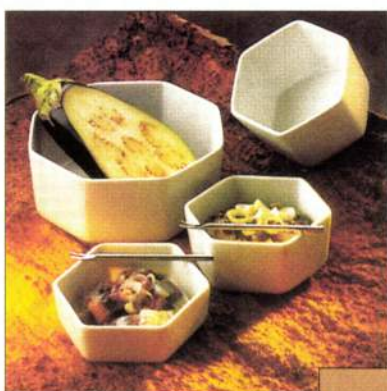
Dánske design centrum v Kodani udeľuje od r. 1980 Výročnú cenu designerovi alebo vedúcej osobnosti z priemyslu, ktorých dlhoročnú činnosť možno označiť za podstatný praktický alebo teoretický prínos pre vývoj designu. Výročnú cenu za rok 1994 udelili priemyselnému designerovi, ktorý za vyše 25 rokov svojho pôsobenia v tomto odbore vytvoril mnoho výrobkov úspešných v Dánsku aj v zahraničí. Získal ju Ole Palsby (nar. 1935), školením burzový maklér - umelecké a designerské vzdelanie nadobudol samoštúdiom a praxou u popredných dánskych designerov a architektov, ako aj praktickou činnosťou v oblasti architektúry, predaja umeleckých predmetov a nábytku. Postupne sa čoraz väčšmi venoval vlastnej designer-

skej tvorbe, ktorá napokon prevládala, stala sa živobytím a dôvodom mnohých medzinárodných ocenení. Úspech Ole Palsbyho v oblasti designu začal návrhom banálnych kuchynských predmetov, ako sú hrnce a panvice. Bola to predovšetkým dnes v Škandinávii už klasická séria Eva Trio, ktorou roku 1978 získal dánsku cenu za priemyselný design. Séria sa vyrába v širokej škále predmetov z kovu (vo viacerých farebných variantoch a kombináciách, napr. nikel, meď, čierny matný povrch) a z porcelánu, pri dózach a pod. v kombinácii s korkom.

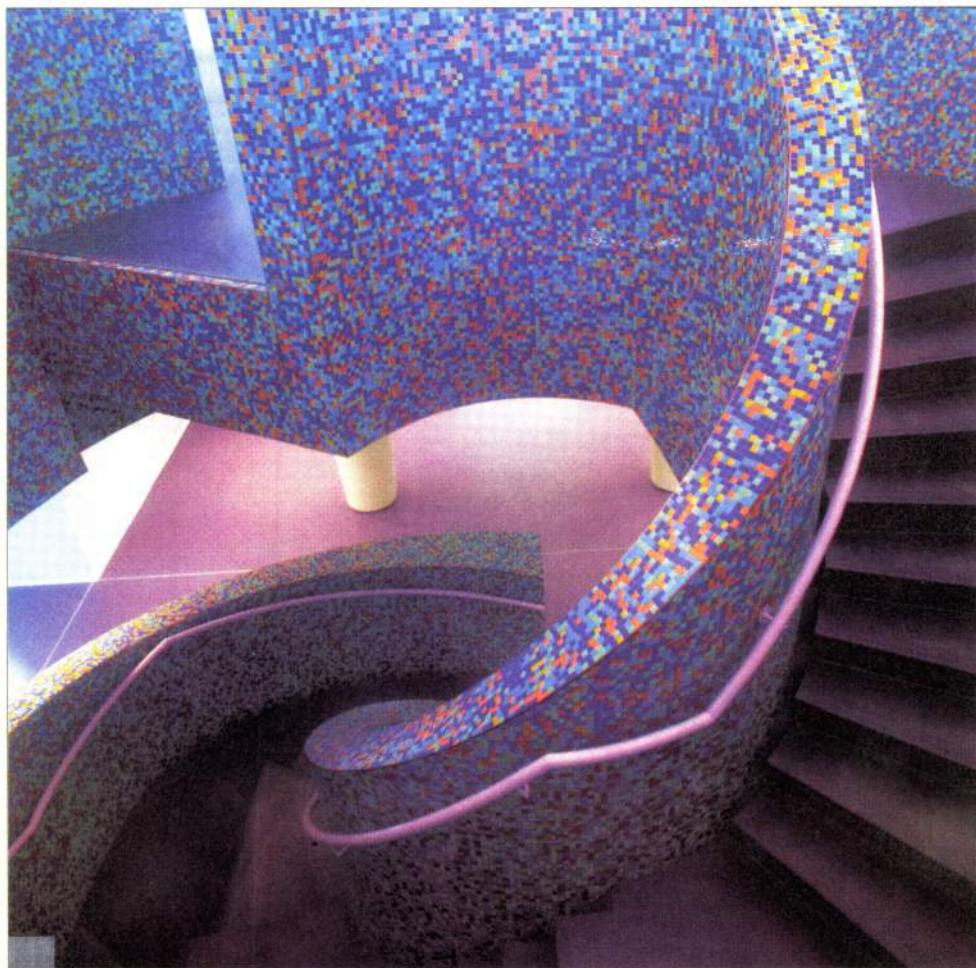
Ole Palsby zostal verný oblasti kuchynského a stolovacieho náčinia a pre viaceré podniky doma i v zahraničí navrhol celý rad každodenných predmetov, napr. ter-

mosky na kávu, porcelán, príbory, misky, dózy a rôzne predmety na uskladnenie, prípravu a podávanie jedál. Charakteristickou črtou Palsbyho produktov je funkčnosť, čistota a jednoduchosť foriem, ktoré zároveň pôsobia silne esteticky. Palsby však zdôrazňuje, že klasické motto „forma nasleduje funkciu“ zďaleka nestačí: do predmetu treba vdychnúť aj dušu, lebo inak sa stane nudným. Bez zveličovania možno povedať, že sa mu to darí, o čom svedčí aj mimoriadna obľúbenosť Palsbyho produktov u bežného zákazníka v Dánsku. Hoci cena je mierne nadpriemerná, Palsbyho termosky, hrnce, misy či soľničky sú v tisícoch domácnostiach, v reštauráciách, hoteloch či podnikových jedálňach.

Luba Pedersen



Mozaiky BISAZZA

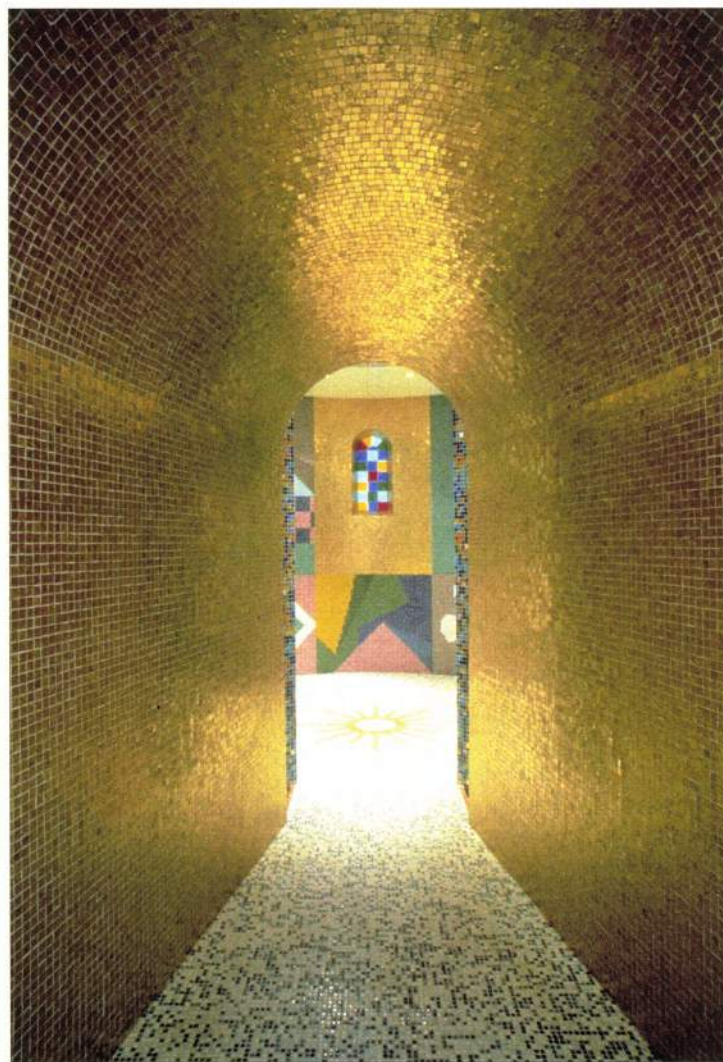


Talianska firma BISAZZA otvorila v Miláne novú výstavnú sieň nazvanú Casa Bisazza, kde chce predstavovať nové možnosti využitia sklenenej mozaiky v súčasnej architektúre. Firma ponúka nielen klasické riešenie mozaiky na stene či podlahe, ale rozširuje jej uplatnenie na vybavenie bytových a verejných priestorov. Sieň, podľa návrhu Alessandra Mendiniho, komponovaná ako komnata-klenotnica ponúka pôsobivý zážitok z mozaikových dekorácií a kolekcie objektov a nábytku, ktorej autormi sú známi výtvarníci a designeri, ako napr. Oscar Tusquets, Aldo Cibic, Mimmo Rotella, Ugo Marano a ďalší.

V mozaikách firmy Bisazza, ktoré sa vyrábajú v sklárňach na Murane, sa spájajú tradičné hodnoty benátskeho skla a jeho výrazová sila s modernými technologickými postupmi. Súčasná technológia zlepšujú kvalitu - mozaika má hladký povrch, zjemnené hrany, homogénnu farebnosť v širokej škále. Aj tu sa využívajú komputery pri snímaní a reprodukovani vzorov do mozaikových plôch.

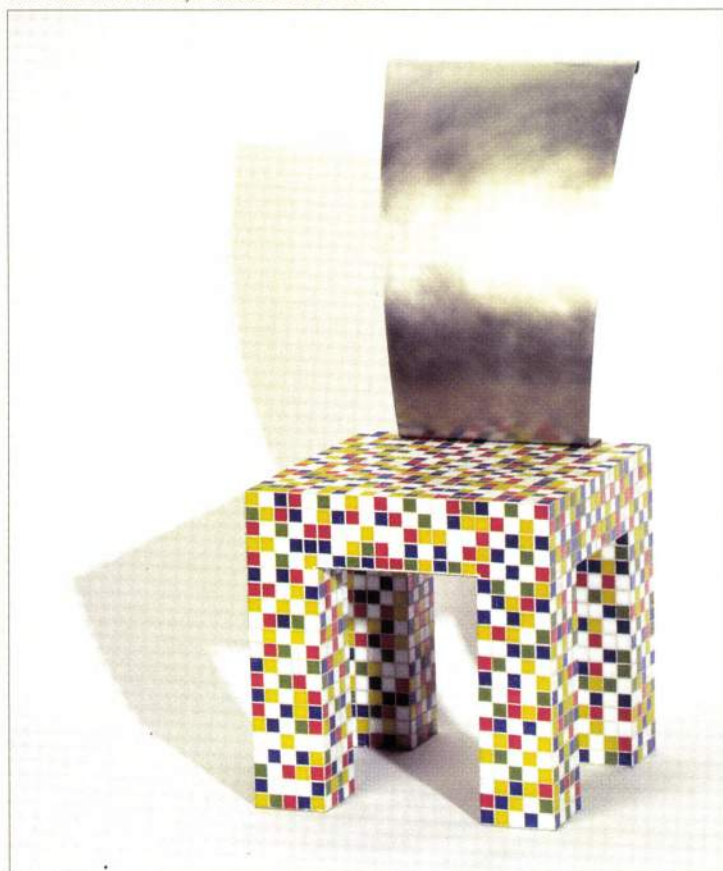
Bisazza sa môže pochváliť mnohými realizáciami uplatnenia mozaiky, zväčša na budovách a interiéroch spoločenského charakteru v Taliansku, Anglicku, Švajčiarsku a USA. Jednou z posledných príležitostí bolo novootvorené múzeum v Groningene (Holandsko).

Schodište v Múzeu umenia v holandskom Groningene, kde sa použili sklené mozaiky Bisazza extenzívnym spôsobom v interiéri i na pokrytie vonkajších stien pavilónu podľa návrhu A. Mendiniho.



Pohľad do výstavnej siene Casa BISAZZA v Miláne na zlatú mozaiku. Na jej výrobu sa skutočne využíva 24-karátové zlato, ktoré sa podľa tradičného benátskeho postupu ručne vkladá medzi dve vrstvy špeciálneho skla. Riešenie interiéru: Alessandro Mendini.

Aldo Cibic: Stolička Antalya. Z kolekcie v Casa Bisazza.



NÁBYTOK, NÁBYTOK

Miláno patrí k najdôležitejším mestám na svetovej mape designu.

Pripomeňme aspoň milánske Trienále, ktoré už od 30. rokov patrilo k majákovi designerských trendov, podobne ako časopis Domus či rovnomenná designerská akadémia. V Miláne vznikli i skupiny Alchimia a Memphis, ktoré boli hlavnými nositeľmi „novej vlny“ talianskeho designu.

Dlhoročnú tradíciu tu majú veľtrhy nábytku ťažiace zo širokého a bohato štruktúrovaného designerského zázemia priemyselnej metropoly severného Talianska.

Tohto roku od 7. do 11. apríla hostilo rekonštruované milánske výstaviisko hneď trojicu výstavných podujatí:

Medzinárodný salón nábytku „Salone '95“, špecializovanú bienálnu výstavu kuchynského nábytku „Eurocucina“ a výstavu bytových doplnkov „Salone del Complemento d'Arredo“.

V dvadsiatich šiestich pavilónoch sa na ploche vyše 460 000 m² predstavilo takmer 1700 vystavovateľov. Okrem domácich, ktorí tvorili približne deväťdesiat percent z uvedeného počtu, boli početnými kolekciami zastúpení najmä francúzski, nemeckí a britskí výrobcovia, reprezentantov tu mala i Česká republika.

Najmenšou, no zároveň najrôznorodejšou z trojice výstav bola expozícia bytových doplnkov. Predstavila prakticky všetko, čo ako-tak (niekedy i dosť vzdialene) súvisí s bývaním: vešiaky, zrkadlá, kvetináče, hodiny, ale i telefóny. Výrobky boli z tradičných i netradičných materiálov (drevo, koža, keramika, papier, kov a plasty rôznych druhov), často v nezvyklých kombináciách. Osobitnú kategóriu predstavovali bytové textilie. Nechýbali ani výtvarné diela, hoci často degradované do polohy čisto dekoratívneho bytového doplnku. Široké rozpätie rôznych podôb kuchynského nábytku dokumentovala výstava „Eurocucina“. Solventný konzervatívny zákazník si dnes môže vybrať z množstva veľkorysých zostáv - či už z prírodných materiálov alebo rôznych kombinácií plastov a kovu. Hoci tento typ kuchýň na výstave dominoval, zaujímavejšie riešenia ponúkli tie kuchynské zostavy, v ktorých bolo designerovo uvažovanie limitované priestorom, výrobnými nákladmi, alebo potrebou zlúčiť v jednej miestnosti viaceré funkcie (kuchyňa s pracovňou, obývacou miestnosťou a pod.). Nepísaným príkazom sa tu stala flexibilita a premenlivosť nábytkových zostáv, umožňujúca pružne meniť funkcie priestoru podľa momentálnej potreby. Kuchyňu dnes môže predstavovať jediná skriňa, ktorá podľa potreby v uzavretom stave uvoľní miesto písaciemu stolu či posteli... Nevyhnutnú súčasť takejto kuchyne príro-



dzene tvorí špičková technika - rovnako samozrejme je však i v tradičnejších kuchynských zostavách.

Pavilóny salónu nábytku (22 z celkového počtu 26, čo najlepšie svedčí o dominantnom postavení tejto výstavy vo vzťahu k dvom už spomínaným) organizátori rozdelili do troch skupín. Prvá z nich - Klasika - prezentovala presné či voľné napodobeniny historického nábytku. Bohatou dekoráciou sa orientuje (podobne ako „veľké“ kuchyne) najmä na solventnejšie vrstvy zákazníkov s konzervatívnym vkusom, ktorých nábytkový priemysel bezosporu musí akceptovať. V prípadoch, keď sú použité materiálové imitácie, však tento prezdobený nábytok beznádejne skĺzava do polohy gýča.

Ďalšia skupina - Moderna - predstavila viac-menej bežný prúd súčasnej produkcie, zdôrazňujúci skôr jednoduchú konštrukciu a ergonomické parametre než ornamentálny dekor, ktorý charakterizoval väčšinu „klasiky“. V tejto skupine dominovali tradičné nábytkové zostavy: obývačka, spálne, jedálne, detské izby atď.

Najpozoruhodnejšou z troch skupín salónu nábytku bola bezosporu skupina Design, ktorá sústredila nábytok akcentujúci designerské novátorstvo. Jej rozsiahla expozícia (8 pavilónov) naznačila trendy charakterizujúce súčasné smerovanie nábytkovej tvorby. Na niektoré z nich sa pokúsím poukázať, aj keď vzhľadom na početnosť a rôznorodosť exponátov iste nie vyčerpávajúcym spôsobom.

Progresívny design nábytku sa dnes zameriava skôr na solitérne nábytkové kusy než na zostavy potláčajúce špecifický charakter jednotlivých prvkov. Stôl, stolička, posteľ či úložný nábytok rôzneho



■ Kreslo Marilyn. Design: Giancarlo Vegni. Výrobca: Accademia.

■ Z kolekcie Easy Home. Design: Alessandro Mendini. Výrobca: Memphis.



NÁBYTOK, NÁBYTOK



slúžiacich na viaceré účely. S jednotlivými kusmi sa ľahšie manipuluje, mobilite pomáhajú kolieska, ktoré sú čoraz častejšie stabilnou súčasťou nábytku. Zrejme nie náhodou získala tento roku práve za mobilnú skrinku firma Kartell a designeri Antonio Citterio a Glen Oliver Loew prestížnu designerskú cenu Zlatý kompas. K flexibilitě interiérov prispievajú i viacúčelové typy nábytku. S veľkou publicitou (využívajúc opäť pre reklamu meno designera Vica Magistrettiho) predstavila firma Campeggi ležadlá, ktoré je možné jednoduchou manipuláciou zmeniť na kreslá s rôznym sklonom operadla. Denis Santachiara zasa navrhol pre firmu Bernini posteľ s výklopnými stolíkmi na čítanie alebo improvizované stravovanie. Gaetano Pesce a firma Zero disegno predstavili skladaciu stoličku, ktorá sa v zloženom stave rozmermi približuje bežnému dáždniku.

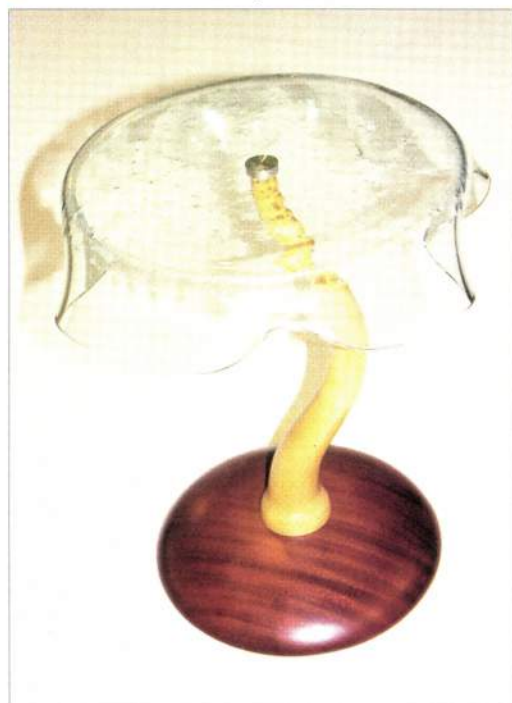
Viacerí výrobcovia sa usilujú obmedziť priestor, ktorý nábytok zaberá. Firma Giussani napríklad predstavila skrinky, ktoré pri minimálnom rozmere pojmu prevapujúce množstvo topánok. Ďalší výrobca - Benzone Transformobili - pútal pozornosť posteľami „miznúcimi“ vďaka dômyselnému skladaciu mechanizmu. Osobitnú pozornosť si zaslúžia materiály, ktoré dnes výrobcovia nábytku používajú. Okrem dreva, kovov a plastov rôznych druhov bolo možné v Milane zaznamenať akýsi boom nábytku skleneného - či už čisto z tohto materiálu, alebo v kombinácii s iným. Pri jeho spracovaní prevažuje technológia lihaného skla (sklenená platňa za tepla klesne do pripravenej formy). Početné kolekcie tohto druhu predstavili napríklad firmy Arvex, Tonelli a FIAM. Posledná z nich sa prezentovala skutočne „hviezdou“ zostavou - medzi jej spolupracovníkov patrí napr. Enzo Mari, Massimo Iosa Ghini, Giogietto Giugiaro, ale aj Philippe Starck.

Vo výbere materiálov sa čoraz silnejšie uplatňuje i ekologické hľadisko. Nejednen z vystavovateľov upozorňoval na to, že jeho produkty sú vyrobené z recyklovateľných materiálov. Za všetkých spomeňme aspoň firmu Dema, pre ktorú Marco Agnoli navrhol skladacie kreslo Splatt z kompletne recyklovateľného materiálu. Mal i ďalšie čnosti súčasného nábytkového designu: optimálnu funkčnosť v spojení s výraznou formou, viacero variantov podľa individuálneho vkusu zákazníka, mobilitu i úsporné skladovanie kresla v zloženom stave.



■ Z kolekcie Easy Home. Design: Alessandro Mendini. Výrobca: Memphis.

■ Stoličk z lihaného skla a dreva. Výrobca: Arvex.



druhu si vybojovali právo na vlastný život, pričom sémantickým nábojom, prekračujúcim čisto utilitárne parametre, vychádzajú v ústrety individuálnemu vkusu zákazníka. Univerzalizujúce predstavy ortodoxných funkcionalistov o „rovnakosti“ každého človeka patria definitívne minulosti a exponáty milánskeho salónu to v plnej miere potvrdili. To, že nábytok má mať svoju „dušu“, dnes už nie je potrebné manifestovať tak hlasno ako pred desiatimi-pätnástimi rokmi. Príkladom akéhosi „stíšenia“ (podmieneného vedomím úspešne vybojovanej bitky o individualizáciu nábytkovej produkcie) môže byť kolekcia Easy Home, ktorú pre združenie Memphis navrhol Alessandro Mendini. V porovnaní s jeho „barokovou“ tvorbou z obdobia existencie Studia Alchimia ide o evidentné tvarové zjednodušenie, bohatá a kontrastná farebnosť však ostáva charakteristickým znakom jeho rukopisu. Rovnako i ornament, ktorý už dnes asi málokto považuje za zločin tak ako Adolf Loos na počiatku tohto storočia. Podobné upokojenie možno sledovať i v nábytkovej tvorbe ďalších protagonistov talianskej postmodernity. Skladací stôl, ktorý navrhol Ettore Sottsass pre firmu Schopenhauer, možno dokonca označiť za minimalistický. Mimo chod, enormný záujem o expozíciu tejto firmy, zameranej na výrobu nábytku z vysoko kvalitného dreva, svedčí o tom, že meno designera dnes môže slúžiť ako tá najlepšia reklama (okrem Sottsass angažuje i ďalších designerov zvučných mien - Gae Aulenti, Franco Raggi a i.). Ak som spomínal, že v progresívnej nábytkovej tvorbe prevažujú nábytkové solitéry nad tradičnými zostavami, súvisí to i s potrebou pružných premien interiérov

Zdeno Kolesár



■ Kreslo. Design Pietro Arosio. Výrobca: Tredi.

■ Skladacie kreslo. Design: Vico Magistretti. Výrobca: Campeggi.

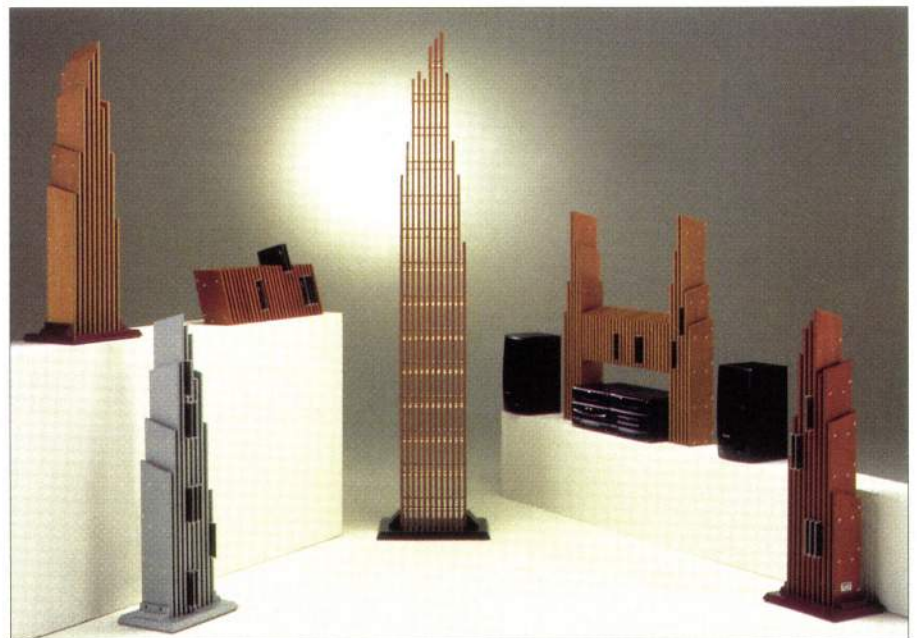
■ Skladacia stolička Umbrella. Design: Gaetano Pesce. Výrobca: Zerodisegno.

■ Skladacie kreslo. Design: Vico Magistretti. Výrobca: Campeggi.





■ Kreslo. Design: Ron Arad. Výrobca: Moroso.



■ Stojany na CD disky. Design: Paulo Prediani. Výrobca: Vismara.

■ Lavica. Design: Gae Aulenti. Výrobca: Schopenhauer.



■ Stól. Design: Ettore Sottsass. Výrobca: Schopenhauer.



tryo

IDEA • DESIGN • PRINT

- Kompletný grafický design
od návrhu po realizáciu - corporate identity, logotyp, firemná značka, výročná správa, plagát, billboard, reklamný prospekt, leták...
- Komplexné polygrafické služby -
- zabezpečenie tlače prospektov, plagátov a letákov aj v malých nákladoch. Možnosť výroby billboardov už od jedného kusu.
- Výroba tlačových predlôh -
- scanovanie reflexných
aj transparentných predlôh, sadzba, zalomenie aj podľa prineseného návrhu, výstup na film.

811 04 Bratislava, Sokolská 1/b
☎ 42/7/49 75 69, 0901 703 116
fax: 42/7/49 66 50

...aj **DESIGN[®]UM** vyrába **tryo**

MÔŽETE SKRÁTIŤ ČAS VÝVOJA...



...BEZ MNOŽSTVA NÁČRTOV A ROKOVANÍ,



...SO SYSTÉMOM PRE PRIEMYSELNÝ DESIGN, STYLING A VIZUALIZÁCIU DESKARTES.



DeskArtes bol vyvinutý v spolupráci s poprednými priemyselnými designermi a vývojovými pracovníkmi. DeskArtes je designersky software, ktorý pomáha premeniť Vaše myšlienky na realitu. Pomocou kreslenia, modelovania a vizualizácie sa rýchlo dostávate k želanému výsledku. Výsledok predstavi Vašu myšlienku tak dobre, ako pozorne skonštruovaný prototyp.

DESKARTES. NAJRÝCHLEJŠIA CESTA OD MYŠLIENKY K VÝROBKU.

DeskArtes umožňuje rýchly a jednoduchý návrh výrobkov zložitých tvarov vo fáze koncepčného návrhu a stylingu. Priemyselný designer, ktorý pracuje so systémom DeskArtes, nemusí byť expertom na CAD systémy, aby dokázal vytvoriť zložité modely. Designer môže začať pracovať veľmi jednoducho od počiatočných náčrtov až k výslednému tvaru bez presných geometrických alebo mechanických obmedzení. Takto sa môže viac venovať tvorivým fázam vývoja výrobku.



Nôž - vymodelovanie a vizualizácia v systéme DeskArtes zabrala menej ako jednu hodinu.

Fotorealistické zobrazenia zo systému DeskArtes môžu byť použité na prezentáciu a marketingové účely - ešte pred výrobou prototypu ukážu, ako bude výsledný produkt vyzerať. Dáta zo systému DeskArtes môžete preniesť do systémov pre konštruktérov a technológov (CAD/CAM), alebo na zariadenia rapid prototypingu (stereolitografie). Naopak, geometrické údaje z Vášho CAD systému môžete preniesť do systému DeskArtes na vizualizáciu. CAD/CAM systémy, ktoré používate, sú takto naplno využité. Celý proces vývoja sa zrýchľuje.



Výrobcovia skla a keramiky po celom svete vďaka systému DeskArtes zredukovali čas a náklady na uvedenie nových výrobkov na trh.

Fujitsu, Mercedes-Benz, Wedgwood, SAAB, Royal Doulton, Electrolux a OTF takisto ako veľké designerské a návrhárske firmy, architektonické ateliéry a významné univerzity sú užívateľmi programových riešení pre návrh a modelovanie, vizualizáciu, či nástrojov pre rapid prototyping spoločnosti DeskArtes.



Lodenice a výrobcovia dopravných prostriedkov využívajú DeskArtes na design interiérov i reľkového vzhľadu.

DeskArtes na pracovných staniciach Silicon Graphics, Sun a IBM prináša priemyselným designerom vynikajúce parametre cena/výkon. DeskArtes je najlepším štítom pred tlakom nákladov a času. Z dobrých myšlienok robí úspešný výrobok.



Komplexné riešenia pre návrh, výrobu i marketing.

Chcel by som sa viac dozvedieť o systéme DeskArtes.
Prosím:

Požiadajte môjho lokálneho dealera, nech so mnou dohodne o predvedení.

Pošlite mi materiály o systéme DeskArtes.

Pošlite mi informáciu o pracovných staniciach.

Pošlite mi informáciu o ďalšom vybavení designerského pracoviska.

Meno.....

Spoločnosť.....

Adresa.....

Mesto.....

PSČ.....Tel.:.....

Fax:.....

Kópiu tohto kupónu odošlite alebo odfaxujte na adresu autorizovaného distribútora systému DeskArtes:

entro

Systémy počítačovej grafiky

Nevädzová 5, 821 01 Bratislava
tel.: +42 7 291 860, 293 584, 291 884
fax: +42 7 291 884
e-mail: da@entro.sk

DESKARTES

Industrial Design Systems

Drôtený košík. Rekonštrukcia pôvodného tvaru. Realizácia: Jana Menkynová, Vendelín Kapustník.

