



622 42

DEE SIGN (R) JUM

2/1994

DE SIGN[®]UM

revue designu,
I. ročník
vychádza 4 krát ročne
číslo 2/94

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: Vladimír Beskid,
Ludmila Fintorová, Štefan Klein,
Zdeno Kolesár, Gerhard Komora,
Júlia Kunovská, Štefan Šlachta,
Štefan Schneider.

Zahraniční spolupracovníci:

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

Adresa:

Slovenské design centrum,
redakcia **DE SIGN UM**, Baštová 4,
P. O. Box 131, 814 99 Bratislava,
telefón: 0042/07/331 371,
fax: 0042/07/331 389.

Nevyžiadané rukopisy, fotografie a dia-
pozitívy sa nevracajú.

Grafická koncepcia:

Mr. Design, Bratislava

Grafická úprava & PrePress:

tryo, Bratislava

Tlač: Agentúra ORMAN, 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 povole-
né Riaditeľstvom poštovej prepravy,
Bratislava, pošta 12,
pod číslom 197/93.

Objednávky prijíma SDC, Baštová 4,

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, konštruktérom, obchodní-
kom - čítať ho budú aj mnohí iní, ktorí
majú radi dobrý design, estetické
a účelné predmety a riešenia. Ak im
chcete ponúknuť svoje produkty či slu-
žby, ak chcete upozorniť na dobré nápa-
dy, využite možnosť inzercie v časopise
DE SIGN UM.

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

DESIGN INDEX

na grafickom designe tohto čísla
sa podieľali:

Milan Mravčákstr. 2 - 3
Mr. Design

Juraj Linzbothstr. 4 - 5

Viktor Madastr. 6 - 9
Randolph, Young & Moore

Tomáš Halešstr. 10 - 13
UpDate

Lucie Meisnerovástr. 18 - 19
Pictus

Vladislav Rostoka.....str. 14 - 17, 20 - 26
Rabbit & Solution Studio

Andrea Štecková str. 27 - 31

Marek Ormandík str. 34 - 39, 56 - 59

Lukáš Uherstr. 40 - 41
Niobe Studio

Jan Meisnerstr. 42 - 46, 60 - 63
Studio G

Ivan Jakubecstr. 47 - 49
tryo

Cenník inzercie:

Obálka (celofarebne):

2. a 3. strana 10 000,- Sk

4. strana 12 000,- Sk

Vnútorne strany (celofarebne):

formát 1/1 8 000,- Sk

formát 1/2 6 000,- Sk

Čierno-biela alebo dvojfarebná inzercia
na vnútorných stranách podľa formátu.

Slovenské design centrum vám ponú- ka možnosť objednať si časopis DE SIGN UM od čísla 1/94. V každom číisle nájdete:

- aktuálne informácie o dobrom designe,
ktorý navrhli slovenskí designeri a vyro-
bili slovenskí výrobcovia,

- novinky svetových designerských súťa-
ží a prehliadok,

- rozhovory s domácimi i zahraničnými
designermi, managermi, obchodníkmi,
teoretikmi, úspešnými tvorcami i výrobcami
designu,

- štúdie zaujímavých designerských rie-
šení,

- 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 za časo-
pis.

Ako sa môžete s nami skontaktovať?

Napište nám na adresu: SDC, redakcia
DE SIGN UM, Baštová 4, P. O. Box
131, 814 99 Bratislava. Budeme radi,
ak nám vyjadríte svoj názor a svojimi
podnetmi pomôžete vytvárať kvalitný
časopis.

Ďakujeme všetkým, ktorí sa sponzorsky
podieľali na príprave tohto čísla.

DE SIGN[®]UM

design revue, a quarterly
number 2/94

Published by:

Slovenské Design Centrum, editor's
office, with financial support of Ministry
of Culture of the Slovak Republic.
This number was supported by the
State Fund of Culture PRO SLOVAKIA.

Address:

Baštová 4, P. O. Box 131 814 99
Bratislava, Slovak Republic.
Telephone: 0042/07/331 371
Fax: 004142/07/331 389

Editorial team:

Adriena Pekárová (editor-in-chief), Soňa
Králiková (secretary).

Editorial committee: Vladimír Beskid,
Ludmila Fintorová, Štefan Klein, Zdeno
Kolesár, Gerhard Komora, Júlia
Kunovská, Štefan Schneider, Štefan
Šlachta.

Foreign correspondents:

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

Graphic concept:

Mr. Design, Bratislava

Design & PrePress: tryo, Bratislava

Printing: Agentúra ORMAN, Bratislava

© Slovak Design Centre

ISSN 1335 034X

Distribution:

Radomír Sakáloš
Vajnorská 136 P. O. Box 68, 831 04
Bratislava, Slovakia.

Subscription orders: SLOVAK DESIGN
CENTRE, Baštová 4, P. O. Box 131, 814
99 Bratislava Slovakia.

Price per one copy abroad: 10 DM.

Annual subscription abroad: 40 DM.

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

- current information on design: good
designers and good producers

- the latest news of exhibitions and
world design

- interviews with designers, managers,
businessmen, theoreticians, successful
designers and producers from Slovakia
and abroad

- case studies

- design centres and organisation from
abroad

- 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 to companies
and entrepreneurs.

**How to subscribe our 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 Centre, **DE SIGN UM** magazine,
Baštová 4, P. O. Box 131, 814 99
Bratislava, Slovak Republic. All sugges-
tions and opinions are welcome.

OBSAH

Nové logo SDC

Zdena Burianová: Na začiatku bolo LOGO...

Vladimír Burčík: Logo SDC

Súťaže

Lubica Pedersenová: Dánska cena za priemyselný design 1994

TOP TEN - Cena za design čalúneného nábytku

Waterlily (en)

Dobrý design '93 v ČR (en)

Najkrajšie knihy Slovenska '93

Vladislav Rostoka: Paradoxy krásnej knihy

Materiály pre design

Ivan Hudec: Polyméry v minulosti a budúcnosti
I. časť

Banky a design

Peter Brhlovič: Prešporský Wall Street

Henrieta Hammer-Moravčíková, Matúš Dulla:

Bankový interiér a štandardná architektúra (rozhovor)

Ján Bahna: Poznámky k našej súčasnej
bankovej architektúre

Nápady, myšlienky

Adriena Pekárová: Prípad: moped (rozhovor)

Štefan Klein: Designer o svojej práci

Seriál

Stanley Moody: Riadenie priemyselného designu
II. časť

Profil

Zdeno Kolesár: Design v skrini

Rozhovor s Františkom Burianom

Ekológia a design

Udržateľný životný štýl (ap)

Ladislav Kubo: Ekológia designu

Predstavujeme

Agáta Žáčková: Alessi

Zahraničné DC

Kazuo Kimura: Nová éra pre design centrá

DC v Nagoji

Teória

Jan Michl: Myšlienka funkčnej dokonalosti
I. časť

Mozaika informácií

Magda Kvasnicová-Kotulová: Sympóziu Kazula / Lubica
Pedersenová: Ekologický design - Výstava Varde / Lubica
Fabr: Artěl II v galérii Genia Loci / Stanley Moody: Úspech
vďaka designu (recenzia knihy) / Lubica Pedersenová:
Škandinávská cena za design / Festival loga v Ostende

Barbara Králiková: MÓDA Bratislava

Alastair S. Macdonald: Poriadny kus roboty

CONTENS

The New Logo of SDC

Zdena Burianová: In the Beginning there was a LOGO ...

Vladimír Burčík: The Logo of SDC

Competitions

Lubica Pedersen: Danish ID Prize 1994

TOP TEN European Upholstered Furniture

Waterlily - Europe Award

Good Design '93 in ČR

The Most Beautiful Books of Slovakia

Vladislav Rostoka: Paradoxes of a Classic Book

Materials for Design

Ivan Hudec: Polymers in the Past and Polymers in the
Future. Part I

Banks and Design

Peter Brhlovič: Bratislava's Wall Street

Henrieta Hammer-Moravčíková, Matúš Dulla:

Bank Interiors and Standard Architecture

Ján Bahna: Comments on Current Bank Architecture

Ideas

Adriena Pekárová: The Case of the Moped (Talk)

Štefan Klein: The Designer on his own Work

Series

Stanley Moody: Managing Industrial Design.
Part II

Profile

Zdeno Kolesár: Design in a Cabinet

Talk with František Burian

Ecology and Design

Sustainable Life Styles. Workshop in Rotterdam (ap)

Ladislav Kubo: Eco-logic of Design

Introduction

Agáta Žáčková: Alessi

Foreign Design Centres

Kazuo Kimura: A New Era for Design Centres

The International Design Centre Nagoya

Theory

Jan Michl: On the Rumour of Functional Perfection
Part I

Information Mosaic

Magda Kvasnicová: Symposium Casula / Lubica Pedersen:
The Varde Exhibition / Lubica Fabr: Artěl II in The Genia Loci
Gallery / Stanley Moody: Winning by Design (book review) /
Lubica Pedersen: The Scandinavian Design Prize /
The Festival of the Logo in Ostende (ap)

Barbara Králiková: Fashion Show „MÓDA BRATISLAVA“

Alastair S. Macdonald: Tooth and Nail



Áno, už to tak vyzerá, že na začiatku celého vývoja bolo slovo, teda komunikácia. Spočiatku to bolo jednoduché: komunikácia bola výlučne jednosmerná. Najstaršie literatúry ľudstva uvádzajú, že Stvoriteľ povedal: „Stañ sa...“, a ono SA stalo. Nebolo nikoho, kto by odvrával, vyhováral sa na technické príčiny, mal vlastnú hlavu. Asi preto išlo všetko tak rýchlo a hladko - celý svet vraj vznikol za 6 dní! Nevieť, čo Stvoriteľ zamýšľal tým, že stvoril človeka,

ale isté je, že tým situáciu v raji i na zemi značne skomplikoval. Ďalej sice vydával príkazy a

zákazy, ale dožíval sa zo strany človeka stále

väčších prekvení, ktoré potom korigoval rôznymi morovými

r a n a m i , živelnými pohromami a katastrofami.

Z sapiens sa rýchlo stával homo criticus. Nemôžem sa zbaviť pocitu, že práve to bol ten pravý dôvod pre začiatok katastrofy nazývanej Zmätanie jazykov. A tá viac či menej nikdy neskončila.

Človek je však tvor nielen mysliaci a kritický, ale i vynalievavý.

A mimoriadne komunikatívny. A tak vynalievavý vyvíjal celé systémy dorozumievacích znakov, ktoré by jazykovú bariéru odstránili a hovorené či písané slovo ak už nie nahradili, tak aspoň podporili v želanom smere.

Môžeme polemizovať s biblickým vyhlásením, že začiatkom všetkého je slovo, nakoľko teória komunikácie nás učí, že začiatkom všetkého je myšlienka. Je však pravda, že ak sa o myšlienku chceme podeliť s ostatnými, musíme ju nejakým spôsobom „zhmotniť“, musíme jej dať nejakú podobu, zašifrovať ju do znaku, ktorý ju bude reprezentovať na jej životnej púti ľudskej komunikácie.

Nie darmo sa vraví, že jeden obraz je často viac než tisíc slov. Nevieť, kto bol prvým „grafickým designerom“, kto vymýšľal značky pre rôznych predajcov, kupcov, majiteľov, remeselníkov či inštitúcie. Nevieť ani, či existovali centrálné úrady na ochranu značiek, akási centrálna banka dát, ktorá zabráňovala tomu, aby okrem Zmätania jazykov nedošlo i k Zmätaniu značiek. Isté však je, že to fungovalo. Dávno pred rokom 1887, kedy sa Dr. Zamenhof v Poľsku pokúsil dať ľudstvu medzinárodný jazyk - esperanto, ľudstvo objavilo možnosti iného medzinárodného jazyka - užitočnej grafiky, alebo ak chcete - grafického designu. A tak sa značka starovekého hrnčiara presťahovala z hlíny na hlavičkový papier, pečiatku a vývesnú tabuľu jeho potomka - podnikateľa v novoveku. A často mu pomohla k úspechu. Alebo i nie. Veď všetko sa mení, i jazyk. Ani my dnes nehovoríme staroslovienčinou, ale jazykom, ktorý zodpovedá moderným potrebám doby.

Ak má LOGO - teda výtvarne usporiadené slovo - osloviť a sprostredkovať informáciu o vás, vašich výrobkoch či službách, musí tiež kráčať s dobou. Ale predovšetkým by malo byť akousi značkou kvality, vyjadrením životnej a obchodnej filozofie podnikateľa, firmy, inštitúcie. Je totiž prvým slovom na začiatku komunikácie...

Zdena Burianová

Na začiatku bolo LOGO...

Logo SDC



Logo SDC vznikalo ako súčasť riešenia celkovej koncepcie vizuálneho štýlu. Samotnému spracovaniu predchádzala dôkladná analytická fáza zameraná na rozbor celkovej náplne a cieľov činnosti SDC i design centier v zahraničí. Analytická fáza si stanovila najmä dve úlohy:

1. Špecifikovať podstatné prvky charakteristické pre prácu design centier vo všeobecnosti, kde sme vybrali predovšetkým tieto charakteristiky:

- svojou povahou sú to osvetovo-vzdelávacie inštitúcie,
- zameriavajú sa na propagáciu, šírenie, aplikáciu tvorivej činnosti v hospodárskom živote, ale aj v živote vôbec, aplikáciu v životnom štýle,
- v značnej miere tu vystupuje dôraz na kvalitu životného prostredia pri ponímaní designu, výrobok a aj jeho výroba musí zodpovedať nárokom na ochranu životného prostredia.

2. Vytypovať tie aspekty, ktoré umožnia bližšie charakterizovať SDC. Medzi ne sme zaradili:

- širokospektrálnu orientáciu od umeleckých remesiel až po špecifické oblasti designu,
- propagáciu designu, intenzívne šírenie osvetu, vysvetľovanie princípov, podstaty a súvislostí - celkovú stratégiu designu,
- funkciu sprostredkovateľa medzi štátnou správou a hospodárskou praxou a do určitej miery aj teoreticko-vzdelávacími inštitúciami.

Z uvedeného rozboru vychádzalo stanovenie celkovej vizuálnej koncepcie loga a jej smerovania na identifikáciu SDC a charakterizovanie oblastí, v ktorej pôsobí. Vyjadrenie týchto charakteristík ponúka širokú škálu možností, ale i značné problémy. Charakterizovanie designu je problematické i vo verbálnej forme, o čom nám priňášajú dôkaz desiatky jeho definícií. Rôzne profesie i oblasti ľudskej činnosti majú svoje symboly. V mnohých prípadoch sú to symboly celkom jednoznačné, nemôžeme sa pomýliť. Čo by však mohlo vyjadrovať designerskú činnosť, aktivitu designera?

Design je špecificky ľudskou činnosťou. Uplatnenie tvorivosti mu dáva špecifický ľudský rozmer. Jeho súčasťou je i technicky dokonalá konštrukcia, nie je však jeho podstatou.

Pracovitým presným konštruktérom je i včela. Stavia podľa presného plánu, od ktorého sa odchyli len veľmi zriedka. Človek je flexibilný tvorca. Vie zmeniť svoj zámer a pracovať rôznymi spôsobmi. Práve flexibilita a tvorivosť považujeme za jednu z najpodstatnejších charakteristík designu i človeka - designera. Ďalším charakteristickým prvkom je jeho dimenzia v čase. Design - designerský návrh, výrobok - je vždy určitou výpoveďou, svedectvom doby a názorov, kedy vznikol. Svedectvom je i to, do akej miery je prijímaný či odmietaný.

Na základe týchto úvah vzniklo motto pre logo, ktoré design charakterizuje ako „stopu, ktorú človek po sebe zanecháva pre iných, aby vedeli, ako ísť ďalej“. Tou stopou môže byť dokonale spracovaný systém, výrobok, ale i ťah pera. V celkovom spracovaní bolo logo koncipované na nasledujúcich princípoch:

1. Tvarová voľnosť, neurčitost

- so zameraním na vyjadrenie možností, ktoré tvorivá činnosť poskytuje, širokého spektra v činnosti SDC,
- vylúčenie popisnosti, ktorá by mohla byť zavádzajúca.

2. Mäkkosť v líniiach

- ako vyjadrenie jemných, vycibrených hodnôt, ale i emocionálneho náboja.

3. Voľnosť, nepresnosť v línii

- charakteristickú pre ťah ľudskej ruky, identifikujúcu tvorcu - človeka.

4. Usporiadanie línii do figúry

- zahrňujúcej tendenciu k zblížovaniu, ale aj zachovanie si vlastnej individuálnej cesty.

5. Náznak tvarovej symboliky písmen D a C

- odvodené z počiatočných písmen názvu Design Centrum. Vizuálne navodenie vnímania línii ako písmen je podporené uvedením názvu SDC.

Symbolicko-významové charakteristiky ďalej dopĺňuje použitie svetlozelenej farby ako symboliky života, životaschopnosti, aktivity. Zároveň sa viaže k cieľavedomej aktivite, snahe niečo dosiahnuť. V celkovom vizuálnom vyjadrení posilňuje aktivitu, dynamiku značky.



Dánske design centrum v Kodani (DDC, pozri DE SIGN UM 0/93) udeľuje každoročne takzvanú ID-cenu, ktorá je najvyšším ocenením priemyselného designu v krajine. Udeľuje sa od roku 1965 s cieľom stimulovať záujem o vývoj produktov, ako aj v snahe povzbudiť dánsky priemysel v úsilí o presadzovanie sa práve cestou kvalitného designu.

Lubica Pedersenová

Dánska cena za priemyselný design 1994



Cenu udeľuje porota, v ktorej sú zastúpení designeri aj výrobcovia, pričom predsedom je neraz hosť zo zahraničia. Za takmer tri desaťročia existencie bola cena udelená 152 dánskym výrobkom. Mnohé z nich sú dnes klasikmi domáceho, ale aj svetového designu. Mnohé z nich sa stali neoddeliteľnou súčasťou domácností, verejných priestranstiev alebo pracovísk, podstatou imidžu mnohých podnikov alebo typického charakteru dánskeho prostredia.

ID-cena na rok 1994 bola udelená ôsmim výrobkom, ktorých záber je z viacerých hľadísk značne široký, keďže siahajú od spotrebnej sféry až po hromadnú dopravu a reprezentujú drobné súkromné podniky, veľké priemyselné závody aj štátnu správu (Riaditeľstvo dopravy). Porota vyslovila spokojnosť s tým, že v mnohých priemyselných odvetviach, u malých aj stredne veľkých výrobcov badať rastúce porozumenie pre design a silnejúcu tendenciu k zvýšeniu designerských kvalít produktov.

Veľkú pozornosť odborníkov, laikov aj tlače si získal *elektrický športový vozík pre telesne postihnutých*, ktorý navrhol architekt Mogens Holm-Rasmussen. Tento rozmermi nevelký vozík z ohýbaného dreva umožňuje aj ľuďom s vážnym telesným postihnutím a minimálnou motorikou hrať rôzne druhy sálového športu, napr. slalom, hokej alebo futbal. Vyrába sa v dvoch veľkostiach - pre deti a pre dospelých. Je poháňaný dvoma kompaktnými motormi, ktoré umožňujú prekvapujúco rýchlo sa otočiť aj brzdiť. Ovláda sa pákou, ktorá si vyžaduje minimálnu svalovú silu: jednou rukou alebo len niekoľkými prstami sa dá dosiahnuť presné manévrovanie. Vozík bol vyvinutý už pre súťaž, ktorú vypísal Dánsky zväz telesne postihnutých športovcov v r. 1988, keď získal prvú cenu. Odvtedy bol zdokonalený po technickej aj designerskej stránke a vystavoval sa na medzinárodných prehládkach po celom svete. Predal sa do Japonska, Kanady, Španielska a Nemecka.

Podnik Raaco A/S získal ocenenie za *prenosný kufor na náradie*, vyrobený z ekologického plastu a určený pre remeselníkov, rybárov a podobne. Ide vlastne o celý systém na ukladanie, keďže kufor sa vyrába v rôznych variantoch a veľkostiach. Túto „minidielňu“, ktorá pomáha udržať poriadok a zachovať prehľad, vlastní už vyše milióna ľudí na celom svete. Firma Raaco má 230 zamestnancov, obchodné spoločnosti v siedmich európskych krajinách a obchodných agentov na Ďalekom východe i v Poľsku. Až 97 % obrátu pochádza z exportu! Kufor je len doplnkom hlavného sortimentu firmy, ktorým sú systémy na uskladnenie (police, škatule a pod.) a ktorý už získal viaceré európske ceny za design a vývoj.

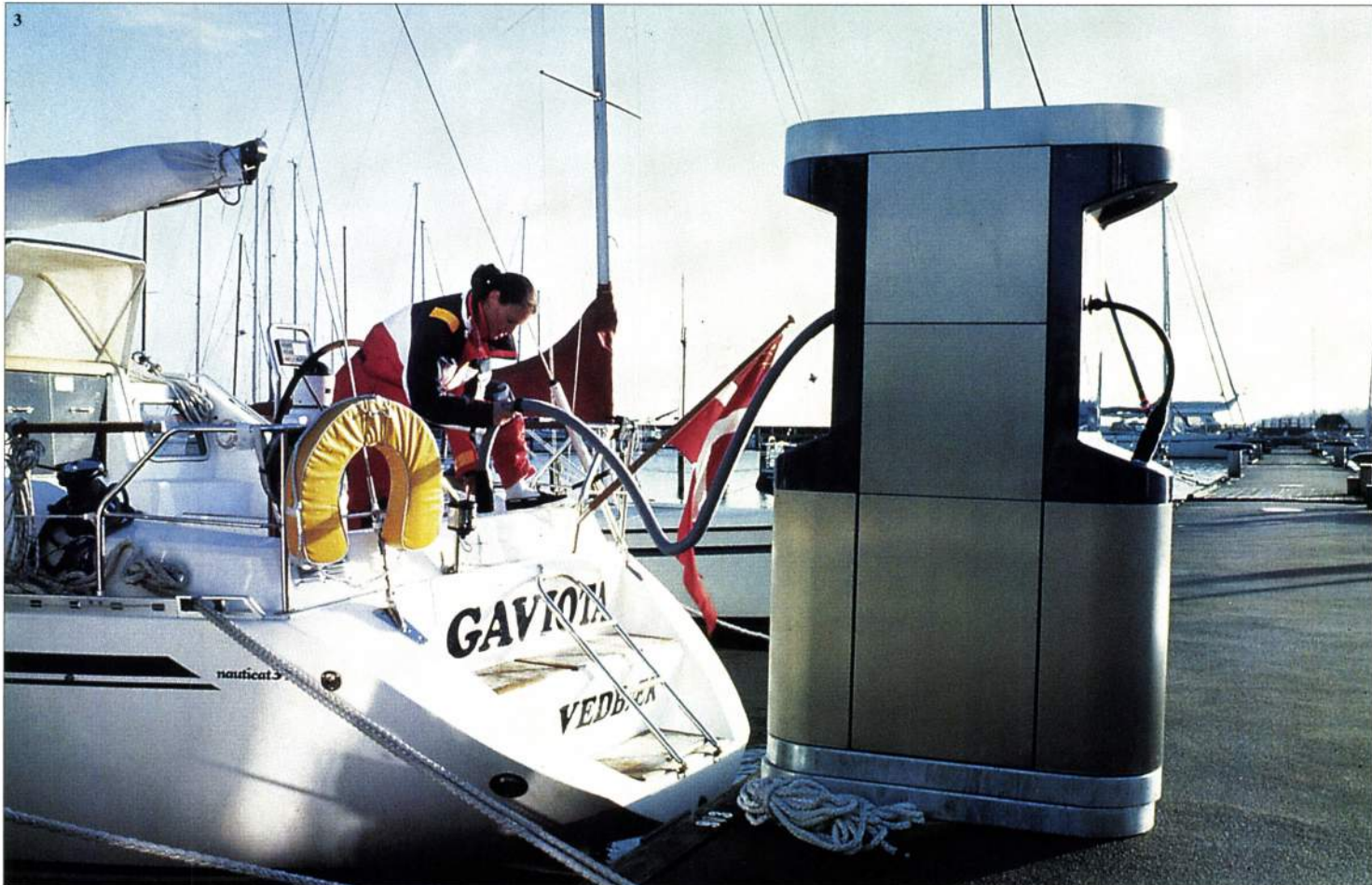
Ocenenie získal aj *univerzálny policový systém „Séria 2000“* za svoju jednoduchosť a flexibilitu. Základom konštrukcie je kvadratický rúrkový profil. Konštrukcia sa spája pomocou malého kovového kubusu, ktorý umožňuje napájanie vo všetkých šiestich smeroch. Riaditeľ nábytkárskej firmy Erik Randers z mesta Odder hovorí: „Séria je určená pre domácnosti, ako aj do úradov a obchodov, pre výstavy a múzeá. V našej firme sme vždy spolupracovali s externými designermi, ktorí sú zárukou nevyhnutnej inovácie. Tá sa stáva čoraz centrálnejším pojmom v našej branži, ak chceme držať krok s vývojom.“

Ďalšími ocenenými produktmi boli: autobus pre mestskú dopravu, prístavná pumpa na odčerpávanie odpadu a pohonných látok z nádrží malých lodí, vodorovné pásové značenie ciest a prehrávací systém s CD, MC a reproduktormi vo forme závesného panelu od firmy Bang & Olufsen.

Porota udelila aj *ID-cenu za klasiku*. Získajú ju podniky, ktoré práve prostredníctvom kvalitného designu dokážu zachovávať klasické tradície, a pritom inovovať svoj výrobný profil. Tento rok bola cena udelená Závodu Georga Jensena na tkanie damasku z mesta Kolding a jeho designerskému tímu za schopnosť tvorivého rozvíjania umeleckoremeselných tradícií. Závod založený roku 1870, už niekoľko desaťročí systematicky pracuje s poprednými textilnými designermi Dánska v záujme zvyšovania svojej konkurenčnej schopnosti. Návrhári vytvorili široký sortiment úžitkových textílií (obrusy, deky, uteráky, prestierania), ktoré kombinujú nové vzory so starými, pričom sa dôraz kladie na vysoké umelecké a funkčné kvality. Prvý stály designer Knud Engelhardt navrhol aj logo tohto dnes už svetoznámeho podniku: dva vtáky sediace na hniezde, nad ktorým sa listie spleť do iniciálok G a J.

Za zmienku ešte stojí, že spomedzi neocenených návrhov komisia vyberá produkty, ktoré sa zaraďujú do *Indexu dánskeho designu*, čo možno vlastne považovať za akúsi striebornú medailu. Výrobky, ktoré musia spĺňať náročné kritériá z hľadiska výrobného, funkčného, estetického, ako aj požiadavku interakcie s prostredím, majú potom právo používať značku „DD - vybrané pre Index dánskeho designu“. Pokladá sa za značku kvality a výrobcovia ju môžu uvádzať v katalógoch, reklamných a informačných materiáloch. Každý rok sa takto vyberie 10 až 20 výrobkov, no dokopy je ich dnes už okolo dvetisícpäťsto a sú zdokumentované v kartotéke Indexu.





1. Policový systém Sériá 2 000. **Design:** Friis and Moltke. **Výroba:** R.Randers

2. Prehrávací systém Beosound Century. **Design:** David Lewis IDD. **Výroba:** Bang and Olufsen A/S

3. Prístavná pumpa na odčerpávanie odpadu z nádrží malých lodí. **Design:** Morten Ulf Jorgensen, Anders Borgen. **Výroba:** Borgen

4. Elektrický športový vozík pre telesne postihnutých. **Design:** Mogens Holm Rasmussen

Foto: Archív DDC Kodaň



TOP TEN

Cena za design čalúneného nábytku



Lavica Tubis určená do verejných čakární. Vďaka svojmu vzhľadu a pohodliu, ktoré poskytuje, ľahko môže byť umiestnená aj v obývacej izbe.

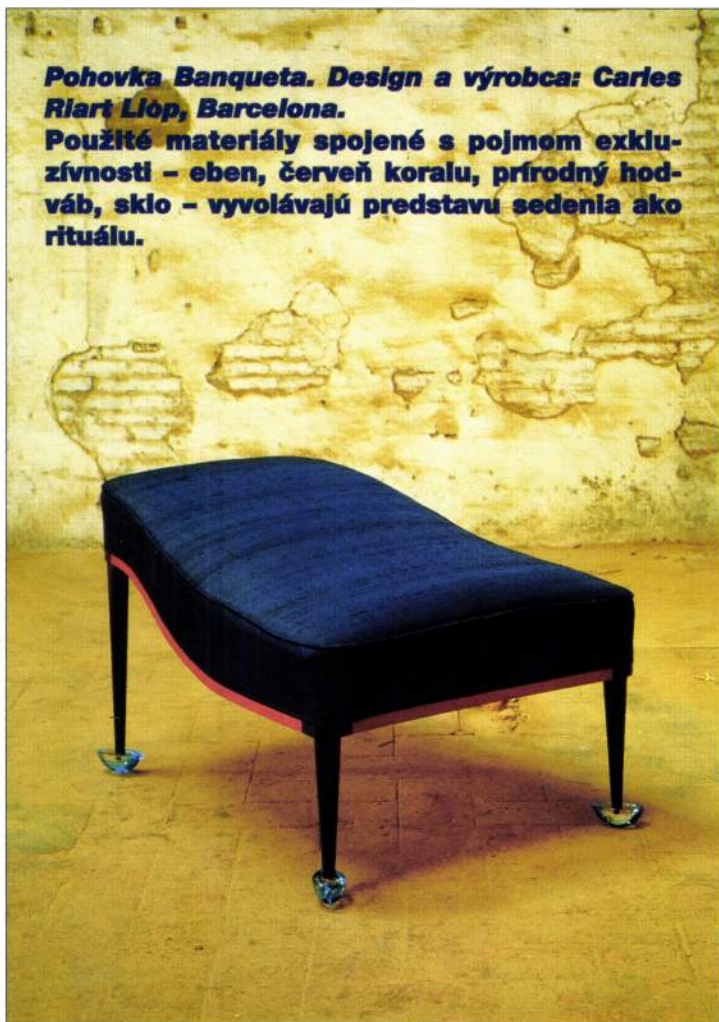
Design: Wiege.

Výrobca: Wilkhahn, Wilkening+Hahne GmbH + Co., Bad Münde, Nemecko.

P očas Medzinárodného veľtrhu v Kolíne na jar t. r. sa predstavili aj výsledky súťaže čalúneného nábytku TOP TEN Design Award, Europe. Ceny desiatim najlepším výrobkom – podľa rozhodnutia medzinárodnej poroty – udeľoval výrobca výplňového materiálu Dacron DuPont de Nemours v spolupráci s nemeckým časopisom md. Päťčlenná porota (Cecilia Fabiani z Milána, Mai Felip Hösselbarth z Barcelony, Silvie Walther-Mathieu z Zürichu, Jan Wichers z Hamburgu, prof. Dieter Zimmer z Hamburgu (Klielu) nemala ľahkú úlohu – vyberať z bohatej produkcie čalúneného nábytku renomovaných európskych firiem za posledné dva

Pohovka Banqueta. Design a výrobca: Carles Riart Llop, Barcelona.

Použité materiály spojené s pojmom exkluzívnosti – eben, červeň koralu, prírodný hodváb, sklo – vyvolávajú predstavu sedenia ako rituálu.



**TOP
TEN**



Pohovka MOLLY. Design: Enrico Baleri.

Výrobca: Baleri Italia Divisione di Baleri. Lallio.

Nábytková stavebnica pozostáva z kvadratických prvkov umožňujúcich nespočetné kombinácie konvexných a konkávných foriem, do symetrických i asymetrických útvarov.

roky. Určit' desať najlepších modelov stálo veľa zvažovania a porovnávania. Napriek konštatovaniu o vysokej úrovni designu nábytkovej produkcie, úžitkových vlastností i materiálového spracovania, aj táto súťaž signalizovala určité zmeny prístupov v oblasti špičkového designu v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi. Vyjadřila to členka poroty Silvie Walther-Mathieu týmito slovami: „Aby sme nepoužívali slovo kríza nadmieru, povedzme, že roky 1992/93 boli ekonomicky reštriktívne. Ukázali sa ako málo plodné v rovine inovácií a kreativity. Dokonca aj najodvážnejší z výrobcov



She. Design Prospero Rasulo.

Výroba: Poltronova Design srl, Montale.

Zaoblené línie a dynamické formy, jasne čitateľné znaky štýlu designera. Pohodlná pohovka do každého priestoru.

TOP TEN

boli ustarostení premýšľaním o osvedčenom a bežnom. Toto skutočne nie je doba experimentov. Kto to zaviniť? Výrobcovia, ktorí sa toho nechcú zúčastňovať, alebo spotrebiteľia, ktorým sa bláznivý design nevypláca? Výsledky súfaže potvrdili popredné postavenie talianskych designerov v oblasti nábytkovej tvorby, i to, že nemeckí designeri im úspešne konkurujú.

(podľa časopisu *md*
sprac. SK)

Foto: Archív *md*



L'Homme at la Femme (Muž a žena).
Design: Francesco Binfarè.
Výroba: Edra spa, Perignano.
Variabilnosť tvarov reprezentujú ľahko otáčané opierky

Belgravia. Design: Oscar Tusquets. Výroba: Casas, Castellbisball, Barcelona. Designer vychádzal z predpokladu, že na rovnnej pohovke sa dvaja ľudia nemôžu dobre rozprávať – sediaci na vonkajších okrajoch na seba jednoducho nevidia. A tak pohovku ohol a získal trojuholníkový odkladací priestor v zadnej časti.



Pohovka Pax. Design: Markus Hartmann. Výroba: Interprofil GmbH, Fernwald. Kreslo ľahko prestaviteľné na ležadle stisnutím tlačidla šetrí miesto a zodpovedá tak obmedzeným priestorovým podmienkam v malých bytoch.





**TOP
TEN**

Living. Design: Paolo Piva.
Výroba: Franz Wittmann Möbelwerkstätten GmbH,
Etsdorf am Kamp, Rakúsko.
 Masívna pohovka s prekvapujúco elegantným tvarom. Nezaprie sa príbuznosť so starým anglickým klubovým nábytkom, každopádne však interpretovaná po taliansky.



Louisiana. Design: Vico Magistretti.
Výroba: De Padova, Miláno.
 Kreslo charakterizuje pevný, ergonomicky presvedčivý vonkajší tvar a pohodlné vnútorné čalúnenie.



Compagnia delle Fillipino. Design: Antonio Citterio. Výroba: BandB Italia spa, Novedrate.
 Funkčný tvar, v ktorom ideálne vyznieva materiál koža. Jej spracovanie dáva kreslám výraz remeselného umenia.

WATERLILY

európska cena pre tvorcov do 35 rokov

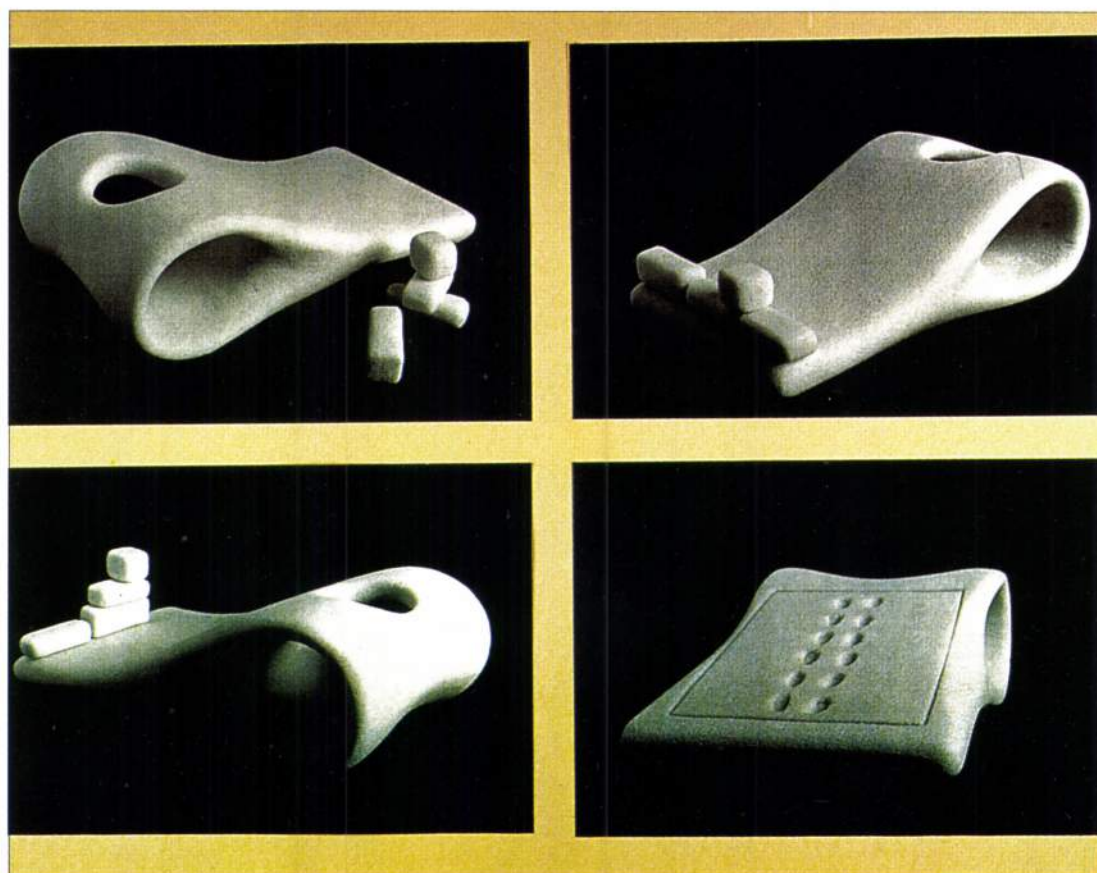
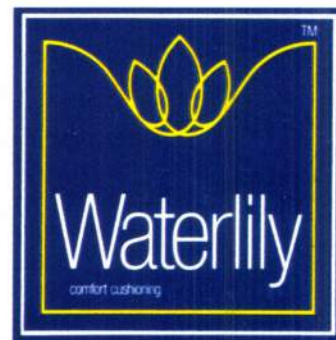
V apríli 1994 sa uskutočnil v Miláne 1. ročník medzinárodnej súťaže pre designerov, architektov a študentov do 35 rokov, ktorej cieľom je podnecovať vznik nových projektov čalúneného nábytku a lôžkovín s aplikovaním výplňového materiálu Waterlily.

Vypisovateľ súťaže firma ICI - jeden z najznámejších chemických kolosov na svete - vyvinula výplňový materiál so špecifickými vlastnosťami umožňujúcimi širokú škálu uplatnenia. Jeho výhodou je vysoký stupeň komfortu, ktorý umožňuje použitie materiálu, pričom jeho mäkkosť možno regulovať pomocou rôznej hustoty materiálu. Technológia jeho výroby v podstatne menšej miere zaťažuje životné prostredie, materiál je nehorľavý a ľahko recyklovateľný. Komfort a recyklácia boli aj hlavnými témami súťaže. Úlohou designerov bolo skúmať a využiť kvality materiálu, navrhnuť čalúnené výrobky, ktoré by prezentovali „novú generáciu komfortu“, rozmyšľať o nových aplikáciách a uvažovať v rámci celého životného cyklu výrobku vrátane jeho likvidácie a recyklácie.

Súťaži predchádzala práca s materiálom na Letnej škole designu v Mantove v roku 1992 a predstavenie výsledkov spolupráce firmy ICI s poprednými európskymi designermi na výstavách v Miláne (apríl 1993, Múzeum vedy a techniky) a v Kolíne (január 1994, galéria ACC).

Súťaž vyvolala veľký záujem a sústredilo sa v nej 300 projektov z celej Európy. Porota, v ktorej boli zastúpení aj takí designeri ako Marc Newson, Richard Sapper a Jasper Morrison, posudzovala pri návrhoch originalitu, komfort, rešpektovanie životného prostredia, realizovateľnosť vo výrobe a dodržiavanie európskych bezpečnostných noriem. I. ročník sa konal pod záštitou ICSID-u v spolupráci s talianskym nábytkárskym časopisom Interni. Medzinárodný aspekt súťaže podporil aj jej „putovanie“ po európskych krajinách - ďalší ročník sa uskutoční v roku 1995 v Nemecku.

(en)



Stefan Ilkovic,
Elisenda Avandano I Sola
Barcelona:

Rehabilitačná robaž - Priateľský projekt.
Porota ocenila toto riešenie ako najkomplexnejšie vyjadrenie zámeru súťaže. Terapeutická pomôcka umožňuje rehabilitáciu telesne postihnutých detí ako priateľskú a upokojujúcu hru

1. cena.

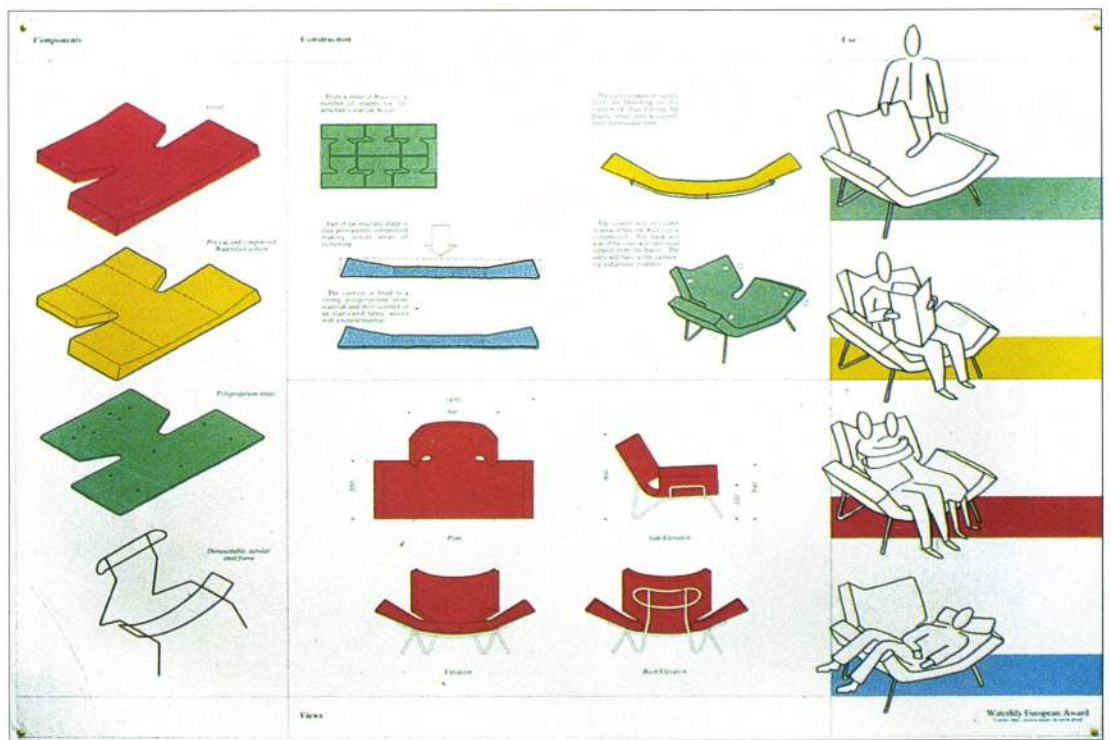
1 / Victoria Pikeová

Londýn:

Priateľský objekt bez nebezpečenstva - nebojte sa.

Trojrozmerná forma ľahko zostaviteľná, transportovateľná, kombinovaná s ľahkým kovovým rámom.

2. cena ex aequo



2 / Daniela Kohlerová, Muhamad Witheman

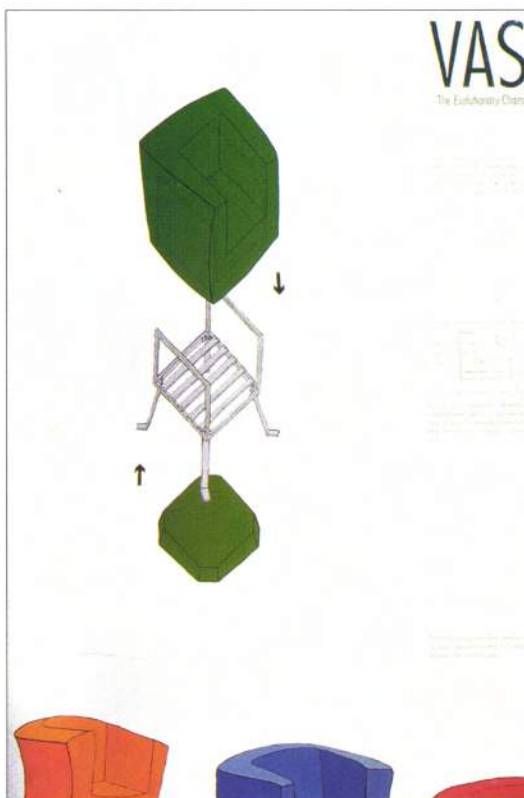
Londýn:

Evolučné stoličky.

Zámerom tvorcov bolo ponúknuť systém, ktorý by umožnil individuálne riešenie tvarov sedacieho nábytku podľa odlišných požiadaviek rôznych vekových skupín.

2. cena ex aequo

1	
2	3
	4
5	6



3, 4 / Oscar Tusquets:

Hola ola.

Pohovka navrhnutá pre firmu Arflex.



5 / Denis Santachiara:

Extraordolo.

Pohovka navrhnutá pre firmu Moroso.



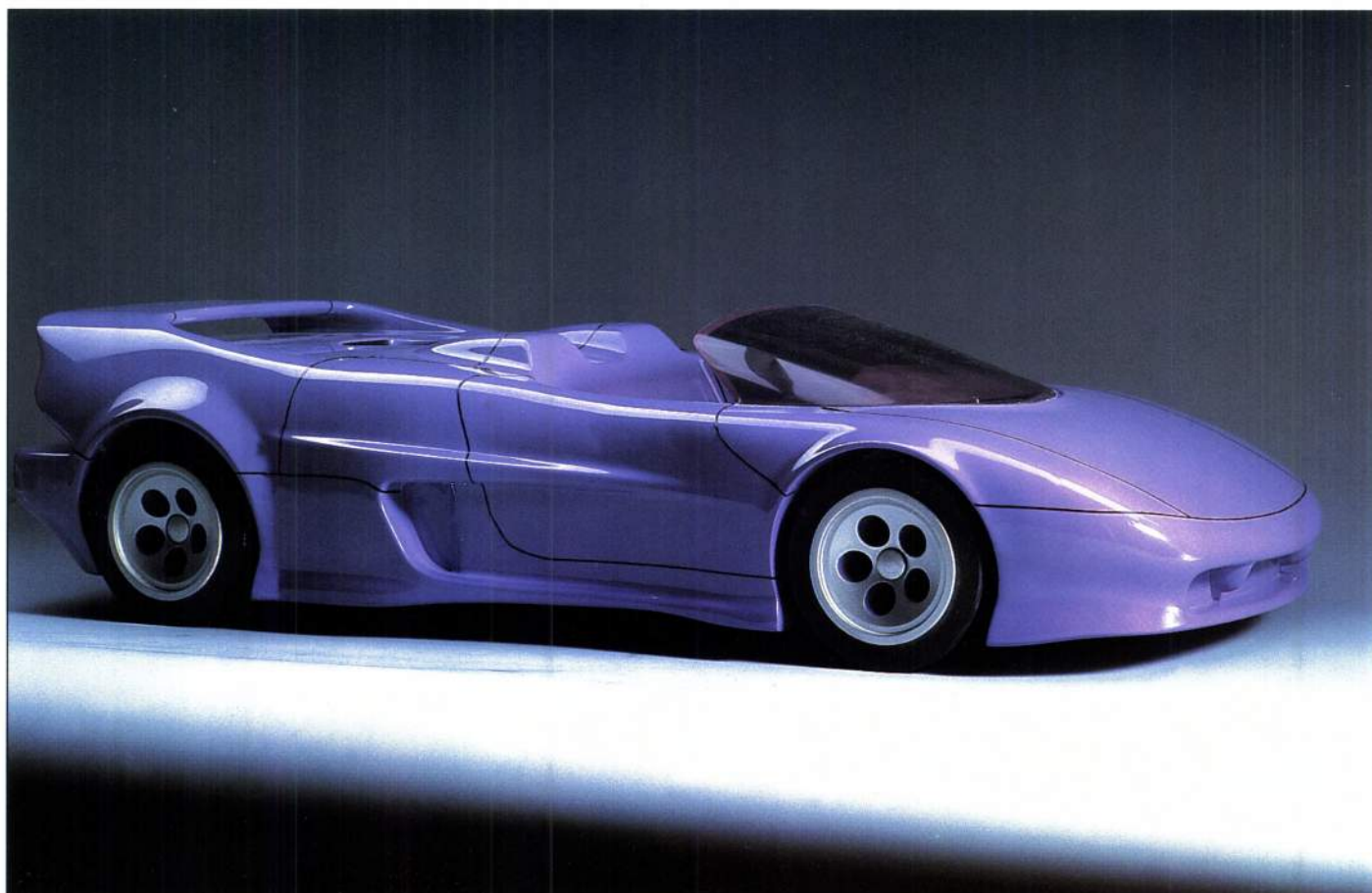
6 / Marc Newson:

Gluon.

Pohovka pre firmu Moroso.



Foto Archív Di Palma Miláno



Športový automobil. Design: **Václav Král**. Národná cena za design '93.

Foto Miloš Strnad (okrem č. 5)

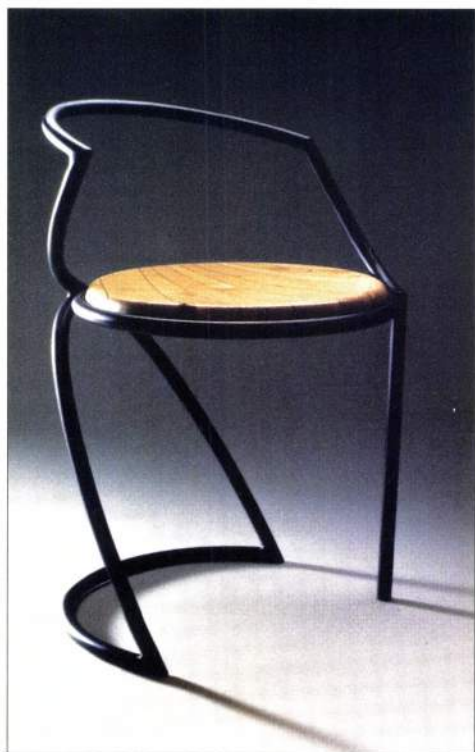
DOBRÝ DESIGN '93 v ČR

Príprava designerských súťaží je jednou z najvýznamnejších činností Design centra Českej republiky so sídlom v Brne. Ich zmyslom je podpora rozvoja, zavádzania a využívania designu v praxi. Súťaže by mali aktivizovať začínajúce firmy, výrobcov, odborné školy a študentov, štúdiá, ateliéry, agentúry a všetkých designerov k zvyšovaniu kvality a konkurencieschopnosti českých výrobkov, ale aj k zdokonaľovaniu hmotnej kultúry.

Súťaž bola verejná pre všetkých záujemcov z ČR a tiež pre študentov odborných škôl študujúcich v ČR. Súťaž má 11 odborov, každý odbor sa hodnotí v 6 kategóriách.

V súťaži Dobrý design 1993 sa zišlo 184 prihlásených výrobkov. Odborná komisia, ktorej predsedal Jiří Kočandrlé, vybrala na ocene-

nie 29 prác. Národnú cenu za design '93 získal Športový automobil (design: Václav Král, Jiří Král, Zdeněk Mrkvica), 9 prác získalo cenu Vynikajúci design '93 (Jiří Martínek: Jedálenská stolička elipse; Jiří Delong, Petr Doležal: Stolička D. D.; Jana Vaňková: Laser Meoplan; Rastislav Čeleďa, Miroslav Klíma: Motorová reťazová píla; Václav Reissner: Zvislý sústruh SK 8 CNC 1992; Ivan Linhart: Sedadlo pre vozidlá mestskej hromadnej dopravy, Prof. Petr Tučný, Petr Tučný: Design vozňov pre pražské metro; Jiří Masný: Kolekcia drevených hračiek; MARK/BBDO: Zavádzacia kampaň nového image Československých aerolínií). Ďalších 19 prác získalo ocenenie Vybrané Design centrom ČR. Porota udelila aj Cenu za publicistiku o úlohe designu v rozvoji hmotnej kultúry hospodárskej prosperity a utvárania životného štýlu, ktorú získala PhDr. Milena Lamarová za doterajšie teoretické a publístické dielo. (en)



1



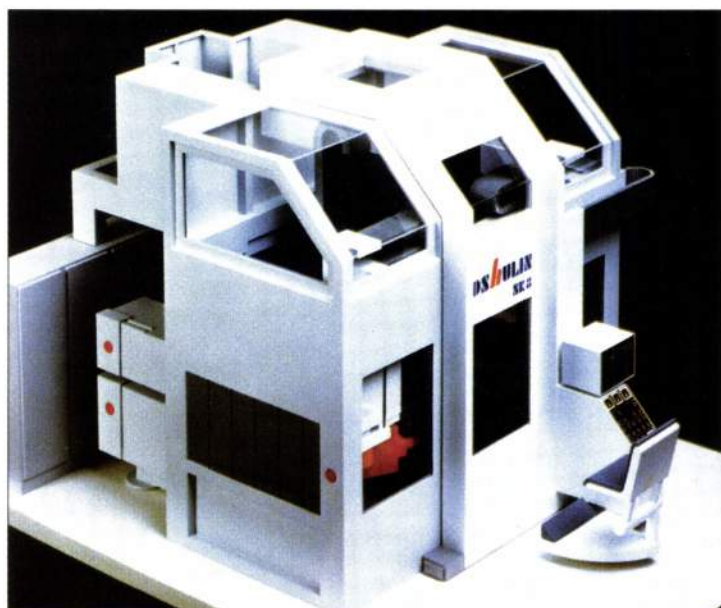
2



3



4



5

1 / Jedálenská stolička elipse. Design: **Libor Martínek**.
Vynikajúci design '93. Kategória Design navrhnutý študentmi odborných škôl.

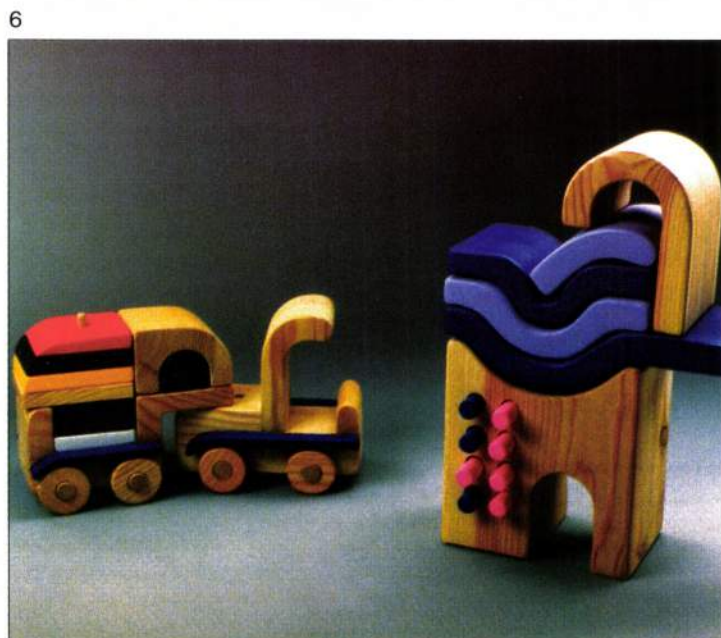
2 / Laser Meoplan. Design: **Jana Vaňková**.
Vynikajúci design '93. Kategória realizovaných výrobkov.

3 / Stolička D. D. Design: **Jiří Delong, Petr Doležal**.
Vynikajúci design '93. Kategória začínajúcich výrobcov a nových firiem.

4 / Motorová reťazová píla. Design: **Rastislav Čeleda, Miroslav Klíma**.
Vynikajúci design '93. Kategória Design navrhnutý študentmi odborných škôl.

5 / Zvislý sústruh SK 8 CNC 1992. Design: **Václav Reissner**.
Vynikajúci design '93. Kategória Progresívne, dosiaľ nere realizované návrhy.

6 / Kolekcia drevených hračiek. Design: **Jiří Masný**.
Vynikajúci design '93. Kategória Výrobky a návrhy začínajúcich výrobcov a nových firiem.



6

krásnej

Paradoxy

Vladislav Rostoka

Pohľady na výstavu
Najkrajšie knihy Slovenska '93
v bratislavskej Bibliane
(apríl-máj 1994)



NAJKRAJŠIE
KNIHY
SLOVENSKA



1993

knihy

NAJKRAJŠIE
KNIHY
SLOVENSKA

1993

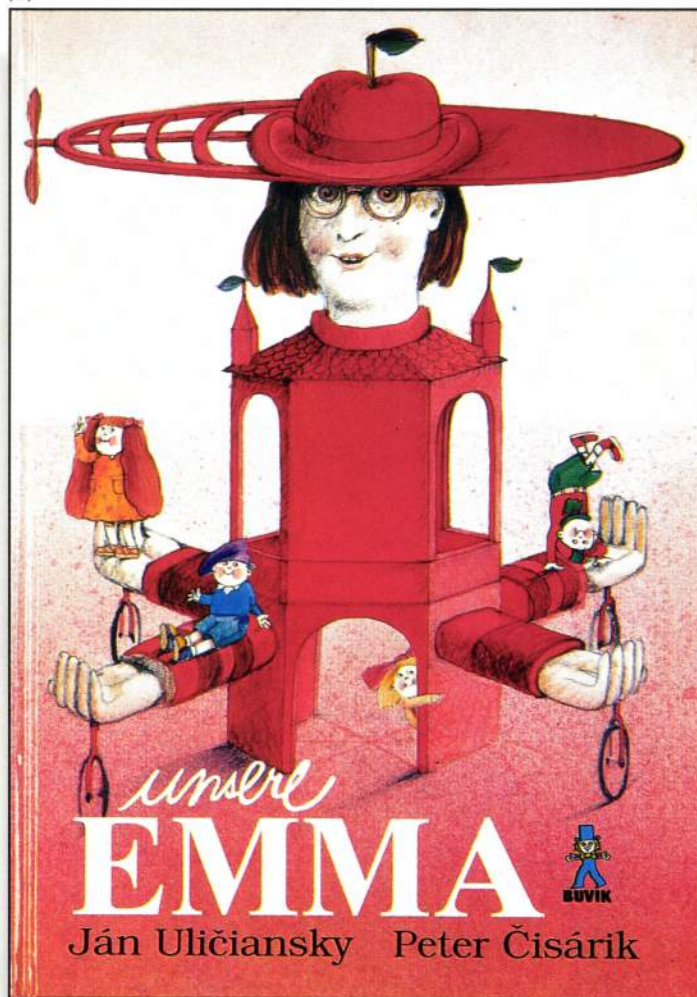
MEDZI PRESTÍŽNE DESIGNÉRSKE SÚŤAŽE vo všetkých európskych štátoch a v mnohých krajinách sveta patria každoročné súťaže o najkrajšie knihy.

Po minuloročnom historickom prvom ročníku súťaže Najkrajšie knihy Slovenska, nadviazali usporiadatelia (Ministerstvo kultúry SR, Matica Slovenská a Bibiana) aj túto jar na dlhoročnú tradíciu podujatia, ktoré sa konalo v bývalom Československu pravidelne od roku 1965. Ale už dávno predtým - v roku 1928 - sa Československo stalo jedným z prvých troch štátov sveta (po USA a Holandsku), ktoré takéto podujatie usporiadali. Mnohé následné ocenenia našich kníh na súťažiach IBA, Najkrajšie knihy sveta alebo BIB potvrdili, akým dôležitým stimulačným faktorom môže byť takáto akcia pre rozvoj knižnej kultúry.  Výtvarnú a polygrafickú úroveň slovenskej knižnej produkcie z roku 1993 hodnotila medzinárodná porota, ktorej cieľom bolo vybrať taký súbor kníh, ktoré by obstáli v medzinárodnej konkurencii - hlavne na najdôležitejšej výstave „Najkrajšie knihy sveta“ vo Frankfurtu. Po minuloročnej účasti špičkového odborníka Wolfganga Rascha zo Stiftung Buchkunst vo Frankfurtu sme tohto roku získali do poroty pána Petra van Lindonka z Breukelenu v Holandsku. Vysoká úroveň grafického designu v Holandsku už tradične vzbudzuje úctu a rešpekt odbornej verejnosti sveta. Mimoriadna starostlivosť štátu, vydavateľov a výtvarného školstva, zameraná na kultiváciu vizuálnej podoby holandskej knihy môže byť pre nás príkladom.  Analýza kolekcie pôvodných slovenských kníh, zaslaných tohto roku do súťaže signalizuje, že sa u nás situácia vo vydávaní kníh vyvíja paradoxne v dvoch protikladných smeroch.

1.) SMER POZITÍVNY: V úrovni polygrafického spracovania kníh sme zaznamenali podstatné zlepšenie.

Tento ešte donedávna hlavný problém vydavateľov sa zdá byť už vyriešený. Pred niekoľkými rokmi existovala na Slovensku len jedna naozaj kvalitná tlačiareň - Neografia v Martine, schopná splniť najvyššie technické kritériá kladené na knihu ako výrobok. No v poslednom období sa situácia razantne zmenila. Obrovský reklamný boom si vynútil vznik mnohých nových tlačiarní a vybavenie jestvujúcich (priemerných) špičkovým strojovým parkom. Ale čo je ešte dôležitejšie a nevyhnutné k zvýšeniu kvality polygrafických výrobkov -

(1)



1 Cena Ministerstva kultúry SR

Petrovi Čisárikovi za ilustrácie

Cena Bibiany vydavateľstvu Buvik

za najkrajšiu detskú knihu

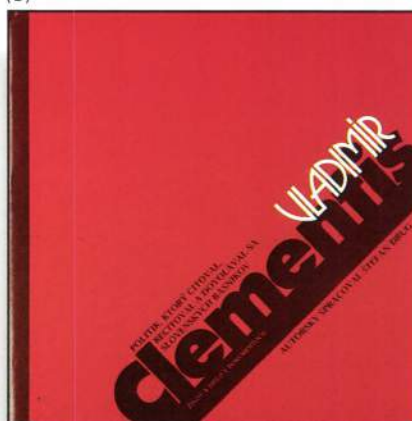
Kolekciu „Najkrajšie knihy Slovenska '93“ tvorí 19 kníh, vybraných porotou

zo 116 titulov,
ktoré do súťaže zaslalo
38 vydavateľov.
Niektoré z kníh získali
osobitné ceny
za mimoriadne výkony.
Ich obálky publikujeme
na str. 15–17.



FOTOGRAFIE
JURAJ KEALUK
RABBIT & SOLUTION
STUDIO

(2)

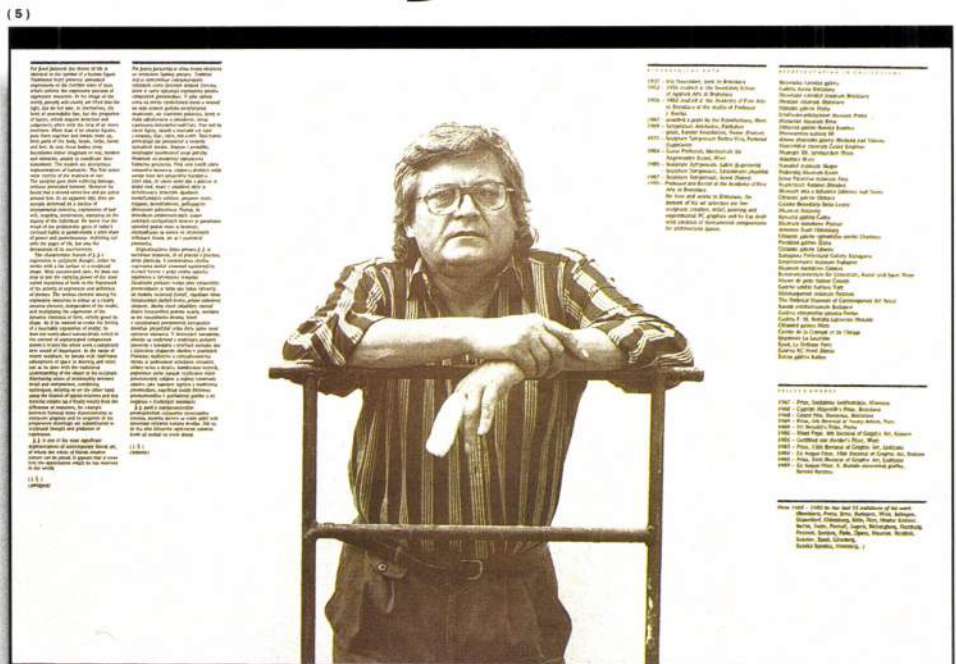
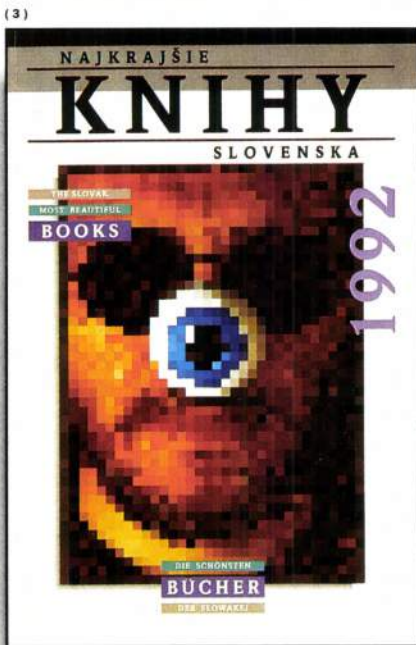


2 Cena Ministerstva kultúry SR

Petrovi Ďuríkovi

za grafickú úpravu

knihy



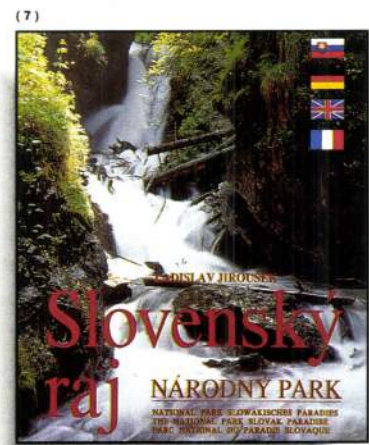
3 4 Cena Ministerstva kultúry SR
Vladislavovi Rostokovi
za grafickú úpravu

5 Cena Ministerstva kultúry SR
Vladislavovi Rostokovi
za grafickú úpravu

3 4 Cena Zväzu polygrafie na Slovensku
Bratislavským tlačiarňam
5 7 za mimoriadne polygraficky
spracované publikácie



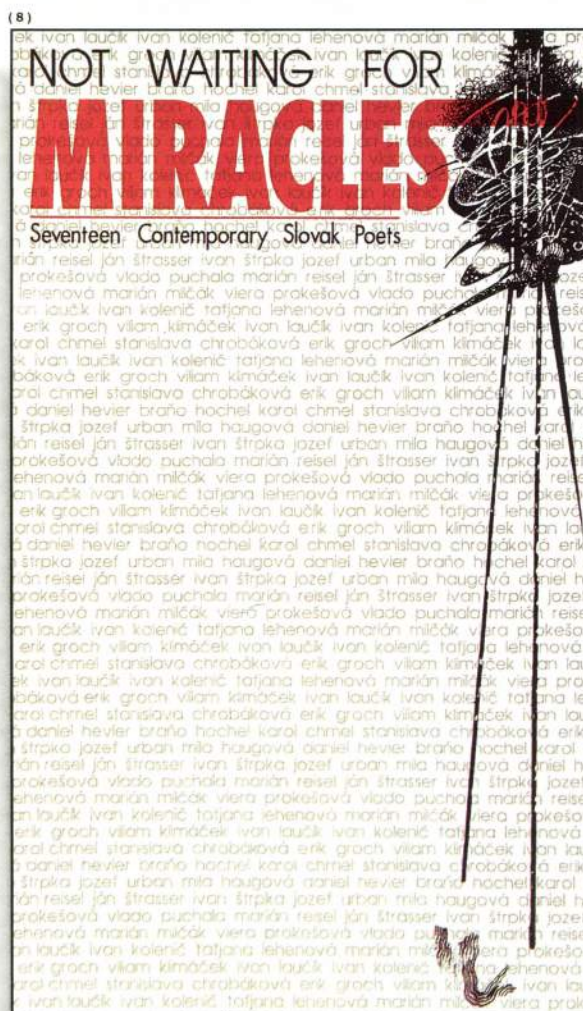
6 Cena Ministerstva kultúry SR
Yvone Janáčkovej
za malonákladovú publikáciu



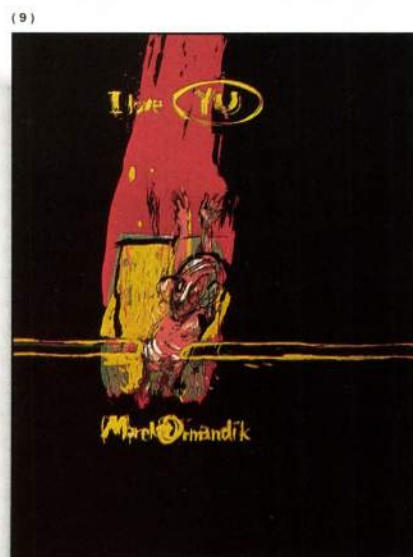
zároveň sa vytvorili samostatné grafické a reprodukčné štúdiá vybavené počítačovou technikou svetovej úrovne. Čiže materiálové a technologické vstupy používané v súčasnosti u nás k výrobe kníh sú rovnocenné s medzinárodným štandardom. To by zaručovalo vznik krásnej knihy na Slovensku solídne základy a dobré perspektívy.

2.) SMER NEGATÍVNY: Blokovanie týchto perspektív však spôsobujú niektoré problémy, prejavujúce sa v oblasti vydavateľskej. Donedávna veľmi dobre prosperovalo na Slovensku asi 25 vydavateľských kolosov, ktoré mali medzi sebou monopolne rozdelený sortiment knižných druhov. V súčasnosti sa počet vydavateľov enormne rozrástol, profitujúc prevažne na vydávaní slovenských mutácií importovaných knižných originálov. Už každý môže vydávať všetko - aj zlé, nepotrebné a neužitočné knihy, preto vzniká chaos, smerujúci zrejme k jedinému cieľu: zisku. Minulý rok tento trend dospel do alarmujúceho štádia, keď viaceré vydavateľstvá, kedysi každoročne oceňované v súťaži najkrajších kníh a ktoré venovali výtvarnej podobe knihy vždy veľkú pozornosť, buď nevydali ani jeden pôvodný slovenský titul, alebo totálne rezignovali v oblasti výtvarnej! Veľký ekonomický tlak spôsobuje ten paradox, že len málo novozaložených vydavateľstiev si môže dovoliť naplno využívať síce zlepšenú úroveň, ale drahú prácu tlačiarň a tiež kvality najlepších slovenských výtvarníkov. Vzniká situácia, umožňujúca taký luxus, že designom knihy (vyžadujúcim špeciálne znalosti a ktorý do značnej miery formuje vkus verejnosti) sa môžu zaoberať stále vo väčšej miere laici. Veď pre oblasť výtvarnú - na rozdiel od iných špecializovaných odborov ľudskej práce - sa každý cíti naslovovzatým odborníkom. A práve preto nedokáže svojim knihám vtlačiť osobitú tvár, pečať nadčasovej kvality, veriac, že jeho úrovni vkusu sa prispôbajú čitatelia. To sa v budúcnosti musí zmeniť, lebo aj knihu ako všetky ostatné výrobky predáva okrem obsahovej kvality tiež adekvátne kvalitný design a obal. Naším hlavným problémom je nedostatok profesionálnych tvorcov, najmä v oblasti typografie. Nečudujme sa preto, že názor vydavateľa na výtvarnú úroveň knihy, ktorý je často minimalizovaný až na agresívne, vyzývavé obálky so všetkými charakteristickými znakmi súčasnej chaotickej doby nemá kto korigovať. Nový, súčasný prístup k základu knižnej architektúry - typografii si vyžaduje ľudí, schopných presadiť svoj kvalifikovaný názor, podložený primeraným školením. No zo študentských prác, zaslaných do súťaže, je zjavné, že v náročnom teréne typografie sa pohybujú ešte neisto a nespelo. Chýba mi v ich prácach viac osviežujúcich nápadov a experimentovania, veď kde si ho budúci výtvarník môže, ba musí vyskúšať, ak nie v škole? Atmosféra tvorivého laboratória školského ateliéru sa v hektickom tempe praktického života už totiž nezopakuje!

VYDAVATELIA SUPERCIVILIZÁCIÍ na minuloročnom Frankfurtskom knižnom veľtrhu znovu ohromili výnimočnou syntézou technologicko-výtvarnej úrovne svojich kníh, ktorá ich vyčleňuje do značného predstihu voči nám. A to preto, že aj keby sme sa im už mohli vyrovnávať v technickej úrovni, udržanie adekvátnych výtvarných kvalít pôvodnej slovenskej knihy je už úloha náročnejšia, zatiaľ nespĺnená. Ale verím a viem, že na kultivácii vizuálnej podoby slovenskej knihy sa v budúcnosti zúčastnia takí tvorcovia, ktorí budú ochotní vynaložiť nemalé úsilie na permanentné dvíhanie jej úrovne.



8 Cena Ministerstva kultúry SR
vydavateľstvu Modrý Peter
za starostlivosť o vydanie publikácie



9 Cena Matice Slovenskej
Marekovi Ormandikovi
za študentskú prácu

NAJKRAJŠIE KNIHY SLOVENSKA 1993

Bakelit bol prvý Polyméry v minulosti a budúcnosti

■ Ivan Hudec

I. časť



Telefónny prístroj z bakelitu

Celé tisícročia človek vyrábala predmety z materiálov, ktoré mu poskytovala príroda - z dreva, kovov, kože, bavlny, vlny, kameňa, porcelánu a skla.

Stručný pohľad na spektrum používaných materiálov svedčí o zaujímavej skutočnosti: za celú deťatku tisícročí, ktorými doteraz prešiel homo sapiens, sa toto spektrum v zásade nezmenilo. Pred 10 000 rokmi človek používal kovy, polyméry a keramiky a rovnaké materiály používa v podstate aj dnes, pričom perspektívy rozvoja materiálov ukazujú, že ani v budúcnosti sa skladba materiálov veľmi nezmení. Vývojom sa menil iba počet materiálov, ktoré boli a sú k dispozícii, ako aj dôležitosť jednotlivých skupín materiálov. Symbolické zobrazenie tejto skutočnosti je na grafe, ktorý publikoval prof. Krempaský.

Obrázok veľmi reálne vyjadruje skutočnosť, že pokiaľ ide o kovy, ich význam bol zo začiatku histórie ľudstva takmer nulový. Až objavením bronzu a neskôr železa ich dôležitosť ustavične stúpala, až dosiahla vrchol v polovici

nášho storočia. Odvtedy sa ich význam stále znižuje v dôsledku enormného nárastu produkcie iných materiálov, ktoré ich svojimi vlastnosťami boli schopné nahradiť, a v mnohom ich aj prevýšili. Možno povedať, že kovy stratili svoje vedúce postavenie hlavne na úkor polymérov, kompozitov a keramik.

Pozrime sa bližšie na polyméry, ktoré v celej histórii ľudstva zohrávajú veľmi významnú úlohu. Čím sa odlišujú tieto materiály od iných a vďaka ktorým vlastnostiam sa radia medzi najdôležitejšie materiály, aké kedy človek využíval a stále využíva vo svojej každodennej činnosti? Odpoveď na tieto otázky sa skrýva v ich štruktúre. Polyméry sú totiž tvorené dlhými reťazovými molekulami, ktoré predurčujú ich špecifické vlastnosti. Túto skutočnosť si ľudstvo objasnilo až v 20. storočí, čo však nebránilo využívaniu prírodných polymérov, t.j. takých, ktoré sa v prírode vyskytovali už dávno predtým, ako napr. drevo, koža a vlákna.

Rozvoj ľudského poznania rozšíril paletu využívaných produktov

z polymérov o laky, lepidlá a umelú slonovinu pripravenú v starovekej Číne a Indii zo zaschnutých mliečnych štiav tropických rastlín. Veľmi vyhľadávaným prírodným polymérom, z ktorého v starovekom Egypte, Grécku a Ríme pripravovali laky, lepidlá a tmely, bola prírodná živica šelak, no

vhodných vlastností (r. 1839), má pán Goodyear. No odvtedy ešte uplynul nejaký čas, kým pán Dunlop v r. 1888 patentoval prvú pneumatiku so vzdušnicou a plášťom. Začiatkom 20. storočia sa vďaka rozvoju chémie objavili nové, dovtedy nepoznané materiály - syntetické polyméry.

Priekopníkom tohto prúdu bol belgický inžinier Leo Baekeland, ktorý sa vysťahoval do USA. Po úspešnom vynáleze nového fotografického papiera,

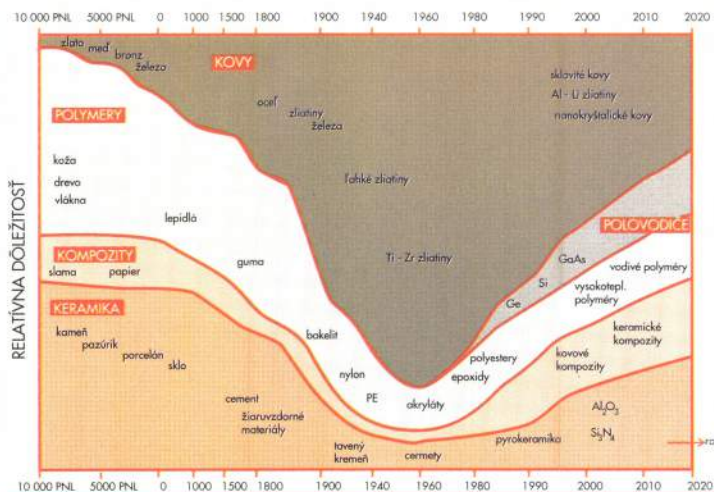


Držiak na pijavý papier z bakelitu

významnú úlohu zohral aj sandarak slúžiaci v starom Egypte na balzamovanie.

Indiáni už veľmi dávno využívali pružné výrobky získavané zo štiav tropických rastlín najmä pri hrách. Prírodný kaučuk, ktorý sa získava z latexového mlieka tropických rastlín Hevea Brasiliensis, upútal už Kolumba pri jeho výprave do Ameriky. Trvalo však veľmi dlho, kým sa podarilo prepraviť kaučukový latex bez znehodnotenia do Európy. Cesta od kaučuku k dnešnej podobe gumárenských výrobkov, ktoré ľudstvu umožnili rozvoj takého významného odvetvia, akým je automobilizmus, bola však veľmi dlhá a spleťtá. Na tejto ceste sa preslávili mnohí významní vedci, z ktorých najväčšiu zásluhu na tom, že z kaučuku sa vulkanizáciou sírou dá pripraviť produkt

ktorého patent predal firme Kodak, získané prostriedky investoval do výroby živice z fenolu a formaldehydu, ktorú sám patentoval v r. 1907 a o rok neskôr ju začal vyrábať pod názvom **bakelit**. Bol to prvý syntetický polymér, ktorý vďaka ľahkému tvarovaniu, dobrým izolačným vlastnostiam a odolnosti voči teplu dosiahol od začiatku dvadsiatych rokov obrovský úspech. Začali sa z neho vyrábať vypínače, telefónne prístroje, elektrické zásuvky, držadlá žehličiek, ale aj brúsne materiály a brzdové obloženia. Tak sa začal nový vek materiálov, ktorý mnoho odborníkov označuje za vek plastov. Stojí za zmienku, že Slovensko v tom čase patrilo medzi prvé krajiny v Európe, kde sa začala výroba fenolformaldehydových živíc (v závode Gumon v Bratislave).



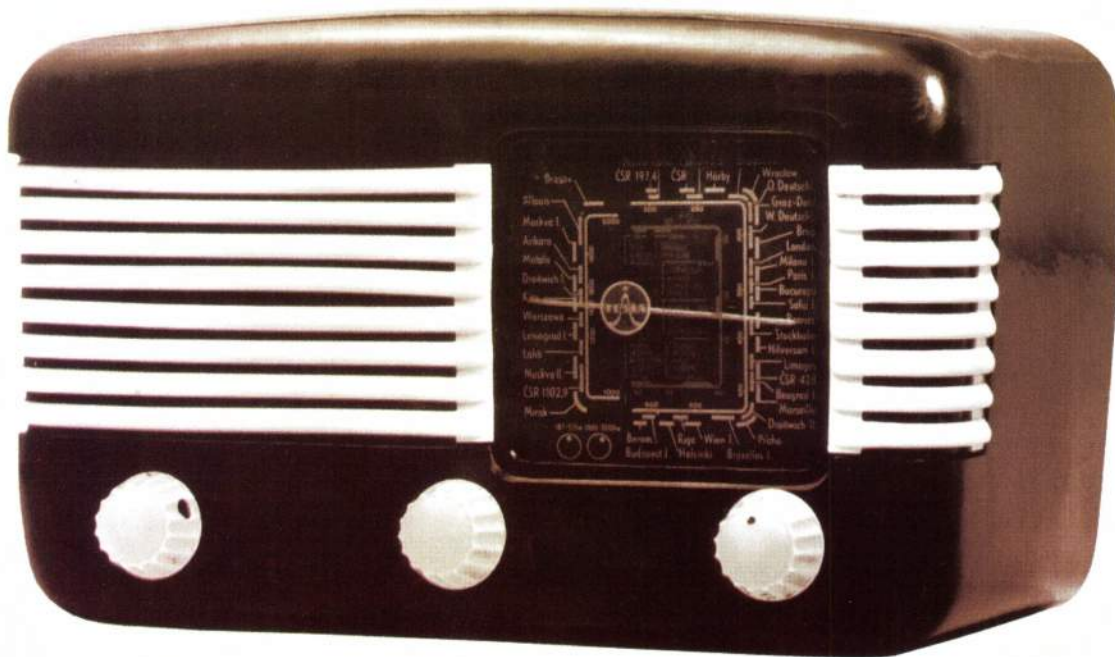
Krempaský, J.: Súčasnosť a perspektíva materiálov a technológií, Didmatech '93, Nitra, s. 4-11

Výroba ďalších syntetických polymérov nedala na seba dlho čakať a v tridsiatych rokoch uzrel svetlo sveta polystyrén, polyvinylchlorid, polyuretány, syntetické kaučuky a iné. Veľkú úlohu v rozvoji výroby zohrala okrem iného aj snaha Nemecka a jeho protivníkov počas 2. svetovej vojny vyrobiť nové druhy materiálov hlavne pre zbrojnú výrobu. Doslova ošial spôsobila výroba prvého plnosyntetického polyamidového vlákna nylon nielen medzi vojenskými odborníkmi, ktorí to využili na výrobu padákov použitých pri vylodení spojencov v Normandii, ale hlavne medzi americkými ženami, keď firma Du Pont uviedla na trh nylonové pančuchy. Polyméry postupne prenikli do letectva, kde tvoria kupoly a okná lietadiel, ale tiež výplň a nosné plochy krídel hlavne vo forme kompozitov, do automobilizmu a spotrebnej elektroniky a elektrotechniky, ale tiež do medicíny, ktorú si už bez moderných protických materiálov, náhrad žíl, krvnej plazmy, chlopni či kontaktných šošoviek nemožno predstaviť. Od začiatku päťdesiatych rokov prenikli do domácností vo forme lacných, nerozbitných, farebných a tvarovo domyselne riešených výrobkov.

Celosvetová produkcia syntetických polymérov prekročila v roku 1985 hranicu 100 mil. ton a vo viacerých krajinách bol objem ich spotreby väčší než objem spotreby ocele.

Osobitné postavenie v produkcii syntetických polymérov má polyetylén, polypropylén, polystyrén, polyvinylchlorid a akryláty vyrábané vo veľkých množstvách - až stovkách tisícov ton za rok, ktoré z dôvodu ich veľkého objemu výroby sa často označujú ako veľkotonážne polyméry.

Druhú veľkú skupinu syntetických polymérov tvoria hlavne polyamidy, polyester, polykarbonáty, polyfenylénoxidy a polyfenylénsulfidy, ale tiež epoxidy, fenoplasty a polyuretány, ktoré sa väčšinou používajú na kon-



Rádio z bakelitu. 50. roky. Výrobca Tesla Bratislava

štrukčné účely, preto sa často označujú ako konštrukčné plasty.

Poslednú skupinu polymérov - produkciu najnižšiu, ale početne najväčšiu - tvoria špeciálne typy polymérov, ktorých výroba sa začala najmä v 60. rokoch v priemyselne vyspelých krajinách v súvislosti s rozvojom kozmonautiky a letectva.

Napriek tomu, že sa začiatkom 90. rokov zdalo, že vzostup výroby a spotreby polymérov

výrobkov z polymérov. Predpokladom je zvyčajne veľká sériovosť navrhovaných výrobkov z polymérov v záujme zachovania ich cenovej dostupnosti. Samostatným problémom, ktorému sa

Z predošlých riadkov je už na prvý pohľad vidieť, že polyméry ako skupina materiálov sprevádzajú ľudstvo od jeho kolísky až podnes predstavujú materiál mnohoraký z hľadiska vlastností, materiál so širokými možnosťami aplikácie, a teda aj materiál veľmi zaujímavý pre designerov.

(pokračovanie v nasledujúcom čísle)



Foto: Slavomír Tomašovič

dosiahol vrchol, objavilo sa odvtedy celé spektrum nových, hlavne zmesových polymérov a kompozitných materiálov s polymérou maticou, ktoré svojimi vlastnosťami prevyšujú doposiaľ známe materiály. Príprava zmesi a kompozitných materiálov je popri vývoji špeciálnych nových typov polymérov, ako sú elektricky vodivé polyméry, polyméry s piezoelektrickými a pyroelektrickými vlastnosťami, hlavným smerom rozvoja vo výrobe syntetických polymérov v súčasnosti.

Veľké možnosti pre tvorbu nových výrobkov z polymérov poskytuje tiež vývoj v oblasti spracovateľských procesov. Dostupnosť a cenové relácie zariadení a ich častí (formy) boli a sú totiž jedným z limitujúcich faktorov uplatnenia

v poslednom období venuje v celosvetovom meradle veľká pozornosť, je otázka recyklácie odpadov z polymérov a ich druhotného využitia. S týmto úzko súvisí aj snaha o výrobu biologicky a fotochemicky odbúrateľných polymérov, najmä pri výrobkoch krátkodobej spotreby.

Jednou z hlavných predností polymérov je totiž skutočnosť, že veľmi dobre odolávajú pôsobeniu atmosférických a biologických vplyvov, čo však na druhej strane spôsobuje určité problémy pri ich likvidácii na skládkach.

Stolné strúhadlo na ceruzky z bakelitu



Stolná lampa z bakelitu. 30. roky. Výrobca Továrneň na káble, Bratislava

1

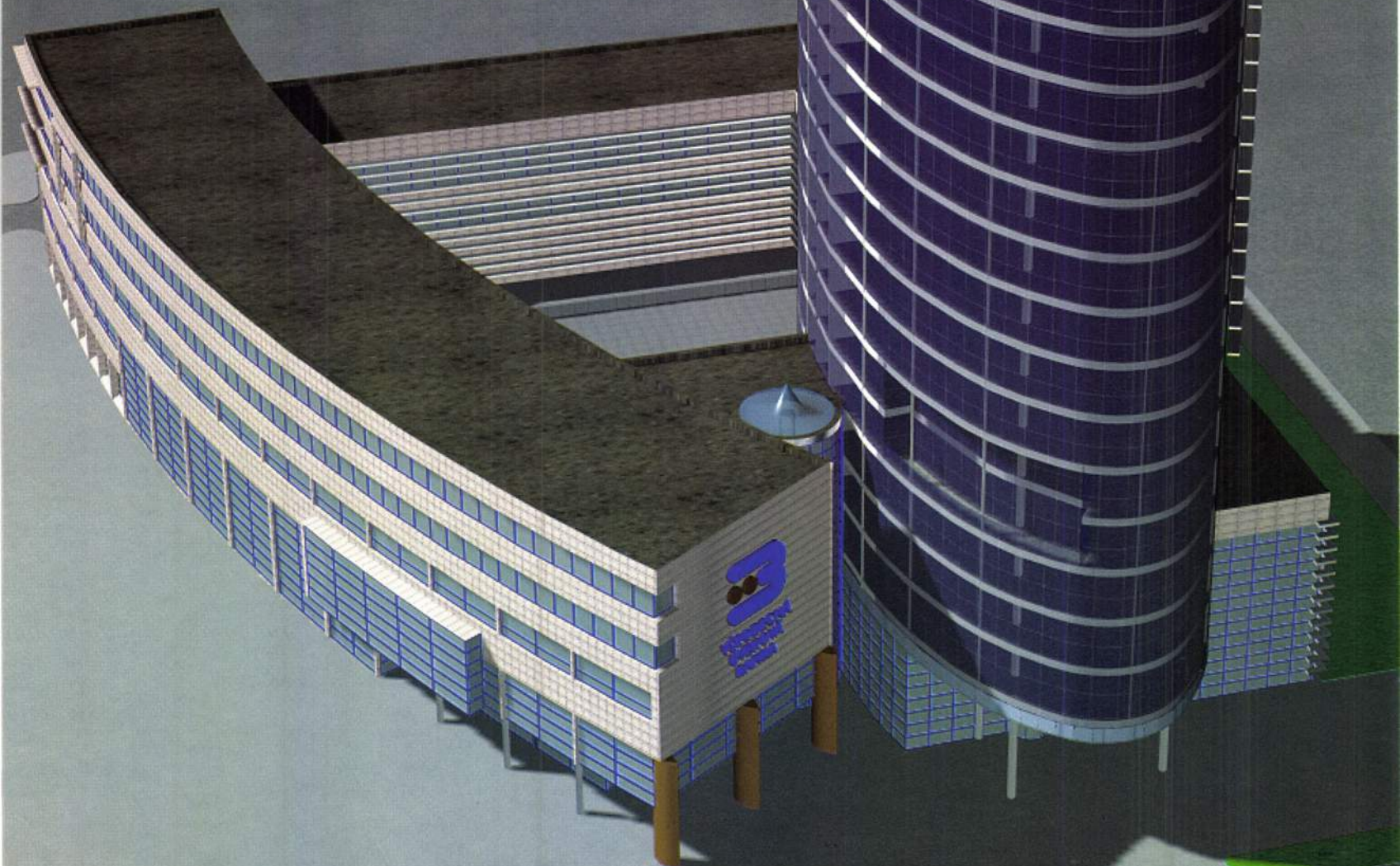
..... PREŠPORSKÝ
WALL STREET

2

..... BANKOVÝ
INTERIÉR
A ŠTANDARDNÁ
ARCHITEKTÚRA

3

..... POZNÁMKY
K NAŠEJ
SÚČASNEJ
BANKOVEJ
ARCHITEKTÚRE



Wall Street

PETER BRHL OVIČ

Ako žiakovi základnej školy, ktorý okrem pionierskych schôdzok a náboženstva navštevoval aj súkromné hodiny nemčiny, mi slovičko die Bank robilo dosť veľké problémy. • Znamenalo nielen lavicu, či dokonca lávku ponad potok, ale aj akúsi neurčitú inštitúciu, v ktorej sa spoločovali nekalé živly-finančníci a bankári.

V povinne prečítanej knižke Ladislava Mňačku Ďaleko je do Wampoa sa o nich pejoratívne písalo, že sa celé dni poľakujú po Wall Street a spájajú sa coca-colou donemoty. • Ale ani na môj vkus dosť vtipný J.G. Tajovský sa vo výkladoch našej uvedomelej slovenčinárky nejavil príliš pokroko-vo, keď nám o ňom takmer potajomky prezradila, že bol bankovým úradníkom. Ešteže pomohol Mamke Pôstkovej a nie všetci vedeli, že študoval a býval v priváte v Prahe so Štefánikom... • O čosi neskôr, v roku verušeštedsiatom ôsmom, mi náš štát dovolil zakúpiť si na trojtýždňovú turistickú cestu do NSR tridsať mariek po 9,80 Kčs a prostredníctvom svojich úradníkov ma poslal vyzdvihnúť si ich do Československej obchodnej banky v Prahe. Bol to nezabudnuteľný zážitok, pretože po prvý raz som navštívil socialistický úrad, kde mi kázali čakať posediačky, ešte k tomu na kresle čalúnenom pravou kožou. Práve týmto detailom sa banka veľmi odlišovala od sporiteľne, kde sa tiesnilo vždy veľa upchatých ľudí a pri každom priečinku bolo treba stáť v dlhom rade. • Naozajstný bankový boom po osemdesiatom deviatom ma napriek načrtnutým sporým skúsenostiam nezaskočil.

Z televízie, rozhlasu, ba i dennej tlače som sa včas dozvedel, že chod trhovej ekonomiky bude od začiatku v rukách bankárov a finančníkov, ktorí sa odchádzajú vyškoliť priamo na Wall Street. • Nezištne som im

želel, aby im počas tých stáží cvrkli hoci aj trochu rumu do coly, len ak im to pomôže otvoriť oči, len ak už aj tu doma budeme mať aspoň taký malý Wall Street. • A, vážení priatelia, áno, už ho tu máme, denne po ňom chodíme, ibaže o tom ešte nikto z nás nevie! • Dajme tomu, že si potrebujete kúpiť byt a nemáte na to dostatočnú hotovosť. Nič jednoduchšie sa vám ani nemohlo prihodiť. Stačí zájsť do niektorého z našich peňažných ústavov, mať dvoch-troch solventných ručiteľov, dať do zálohy svoj alebo manželkin rodinný dom a peniažky na byt vám bez problémov požičajú... • Ešte jednoduchšie je, keď ste podnikateľ a chcete na úver výhodne kúpiť, aby ste ešte výhodnejšie predali. Stačí prísť do banky, predložiť projekt transakcie, ponúknuť úradníkov, aby si založil vlastnú s.r.o. na jej uskutočnenie, a ešte skôr, než on stihne minúť svoje takto ťažko zarobené peniažky, dostanete vyznenie, že váš projekt bol príliš riskantný. • Aby reč nestála, banky majú eminentný záujem aj o peniažky drobných sporivcov. Tie si potom požičávajú ony navzájom za 20-25-percentné úroky, aby na vkladné knižky mohli pripísať aspoň 5, 8, či dokonca 11 percent. Netreba hádam zdĺhavo vysvetľovať, načo používajú rozdiel.

• Len si skúste porovnať interiér vášho po uši zadĺženého podniku s interiérom vášho veriteľa! Len si skúste porovnať exteriér vášho hlavného účtovníka s exteriérom posledného poslička vášho veriteľa!

• Smiechu sa určite nezdržíte, a to vám ešte k tomu v rozhlasových správach čítajú akési nezmysly:

Po českej banke Bohemia a po slovenskej banke X skrachovala včera ďalšia banka! Je to vôbec

U V E R I T E Ľ N É ?



BUDOVA
CENTRÁLY
VŠEOBECNEJ
ÚVEROVEJ
BANKY
V BRATISLAVE,
1994.
AUTORI:
J. BAHNA,
E. ZÁVODNÝ,
I. PALČO,
M. JURANI
+ BOOS BRNO



INTERIÉR
SLOVENSKEJ
POENOHOSPODÁRSKEJ
BANKY
V ŽILINE,
1993.
AUTORI:
D. VOŠTENÁK
A KOL.



ČESKÁ
SPORITEĽNA
V BRNE,
1994.
AUTORI:
J. BAHNA,
E. ZÁVODNÝ,
I. PALČO
+ BOOS BRNO

MD

Prešiel som celý rad bankových priestorov a mám pocit, že sú všetky jednotvárne, nezaujali ma, a preto nevidím žiaden dôvod, prečo sa o nich v tejto súvislosti vyjadrovať.

HM

Naozaj sú všetky rovnaké? Mne sa totiž po prvej povrchnej prehliadke zdalo, že istý rozdiel môžeme pozorovať v súvislosti s tým, o ktorú banku ide. Akoby si banky pomocou týchto interiérov budovali svoj imidž, čo je pochopiteľné a samozrejme. Dajú sa odlišiť tie pompézne, akoby zviditeľňujúce kapitál, a tie rezervovanejšie.

MD

Na základe čoho ich rozlišuješ, ktoré sú aké?

HM

Napríklad Všeobecná úverová banka na Laurinskej ulici. Je evidentne drahá. Všetky použité materiály akoby mali jediný cieľ - ukázať, že sú drahé. Leštené ušľachtilé kamene, eloxované plechy, všetko sa blyští v zlatých odtieňoch... Opačne pôsobí Stavebná sporiteľňa na Mierovom námestí v Bratislave, tiež Ludová a Kreditná banka v rekonštruovaných družstevných domoch E. Belluša. Tu sú materiály lacnejšie, menej honosné. Často sa využíva drevo, dokonca aj plasty. Aj farebnosť je iná, prevládajú najmä tlmené pastelové odtiene.

MD

Mne sa zdá, že Laurinská je špeciálny prípad, ktorý výraznejšie vybočuje tu svojou pompéznosťou. Ostatné priestory, vari okrem Voštenákovej Poľnohospodárskej banky v Žiline, mám zaradené všetky do štandardnej, nevýraznej, kvalitnej, dobre vyhotovenej, ale nič nehovoriacej rovnakej kategórie. Prídem dovnútra, všetko je tak, ako má byť - lesklé, čisté. Sú tam patričné priehradky, sklo je umyté.

Všetko je na takej tej západnej úrovni, ako sme si zvykli vídať vonku. A neoslovuje ma to ničím iným, len tým, že je to slušné, čisté, seriózne. Dávam vám peniaze a vy sa o ne asi dobre postaráte, keď to tu máte také pekne pozametané. To je to, čo mi to hovorí. No a zlato je aj všelike inde, nielen na Laurinskej.

HM

Teraz mi napadlo, že aj česká Agrobanka v bloku Primaciálneho paláca je vlastne v podobnom štýle. A tiež Investičná banka na Štúrovej.

MD

A podobná je vari aj sporiteľňa na Štúrovej ulici. Je poskladaná z akýchsi prvkov, zmohutnených roštových štruktúr povkladaných do priestoru. Nie je možno až taká "lesklá", ale istá príbuznosť tu je.

HM

Mohli by sme si položiť otázku, či to, že väčšinu týchto interiérov považujeme za bezpohľadnú, nie je dôsledok absencie tradície našich bánk, ale aj sporiteľní a poisťovní, respektíve prítomnosti problematickej tradície. Nie je tu nič, čo by bolo možné rozvíjať. Keď si vezmeš nejaké známe, trebárs európske priestory, napríklad viedenská Postsparkasse. Svojou kontinuálnou historickou existenciou si vybudovali určitú tradíciu, na ktorej je založená celá ich prezentácia, zatiaľ čo u nás to stojí v akomsi vzduchoprázdne. Tradícia sa ešte len buduje, vytvára. Napadlo ma to najmä v súvislosti so Stavebnou sporiteľňou. Oni vsadili na svoje tri farby, ktoré ustavične opakujú. A už viem, že keď mi udrie do oka červená, zelená a modrá, ide o Stavebnú sporiteľňu. Na každom interiéri sa to znovu opakuje, rovnako aj na propagačných materiáloch, plagátoch, mobiliárii...



INTERIÉR
POBOČKY
TATRABANKY
NA ŠTRKOVCI
V BRATISLAVE,
1992.
AUTOR:
L. HYBAL



INTERIÉR
POBOČKY
TATRABANKY
NA ŠTRKOVCI
V BRATISLAVE,
1992.
AUTOR:
L. HYBAL



MD

Samozrejme, že sme svedkami obrovského boomu všetkého, čo tu nebolo, dochádza k masovej výstavbe peňažných ústavov - ale to ma odrádza. Nejde tu o experimenty, o hľadanie, o individuálny prístup. Nejde tu o originálny prínos, nový, alebo aj staronový, tradičný. Ide o masovosť, ako to bolo kedysi pri výstavbe panelákov. V mojich očiach boli paneláky zaujímavé vtedy, keď ešte bola živá tá úvodná predvojnová socialistická rétorika. Ale potom prišla tá masovosť, realizovanie vo veľkom, a to prestáva byť pre mňa architektúra. Podobne to cítim aj teraz. Treba rýchlo postaviť zopár poriadnych bankových priestorov, aby ľudia mali kde robiť tie peňažné transakcie. Takisto to bolo v 70-tych rokoch s domami smútku či obradovými sieňami. Nebolo to o architektúre. Podľa mňa je dnes rovnaká situácia s kostolmi. Masovo treba stavať kostoly, lebo chýbajú.

A takisto sa skoro všetko rozplýva v sivom priemere. A, samozrejme, sú tu ešte aj veľmi zlé príklady. Je otázka, či medzi bankami sú aj tie veľmi zlé. Čo sa nerobí, to je návrat k tradícii, to u nás vôbec nefunguje, ak sa teda nemýlim. Bolo by možné vrátiť sa k tradícii bankového interiéru, lebo tie banky tu boli a určite mali pozoruhodné zariadenia a vnútorné vybavenie. Ale po tom nikto nepátra. Sme v akomsi ošiali, ale to je zrejme údel doby - priniesť sem to, čo vidíme za hranicami. A tak slepo prinášame názor aj materiál v snahe dostať sa na tú ich obdivovanú úroveň. To je ďalšia tragédia, ak necítíme nejakú hodnotu v lokálnom názore na to, ako stavať. Všetko prekrýva masovosť a jej povrchnosť.

HM

Proti tomu ťažko niečo namietat'. Preto sa mi asi tak páčil prístup k rekonštrukcii Bellušových domov. Belluš ostal zachovaný ako najvyššia hodnota. A vari vďaka práve prežívajúcemu Bellušovi z týchto priestorov vyžaruje aj aká-taká tradícia. Taká bratislavská.

MD

Prečo sa však problém stavia: aké by vlastne tie banky mali byť? Ak tomu dobre rozumiem, banky musia byť v

istom zmysle čo najobyčajnejšie, musia poskytovať istotu, preto sa obávajú výraznejšieho názoru, ktorý by mohol odradiť klienta. Logicky sa väčšina z nich štylizuje do priemernej podoby istého typu banky. V tejto súvislosti mi prichádza na myseľ problém predaja Mýtnika. Pri slávnostnom otvorení tejto budovy som od istého vysokého úradníka na jej adresu začul, že pôsobí príliš mládežnícky, takže nevie, či ju kúpi banka. Banka by mala byť seriózná, nie pojašená...

HM

Toto sa mi zdá veľmi podstatné, lebo gro interiérov, ktoré sme spomínali, ľudia čo tam denne chodia, prijímajú kladne. Keď sa laikov spýtaš, čo si myslia o bankových interiéroch, vo väčšine prípadov ich hodnotia pozitívne. Negatívne ich hodnotia najčastejšie práve architekti.

MD

Môj názor je silne protištandardný. Je za také originálne, novátorské, pozoruhodné. Avangardné? Alebo experimentálne, myšlienково bohaté. Ale nevravím, že tie banky nemajú byť také, aké sú. Nech sú. Ten štandard len treba podopíňať, dobrý štandard. Ale mňa to neoslovuje. Ja osobne neviem nájsť zaľúbenie v zaoberaní sa touto architektúrou, neviem byť interpretátorom, popisovateľom týchto užitočných štandardností. Myslím si, že sa to utrasie samo, tak ako sa v tejto demokratickej spoločnosti vie, že tie banky treba postaviť, tak sa možno aj ukáže, že tá, ktorá bude menej výrazná, bude aj menej úspešná. Bol by som rád, keby pre nás kritikov bolo vyhradené siahť na tie perly, na tie konfliktné ojedinelosti. Na veci, v ktorých sa skutočne niečo chystá, kde sa pripravuje niečo nové, perspektívne. Ale nechcem to orientovať iba tak novátorsky, ale aj na to znovuobjavené, čo tu už raz niekedy bolo.

HM

Otázkou je, či je vlastne potrebné ten štandard opisovať, keď je kontinuálne prítomný, aj keď vždy v inej podobe. Ale k tomu novátorstvu: v našich kruhoch sa často zdôrazňuje postmoderno, čo práve v architektúre kedysi



INTERIÉR
ĽUDOVEJ
BANKY
NA NÁM. SNP
V BRATISLAVE,
1992.



INTERIÉR
VŠEOBECNEJ
ÚVEROVEJ
BANKY
NA LAURINSKEJ
ULICI
V BRATISLAVE,
1993.
AUTORI:
K. ŠLACHTA,
I. KOČAN



INTERIÉR
VŠEOBECNEJ
ÚVEROVEJ
BANKY
NA LAURINSKEJ
ULICI
V BRATISLAVE,
1993.
AUTORI:
K. ŠLACHTA,
I. KOČAN



↑
↓

vymedzil Jencks. To znamená post-moderno štandardu, neexkluzívnosti, postmoderno populárneho, postmoderno eklektického, postmoderno programovo ne-novátorského. Na druhej strane sa stretávame so stále živou potrebou toho avantgardného, ktoré je vlastne v protirečení k tradičnému chápaniu postmoderna. Pričom spomínané interiéry nie sú ani postmoderné v zmysle Jencksových vymedzení. Skôr by som sa priklonila k Lyotardovmu realizmu determinovanému kapitálom. Je teda na uváženie, či banka - ako predstaviteľ kapitálu a tradičných konzervatívnych hodnôt - rovná sa štandardná kultúra.

MD

No áno, príliš zjednodušene som tu propagoval ten novátorský pohľad na svet - nové je dobré a staré je zlé. Snažil som sa to trochu napraviť tým, že tým zaujímavým môže byť aj obnovenie nejakej staršej myšlienky.

HM

Aj tak to nemení nič na veci, lebo model, že človeka stále zaujíma to, čo sa vymyká priemeru, je vlastne potvrdením toho, že nás zaujíma avantgarda ako taká, myšlienkové novátorstvo...

MD

Predsa len však musím spomenúť banky, ktoré ma oslovili. Je to Voštenákova Poľnohospodárska banka v Žiline a staršia banka od Bahnu a Miháliku v Čadci. V tej Čadci to síce bola úplne iná situácia, bola to ojedinelá banka, a to, čo sa tam pri nieslo, bolo v tom čase osobité. Aj použité viedenské holleinovské repliky. Vtedy to znamenalo veľa. Ševčík veľmi balansoval vo vyjadreniach na adresu tejto realizácie - ako sa vlastne pozerá na také sprostredkovanie. Viedenský Wagner sprostredkovaný Holleinom a potom Bahnom. Nakoniec skonštatoval, že je to veľmi užitočné. Teraz, keď sa možnosti otvorili, sa namiesto experimentovania prináša sem len taký nevýrazný, seriózny, umytý štandard.

HM

Ak sa preberajú vzory zvonku, nie sú to ojazstné vzory, len tamojší štandard. Ak existuje v Londýne nejaká Rogersova Lloyd's, alebo Pranova

Banco popular v Ekvádore, tak tu sa ich nikto nepokúša reflektovať. Všetko je veľmi konzervatívne.

MD

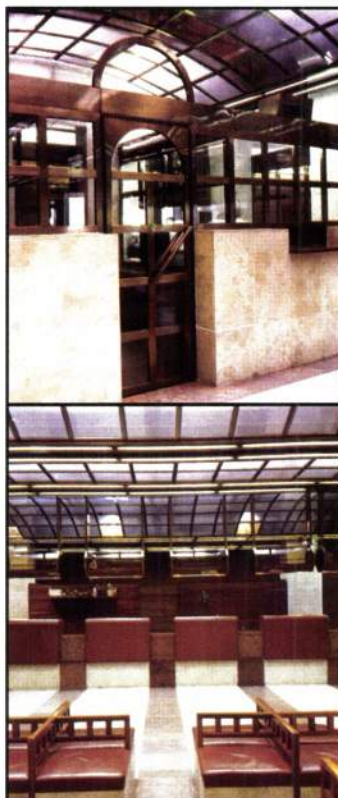
Ešte k tomu Voštenákovi. Bol som v rozpakoch, keď som tú žilinskú banku videl prvý raz, ale postupom času ho čoraz väčšími akceptujem. Vopchal tam kopu svojich bláznivostí, ktoré do banky nepatria. Ak si položíme tú naivnú otázku, ako má bankový interiérov vyzeráť, tak treba povedať, že takto vyzeráť nemá. Drevené plôtky, zástavôčky a iné neserióznosti, aj keď to má byť akási symbolika poľnohospodárstva. Tak banka nemá vyzeráť. Má vyzeráť štandardne, priemerne, aby mal každý pocit, že toto je tá moja banka. Ale čím viac je týchto štandardností, tým väčšími si cením Voštenáka, že tam tie svoje bláznivosti, ako on hovorí - gýčiky, dal. A že tam okrem recesistických bláznivostí je aj celkom čistý, formálne dekonštruktivistický motív veľkej diagonálnej steny, ktorá preštiepuje celý interiérov, hodnotím ešte vyššie.

HM

On tam vlastne ten "vyšší princíp bankový" má: oddelenie teba, ktorý prichádzaš, od veľkých peňazí, od tej serióznosti, ktorá tam už je. To je tá stena. Ale voštenákovčina prichádza až vtedy, keď k nej prídeš bližšie a zistíš, že je bukasová. Zrazu sú všetky vzťahy zrelativizované. A miesto na kamennú lavicu si sadneš do prúteného kresielka.

MD

Áno, kým inde všetko, čo môže byť, je mramorové. Určite treba ukázať, aký je stav v tejto sfére, a zrejme o ňom treba hovoriť. Mne je aj ľúto, že sa ohraničujem pred opisovaním toho štandardného, lebo keď teraz mám na stole literatúru z prvej polovice storočia, som rád, že opisuje aj to štandardné, že mi dáva komplexný obraz o tej dobe. Treba asi písať aj o tomto, treba publikovať aj toto.



INTERIÉR
BANKOVEJ
HALY
VŠEOBECNEJ
ÚVEROVEJ
BANKY
V ČADCI,
1984.
AUTORI:
J. BAHNA,
C. MIHÁLIK



INTERIÉR
SLOVENSKEJ
POĽNOHOSPODÁRSKEJ
BANKY
V ŽILINE,
1993.
AUTORI:
D. VOŠTENÁK,
A. KOL.

architektúre

J Á N B A H N A

Našu súčasnú bankovú architektúru netreba ani mystifikovať, ani zatracovať, aj keď je často pre verejnosť zahalená rúskom tajuplnosti. Ako ostatné oblasti nášho života, aj ona dobieha handicap pretrhnutého vývoja štyroch desaťročí. Medzi laikmi a často i odborníkmi vzniká dojem, že už je tých bánk priveľa. Faktom však je, že sme sa ešte nedostali ani k stavu z roku 1948. Všeobecne sa dá hovoriť o potrebe desaťnásobného nárastu bankových plôch.

U nás prevláda archaická predstava banky ako úžerníka, ktorý zhromažďuje do mešca naše peniaze a vykorisťuje celú spoločnosť. Potom si postaví monumentálne sídlo s nedobytnými trezorami a za mramorovými stenami trinástej komnaty sa dejú ďalšie nekalé transakcie. Túto nedôveru k bankám rozširujú často aj kritici z radov inteligencie. Celá spoločnosť, s nimi aj bankári i architekti, sa učia chápať zložitú a rozvetvenú škálu súčasných bankových činností. Banky hľadajú svoju tvár. Často začínajú od nuly, pretože ich koncepcie sa v minulosti rodili v Prahe. Málo architektov malo možnosť projektovať banky v predchádzajúcom režime. Vtedy tu existovali skôr sporiteľne s úzkou škálou činností.

Bank pribúda, ich štruktúry sa rozvetvujú, bankové technológie sa postupne spresňujú, počet klientov aj s nárokmi narastá, rozširuje sa ponuka služieb, zvyšuje sa ich úroveň a operatívnosť, zlepšuje sa pracovné prostredie i dvorany pre styk s verejnosťou. Projekt banky alebo bankového interiéru patrí k atraktívnym zákazkám architektov. Naši architekti dostali v nových spoločenských podmienkach rovnaké materiálové a realizačné možnosti ako architekti vo vyspelých krajinách. Aj túto materiálovú a technologickú ponuku je potrebné poznať a vedieť sa v nej orientovať. Svetové firmy zahrnuli náš trh množstvom ponúk vo všetkých oblastiach realizácie. Ja by som nazval túto prvú etapu našich nových

dejín architektúry ako materialistickú.

K dobrému architektonickému výsledku je však potrebná symbióza idey i realizácie. Nositeľom myšlienok je architektonická osobnosť, a preto výsledky súčasných bankových realizácií sú odrazom kvality myslenia našich architektonických osobností. Architekti často použijú ako ideu ekletické alebo dekonštruktivistické gagy a dekorácie, k tomu pridajú lesklé mramory alebo gresy, sádrovokartónový strop s halogénkami, mosadzné držadlá, zrkadlové sklá, lacný taliansky mobiliár, umelé kvety, štruktúrnu omietku či novoobjavenú benátsku štuku, prípadne malú fontánku, a interiér bankovej haly je hotový. Ešte som zabudol menovať korenicové dýhy, často polepené po celom interieri - od riaditeľských stolov až po zárubne dverí a skrine - bez vnútornej hierarchie. Na čas, keď architekti budú tvoriť komplexný imidž banky, si musíme ešte počkať. Z realizácií najlepšie vychádzajú filiálky rakúskych bánk - Kreditnej a ľudovej v Bellušových domoch, ktoré preberajú kompletný imidž a realizáciu, v tomto prípade v štátnom neomodernistickom duchu. Tento ich výraz však patrí k ich firme a bolo by naivné sa domnievať, že hlavným dôvodom tu bola reakcia na našu tradíciu. Oni si tento svoj výraz budujú desaťročia. Ich klientela je pripravená ho konzumovať. Jeho vývoj súvisí aj so zmenou funkcií a postavenia banky v spoločnosti. Banka nie je ideálnym miestom na experiment, aj keď sa už netvári tak tajuplna a konzervatívne. Iná je situácia napríklad vo venezuelskej banke v Caracase ako vo Frankfurtu či Zürichu. Najúspešnejšie sú väčšinou dielom renomovaných architektov, ktorých meno je pre klienta zárukou aj komerčného úspechu, ako napr. Bank Austria vo Viedni - G. Domenig a W. Holzbauer, M. Botta v Lugane, N. Foster a A. I. Pei v Hong-kongu či R. Rogers v Londýne.

Tak ako vo väčšine oblastí života, aj v bankovej architektúre je ťažké

COMMENTS ON CURRENT BANK ARCHITECTURE

There is no reason either to mystify or to condemn our current bank architecture, although it often seems to be somehow mysterious to the public. As in other spheres of our lives, it is handicapped by the need to make up for the lack of development in the past four decades. Often an opinion prevails among ordinary people, and even experts, that banks have already become too abundant. In fact we have not achieved the situation of 1948 yet. Therefore, approximately ten times the present bank floor-space might be claimed to be needed.

The archaic opinion of banks as users, greedily collecting our money into their money-bags and exploiting the whole community, is still predominant here. And then with all that money the user will have a monumental seat built with fire-proof safes, while behind marble walls of the thirteenth chamber other obscure transactions take place. Such a mistrust in banks is often spread even by critics ranking among intellectuals.

The whole of the community, together with bankers and architects, is learning to understand the complex and manifold scale of current banking. Banks are looking for their own identity. Often they start from nought, because their conceptions used to be born in Prague. Architects rarely had an opportunity to design banks in the old regime. They were mostly saving-houses with only a narrow range of activities.

Now banks are increasing in number, branching their organisations and gradually bringing banking technology into line. The number of clients and their demands are increasing, new services are being offered, their quality and operability is rising and the working environment and halls for the public are being improved.

To create a bank, or a bank interior design, is an attractive order for an architect. In the new social situation our architects have got the same material conditions and realization opportunities as their colleagues in highly developed countries.

But these material and technological options must be identified and the architect must be able to find his orientation there.

World-wide companies have brought an immense choice of options into our market in all areas of realization. I would call this first stage of our new history of architecture the "materialistic" stage. However, a good architectonic result can be



DOSTAVBA
A INTERIÉR
INVESTIČNEJ
A ROZVOJOVEJ
BANKY
NA TALLEROVEJ
ULICI
V BRATISLAVE,
1993.
AUTORI:
J. BAHNA,
E. ZÁVODNÝ

POHLED
NA BANKOVÝ
PAVILÓN
VO DVORE

ĽSTREBNÝ
MOTIV
ELIPTICKÉHO
SVETLIKA



achieved only through a symbiosis of idea and realization. The ideas are borne out by the personality of an architect, and therefore the currently produced bank designs reflect the quality of ideas by our architectural personalities. For ideas our architects often use eclectic or deconstructivist gags and decorations, together with glazed marble, gypsum board ceiling with spot lights, brass hand rails, mirrors, cheap Italian furniture, artificial flowers, structural parquet or newly discovered Venetian stucco; perhaps even a tiny fountain, and the bank hall interior design is completed.

We still have to wait for the time when architects will design a complex bank image. The best realizations have been those of Austrian branches - banks in Belluš's houses, which provided a complete image as well as. In this case the neomodernistic concept was just the right choice. However, this concept is the one of their firm and it would be naive to believe that the major reason was their reaction to our traditions. They have been building this image for decades and their clients are ready to consume it. Its development has been connected with changes in banking function and position in the community. A bank is not an ideal place for making experiments, even if it no longer assumes such a mysterious and conservative appearance. The situation is different in a Venezuelan bank in Caracas from one in Frankfurt or Zürich. The most successful bank realizations are mostly works by renowned architects, whose name is also a guarantee of commercial success for the clients.

This is the case with the latest achievements of Bank Austria in Vienna - G. Domenig and W. Holzbauer, M. Botta in Lugano, N. Foster and A.I. Pei in Hong Kong, or R. Rogers in London.

Like in any other field, the return to traditions in banking architecture is difficult. In the banking sphere, Slovakia has only been a province, mostly with branches of Vienna, Budapest or Prague banks. Even during the years of socialism the bank centre was in Prague. Therefore, there are not many examples of banking architecture in Slovakia. Precious bank courts are represented only by the recent Investičná banka by Skutečný and Savings Bank by Tvarožek. The list could also include Tatra Bank by Harminc, the bank and branches by Belluš in peasants' houses on SNP square, and the former Discount bank on Hlavné námestie square. Those are eclectic, neoclassicist buildings from the twenties and modernist or functionalist ones from the thirties. So what should be built on? Obviously on the quality of idea and detail.

In our country it is generally true that the architect who gets the order dictates the result. I anticipate only a short existence of the current bank interiors, because the banking technology is developing rapidly and money transfers are changing as banks introduce new services. Cash payments will be gradually replaced by other forms, so traditional glass counters will not be needed. Money transfers without cash make

návrat k tradícii. Slovensko bolo v bankovej sfére iba provinciou s pobočkami viedenských, budapešťianskych či pražských bánk. Bankové centrum bolo aj za socializmu v Prahe, preto na Slovensku a v Bratislave nevzniklo veľa príkladov bankovej architektúry. Medzi hodnotné bankové dvorany je možné zaradiť iba Skuteckého terajšiu Investičnú banku a Tvarožkovu sporiteľňu.

K nim možno ešte priradiť Harmincovu Tatra banku, Bellušovu banku a pobočky v roľníckych domoch na námestí SNP a bývalú eskontnú banku na Hlavnom námestí. Sú to eklectické neoklasicistické objekty z dvadsiatich rokov a modernistické či funkcionalistické z tridsiatich rokov. Na čo teda nadväzovať? Predsa len asi na kvalitu idey a detailu.

Všeobecne u nás platí, že konečný efekt zákazky závisí od toho, ktorý architekt ju dostane. Odhadujem krátkodobú existenciu súčasných bankových interiérov, pretože banková technológia sa rýchlo vyvíja, spôsoby platobného styku sa menia, banky zavádzajú nové služby. Aj u nás sa bude postupne redukovať hotovostný styk a tým stratia opodstatnenie zasklené pokladničné kóje. Bezhotovostný styk v Rakúsku predstavuje až 99,8 % operácií. Bankové dvorany sa menia na administratívnu krajinu s hniezdovými pracoviskami, sú ďaleko otvorenejšie a priateľivejšie. Hlavným predmetom ochrany už nie sú peniaze, ale ľudia a bankové bázy dát.

So zmenou peňažných stykov a rozvojom ďalších aktivít sa mení aj postavenie banky v spoločnosti. Súčasná svetová banka je finančným a informačným centrom, ktoré spravuje naše peniaze, vhodne ich investuje, a tým prispieva k celkovému rozvoju spoločnosti. Svoje aktivity rozširuje aj na kultúru a ďalšie nevýrobné oblasti. Je otvorená širokej škále podnikania, preto musí byť otvorená a príťažlivá aj jej architektúra. Musí poskytovať čo najkvalitnejšie služby a oslovovať čo najširšiu škálu zákazníkov. Jej hlavným bohatstvom je jej know-how s bázou dát a kvalitnými službami, ktoré poskytujú jej zamestnanci. K tomu všetkému patrí plnohodnotné pracovné prostre-

die s vhodným designom, príjemnou klímou a príťažlivou atmosférou.

Moje prvé stretnutie s bankovou architektúrou sa udialo pred osemnástimi rokmi pri spolupráci s prof. V. Vilhanom na banke v Žiline. Doteraz je interiér bankovej haly zachovaný. Podnikavý domáci architekt akurát pretvoril zasadačku na poschodí bez našej účasti. Pred desiatimi rokmi sme s L. Mihálikom realizovali interiér a parter banky v Čadci. Tu sme obnovili priestorový archetyp bankovej dvorany. Táto realizácia si zachovala svoju kvalitu a práve súčasný bohatý bankový život jej vdýchol nového ducha. Pred dvoma rokmi sme s L. Závodným vyprojektovali v rekonštruovanom objekte Metropol pobočku Investičnej a rozvojovej banky. Problémy s obyvateľmi domu zapríčinili zdržanie realizácie. Podľa posledných zámery by mala byť dokončená do konca tohto roka. Rýchlejší spád mala realizácia bankového pavilónu vo dvore Investičnej a rozvojovej banky na Tallerovej ulici. Táto realizácia bola tiež projektovaná v ateliéri s L. Závodným. V súčasnosti pracujeme na veľkom projekte centrály Všeobecnej a úverovej banky, kde sa stretávame so všetkými problémami bankovej architektúry. Na týchto projektoch spolupracujeme s brnianskou firmou BOOS, ktorá sa špecializuje na bankové technológie, trezory a interiéry. Spolu s touto firmou sme spracovali projekt Českej sporiteľne v Brne a chystáme ďalšie. Každá z menovaných bánk mala iný osud, a preto aj výsledky sú rôzne. Verím v individualitu zadania ako záruky originálneho výsledného produktu.

Napriek všetkým výhradám sú bankové architektúry exkluzívne architektonické zákazky. Naše generácie architektov dobiehajú zmeškané desaťročia. Súčasná realizácia môžu byť poznačené chvatom. Pri projektovaní bánk je preto dôležité zachovať a obhájiť svoju ideu proti komerčným tlakom mocného mecenáša, a to dokáže iba architektonická osobnosť. Vhodným dialógom osvieteneho bankára a kreatívneho architekta môžu aj u nás vzniknúť vysokohodnotné architektonické diela.

99.8% of all transactions in Austria now. Bank courts are changing into administrative offices with nest work places, they are far more open and pleasant. The major object of protection now is not more money, but people and bank data.

Along with the changes in money transfer and development of other activities, the position of banks in the community is changing. The current world bank is a financial and information centre, managing and properly investing our money, and in this way contributing to the overall development of our community. Its activities are even spreading into culture and other non-manufacturing areas. It is open to a broad range of business, therefore its architecture must be open and attractive as well. It must provide the best quality services and address the broadest spectrum of customers. Its major strength is its know-how with database and high-quality services provided by its staff. Of course, all of that must take place in a fine working place with proper design and a comfortable atmosphere.

My first contact with bank architecture was 18 years ago, during my collaboration with Prof. V. Vilhan on the bank in Žilina. The bank hall interior is still preserved. Initially a house architect only changed the meeting room in the first floor. Ten years ago, together with L. Mihálik we actualized the interior and part of the bank in Čadca. We restored the spatial archetype of the bank court. This realization has kept its quality up to the present and the current vivid banking scene has instilled a new spirit there. Two years ago, together with L. Závodný we designed the branch-office of Investičná a rozvojová banka in the reconstructed Metropol building. Problems with residents of this house have caused a delay in production. According to the latest plans, it should be finished by the end of this year. Bringing about the bank pavilion in the yard of Investičná a rozvojová banka in Tallerova street went better. This realization was also designed in the studio with L. Závodný. At present we are working on a great project of Všeobecná a úverová banka centre, where all the problems of bank architecture are encountered. In this project we are collaborating with the firm BOOS from Brno, which specializes in bank technology, safes and interiors. Together we have worked out the Czech Savings House project in Brno, and we are preparing other projects. Each one of the above-mentioned banks had a different history, therefore the results are different as well. I believe in individuality of order as a guarantee of originality in the resulting project.

Despite all objections, bank architecture has produced exclusive architectonic miracles. The architects of our generation are making up for the missed decades. The current realizations may suffer from being made in a hurry. Therefore, it is important to preserve and justify the individual idea against the commercial impact of the mighty sponsor, and this can be achieved only with a strong architectonic personality. A proper dialogue between a progressive banker and a creative architect can result in valuable architectonic works also in our country.

DOSTAVBA
A INTERIÉR
INVESTIČNEJ
A ROZVOJOVEJ
BANKY
NA TALLEROVEJ
ULICI
V BRATISLAVE,
1993.
AUTORI:
J. BAHA,
L. ZÁVODNÝ
INTERIÉR
BANKOVÉHO
PAVILÓNU



prípád: moped

D i a l ó g a k o p o d m i e n k a ú s p e c h u

Podnetom na rozhovor na pôde a. s. BABETA v Kolárove bol pozoruhodný výsledok spolupráce fabriky na motocykle a designera - špecialistu v oblasti transport designu. V nezvyčajne krátkom čase - za niečo vyše jeden a pol roka - sa z pôvodnej myšlienky inovovať design staršieho typu motocykla podarilo predstaviť verejnosti celkom nový typ superľahkého mopedu.

Príkladov dobrej spolupráce výrobného podniku s designermi nie je naozaj veľa, preto určite stojí za to zaujímať sa, v čom môže spočívať úspech. Výrobný podnik reprezentuje predovšetkým záujem

na obchodnej prosperite, nízkych výrobných nákladoch, dostupných technológiách - skrátka ekonomické kritériá. V osobe designera sa dostáva do popredia snaha o slobodnú realizáciu vlastných predstáv. O tom, ako sa podarilo len zdanlivo odlišné prístupy skĺbiť do úspešného dialógu, hovoria jeho účastníci: designer **Ing. akad. soch. Štefan Klein**, predstaviteľia vedenia a. s. BABETA **Ing. Ladislav Banás**, technický riaditeľ, **Ing. Štefan Mančík**, obchodný riaditeľ, a konštruktéri **Ing. Rudolf Mladý** a **Ing. Tibor Tonka**.

Aké boli východiská pri rozhodovaní o vývoji nového mopedu?

L. Banás: V roku 1986 sa podnik Babeta definitívne osamostatnil

od koncernu Považské strojárne a vtedy sa začala aj fáza budovania vlastného vývojového pracoviska. V rámci delimitácie sme prebrali aj vtedy novovyvinutý moped nazvaný MX, ktorý naši pracovníci v Kolárove niekoľkokrát inovovali a prekonštruovali. Po jeho prezentácii a odjazdení skúšobných jazd a prvých testoch sa však ukázalo, že moped nespĺňa naše očakávania, najmä z hľadiska tvarového riešenia. A tak nakoniec vozidlo neuzrelo v tejto podobe svetlo sveta v sériovej výrobe. Avšak koncepcia podvozku a riešenie so zadnou centrálnou pružiacou jednotkou bolo natoľko zaujímavé, že sme sa rozhodli na tejto báze hľadať cestu k vytvoreniu nového mopedu, s novým designom, ktorý by spĺňal náročné požiadavky ergonomické, technické a, samozrejme, aj užívateľské.

R. Mladý: Z pôvodného MX, ktorý existoval prakticky len na výkresoch, sme teda vytvorili prototyp MX 231 - a ten už bol vlastne naším dielom. Prepracovali sme uloženie motora s náhonom na zadné koleso s ozubeným remeňom - to bolo v tom čase unikátne riešenie. Aj keď sa projekt zastavil, podvozok bol relatívne šťastne riešený. Presvedčajú nás o tom poznatky zo skúšobných dlhodobých jazd, ktoré sa aplikovali aj pri Kleinovom riešení mopedu.

Čím sa začala vaša spolupráca, ako prebiehal dialóg designera s konštruktérmi?

Š. Klein: Na začiatku sme si povedali, že mojou úlohou by mal byť redesign verzie MX 231. Postupne sme si vytvorili mechanizmus stretnutí s tímom, ktorý pozostával z konštruktérov i pracovníkov marketin-

gu. Boli to akési konzultácie s oponentúrou. Dohodli sme sa, že za každou etapou práce - kresbovým blokom, blokom modelového riešenia, riešenia v mierke 1:1 -

predloží designer výstup použiteľný pre firmu. Stretávali sme sa v každej etape práce, tých stretnutí bolo minimálne 15. Mohol by som pracovať aj bez kontaktu s firmou, avšak s obrovským rizikom, že výsledok bude pre firmu nepoužiteľný. Posuny v hľadani najlepšie dokumentujú kresby. Vidieť na nich, že sme sa od hmotnejšieho riešenia postupne dostali k ľahšej verzii a zadanie bolo nakoniec špecifikované na úlohu vytvoriť ľahký vzdušný moped nielen pre úzku kategóriu ľudí, ale pre širšiu populáciu. Moped je najlacnejší dopravný prostriedok a jeho použitie by z toho malo aj vyplývať, aby ho mohli používať mladší aj starší.

L. Banás: Tu musím spomenúť úlohu marketingu. Za jeho asistencie a v súčinnosti s ním sa vyberali kresbové riešenia a rozhodovalo sa, akým smerom sa uberať. Dôležité boli pritom výsledky prieskumu trhu. Napr. moped s prepojkou vyhľadáva klientela vo Francúzsku, kde si 16-18 roční chlapani upravujú mopedy na verziu športových alebo pretekárskych motocyklov a prirábajú k nim komponenty, ktoré zvyšujú výkonnosť motora. Designer na tento podnet v kresbe okamžite reagoval. Z kresieb postupne vznikla škála typov, ktoré by spĺňali požia-

davky rôznych skupín užívateľov od veku 15 rokov až po dôchodcov.

Klein: Z toho už vyplynuli pre mňa ako designera veľmi konkrétne požiadavky: aby moped mal tvar, ktorý neumožňuje len jednu funkciu, ale naopak variantnosť. Napr. pre Tunis a Egypt je zaujímavý moped, ktorý odvezie dvoch ľudí. To znamená, že model už musel



Ultraľahký moped Babeta. Design: Štefan Klein



Varianta mopeda s batožinovým priestorom

mať v sebe možnosť takého tvarového riešenia, aby sa malou úpravou dalo vytvoriť sedenie pre dvoch ľudí. Ďalej úložné priestory, košíky, to všetko už musí byť zakomponované v tvare. Aby sa nevytvoril priestor pre rôzne domáce úpravy, ktoré motocykel znehodnocujú a vlastne poškodzujú značku.

Aké boli problémy z pohľadu konštruktérov, v čom vidíte prínos designera?

T. Tonka: Problém bol zladíť estetiku s funkčnosťou. Mnohokrát je designerský návrh pôsobivý, lahodí oku, ale keď sa má transformovať do technickej realizácie, naráža na neprekonateľné problémy. Napr. v prvotnej koncepcii designer navrhol polohu motora šikmo dolu, aby ladila s líniou sedadla. Výkres to znesie, ale už to neznesie poloha karburátora, kde je uložená plaváková komora, ktorá v takejto polohe jednoducho nemôže byť. To designer musí vedieť - teraz to už určite bude vedieť.

Š. Klein: Práve preto mal náš dialóg zmysel. Možno aj tento problém by sa dal riešiť, ale len za cenu komplikácií, ktoré nie sú zaujímavé pre výrobu. Tu som musel ustúpiť, lebo mi bolo jasné, že ak by som to nerešpektoval, tak v tejto etape by sme skončili.

R. Mladý: V minulosti nebolo zvykom, aby na konštrukciách pracovali designeri, či už externe alebo ako stáli zamestnanci. Len zopár konštruktérov, a to bolo všetko. A ako taký konštruktér-technokrat rozmyšľa? Navrhli sme si bezproblémové riešenie a nejako sme to „obliekli“. Nám sa to všetkým páčilo, obhajovali sme svoju prácu, ale obchodník mohol mať iný názor. My konštruktéri sme už profesionálne deformovaní - materiálom, štýlom práce. Preto je vstup designera do vývoja veľmi podnetný, prináša iný pohľad, inú skúsenosť.

T. Tonka: Vyskytlo sa množstvo problémov technických, technologických i legislatívnych. Ale práve pri konzultáciách, pri vyjasňovaní stanovísk designera, konštruktérov, technológa každá strana musela byť pripravená popustiť. Nakoniec sme každý problém spoločne vyriešili, čo dokumentuje aj samotný výsledok. Bola to naozaj pekná spolupráca.

Ako sa designer vyrovnával s nutnosťou prispôbovať sa požiadavkám konštruktérov?

Š. Klein: Musím priznať, že napr. zadný blatník budem musieť ešte rozšíriť. Ak by som ho urobil objemnejší hneď na začiatku, nedosiahol by som riešenie, ktoré evokuje ľahkosť, vzdušnosť, čo si kategória mopeda vyžaduje. Designer musí pochopiť aj technológiu firmy, ak to neurobí, odsudzuje svoj návrh na nerealizáciu. Ak sa na výborný model použije technológia nevýhodná pre firmu, tak výrobok je veľmi drahý a nepredajný. Aj toto musí ustrážiť tím, ktorý sleduje vývoj. Na druhej strane nie je možné, aby designer obsiahol všetky nuansy firmy. Práve preto sa musia k jednotlivým krokom vyjadriť špecifické profesie v oponentskom pokračovaní.

L. Banás: Niekedy to naozaj vyžaduje enormné úsilie skĺbiť požiadavky užívateľské s technologickými možnosťami firmy, „technickými danosťami“ riešenia a platnými legislatívnymi predpismi. Dielo, ktoré potom z rúk technikov, konštruktérov, designerov, technológov je pripravené do výroby, je relatívne dokonalé. Nenájdete na ňom detail, ktorý by nebol predmetom dlhého uvažovania. Práve to však robí prácu na vývoji výrobku zaujímavou.

Spĺnila sa vaša pôvodná predstava o spolupráci, počítali ste s toľkými problémami?

Š. Klein: Vznik každého výrobku je ohromne komplikovaný, ale práve „nejednoduchosť“ je na tejto práci zaujímavá. Je to určitý druh rizika, ktoré priťahuje.

R. Mladý: My to neberieme ako komplikácie. Je to prosté pracovný postup. Všetko prechádza určitým vývojom. Nie sú to komplikácie, ale kroky vývoja.

T. Tonka: Máme mladý tím konštruktérov plných entuziazmu. Slovo problém by som skôr nahradil slovom výzva, výzva ukázať svoje schopnosti. A touto prácou sme ukázali, že neexistujú problémy, len výzvy, ktoré sme zvládli.



Detail sedadla

L. Banás: Pracovných alebo technických problémov sa určite nebojíme. Každá spolupráca s partnerom je určitý dialóg a od úrovne tohto dialógu závisí aj úspech riešenia. Konkrétne napr. to, že sme vo veľmi úzkej spolupráci s VŠVU v Bratislave, znamená, že náš dialóg je obojstranne prospešný a rešpektovaný. Máme skúsenosti aj s inými designerskými pracoviskami, ktoré môžu podať rovnocenný výkon, ale úroveň dialógu už nemusí byť perspektívna. Chcem len povedať, že úroveň dialógu je podmienkou, aby vzniklo úspešné dielo.

A aký bude záver vašej spolupráce?

Š. Klein: Moped sa prezentoval ako prototypová štúdia. Výstup ešte nie je funkčným modelom. Moja úloha skončila tým, že som vytvoril designerskú štúdiu, ktorá je, podľa môjho názoru, schopná realizácie.

L. Banás: Snahou našich technikov je doriešiť projekt do predajného produktu. Ale zavedenie každého nového modelu do výroby znamená obrovskú finančnú záťaž pre firmu. Na Autosalóne v Nitre mala štúdia široký a pozitívny ohlas ako avantgardné riešenie, a to nielen u našich, ale aj u zahraničných návštevníkov. Moped je nadčasový, subfílny, chceme ho vyrábať.

Kedy predpokladáte začať výrobu mopedu?

Š. Mančík: Závisí to od termínu zavedenia nášho posledného modelu do výroby, a to by sa malo rozbehnúť na budúci rok. Zatiaľ môžeme hovoriť o termíne do troch rokov, kedy by sme mohli začať s výrobou mopedu navrhnutého Š. Kleinom.

Aký je súčasný vývoz vašich motocyklov?

Š. Mančík: V porovnaní s 80. rokmi sa počet našich stabilných odberateľov zúžil. Vyvážame do Nemecka, Francúzska, Belgicka, Holandska, Švédska, Dánska, Maďarska, začína sa zvyšovať záujem v krajinách bývalej Juhoslávie. Jednoznačne musíme rozšíriť trhy o Latinskú Ameriku, Afriku, Malajziu, Čínu. Latinská Amerika sa nám čoraz viac otvára, začalo sa to Argentínou, potom Chile, Brazíliou, Kolumbiou a Kubou, kde sa uvažuje o montovni. Každá krajina má špecifické kritériá. Napr. predpokladali sme, že v Malajzii a Číne bude záujem o lacnejšie typy motocyklov, no naopak, chcú najdrahšie modely. V USA je zas žiadaný typ s jednoduchým motorom a pod. Záujem domáceho trhu poznačilo zvýšenie cien. Pociťujeme aj nápor ponuky zahraničných modelov. Zavinili sme si to však sami. Ľudia potrebujú zmenu, je všeobecný hlad po novinkách a my sme im v tom nemohli vyhovieť už dosť dlho. Naše rozhodnutie pusť sa do nových vecí bolo určite správne.

Pripravila Adriana Pekárová
Foto: Slavomír Tomašovič

Variant s ochrannými krytmi na nohy



Designer o svojej práci

Existuje málo hračiek, ktoré môžu používať deti aj dospelí súčasne. Moped k nim nesporné patrí. Po bicykli je moped najjednoduchší dopravný prostriedok ponúkajúci ten senzáčný pocit premiestniť sa kamkoľvek a kdekoľvek.

Riešenie témy mopeda predpokladalo najskôr definovanie viacerých okruhov problémov. Jedným z dominantných je vzťah bicykla a motocykla. Moped predstavuje v spektre dopravných zariadení most medzi prostriedkami poháňaných vlastnou silou a prostriedkami využívajúcimi geniálny vynález - spaľovací motor.

Moped možno chápať ako prienik dvoch rozdielností navzájom však súvisiacich, alebo snáď ako analógiu kríženia rôznych druhov produktov, na ktoré sme si už bežne zvykli.

Moped predstavuje samostatnú kategóriu, nemožno ho chápať ako hybrid, ako jednoduché implantovanie motora na rám bicykla, hoci takto chápané spojenie sa v praxi realizovalo vo forme motorizovaných bicyklov. Za súčasného stavu materiálov a technológie bežných pre sériovú produkciu toto riešenie predstavuje, podľa môjho názoru, slepú vetvu.

Oblasť vyváženého vzťahu medzi bicyklom a motocyklom bola prvou polemickou oblasťou, prvou konfrontáciou s výrobcom. Zadanie v prvej etape bolo definované ako redesign typu 231, ktorý vznikol na báze nového typu konštrukcie podvozku, avšak evokujúci pocit motocykla ťažkej kategórie. Práve redukcia objemov a vrátenia sa k naplneniu obsahu pojmu moped bola výsledkom prvých designerských vstupov. Genézu zmeny formy



Moped MX 231 vyvinutý v a.s. Babeta, predchodca ultraľahkého modelu Š. Kleina

azda najlepšie dokumentujú kresbové štúdiá. Zmena špecifikácie zadania na ľahký, vzdušný moped v danej etape bola veľmi dôležitá pre ďalší vývoj a nový priestor. Odľahčenie objemov sa stalo nosným motívom. Pre úspešné zvládnutie tejto myšlienky som zvolil cestu extrémnu. T. j. extrémne odľahčenú formu ako určitú bázu, od ktorej je možné postupne odvíjať zmeny, avšak len v určitej amplitúde. Bázu predstavoval model 1:3, ku ktorému som dospel vyhodnotením kresbových štúdií a variantov priestorových modelov. Prvé priblíženie bolo demonštrované modelom 1:1 z polystyrénu už na funkčnom ráme motocykla. Druhé priblíženie predstavovala maketa 1:1 z dreva. Tretie reprezentuje konečný designerský výstup, simulujúci všetky formálne znaky a čiastočne aj funkčnú polohu. Je definitívnym podkladom pre konštrukciu funkčného prototypu. Uvedené etapy sa od seba líšia zmenami, ktoré nie sú produktom len designerskej práce, ale aj výsledkom spoločných diskusií viacerých profesií. Z tohto dôvodu možno predpokladať, že definitívny designerský výstup nebude podrobený zásadným zmenám koncepcného charakteru.

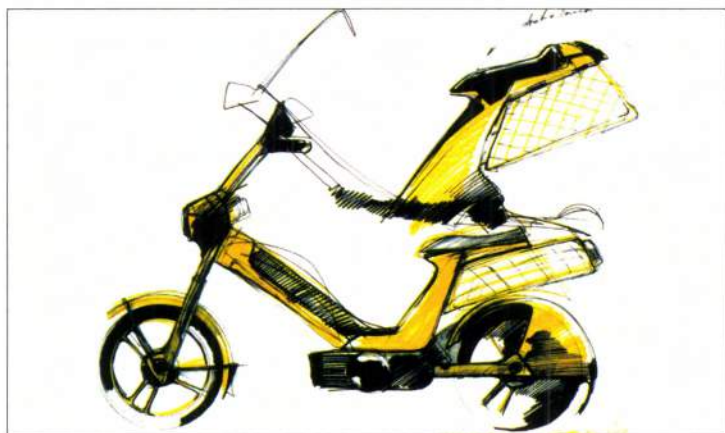
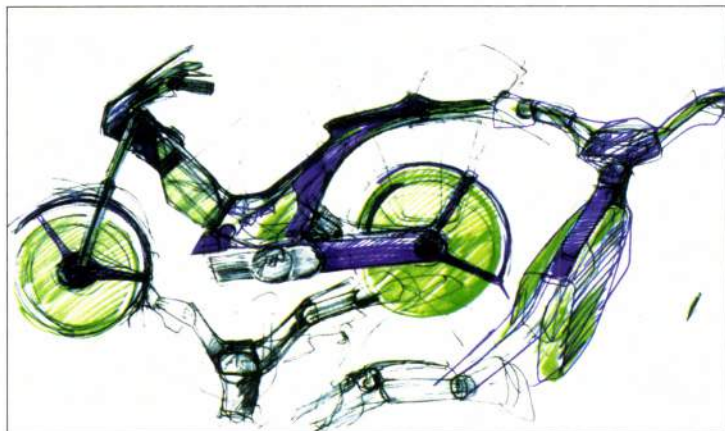
Ďalší okruh problémov mopedu spôsobuje jeho predpokladaná univerzálnosť, vyplývajúca zo širokého vekového rozpätia užívateľov. Každá univerzálnosť prináša riziko, ak chce dokonale vyhovieť všetkým, nevyhovie nikomu. Druhým protipólom je definovať moped len pre určitú vekovú skupinu.

Požadovanú viacúčelovosť som riešil vytvorením štandardného korpusu mopedu s jasne zakomponovanými opornými plochami pre špeciálne doplnky, ktorými sa rozširujú možnosti použitia. Napríklad: kryty na kormidlo, kryty na kolená, kryt zadného blatníka, nosič, dvojsedadlo, košíky atď.

V súvislosti s čiastočne realizovanou computerizáciou tvaru sa ponúka možnosť prakticky nekonečného množstva variácií vo forme katalógu, alebo v priamom aktívnom ovplyvnení farebného riešenia zákazníkom. Možnosť výberu doplnkov a farebného riešenia by mali tvoriť základný arzenál na individualizáciu takto koncipovaného dopravného prostriedku. Tejto myšlienke bude zaiste dopomáhať aj navrhnutý spôsob technológie, kde sa uvažuje o kombinácii ohýbanej nosnej rúrky s plastovými, recyklovateľnými výliskami, dotvárajúcimi plášť mopeda.

Pri procese vzniku nového prototypu je aj designer zasvätený bezprostredne do veľkého okruhu problémov sprevádzajúcich vývoj. Z tohto poznania však pramení určitá obava, či súčasný stav legislatívy umožní presadiť sa malým alebo začínajúcim výrobcom a či očakávaná rozmanitosť typov nezostane len v hypotetickej rovine.

Štefan Klein



Hľadanie odľahčeného tvaru mopedu v kresbách

Designer on his Work

There are not many toys that can be used by both children and adults. A moped is without doubt one of them. After the bicycle, it is the simplest means of transport, offering the sensational feeling of being able to move anywhere.

A definition of several issues was necessary before it was possible to develop the concept of the moped. A dominating one was the relationship between a bicycle and a motorcycle. In the spectrum of means of transport, a moped is intermediate between unpowered means of transport and those utilizing the ingenious invention of the internal combustion engine. A moped can be understood as a product of two related sorts or as an analogy of crossing various sorts of generally accepted products. The moped represents an independent category, it cannot be seen as a hybrid, as a simple implantation of a motor into a bicycle frame, although such an idea has actually been realized in practice in the form of motor bicycles. Given the present situation of materials and technology used for a series production, I think this solution is a dead end.

A balanced relationship between bicycles and motorcycles was the first area for discussion; the first area of confrontation with the manufacturer. At the first stage, the task was to redesign the Type 231, which was constructed on the base of a new type undercarriage, evoking the feeling of a heavy class motorcycle. The first designer approach resulted in a volume reduction and in fulfilling the actual concept of the moped. The form change genesis is probably best documented by sketch studies. At this stage, the change in specifications to a light, airy moped was very important for the next development. The reduction in volume became the leading motive. I chose an extreme way to successfully achieve this aim. An extremely reduced form was used as a basis, which enabled the desired changes to develop gradually however, only within a certain amplitude. This basis was provided by a 1:3 model, which I chose after making sketch studies and variants of three-dimensional models. The first approach was demonstrated by a 1:1 polystyrene model on a functional motorcycle frame. The second approach was a wooden full size dummy. The third one was represented by the final designer output model simulating all formal characteristics and partly even the functional situation. This was a definitive pattern for the construction of a functional prototype. The above-mentioned stages differed from each other in changes which resulted not only from the designer work, but also from mutual discussions between several professions. Therefore, the final designer output is not supposed to be subject to principal changes, conceptual in their character.

Another problem concerning the moped lies in its desired versatility, responding to users of various ages.

Any versatility, trying to please everybody, bears the risk that nobody will be pleased. Another possibility would be to design a moped only for a certain age group. I have achieved the desired versatility by designing a standard moped corpus with supports for special optional parts, enabling a greater versatility of use. For instance, a rudder cover, knee shields, rear mudguard, carrier, double-seat, baskets, etc.



Model mopedu podľa návrhu Š. Kleina



Hľadanie odľahčeného tvaru mopedu v kresbách

Due to the partly computerized form, there are practically infinite possibilities of variations, which could be offered in a catalogue, or by customers' direct choice of colour design.

The availability of optional complementary parts and colour options should provide the basic arsenal, enabling this conception of transport means to be adapted to individual needs. Certainly, this idea will also be supported by the proposed technology, consisting of a combination of bent bearing tubes with plastic recyclable mouldings, completing the moped body.

In the process of creating a new prototype, a designer becomes directly involved in a great range of problems included in the development. Now a certain fear is perceived, whether the present state of legislation will enable the small or fledgling manufacturer to break through, and whether the expected variability of types will not remain in a hypothetical sphere.

Štefan Klein

Riadenie priemyselného designu

ÚSPECHY A NEÚSPECHY PRI INOVÁCIÍ VÝROBKOV

V predchádzajúcom článku tohto seriálu sme ukázali, že priemyselný design musí hrať významnú úlohu pri inovácii. Inovácia výrobkov je proces, ktorý spája dobrý nápad, invenčiu, vývoj, design, výrobu, financovanie a marketing. Úspešná inovácia je taká, v ktorej sa dobrý nápad transformuje na produkt, po ktorom je dopyt, ktorý sa dá ekonomicky vyrábať a predať s dobrým ziskom. Aby bol priemyselný design efektívny pri inovácii, musí sa robiť v širšom kontexte. Teraz sa zamyslíme nad niektorými faktormi riadenia, ktoré ovplyvňujú úspešnosť inovácie.

Existuje literatúra, ktorá sa zapodieva inováciou výrobkov. Spomenieme len niekoľko diel. Pred dvadsiatimi rokmi publikoval profesor Christopher Freeman zo Sussekskej univerzity svoju knihu „The Economics of Industrial Innovation“ (Ekonomika priemyselnej inovácie), ktorá opisuje a kategorizuje základné pojmy; kniha „Management of Innovation“ (Riadenie inovácie) od Burnsa a Stalkera sa stala štandardným dielom v tejto oblasti; novšia štúdia od Dr. F. A. Johna „Industrial Product Innovation: Organisation and Management“ (Inovácia priemyselných výrobkov: Organizácia a riadenie) je ďalším príkladom diela určujúceho princípy. A mohli by sme uviesť mnohé ďalšie.

Na základe analýzy predchádzajúcich inovačných projektov bolo možné identifikovať niektoré faktory, ktoré významne ovplyvnili ich úspech alebo neúspech. A hoci takáto analýza nie je vždy spoľahlivou metódou predpovedania budúcnosti, môže nám pomôcť vyhnúť sa niektorým nástrahám na ceste hľadania úspešnej inovácie, ktoré sú očividné, keď sa na ne pozeráme s odstupom, ale menej zrejme pri vlastnej práci.

Význam bojovníka za výrobok

Vo firmách, ktoré mali úspešné inovácie, bol vedúcim projektu buď vedúci výkonný pracovník, alebo niekto, kto s ním veľmi tesne spolupracoval. Bol to muž činu: jeho silná pozícia vo firme mu umožňovala podstúpiť riziko, získať zdroje, zabezpečiť zhotovenie výrobku a zabrániť uvedeniu neuspokojivého výrobku na trh. Vedel, ako jeho firma pracuje, vedel, ako dosiahnuť, aby sa veci urobili. Bojoval za nový výrobok, bol ním nadšený, obhajoval ho a prekonával námietky skeptikov. Navyše sa sám aktívne podieľal na jeho vyhotovení.

Zamestnanci v priemysle majú sklon nasledovať príklad svojich riaditeľov a manažérov. Ak sú vedúci pracovníci firmy ľahostajní k vývoju nových výrobkov, alebo žijú v akomsi sebauspokojení, ak si nenájdu správny prístup k zamestnancom s novými nápadmi, je veľmi pravdepodobné, že pokusy firmy o inováciu zlyhajú.



Dr. Stanley Moody študoval aplikovanú vedu na Durhamskej univerzite. Vzdelanie v oblasti designu získal vo firme Vickers-Armstrong Limited vo Veľkej Británii a potom nasledovala ďalšia priemyselná prax vo firmách Fagersta Bruk Aktiebolaget vo Švédsku a Vereinigte Österreichische Eisen und Stahlwerke v Linzi. Slúžil ako dôstojník pre vzdelávanie v Britskom kráľovskom letectve. Po návrate do civilného života bol menovaný za vedúceho priemyselného marketingu v spoločnosti Shell-Mex & BP Limited. V r. 1962 sa vydal na učiteľskú dráhu a následne sa stal riaditeľom štúdia priemyselného designu na vtedajšom Birmingham Polytechnic (dnes University of Central England). Získal doktorát Astonskej univerzity za dizertáciu o úlohe priemyselného designu v technologickej inovácii. Paralelne s vyučovacou činnosťou bol konzultantom pre design a tiež prispieval článkami do britských a iných európskych časopisov o designe. Prednášal o designe odborníkom v Bratislave, Prahe, Budapešti, Berlíne, Drážďanoch, Sofii, Varšave a Londýne. Žije vo Francúzsku.

Štruktúra manažmentu

V mnohých firmách s úspešnou inováciou bola štruktúra manažmentu horizontálna a podporujúca konzultácie a voľný tok myšlienok medzi ľuďmi rovnakého postavenia.

Naproti tomu firmy, kde pokusy o inováciu neuspeli, mali zvyčajne silnú hierarchickú štruktúru manažmentu s autokratickým riadením zhora a postupnou filtráciou alebo oslabovaním akýchkoľvek nových nápadov prichádzajúcich zdola.

„Kaliber“ manažérov

Manažéri vo firmách, ktoré úspešne inovovali, boli progresívni a prístupní jedinci, ktorí mali vôľu zaviesť inovačnú politiku. Úspešne inovujúce firmy zamestnávali manažérov vysokého „kalibru“ s oveľa väčším rozsahom schopností, ako sa žiada pre manažérske úlohy v priemysle, ktoré sú viac rutinného charakteru.

Žiaľ, niektorí manažéri v priemysle sa dostávajú na svoje miesta z nesprávnych dôvodov (napríklad politická preferencia, dlhšia práca vo firme, osobné kontakty s majiteľom). Zatiaľ čo v mnohých povolaniach môže nekompetentného manažéra podržať efektívny a nadaný asistent, úspešná inovácia závisí od kompetentného manažérskeho vedenia.

Kultúra práce firmy

Firmy, ktoré úspešne inovovali, mali takú vnútornú organizáciu, ktorá umožňovala, aby jednotlivé oddelenia navzájom spolupracovali a koordinovali svoju činnosť. Na inovačných projektoch ako jeden tím pracovali zástupcovia z oblasti výskumu, vývoja, designu, výroby, marketingu a predaja, od začiatku aktívne navzájom spolupracovali a často komunikovali. Najmä vedúci týchto funkčných oblastí slúžili ako dobrý príklad - každý, kto mal tendenciu rozširovať svoju oblasť riadenia len pre vlastné zveľadovanie, kto mal tendenciu odmietat druhých, o ktorých sa domnieval, že mu zasahujú do jemu prislúchajúcej oblasti, a každý, kto bránil neformálnym kontaktom s inými oblasťami, bol nútený buď zmeniť svoj postoj, alebo zmeniť zamestnanie. V súčasnej atmosfére silnej konkurencie je normálny režim organizácie firmy - kde sa inovačná myšlienka odovzdá oddeleniu vývoja, ktoré ju potom odovzdá oddeleniu designu, to zas výrobnému technickému oddeleniu a to napokon marketingovému oddeleniu - nevhodný pre inovačný proces. V normálnom režime je veľká pravdepodobnosť poruchy komunikácie medzi oddeleniami, ktorá nevyhnutne vedie k oneskoreniu spustenia výroby nového výrobku.

Význam externých kontaktov

Firmy, ktoré úspešne inovovali, úzko komunikovali so svojimi zákazníkmi a s inými externými

mi zdrojmi nových myšlienok. Firmy spolupracovali so svojimi potenciálnymi zákazníkmi počas designerských a vývojových štádií nového výrobku. Naopak, vo firmách, kde pokusy o inováciu boli neúspešné, mal manažment tendenciu utajovať nové projekty, všetko robili sami za zavretými dverami v nesprávnom presvedčení, že ak prekvapia trh, dosiahnu veľký zisk pre firmu.

Len veľmi veľké korporácie sú sebestačné v technickej odbornosti, ale aj oni často vyhľadávajú špeciálne rady z externých zdrojov, ako sú univerzity a nezávislí konzultanti. Preto je priam nutné, aby malé a stredne veľké firmy využívali rady a odborné znalosti externých špecialistov. Ak sa firma spolieha len na vedomosti a zručnosť vlastných pracovníkov, pokusy o inováciu môžu ľahko zlyhať.

Úroveň vlastnej odbornosti

Firmy, ktoré úspešne inovovali, externé rady odborníkov dávali posúdiť ešte vlastnými odborníkmi. Napríklad firmy mali zamestnancov schopných zavádzať návrhy nezávislých konzultantov a každodenne ich monitorovať. Navyše manažéri firmy boli schopní vyhodnotiť alternatívy, ktoré navrhli konzultanti.

Potreby zákazníkov

Firmy, ktoré úspešne inovovali, vyvinuli nové výrobky, aby uspokojili ZNÁME potreby ich potenciálnych zákazníkov, kým firmy, ktoré vyvinuli technologicky uspokojivé nápady, a len potom pre ne začali hľadať zákazníkov, sa často stretli s neúspechom. Riaditelia a manažéri v úspešných firmách vnímali nové výrobky skôr ako pomoc pre potenciálnych zákazníkov, a nie ako zrealizovanie novej technológie.

Dôkladnosť vo vývoji

Firmy, ktoré úspešne inovovali, svoje výrobky ešte pred uvedením na trh dôkladne vyvinuli. Úspešné firmy venovali väčšiu starostlivosť štádiu vývoja, aby eliminovali chyby designu, a nové výrobky boli bezproblémové. Naproti tomu nové výrobky boli v mnohých prípadoch neúspešné preto, lebo ich uviedli na trh nedotiahnuté, v úsilí kompenzovať investície, testovať trh, alebo ušetriť čas a stihnúť určený medzinárodný veľtrh.

Mnohé dobré nápady boli komerčne neúspešné, pretože výrobok pri praktickom používaní bol nespoľahlivý, alebo konštrukčné materiály boli nevhodné.

Služby zákazníkom po predaji a vzdelávanie užívateľov

Firmy, ktoré úspešne inovovali, venovali veľkú pozornosť servisu po predaji a vzdelávaniu užívateľov. Zákazníci mali prístup k rýchlej a účinnej servisnej službe a k náhradným dielom.

Firmy starostlivo pripravili návody na používanie výrobkov, ktoré podrobne opisovali postupy prevádzky a údržby, a tiež vyhľadávali spoluprácu zo strany zákazníkov v štádiu overovania tlačených materiálov, aby sa ubezpečili o ich jasnosti a zrozumiteľnosti. Napríklad v prípade nových vedeckých prístrojov treba zamestnancov zákazníka zaškoliť, ako ich správne používať, a informovať ich o obmedzeniach prevádzkových možností.

Výrobok, ktorý zaháľa kvôli nedostatočnému servisu alebo chýbajúcim náhradným dielom, nie je dobrou vizitkou firmy, ktorá ho vyrobila. Navyše ak zamestnanci zákazníka nie sú správne zaškolení, poruchovosť sa zvykne pripisovať skôr nedostatočnej kvalite výrobku ako nesprávnej obsluhu, čím je ohrozená predajnosť výrobku.

Komentár

Pre uvedené faktory je charakteristické, že väčšinou vyplývajú zo zdravého rozumu, a zdá sa, že sú to očividné podmienky úspechu a neúspechu. Skutočne, niektorí manažéri zamietli tieto zistenia ako samozrejmé, ale neprestali ich ignorovať v praxi. Kľúč k úspechu v inovácii nie je vždy nevyhnutne na vzdialenom horizonte; niekedy ho má inovátor priamo pod nosom, ale ho nevidí.

Z týchto faktorov riadenia vyplýva celý rad dôsledkov pre priemyselný design. Napríklad je rozhodujúce, aby presadzovatelia nových výrobkov boli dobre informovaní o úlohe priemyselného designu v inovácii; ak nie sú, potom môže mať priemyselný design len malú, alebo vôbec žiadnu úlohu. Potreba manažerov veľkého „kalibru“ platí tiež pre designerov, ktorí musia byť nielen talentovaní, ale aj vynikajúci manažéri. Priemyselní designeri by mali byť schopní presadzovať inovačnú kultúru vo firmách. Význam externých konzultantov a úroveň vlastnej odbornosti sú zvlášť relevantné pre priemyselný design. Potreby vzdelávania zákazníkov a užívateľov sú oblasti, v ktorých môžu priemyselní designeri významne prispieť k inovácii.

Priemyselní designeri, ktorí sa chcú podieľať na inovácii výrobkov, by mali študovať odbornú literatúru a výskumné správy. Takto by boli dobre informovaní o vhodných otázkach riadenia, čo by im umožnilo priniesť nové pohľady veľmi potrebné vo väčšine malých a stredne veľkých firiem. Úspešný priemyselný design v kontexte inovácie musí v prvom rade formulovať politiku designu, ktorá je konzistentná s inovačnou politikou firmy. Priemyselný designer musí hľadať prístup k najvyššej úrovni rozhodovania vo firme, aby mohol účinne pôsobiť na inováciu. Základným predpokladom profesionálneho priemyselného designera je tvorivý talent a prirodzený cit pre design. No aby sa tieto kvality efektívne využili v inovácii, musia sa inteligentne rozvinúť v rámci komplexnosti činnosti firmy a potrieb trhu.

(pokračovanie v nasledujúcom čísle)

V ďalšej časti seriálu sa budeme venovať miestu priemyselného designu v organizácii firmy, čo sa dá najlepšie dokumentovať na príkladoch z praxe. Rozoberieme, akú úlohu zohráva design v praktickej, výrobnéj rovine, v čom spočíva jeho dôležitosť v rovine komunikácie a kultúry.

Poznámky:

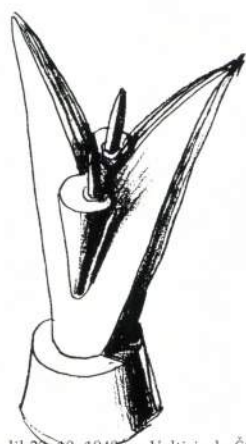
Christopher Freeman: The Economics of Industrial Innovation. Penguin Limited of Harmondsworth, England, 1974.

Thomas BURNS & G.M.STALKER: The Management of Innovation. Tavistock Publications of London, 1961.

F.A.Johne: Industrial Product Innovation: Organisation and management. Croom Helm of Beckenham, England, 1985.

D E S I G N

(Rozhovor s designerom Františkom Burianom)



Doc. František Burian, akad. soch., sa narodil 23. 10. 1948 vo Valticiach. Študoval v rokoch 1964-68 na Strednej umeleckopriemyselnej škole v Brne a v rokoch 1968-74 na Vysokéj škole umeleckopriemyselnej — detašovanom ateliéri tvarovania strojov a nástrojov v Zlíne u profesora Zdenka Kováča. Od roku 1988 pedagogicky pôsobí na Vysokéj škole výtvarných umení v Bratislave. Návrhy strojárkeho designu, ktoré F. Burian vytvoril v sedemdesiatych a osemdesiatych rokoch, akcentovali v duchu "Kováčovej školy" prísnu logiku tvarovej výstavby viazanú na funkciu navrhovaného produktu. Jednotlivé designerské riešenia boli determinované presným technickým a ergonomickým zadáním i technologickými a materiálovými možnosťami našich výrobcov. Pre Slovenské lodenice Komárno vytvoril F. Burian v spolupráci s I. Didovom viacero návrhov lodí a plávajúcich strojov vrátane ich palubných mechanizmov, interiérov, stanovišť operátorov a grafiky ovládacích prvkov. Komplexne riešil i návrhy lesných mechanizmov pre ZŤS Martin, zväracích zariadení pre VÚZ Bratislava, poľnohospodárskej a potravinárskej techniky pre VÚPT Rovinka a SPP Bratislava a design obrábacích strojov pre ŠDVÚ Bratislava. Viaceré výskumné a realizačné projekty z oblasti interiérového a architektonického designu riešil pre Inštitút priemyselneho designu v Bratislave. Paralelne s designerskou tvorbou sa F. Burian venoval voľnej kresbe a malbe. Približne od konca osemdesiatych rokov sa ťažisko jeho záujmu v oblasti designu prenáša na kresbové štúdiá, ktoré sú sice viazané na funkčné produkty (nábytok, svietidlá, obuv), majú však skôr charakter voľnej sémantickej hry, v ktorej pôvodná funkcia vystupuje ako zámienka na kríženie symbolov a významov rôznorodej povahy. Približne od počiatku deväťdesiatych rokov začal F. Burian konštruovať objekty z banálnych predmetov "priorovej" proveniencie (formy na zákusky, misky na chlieb, kvetinače, spony do vlasov atď.). I tieto objekty odkazujú na úžitkovú funkčnosť (misky, dózy), ich existencia je však zámerne efemérna. V súvislosti s touto tvorbou a jej filozofickým zázemím sme F. Burianovi položili niekoľko otázok.



1.



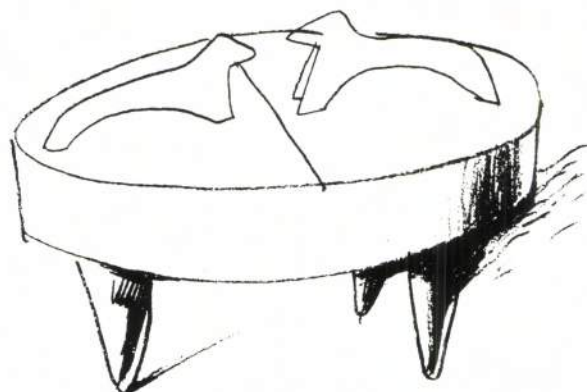
STE ABSOLVENTOM "KOVÁČOVEJ ŠKOLY" A V INTENCIÁCH JEJ ZAMERANIA STE VYTVORILI VIACERO NÁVRHOV STROJÁRSKEHO DESIGNU. K TOMU, ŽE STE TÚTO OBLASŤ OPUSTILI, VÁS VIEDLA PROBLEMATICKÁ SITUÁCIA V NAŠOM PRIEMYSELE, ALEBO KOREKCIA VÁŠHO CHÁPANIA ZMSLU DESIGNU? Myslim, že to bola kombinácia týchto dôvodov. Na jednej strane dezilúzia z toho, že mnohé navrhnuté veci sa nakoniec vyrobili s veľkými zmenami, alebo sa nevyrobili vôbec. Na druhej strane moje výtvarné vzdelanie a orientácia, pretože paralelne s tzv. technickým designom som stále robil veci z oblasti voľnej tvorby. Postupne som dostal viac odvahy sústrediť sa na to, čo som stále akoby podvedome cítil, čo viac odráža moju mentalitu a presvedčenie. Keď som sa stal pedagógom na VŠVU, mal som oveľa menej času na priamu spoluprácu s výrobou a činnosť na škole dostala práve ten experimentálny charakter, ktorý ma vždy priťahoval. Bol som konfrontovaný s projektmi, ktoré neboli viazané na konkrétneho výrobcu a na všetky tie obrovské obmedzenia, ktoré priemysel u nás mal a ešte stále má. Otvoril sa mi priestor vidieť veci v širších súvislostiach.

PATRÍ VO VAŠEJ TVORBE KRÉDO "TVAR NASLEDUJE FUNKCIU" MINULOSTI? Už ako študenta ma zarážalo, že napríklad gazdiná žehli a v duchu premýšľa o svojich problémoch, prežíva radosť alebo smútok a žehlička je iba nástrojom, ktorý nemá väčší emocionálny náboj. Mal som pocit, že takémuto designu niečo chýba, že doňho treba emocionálne vstúpiť. Aj keď je otázne, či môže vôbec design a úžitkový predmet mať ambície, aby oslovoval emocionálnejšie, než je mu dané jeho funkciou. To je leitmotiv, ktorý sa nesie mojim premýšľaním o designe. Je mi jasné, že sú veľmi rozdielne kategórie výrobkov, a rozhodne by som si netrúfol aplikovať nejaký extrémny univerzálny názor. To, čo sa môže uplatniť pri predmetoch interiérového charakteru, ťažko možno akceptovať napríklad pri lekárskom prístroji.

SÚČASNÝ DESIGN JE MIMORIADNE ROZTRIEŠTENÝ, AKOBY IŠLO O VIACERO DESIGNOV, KTORÉ NENACHÁDZAJÚ SPOLOČNÚ REČ. MYSLÍTE, ŽE SA KDESI NA HORIZONTE BUDÚCNOSTI SPOJA OKOLO NEJAKEJ "VEĽKEJ ÚLOHY"? Osobne tomu neverím. Sú ľudia, ktorí hlásajú, že je potrebné znovu dospieť k určitej striedmosti, skromnosti, kladie sa dôraz na ekologické problémy. Tvrdia, že treba produkovať výrobky s dlhšou trvácnosťou atď. Krásne sa to počúva, ale v tomto smere som dosť skeptický, pretože mám pocit, že človek je stále hnaný akousi zakódovanou potrebou zmeny.

AKO NA TÚTO SITUÁCIU REAGUJE VAŠA DESIGNERSKÁ TVORBA? Moje stanovisko

je dosť skeptické a nihilistické. Vyrábajú sa stále nové a nové veci, stále viac vecí. Dnes sa navrhnu a zajtra sú staré, a ľudia ich aj tak nie sú schopní dostatočne vnímať, kľžu len po povrchu. Nachádzam okolo seba množstvo vecí, ktoré už sú vyrobené, no napriek tomu si ich človek nevšimá. Preto na nich znovu neobrátiť pozornosť, preto ich nevyniesť na svetlo? Urobíť čosi podobné ako vo voľnej tvorbe, keď predmety z bežného života dáme do iných súvislostí, a zrazu sme schopní ich vnímať inak.

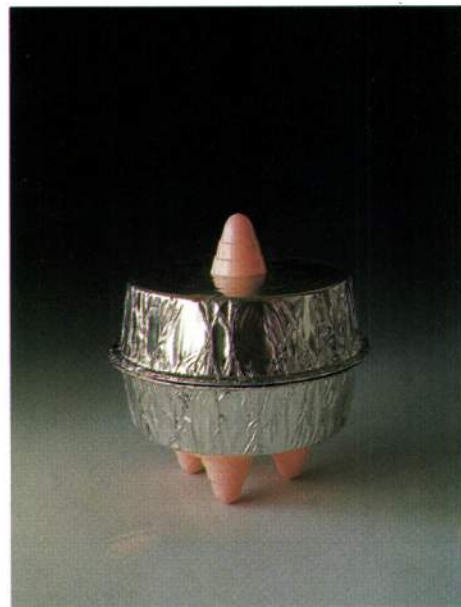
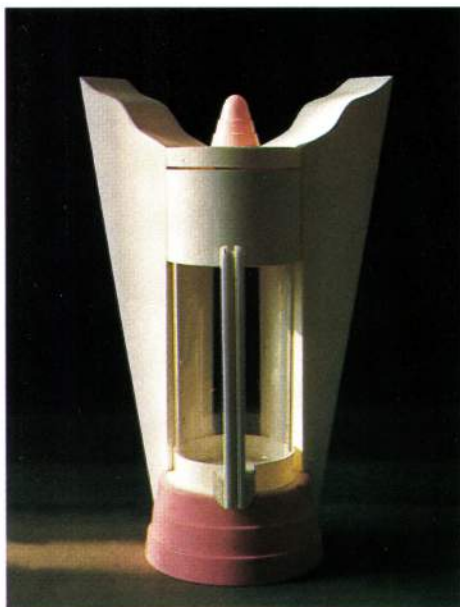


OPUSTILI STE "REÁLNY DESIGN" RADIKÁLNYM ROZHODNUTÍM, ALEBO TENTO ODKLON POSTUPNE DOZRIEVAL? Obe smerovania sa čiastočne prekrývali. Na jednej strane som robil veľmi seriózny, "vážny" design, v ktorom som úplne bez ironie rešpektoval všetky kritériá, ktoré s týmto typom tvorby súvisia, a súčasne vznikali veci, ktoré sú nesmierne ironické, reagujú na márnosť a beznádej, tú neskutočne plytkú, povrchnú spotrebu, v ktorej vymieňame starú vec za novú, a pritom tá stará ešte dobre funguje. A designeri sú súčasťou tej šialenej mašinerie, toho "vymývania mozgov", nútiaceho do umelej spotreby.

V S K R.I.
N.I.

TO SÚ ALE DOSŤ PROTICHODNÉ STANOVISKÁ. AKO JE MOŽNÉ ICH SPOJIŤ? Postupne som rezignoval na prácu pre priemysel. Ale moja situácia je rozporuplná aj v inom zmysle. Aj ja som spotrebiteľ, aj ja konzumujem, ani ja nie som schopný zriecť sa toho, aby som si určité veci nekúpil. Som pod tlakom snahy vlastniť veci, a zároveň si uvedomujem, že to nie je cesta. Naša civilizácia je orientovaná na hrabanie, vlastníenie, a práve na to reaguje aj priemysel. Designer je jeho služobníkom, pomáha mu dosiahnuť efekt spotreby. Ja som sa rozhodol, že to nebudem robiť, budem navrhovať veci, ktoré neexistujú.

VY SA VŠAK NAKUPOVANÍM "SUROVÍN" PRE SVOJE OBJEKTY TIEŽ PODIELATE NA SPOTREBE. Je to akási schizofrénia. Som výtvarník a mám radosť z vecí, ktoré vznikajú a sú materializované. Keby som bol dôsledný, tak by som hlásal, že treba zastaviť výrobu určitých vecí.



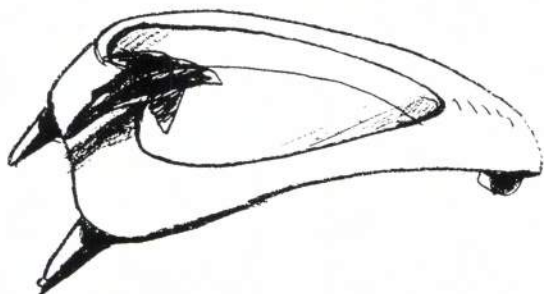
2./3.

MÔŽETE PŘIBLIŽIŤ PROCES VZNIKU VAŠICH DESIGNERSKÝCH "NÁVRHOV"? Častokrát som si uvedomil, že múzeá umenia alebo designu ma nie veľmi vzrušovali. V bežnom obchodnom dome som našiel množstvo objektov, ktoré ma oslovovali, vzrušovali a pritom boli všeobecne považované za banálne, primitívne, gýčovité. Ja som si naopak z týchto predmetov dokázal odnášať zážitok. Zrejme to bolo aj preto, že som sa vnútorne moduloval, chápal som tie veci zámerne v inom kontexte.

VÁŠ DESIGN MÁ SILNE KONCEPTUÁLNY AKCENT. OBJEKTY PO ZLOŽENÍ A ODFOTOGRAFOVANÍ KONČIA OPĀT ROZOBRAŤ V NEVELEKEJ SKRINI OBSAHUJUJEJ "SÚČIASTKY" Z VAŠEJ TVORBY ZA POSLEDNÉ ROKY. TEN DESIGN REÁLNE ANI NEEEXISTUJE... Prečo realizovať veci za každú cenu a produkovať ich? Často stačí ich iba vidieť. Vizualný vnem je mnohokrát oveľa silnejší. Poznáme to z reklamy. Mnohé veci vizualizované v reklame sú také silné, že výrobok vôbec nenaplnia očakávania. Akoby ľudia reklama nadchýňala väčšími než sám výrobok. Bežné pozorovanie nášho okolia nám často neposkytuje žiadne emocionálne zážitky a ako-tak sa skoncentrovať dokážeme až vtedy, keď v kine zhasne svetlo a my sme doslova prinútení sledovať vymedzený priestor. Často akoby sme nemali silné emocionálne zážitky z bežného pozorovania nášho okolia, a až keď si sadneme do kina a sme nútení pozorovať vymedzený priestor, sme schopní sa koncentrovať.

PRI PREZENTÁCII SVOJEJ TVORBY TEDA UPREDNOSTŇUJETE MÉDIUM FOTOGRAFIE ALEBO VIDEA PRED PRIAMYM PREDSTAVENÍM — NAPRIKĽAD VÝSTAVOU? Nemám ambície veci vystavovať, je to môj súkromný protest uložený v skrini, márnosť nad márnosť. Ak sa už tie veci majú zverejniť, nech sa zverejnia cez také médiá, ako je časopis alebo televízia, aby neboli materializované. Nehovoriac o tom, že mnohé z objektov, videné v skutočnosti, by možno vôbec nezapôsobili tak, ako keď sú videné v určitom výreze, nasvetení, kontexte. Objekt akoby sa stal obrazom. Dochádza poetiku súčasnej masovej kultúry, v ktorej všetko vnímame iba cez vizuálne reflexy. A zároveň tým, že sa určitý predmet nebude vyrábať (hoci som presvedčený, že môj design by si nejakých zákazníkov našiel), nezáväznejšie sa to smetisko, ktoré nás obklopuje, nepotrebuje sa energia atď.

TAKŽE PROGNOZY O BUDÚCNOSTI VIRTUÁLNEJ REALITY VÁS NESTRAŠIA AKO TÝCH, KTORÍ UPOZORŇUJÚ NA NEBEZPEČENSTVO DEGENERÁCIE ĽUDSTVA? Možnosti virtuálnej reality sú pre mňa naopak dosť vzrušujúce. Otvárajú sa nám nové obzory. Už len z ekologického hľadiska — predstavme si, že všetky zážitky dostaneme vizuálne a nemusíme tie veci vyrábať, materializovať, spotrebúvať energiu, materiál, nehovoriac o tom, že virtuálna realita otvára dimenzie, ktoré materiálnou výrobou ani nie sme schopní zabezpečiť. Virtuálna realita akoby odrážala môj postoj k veciam — snahu odmaterializovať ich. Takže v tomto bode nie som klasickým ekologom, hlásajúcim návrat k prírode a prírodným materiálom.



STE VEDÚCIM JEDNÉHO Z ATELIEROV DESIGNU NA VYSOKEJ ŠKOLE VÝTVARNÝCH UMENÍ. AKO JE TENTO ATELIER ZAMERANÝ A ČO POVAŽUJETE PRI PEDAGOGICKEJ PRÁCI ZA PODSTATNÉ? Moje oddelenie je zamerané na problémy vzťahov človek-priestor, človek-voľný čas, človek-bývanie, človek-identita. Je to oddelenie, kde študenti majú priestor robiť veci, ktoré balansujú medzi designom, úžitkovým a voľným umením. Možnosť, že by došlo k renesancii úžitkového umenia a remesla, nepokladám za čosi negatívne — orientujeme sa aj na problémy malosériovej výroby a solitérov. Je tu, samozrejme, základné penzum kritérií, ktoré musí každý študent naplniť, aby bol schopný sa po skončení školy užívať. To by ale bolo strašne málo. Často diskutujeme o problémoch súčasného designu, o umelej spotrebe, o nebezpečenstve úplného podriadenia sa záujmom priemyslu. K jednotlivým úlohám bežne prizývame psychologov, radi by sme do tímu získali aj filozofov, sociológov a ďalších odborníkov. Zaoberáme sa problémom, či by sa určitý výrobok vôbec mal vyrábať, prečo áno a prečo práve taký, komu a na čo má slúžiť, za akých podmienok bude užívaný. Základným krédom je myslieť v čo najširších súvislostiach.

ZDENO KOLESÁR







← 4./5. 6.

d e s i g n i n a c a b i n e t

Interview with the designer František Burian

Zdeno Kolesár

The machinery design works, created by F. Burian in the eighties, accented, in the spirit of the "Kovář school", a strict logic of form construction, bound to the function of any designed product. His particular designs were determined by precise technical and ergonomic requirements, and by manufacturers' technological and material capacities. Since the late eighties the centre of his interest has been transferred to sketch studies which, although bound to functional products (furniture, light fittings, footwear), had rather the character of free semantic play, where the original function was a pretext for combining symbols and meanings of various nature. In the early nineties F. Burian started to construct objects of trivial "prior" provenance (cake tins, bread baskets, flower pots, hair decorations, etc.). These objects also referred to utility functions (bowls, dishes), but their existence was intentionally ephemeral. We have asked F. Burian some questions concerning his creation and philosophical background.

YOU HAVE GRADUATED FROM THE "KOVÁŘ SCHOOL" AND CREATED SEVERAL MACHINERY DESIGNS IN THAT STYLE. WHY DID YOU LEAVE THIS FIELD; WAS IT DUE TO THE PROBLEMATIC SITUATION OF OUR INDUSTRY OR TO A CHANGE IN YOUR UNDERSTANDING OF DESIGN PURPOSE? I think that it was a combination of both reasons. On one hand, it was disillusioning that many designs when finally produced were greatly changed, or were not produced at all. On the other hand, it was my artistic education and orientation, because parallel to so called technical design I have always made free art works. Gradually I have summoned up courage to concentrate on what I have always subconsciously felt to better reflect my mentality and belief. When I became a lecturer at the Academy of Fine Arts, there was far less time for a direct collaboration with industry, and my activity at the Academy had just the experimental character which had always attracted me. I was confronted with projects, not bound to a particular manufacturer, and without all those immense limitations which have been and still remain in our industry. I had more space open to see things in a broader context.

CURRENT DESIGN IS ESPECIALLY SPLIT, AS THERE ARE MORE DIFFERENT DESIGNS UNABLE TO FIND A COMMON LANGUAGE. DO YOU BELIEVE THAT THERE MIGHT BE A FUTURE HORIZON, WHERE THEY WILL JOIN FOR SOME "GREAT TASK"? I do not believe it myself. But there are some people proclaiming the necessity of upholding temperance and modesty. Ecological problems are stressed. They say that more durable products with a longer service life should be produced. It seems to be positive, but I am fairly skeptical about it, because I think that people are always driven by some inherent need of change.

HOW IS THIS SITUATION REFLECTED IN YOUR DESIGNER WORK? My viewpoint is quite skeptical and nihilistic. Newer and newer things are produced, always more and more things. Now designed, tomorrow outdated, they cannot even be properly perceived, they just slide down the surface. I can find many things around, already produced, which however, you do not pay any attention to. Why could attention not be turned to them again, why couldn't they be brought to light? Something should be done like similar to what we do in our free creation. When common objects are put in another context, then we are able to perceive them differently.



BUT THOSE STANDPOINTS ARE FAIRLY CONTRADICTORY. HOW CAN THEY BE COMBINED? I have gradually given up my work for industry. But my situation is also contradictory in another sense. I am a consumer as well, I also consume, and even I am not able to give up some things, to stop buying them. I am pressed by the desire for those things, and at the same time I am aware of the fact that this is not the right way. Our civilization is determined to acquire, to own things, and industry responds to that. A designer serves this aim, helps to achieve high consumption. I have decided not to do that, not to design things which do not exist.

CAN YOU DESCRIBE THE PROCESS BY WHICH YOU CREATE YOUR DESIGNS? I have often realized that museums of art or design were not very exciting. In a common department store I could find many objects addressing and exciting me, although generally considered to be banal, primitive, and kitsch. Nevertheless, I was able to experience those things. Obviously, it was because I was internally modulated, I intentionally perceived those things in another context.

YOUR DESIGN HAS A GREAT CONCEPTUAL ACCENT. AFTER HAVING BEEN PUT TOGETHER AND PHOTOGRAPHED YOUR OBJECTS ARE TAKEN TO PIECES AGAIN AND END UP IN A CABINET FULL OF "PARTS" FROM YOUR WORKS OF RECENT YEARS. SUCH DESIGN DOES NOT REALLY EXIST ... Why make and produce things at any price? Seeing them is often sufficient. A visual impression may be much stronger than reality. We know that from advertisements. Many things, visualized in an advertisement, are so impressive, that the product does not fulfil the expectations. Sometimes, people are more enthusiastic about the advertisement than about the product itself. An everyday observation of our environment usually does not provide any emotional experiences, and we are able to concentrate only when the lights go off in a cinema and we are forced to follow a limited frame.

SO FOR THE PRESENTATION OF YOUR WORKS YOU PREFER TO USE THE MEDIA OF PHOTOGRAPHY OR VIDEO INSTEAD OF A DIRECT EXHIBITION? I have no ambitions to exhibit, it is my private protest, stored in a cabinet, vanity over vanity. If these things have to be published, let them be published in such media as magazines or television, so that they are not materialized. Not to mention the fact that many objects, seen in reality, would not make such an impression as when they are seen in a certain frame, light, and context, as if the subject had become a picture. It is given the poetry of current mass culture, where we perceive everything only through visual reflections. And moreover, thanks to the fact that these objects are not produced (though I am sure that my design could find some customers), they will not contribute to the rubbish heap all around, and no energy will be consumed, etc..

YOU ARE THE HEAD OF A DESIGN STUDIO AT THE ACADEMY OF FINE ARTS IN BRATISLAVA. ON WHAT IS THIS STUDIO FOCUSED AND WHAT IS ESSENTIAL IN YOUR PEDAGOGIC WORK? My department is focused on problems in relations; people and space, people and leisure, people and living, people and identity. It is a department where students are given space to make things balancing design, applied and free art. In my opinion there is nothing negative in the possibility of a renaissance for applied arts and crafts — we are oriented also towards problems of manufacturing small series and originals. Of course, there are some basic criteria which every student must fulfil to be able to make his living after he is graduated. We often debate current design problems, artificial consumption, the danger of becoming totally subdued to industrial interests. We often invite psychologists, and we should also like to have in our team philosophers, sociologists, and other experts. We are devoted to the problem of whether a certain product should be produced, why so, and why just in that form, whom it will serve, and for what and in which conditions it will be used. The basic creed is to think in a broad context.

WAS IT A RADICAL DECISION THAT BROUGHT YOU TO LEAVE "REAL DESIGN" OR DID YOU GRADUALLY ARRIVE AT THAT DECISION? Both ways partly overlapped. On one hand, I have been doing very serious design, without any irony, obeying all criteria connected with such creation, and at the same time I have made some very ironic works in reaction to vanity and hopelessness, the incredibly superficial consumption which replaces an old thing with a new one, though the old one might still work well. And designers often become a part of that crazy machinery, that "brain wash", enforcing an unnatural consumption.



7./8.



1. Z ničoho nič

2. Gabriel

3. Racionálne oslabenie

4. Génový mix

5. Krátko po rozchode

6. Misa Baránok

7. Nenaplnený zámer

8. Kráľovná

Foto: František Burian (1, 2, 3, 7, 8)

Martin Marenčin (4, 5, 6)



Na začiatku bola sviečka

Tento skromný predmet, vytvorený zvinutím kusa včelieho plástu, bol tak trochu kacirskou spomienkou na jeden minulý projekt, pretože takáto sviečka si vlastne svietnik nevyžaduje. Po jej zhorení zostáva stuhnutá kalužka včelieho vosku. A kde nie je potrebný svietnik, tam nie je potrebný ani designer, aby ho navrhol!

Tento predmet je jednoducho ideálnym príkladom toho, čo si predstavujem pod pojmom *kvalitný produkt*. Jednoduchý, skromný predmet manifestujúci svoj pôvod veľmi esteticky, vizuálne presvedčivý a pritom absolútne „nepoznačený designom“. Rád by som niekedy vytvoril niečo podobné.

Pre toto všetko práve táto sviečka cestovala so mnou na workshop o *udržateľnom životnom štýle* do holandského Rotterdamu.

Dva svety, alebo jeden?

Príležitostne sa zaoberám myšlienkou, aký je vzťah dvoch odlišne sa vyvíjajúcich spoločností: bohatej, postindustriálnej - tzv. západnej s jej pluralitou názorov a rozvinutou infraštruktúrou a na druhej strane postsocialistickej spoločnosti. Odlišuje ich iba kontinuita hmotného rastu na jednej strane a určitý jeho deficit na strane druhej?

Stretávanie sa je nevyhnutné, ale ako sa vlastne vyvíja dialóg? Čo to znamená byť designerom v tej-ktorej spoločnosti? Koľko kompetencie a slobody v rozhodovaní majú moji kolegovia v Británii, Nemecku, Holandsku? A pokiaľ ide o kvalitu práce, čo môžeš urobiť bez toho, aby som napodobňoval? Čo je napodobňovanie a čo integrovanie štandardných postupov?

V poslednom čase vzbudili nielen moju pozornosť úvahy designera Stefana Marzana, riaditeľa pre design vo firme Philips. Či už ide o jeho reč z kongresu ICSID-u v Ľubláne (*Flying over Las Vegas*) alebo esej *Designeri nie sú alchymisti*, Stefano Marzano sa prihovára za vytvorenie a zavedenie *Novej etiky*, za systém morálnych pravidiel presadzovaných na medzinárodnej úrovni voči designerom, priemyslu a vládám. Zvláštne grémium má vypracovať politický program ICSID-u. Marzano navrhuje spojiť sa s hnutím zelených alebo s organizáciami na ochranu spotrebiteľa a takýmto široko koncipovaným spôsobom chce získavať záujem verejnosti. („*Nechcem v žiadnom prípade navádzať, aby niekto v malom gumovom člene s nápisom „Design Peace“ križoval po okolí, hoci ani nechcem nikoho od toho odrádzať.*“)



UDRŽATEĽNÝ ŽIVOTNÝ ŠTÝL

V januári 1993 bola v Holandsku založená nezisková asociácia O2, ktorá umožňuje designom stretávať sa a vymieňať si poznatky o súvislostiach designu a životného prostredia. Jej vznik podnietilo presvedčenie, že environmentálne aspekty by mali zohrávať väčšiu úlohu v každodennej praxi designera. Asociácia organizuje diskusie, prednášky, exkurzie a workshopy, ktoré rozširujú poznatky o vývoji výrobkov s vedomím zodpovednosti voči životnému prostrediu. Jednou z posledných aktivít O2 bol medzinárodný workshop, ktorý sa konal v novembri 1993 v holandskom Rotterdame. Stretlo sa na ňom vyše 100 designerov, architektov a ďalších odborníkov, ktorí mali sformulovať svoje predstavy a vízie o budúcnosti na tému *Udržateľný životný štýl*. Vychádzajúc z predpokladu, že ľudia sa kvôli budúcnosti len ťažko budú zmierovať so stratou svojho navyknutého pohodlia, pokúsili sa o environmentálne zodpovedné riešenia z pozitívnej perspektívy. Uchovať si symboly svojho životného štýlu a súčasne rešpektovať podmienky udržateľného vývoja budúcnosti vyžaduje mnoho zmien, a to nielen v zmysle technickom či materiálovom, ale predovšetkým zmien v prístupoch k bežným veciam každodenného života, zmien v myslení. O takéto „iné“ prístupy sa pokúsili aj účastníci rotterdamského workshopu z Holandska, Dánska, Talianska, Nemecka, USA a Japonska. Jedným z nich bol aj slovenský designer Ladislav Kubo. (ap)



Celé je to veľmi zvláštne. Ak niekto prežil približne polovicu života v socialistickom režime a bol vystavený prienkovej radiácii jeho propagandy, musí jednoducho skepticky pokrčiť nosom. Je možné naordinovať ľuďom normy ekologického konania? Západní kolegovia to môžu pokladať za antiliberálne a my, „východniari“ vieme svoje azda dvojnásobne. Naozaj vieme?

Faktor 20

Workshop s názvom *Udržateľný životný štýl*, ktorý prebiehal v zaujímavom prostredí Rotterdamského prístavu, otvoril Ezio Manzini z Domus Academy stručnou prednáškou s výrečným záverom. Jednoduchou matematickou formulkou ilustroval pozoruhodný fakt: Ak hodláme v globálnom meradle udržať dnešnú úroveň blahobytu na obyvateľa, musíme už dnes s prihliadnutím na rast svetovej populácie znížiť spotrebu energie a surovín

dvadsaťkrát. Po tomto málo povzbudivom entreé sme sa začali venovať vlastnému programu workshopu.

Trojdnňový pracovný program sa vyvíjal v jedenástich projektoch, ktoré tematicky pokrývali hlavné oblasti ľudského života. Ja sám som pracoval na projekte *Vlastnosti produktu*. Ešte pred odchodom do Rotterdamu som obdržal obsiahlu dispozíciu, ktorú pripravil vedúci projektu Thierry Kazazian z parížskej kancelárie O2. Na moje prekvapenie obsahoval práve požiadavku priniesť alebo dokumentovať predmet, ktorý pokladáme za kvalitný, a vysvetliť svoju voľbu. To bola úvodná fáza projektu. Na stole sa takto zišli japonské štetce, holiaci strojček od Brauna, indiánsky plátený nosič pre novorodencov, Newton, poznámkový blok od firmy Apple, náramkové hodiny NASA, stolička, elektrická gitara, drevené nádoby na varenie v pare, no a konečne moja svieca. Zdá sa mi, že to bola prvá i posledná nekontroverzná fáza nášho projektu. Pokladám za chybu, že sme tieto predmety opustili v ďalšej práci. Ani vo finálnej prezentácii nezohrali už žiadnu úlohu.

Náš projekt bol orientovaný značne všeobecne na *vlastnosti produktov*. V podtitule bola postulovaná snaha o hľadanie a vytváranie predmetov, ktorým bude ich majiteľ venovať pozornosť ako kvetom vo vlastnej záhradke. Bola to práve táto formulácia, ktorá ma podnietila vybrať si tento projekt. Nemôžem sa však zbaviť dojmu, že temperamentný Francúz Thierry Kazazian precenil svoj vplyv vedúceho projektu a orientoval nás príliš jednostranne na efekt záverečnej prezentácie. Akoby snaha o formu prevládla nad obsahom, disciplína nad hľadaním. Je možné, že by sa takto prejavovala akási skrytá závislosť od úspechu? Výsledkom práce našej skupiny bol videoklip natočený vo forme reklamy na výrobky fiktívneho koncernu situovaného do ďalšieho tisícročia, stelesňujúce *udržateľný životný štýl*. Pracovali sme teda skôr ako reklamná agentúra. Navrhli sme logo a značku, zostavili scenár, texty, obrazovú réžiu a stopáž jednotlivých šotov, vyrobili rekvizity. Hypotetické produkty sme vytvorili už predtým v krátkom brainstormingu. Tieto produkty boli definované skôr z hľadiska marketingu, teda ideovo, než na základe fyzikálnych a technických parametrov. Práca nás pohltila, bola v podstate veľmi zábavná a nakoniec zožala aj úspech pri prezentácii. Akoby sa však znovu potvrdilo McLuhanovo: „medium is message“, v tomto prípade skôr - forma je obsahom.

Možno je to výraz rozpornosti dnešného sveta, zároveň jeho liberálnosti i ambivalencie, rozsiahleho konzumu i túžby po jeho obmedzení, rýchlosti a efektivity, ktoré prestávajú byť riešením, ale ktoré sú ešte stále hlavnými parametrami pri posudzovaní úspešnosti. A vôbec - nadmerná fixácia na úspech. Do akej miery je možné intenzívny rast spájať s udržateľnosťou?

Na tomto mieste by bolo až príliš jednoduché skončiť v banálnom moralistickom tóne. No kedy je potrebné spolupracovať a kedy konkurovať? Kto vôbec má odvahu nesúťažiť?

Musím povedať, že oveľa väčšia ako výsledok nášho projektu ma oslovila filozofia iného. Pri prezentácii projektu Status Symbols (symboly postavenia) zaznela zaujímavá hypotéza o tom, že čas by sa mal pokladať za najviac cenený a žiaduci symbol spoločenského postavenia namiesto hmotného majetku. Čas na spánok, na hru, na lásku, čas na zastavenie má nahradiť mašineriu práce, peňazí a spotreby. Tieto akoby teoretické závery boli najpresvedčivejšie. Zdalo sa, že bude veľmi ťažké prognózovať konkrétnu vizuálnu podobu *udržateľnej budúcnosti*. Zaujímavé boli skôr scenáre prognózujúce používanie produktov - hovorili o prenájme, spoločnom alebo kolektívnom používaní, nových formách distribúcie, zbere a recyklácii vylúčených produktov.

Projekt *Šaty a móda* naznačil okrem používania prírodných a plne recyklovateľných materiálov lokálneho pôvodu napr. aj ich zber priamo výrobnou firmou a samotná konštrukcia šiat by mala umožniť to, čomu my hovoríme prešívanie a „obšívanie“, v tomto prípade vykonané priamo výrobcom. Uvidíme.

Azda najkonkrétnejší výstup vyprodukovali účastníci projektu *Kulinárna kultúra*. Jednak predstavili koncept McGreen, progresívnu alternatívu rýchleho občerstvenia, ich parádny kúsok však bola večera so štyrmi chodmi pre viac ako sto účastníkov workshopu. Mušľová polievka bola taká ekologicky nezávadná, že ani nezanechala škvrnu na mojich džínsoch, keď ma môj spolustolovník nedopatrením polial.

V rámci workshopu sa takisto uskutočnili dve prednášky s úplne kontroverzným zameraním. Victor Papanek, klasik antiindustriálneho designu, predviedol predovšetkým pomocou diaprojektívov na príkladoch z tretieho sveta (Južná Amerika, Afrika, Bali, Papua) svoje teórie a skúsenosti. Design v jeho poňatí je hľadaním odpovedí na iné otázky, než sme zvyknutí v našich zemepisných polohách. Bolo to fascinujúce, ale obávam sa, že zároveň málo instantné, málo dynamické, preto pre mnohých ľudí málo príťažlivé. Ako kontrpunkt pôsobilo vystúpenie Goosa Geursena, holandského odborníka na marketing, reklamu a žurnalistiku. Jeho vízia skutočnosti bez prirodzeného streda, dominant skutočnosti úplne multidimenzionálnej a permanentne premenlivej mi pripadá dosť desivá, hoci je aktuálna. Značný priestor venoval ilustrácii pojmu infromatická spoločnosť.

Na viacerých príkladoch (napr. Niké, výroba filozofie voľného času) prezentoval použitie multimédií na ovplyvňovanie potenciálneho konzumenta, pretože tie sú v našom svete natoľko udomácnené, že je to možno jediná úspešná cesta, ako ponúknuť konzumentom alternatívny štýl spotreby. To, pravdaže, znamená naučiť sa médiá poznať a vedieť ich používať. Riziko vlastnej kontaminácie je akosi implicitné. Napokon viacerí spomedzi účastníkov cestovali na workshop lietadlom cez pol zemegule. Chris Ryan z melbournského Institute of Technology, ktorý bol akýmsi



prezidentom workshopu, to aj vecne priznal ako príklad istej disharmónie medzi možnosťami a zodpovednosťou.

Nakoniec musím priznať, že prekročil vlastný tieň je ťažšie, než som si pripúšťal. Skúsenosť obyvateľa východného bloku - „nedá sa to“ - je nepríjemne prítomná. Hoci na druhej strane je niekedy rovnako bezradné „všetko je možné“ (!) Workshop 02 o *udržateľnom životnom štýle* pokračuje v latentnej existencii. Pokračuje v myšliach účastníkov, nedá sa povedať, ako sa zapísal do skutočnosti, jeho stopa ešte bude trvať. A to je, myslím si, veľmi dobré, aktuálne impulzy z neho môžu byť kľúčovou výzvou profesionálnej invencie nielen pre designerov práve *tu a teraz*, keď výlučne estetické či komerčné traktovanie designu, ako sa mi zdá, je dosť abstraktné, hermetické.

Napriek istým výhradám, ktoré, ako verím, sú konštruktívne, som sa v Rotterdame cítil veľmi dobre.

LADISLAV KUBO

Addendum: Iste by mohlo byť zaujímavé stretnúť sa s podobným cieľom u nás doma.

Nech bolo čokoľvek na počiatku sveta, koniec bude nádherne rajský a presiahne všetku našu obrazotvornosť.

(Joseph Priestley, 1799 - komentár k výsledkom vtedajšej vedy a k vlastnému objavu O2)

Nachádzame potechu v efemérnom. Veľkú časť našej tvorivosti spotrebujeme na vytváranie potešení krátkej životnosti. Či nie je pre nás až také dôležité, že more si prílivom vezme späť naše pieskové hrady, že sa ľadové zámky nakoniec roztopia? To všetko je obrazom našej cesty od zrodu k znovuzrodeniu. Máme radosť z účasti na tomto prirodzenom recyklovaní, mali by sme sa poučiť z tohto spojenia dočasnosti a krásy a vytvoriť stavby a predmety s dlhším dychom. Zároveň musíme vyriešiť zdanlivý rozpor medzi dočasným a trvalým, efemérnym a permanentným. (Victor Papanek)

Bohatstvo človeka nespočíva vo vlastníctve, ale v tom, čo môže človek dôstojne bez neho vykonať.

(Epikuros)

Myslím, že prežitie je kvalitatívnym problémom.

(Isao Hosoe)

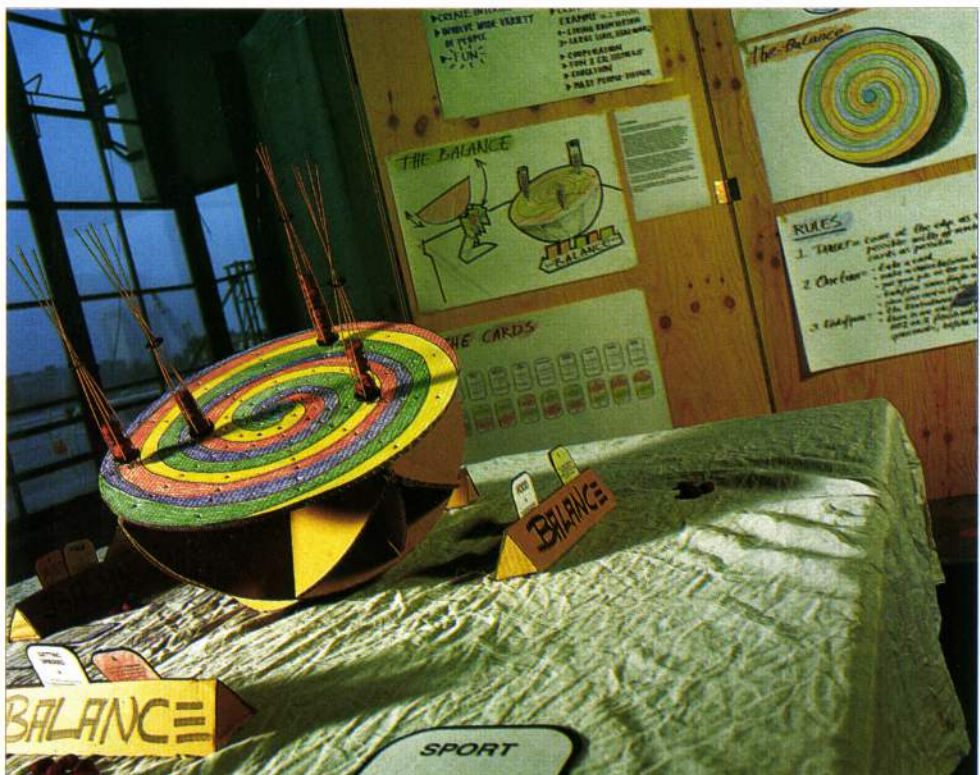
Symbols postavenia sú zbraňami v boji o dosiahnutie a udržanie postavenia v spoločnosti. Marketing využíva túto ľudskú slabosť na zvýšenie výroby. Postavenie v spoločnosti patrí k hlavným akceleratorom našej ekonomiky a je tiež hlavnou príčinou skazy životného prostredia.

(Z projektu Status Symbols)

Potrebujeme účasť namiesto konzumizmu. Účasť znamená povedomie, že sme časťami väčšieho celku, a dáva nám povedomie o tom, že sme časťou vyššieho celku, a pripomína nám našu zodpovednosť.

(Z projektu Racial Rethinking)

Foto: Z výsledkov workshopu Udržateľný životný štýl. Archiv O2 Nederland



Agáta Žáčková

ALESSI

♦ Dve generácie rodiny Alessiovcov s lisom na citróny od Philippa Starcka





- ◆ Aldo Rossi / Kávovar Ottagono, 1989, hliníková liatina s modrým a čiernym
- ◆ Riccardo Dalisi / Neapolský kávovar, 1987
- ◆ Alessandro Mendini / Čajová a kávová súprava, 1983, striebro



Od začiatku 80. rokov sa pravidelne stretávame s menom firmy Alessi. Všade v Európe v značkových designerských obchodoch s potrebami pre kuchyňu a stolovanie nás pozitívne oslovujú predmety zvláštnej krásy, dokonalého vyhotovenia a špecifického tvaroslovia.

Firma Alessi bola založená Giovannim Alessim v roku 1921 v Omegni, v malom mestečku pod úpäťm Álp pri jazere Orta. Giovanni Alessi, zručný a talentovaný strojár, bol potomok remeselníkov, z ktorých už niekoľko generácií žilo a pracovalo v dedine Luzzogno v údolí Strona. Táto oblasť bola známa množstvom drevospracujúcich a kovospracujúcich remeselníkov už od 17. storočia. Prvá zmienka o rodine Alessiovcov pochádza z roku 1633.

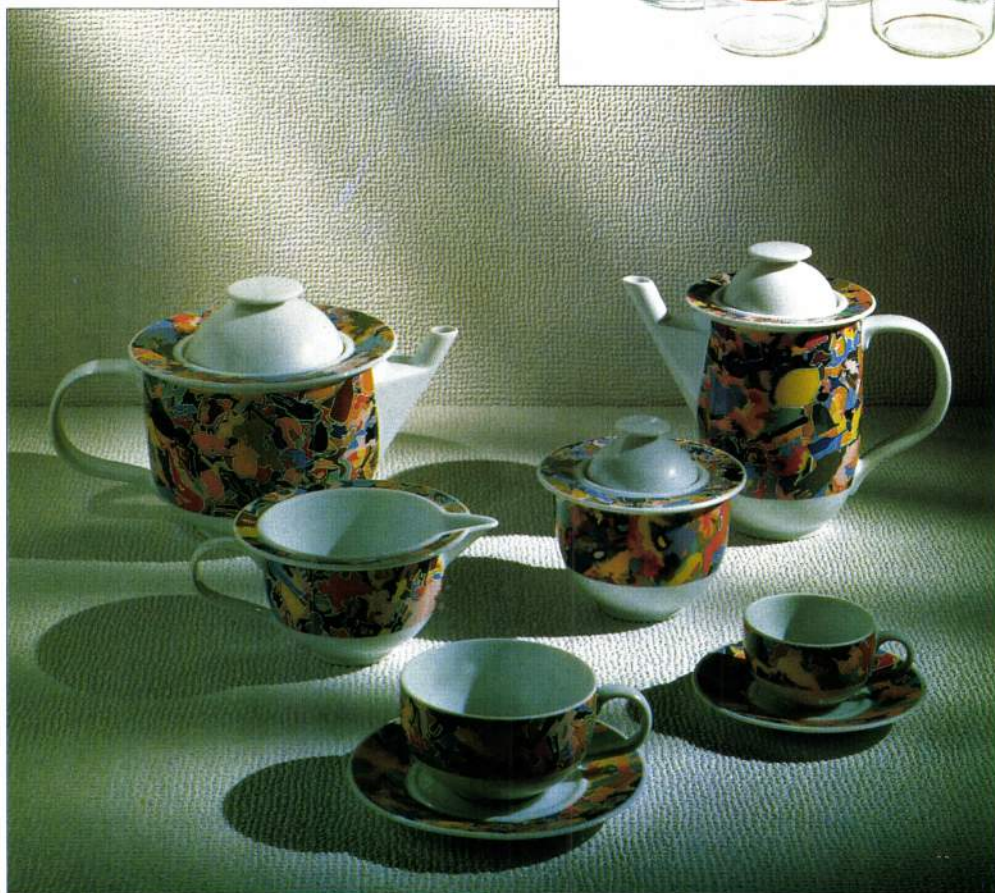
Firma Alessi sa zamerala v 20.-30. rokoch na výrobu kuchynského riadu, úžitkových predmetov pre domácnosť - z medi, mosadze, striebra. Tieto základné materiály boli často postriebrené, poniklované. Niektoré typy objektov, ktoré vznikli v malej dielni Giovanni Alessiho - ako čajová a kávová súprava (1921) z postriebreného niklu, podstavec na fľašu (1926) z poniklovanej mosadze ušľachtilých a distingvovaných tvarov - boli veľmi populárne v domácnostiach a stali sa akousi „kolektívnou pamäťou“ pre celé generácie Talianov.

V roku 1928 sa firma presťahovala do Crusinalla, kde pôsobí dodnes na ploche 31 000 m² s desiatkami zamestnancov. Postupne sa zdokonaľovali technologické postupy, v roku 1930 sa vybudovala lisovacia dielňa, ktorá postupne nahradila tradičnú sústružnícku dielňu. Koncom 30. rokov sa začali pokusy s nehrdzavejúcou oceľou, ktorú neskôr v sériovej výrobe doplnilo uplatnenie postriebrenej mosadze (1950) a chrómovaná mosadz (1954). Design v dnešnom ponímaní sa stal samozrejmosťou pre firmu Alessi už v 30. rokoch vďaka aktivite najstaršieho syna Giovanniho Carla Alessiho, školeného priemyselného návrhára v neďalekej Novarre. Jeho návrhársky rukopis dominuje vo firemnej produkcii až do roku 1945: Misa na zákusky (1939), čajová a kávová súprava „Bombé“ (1945) a podobne.

V 50. rokoch, keď sa už firma vyznačovala vysokou technickou kvalitou a perfektnou finali-



- ◆ Michael Graves / Kávovar, 1989-92, s polyamidovou rúčkou a guľou
- ◆ Ettore Sottsass / Nádoby - zásobníky, 1994, bukové drevo farbené
- ◆ Ettore Sottsass / Alighiero Boetti: La bella Tavola, dekor Tutto, 1993, porcelán



záciou svojich výrobkov, Carlo Alessi kládol čoraz väčší dôraz na zvyšovanie estetickej kvality výrobkov, ktorú dosahoval tým, že pozýval externých spolupracovníkov-návrhárov do svojej firmy. Spomedzi známych výrobkov z tohto obdobia spomenieme až dnes používaný koktail-shaker od Luigiho Massoniho a Carla Mazzeriho (1956).

Firma bola jedným z priekopníkov v tomto smere v Taliansku. Vďaka cieľavedomej politike v návrhárskej činnosti sa dostala medzi „high design“ podniky a postupne si vydobyla medzinárodné uznanie.

V 70. rokoch Carlo Alessi predviedavo a múdro zainteresoval do práce firmy svojho najstaršieho syna Alberta, designera a erudovaného teoretika, ktorý čoskoro prevzal jej vedenie. Postupne sa do činnosti firmy zapojili aj ďalší mladí členovia rodiny, čím sa rozšíril kreatívny duch a zvýšila sa kvalita designerskej činnosti. Tieto roky v rozhodujúcej miere ovplyvnili ďalšie smerovanie a vývoj firmy Alessi.

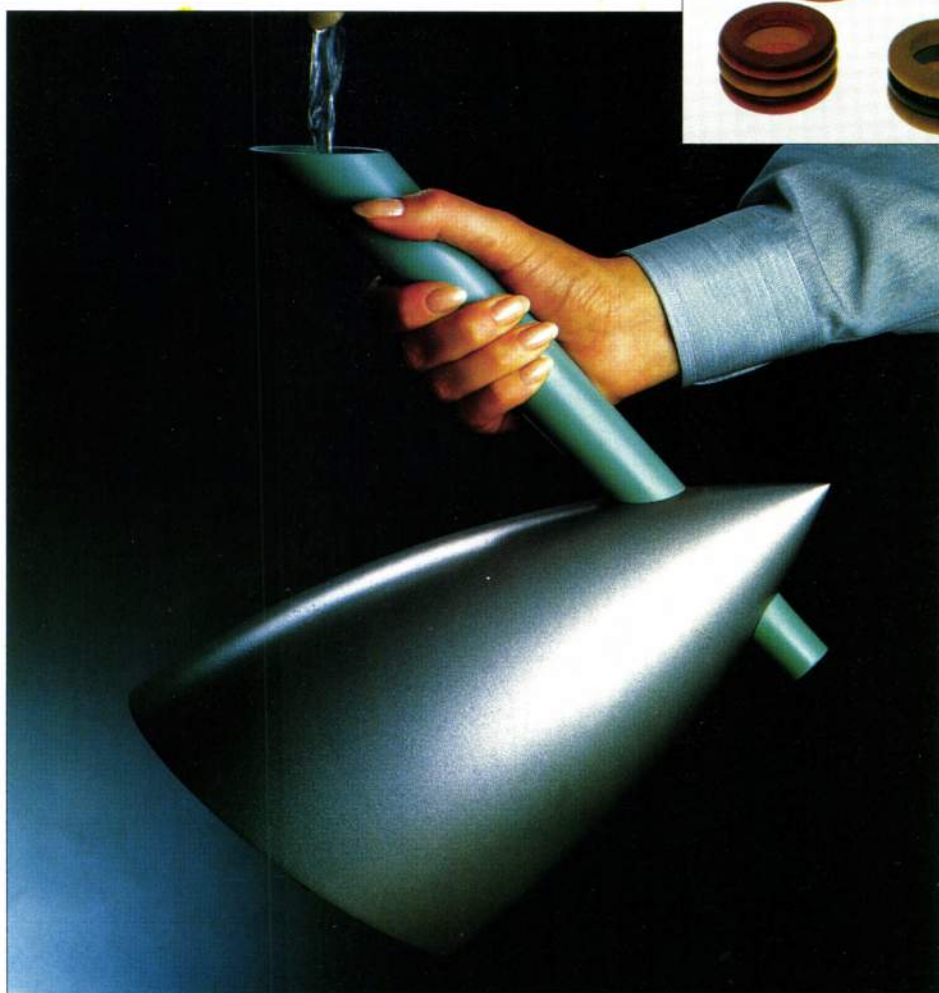
V súčasnosti sú výrobky Alessi značené štyrmi rozdielnymi výrobnými značkami, z čoho vyplýva, že sú zamerané na výrobu v štyroch technologických a materiálových oblastiach.

Alessi je výrobnou značkou pre sériovo vyrábané predmety (kuchynský riad, doplnkové predmety pre domácnosť, stolovanie a pod.) v priemyselnom procese. Priemyselný proces sa tu chápe v širšom zmysle a skôr značí mechanizovanú remeselnú výrobu. Tieto predmety sú vyrábané z nehrdzavejúcej ocele, ktorá sa stala základom tohto programu, i keď očakávanú komerčnú úspešnosť tento program neprišiel. Bol veľmi náročný na výskumné zázemie, výrobu prototypov a na vlastnú technológiu sériového spracovania. Je však i naďalej súčasťou celkového zamerania výrobného programu.

Aj zo spomínaného dôvodu sa rozvinula druhá výrobná značka **Officina Alessi** (Dielňa Alessi), ktorá je určená pre malé série výrobkov z rôznych materiálov a rôznou finálnou povrchovou úpravou (striebro, postriebnená mosadz, nikel, chrómovaná oceľ a pod.). Výrobný program Officina Alessi sa v súčasnosti delí na 7 podskupín, ktoré charakterizuje rôzne úžitkové poslanie predmetov z ich historického a tvarového vývoja, ako aj spracovateľského hľadiska. Je zrejme, že budúci vývoj bude viesť k rozširovaniu sortimentu, a teda aj úžitkovej



- ◆ Christopher Dresser / Christy, misky, 1993, termoplast
- ◆ Ettore Sottsass / Krůžky na obrůsky, 1994, farbené drevo
- ◆ Philippe Starck / Hot Bertaa, 1991, hliníková liatina, polyamidová rúčka



hodnoty predmetov (Archive, La Cintura di Orione, Antologia Alessi, La Tavola di Babelle, La Casa della Felicitá, Alessi d'apres, Tea & Coffie Piazza).

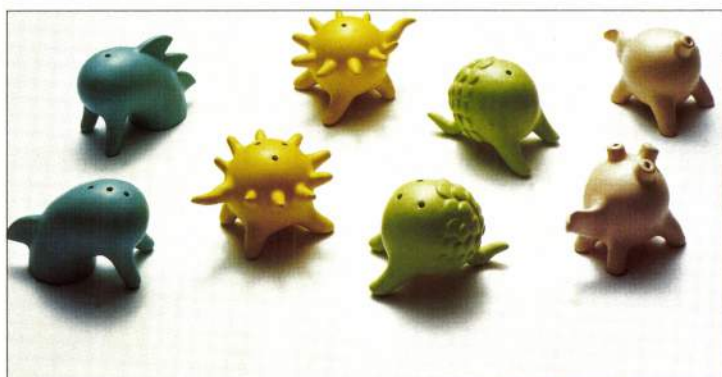
Najznámejším a najúspešnejším inovačným programom je Tea & Coffie Piazza, ktorý podnietil Alessandro Mendini (od roku 1979 vedúci konzultant firmy). Tento inovačný program sa postupne realizoval v rokoch 1979-1983 v spolupráci s 11 významnými svetovými architektmi (O. Tusquets, M. Graves, H. Hollein, Ch. Jencks, R. Meier, A. Mendini, P. Portoghesi, A. Rossi, S. Tigerman, R. Venturi, K. Jamašita).

Výsledkom tejto spolupráce je jedinečná a mimoriadne invenčná kolekcia čajových a kávových súprav, filozoficky a tvarovo ovplyvnených prvkami architektúry s prihliadnutím na najvýznamnejšie historické obdobia rozvoja úžitkového umenia nášho storočia (secesia, viedenská škola a pod.). Je len samozrejmé, že jednotliví autori vtláčili týmto projektom a realizáciám svoju osobnú emocionálnu pečať.

Program Officina Alessi sa datuje od roku 1983 realizáciou misky Ružové lupene (dvaja americkí designeri - Peter Arnell a Ted Bickford), čo je prepracovaná verzia originálu od Josefa Hoffmana z roku 1906. Táto akcia sa mala stať dokumentom o možnosti akéhosi prepisu intelektuálne a individuálne vytvoreného predmetu, ktorý je možné vyrábať v malých sériách. Výsledkom sú objekty a predmety na vysokej kreatívnej úrovni, realizované priemyselno-remeselným spôsobom pri zachovaní originality, materiálovej a remeselnej kvality.

Zbohatej sortimentnej skladby tohto výrobného programu (misy, misky, podnosy, dózy, svietniky, príbory, kuchynský riad a pod.) spomeňme kávovary espresso, ktoré majú v Taliansku bohatú tradíciu a patrili dávno do sféry záujmu firmy Alessi. Aldo Rossi a Albero Alessi vyvinuli kávovary espresso, ktoré tvaroslovím vychádzajú z architektonických pamiatok krajiny (Conica, 1982; Cupola, 1987; Ottagono, 1989). Konštrukčne nadviazali na espresso kávovar navrhnutý Alfonsom Bialettim (1933), ktorý sa stal prototypom všetkých súčasných kávovarov používaných v domácnostiach.

Pre tento tvarový štýl stolovacia predmety používame výraz „mikroarchitektúra“. Je tu cítiť značné ovplyvnenie hnutím Memphis, ktoré spolu s niektorými



- ◆ Milton Glaser / 100 % make-up, 1990-1992, porcelán
- ◆ Alejandro Ruiz / Osobné sofničky a koreničky, 1991-93, porcelán
- ◆ Aldo Rossi / Svietidlá pri Casa della Felicità

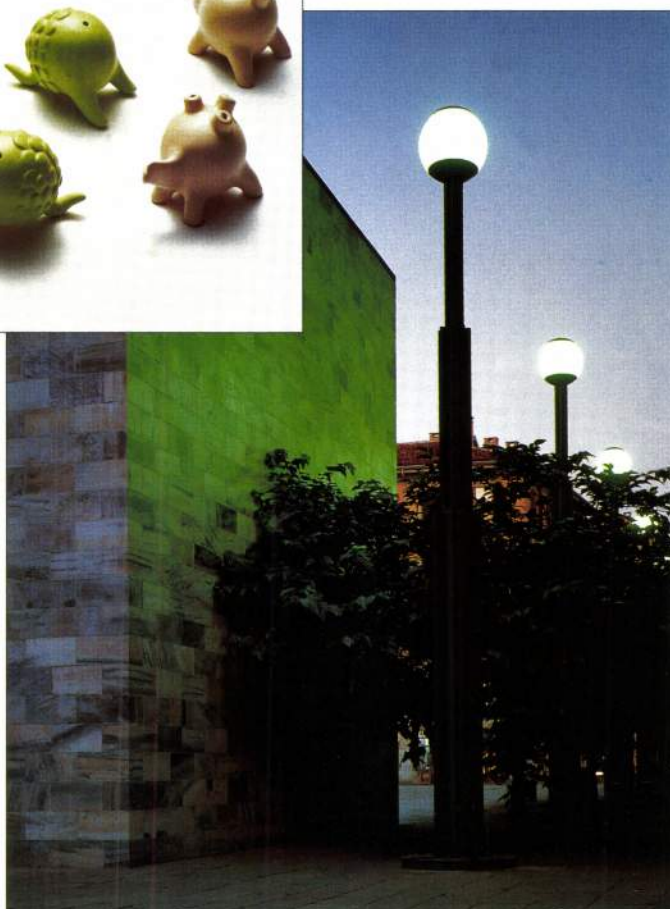
Literatúra:

Domus 1988/2, Marco Romanelli: Una caffettiera in alluminio alta 28,5 cm.

Domus 1986/10, Richard Sapper: Batteria da cucina, Officina Alessi.
Hans Wichtmann: Italian design 1945 bis heute, Birkhäuser Verlag, Basel 1988.

Design heute, Katalogbuch, Prestel Verlag, München 1988.

Di Palma Press Service - Milano, propagačné materiály firmy Alessi.



mi medzinárodne známymi architektmi a priateľmi založil Ettore Sottsass. Toto hnutie sa stalo priam mystickým symbolom pre hnutie Nový design.

Okrem spomenutých výrobných programov sú ešte ďalšie dva: Twergi, zameraný na výrobu predmetov z dreva, a Tendentse, program na výrobu keramiky a porcelánu.

Twergi (lesný škriatok - Tuérzi) je program, ktorý vznikol v roku 1989. Popudom bolo pričlenenie spoločnosti Battista Piazza Company z Loreghia (z firmy, ktorá sa zaoberala výrobou úžitkových predmetov z rôznych druhov drevín).

Dva výskumno-vývojové projekty pre tento program sa začali pod vedením dvoch veľkých osobností v dvoch centrách. Ettore Sottsass a jeho skupina v Miláne a Milton Glaser v New Yorku. Sottsass sa zamerával na návrhy tradičných domácich a stolových predmetov (mlynčeky a koreničky, luskáče na orechy, dosky, misky a pod.). Milton Glaser navrhol celú sériu dosiek pre kuchyňu a stolovanie. Ich návrhy, ako aj návrhy ďalších známych designerov sú prezentované v siedmich firemných katalógoch (1989-1994).

Program Tendentse (Smerovanie) je najmladším z výrobných zameraní firmy Alessi. V jeho rámci sa navrhujú a vyrábajú keramické a porcelánové súpravy na jedenie, čajové a kávové súpravy (s použitím termoplastov), ako aj ďalšie úžitkové a dekoratívne predmety na stolovanie (La bella Tavola 1993, Tutto, 1994, Séria váz s vrchnákom od A. Mendiniho 1990, dekorované 12 známymi svetovými architektmi).

Počas svojej existencie od roku 1921 vytvorila firma Alessi okolo 700 výrobkov, ktoré sa dnes delia do uvedených typologických, materiálových a úžitkových zoskupení.

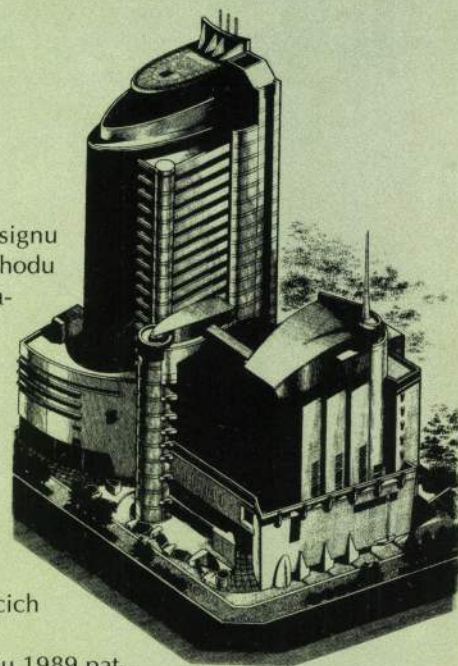
Všetky predmety nesú v sebe výrazné prepojenie na kultúru a estetické tradície krajiny, kde vznikajú. Sú názornou ukázkou kontinuálneho vývoja jednej pracovno-remeselnej disciplíny, jej racionálnym ovplyvnením intelektuálnymi tvorivými vstupmi, čo má za následok permanentné zvyšovanie kvalitatívnej úrovne širokého sortimentu úžitkových predmetov, v konečnom dôsledku aj mimoriadneho komerčného úspechu. Je to jeden z možných príkladov šťastného spojenia invencie, remesla, designu a výroby.

NOVÁ ÉRA PRE DESIGN CENTRÁ

DESIGN CENTRUM V NAGOJI

国際デザインセンター

Kazuo Kimura



V Japonsku bol rok 1989 vyhlásený za Rok designu a pod záštitou Ministerstva medzinárodného obchodu a priemyslu bolo pripravených 401 akcií súvisiacich s designom (konferencie, semináre, pracovné stretnutia, výstavy, súťaže atď.) po celej krajine, na ktorých sa zúčastnilo viac ako 22 miliónov ľudí. Do nich sa zapojili nielen ľudia zo sveta designu, ale aj z oblasti marketingu, plánovania, bankovníctva a štátnej správy. Celý program bol oproti podobnej akcii v roku 1973 oveľa bohatší nielen preto, že sa akcie konali okrem Tokia a Osaky po celej krajine, ale aj preto, že za 16 rokov sa oblasť činností súvisiacich s designom výrazne rozrástla.

Medzi najpozoruhodnejšie udalosti Roka designu 1989 patrila Svetová výstava designu (World Design Exposition) v Nagoji (15 mil. návštevníkov) a Nagojský kongres svetového designu ICSID (World Design Nagoya Congress), ktorý s vyše 3 700 účastníkmi z celého sveta bol najväčší ICSID kongres, aký sa kedy konal.

Design ako kľúč k budúcnosti Nagoje

História, ako Nagoja mala to šťastie stať sa hostiteľským mestom dvoch takých významných udalostí v oblasti designu, sa začala v r. 1985. Pán Takejoši Nišio, starosta Nagoje, vybral design za kľúčové slovo pre rad udalostí plánovaných pri príležitosti stého výročia existencie mesta. Jeho rozhodnutie bolo motivované dvoma úvahami.

Po prvé oblasť Chubu, v ktorej sa Nagoja nachádza, je centrom priemyselnej technológie v Japonsku a už vyše desať rokov produkuje viac ako 10 % celkového priemyselného výkonu Japonska. Kľúčovými priemyselnými odvetviami sú automobilový a letecký priemysel, robotika a iné popredné priemyselné odvetvia.

Po druhé Nagoja, podobne ako väčšina miest v Japonsku, bola takmer úplne zničená počas druhej svetovej vojny. No na rozdiel od väčšiny iných miest bola znovupostavená podľa presného plánu, a tak vzniklo priestrané a moderné nové mesto, ktoré je po celom Japonsku známe svojimi širokými ulicami a parkovou úpravou. Dve 100 metrov široké tepny, ktoré prechádzajú cez Nagoju, dnes symbolizujú mesto.

Je len samozrejmé, že design sa stal nenahraditeľným elementom transformovania tohto funkčne dokonalého mesta na mesto vnímavejšie na ľudské city a že aj v priemysle zohráva čoraz významnejšiu úlohu. A práve preto sa starosta Nišio rozhodol pre „design“ ako kľúčové slovo, lebo myslel na budúcnosť priemyslu aj urbanizácie v Nagoji.

A tak mestské zhromaždenie schválilo v júni 1989 prvú Deklaráciu mesta designu v Japonsku.

Medzinárodné design centrum

V dôsledku toho sa začalo hnutie za vytvorenie stáleho centra, ktoré by podporovalo ďalší záujem obyvateľov a miestneho priemyslu o design. Nagojská Obchodná a priemyselná komora navrhla v máji 1988 zriadiť Medzinárodné centrum designu a v septembri toho istého roku sa vytvoril zvláštny výbor poverený vypracovaním základnej koncepcie, ktorého členmi sa stali zástupcovia miestnej správy, priemyslu a designu. Základná koncepcia bola vypracovaná za jeden a pol roka. V októbri 1990 sa vytvoril Prípravný výbor Medzinárodného design centra ako ďalší krok k materializácii tohto návrhu. Prípravný výbor s desiatimi stálymi zamestnancami podrobne vypracoval otázky financovania, organizácie, priestorov a činnosti. V apríli 1992 začalo Medzinárodné design centrum Nagoja, Inc. (kapitál 12 mld. jenov) svoju činnosť ako

výkonné teleso a v súčasnosti má 18 stálych zamestnancov.

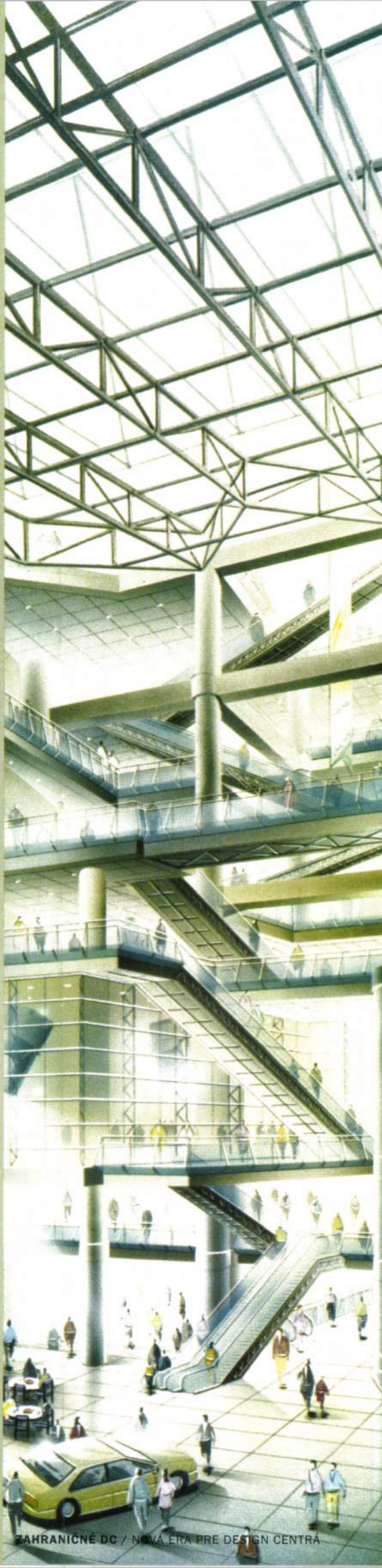
Medzinárodné design centrum bude vybudované v Sakae, v centre Nagoje, tretieho najväčšieho mesta v Japonsku. Predbežný projekt ráta s dvojicou budov s celkovou podlahovou plochou 45 000 m², kde budú kancelárie, obchody, Kultúrne centrum mládeže a Medzinárodné design centrum, ktoré bude mať plochu 16 000 m². Projekt budovy vypracoval tím zložený z KMD, projektantskej kancelárie v San Franciscu (USA), a Daiken Architects, Engineers & Consultants, japonskej projektantskej kancelárie. Výstavba sa začala v marci 1994 a má sa dokončiť v jeseni 1996.

Program Medzinárodného design centra

Činnosť Medzinárodného design centra Nagoja bude trochu odlišná od jestvujúcich design centier v nasledujúcich aspektoch:

1. Dôraz na širokú verejnosť

Na prvom mieste sa bude klásť dôraz na význam designu pre širokú verejnosť popri jeho význame pre priemysel. Vynikajúci design sa môže vypestovať len vtedy, keď je podporovaný úprimným záujmom priemyslu, tvorcu a verejnosti, ktorá je konečným užívateľom. Z tohto dôvodu budú do vzdelávacieho programu zahrnuté prednášky o designe prístupné verejnosti a existujú plány pre múzeum designu s rozlohou okolo 700 m² na treťom poschodí. Toto múzeum, na rozdiel od jestvujúcich múzeí, ktoré sa zameriavajú hlavne na vystavovanie vynikajúcich designerských prác, bude mať za cieľ pomôcť verejnosti pochopiť, čo design naozaj znamená a čo naozaj je. Úloha a oblasti designu sa rýchle rozrastajú, ale skutočná podstata designerských činností ešte nie je veľmi dobre pochopená. Jednoduché vystavenie prác, ktoré sú príkladmi vynikajúceho designu, jeho konečným výsledkom, nevysvetľuje proces designu. Preto toto múzeum bude kombináciou umeleckého múzea - „pohľadu na hotové diela“ a vedeckého múzea - „rozširujúceho vedomosti“. Okrem toho tam budú špeciálne programy pre mladých vrátane žiakov a študentov. Ďalší priestor určený pre verejnosť bude 5000 m² obchodnej plochy. Tieto priestory nielenže budú zdrojom príjmov, ale poskytnú širokej verejnosti príle-



žitosť vidieť výroby s vynikajúcim designom a kúpiť si ich, dokazujúc pritom, že design tesne súvisí s našim každodenným životom. Toto centrum bude mať designerské kníhkupectvo, designerský obchod s materiálom, rôzne obchody zamerané na počítačovú grafiku, výstavné miestnosti a obchody rôznych spoločností so zmyslom pre design.

2. Výskum a návrhy

Medzinárodné design centrum bude sprostredkovať pozitívne návrhy. Centrum bude zabezpečovať vlastné štúdiá a výskum a podávať návrhy týkajúce sa ideálnych foriem priemyslu, spoločnosti a života v budúcnosti. Máme v úmysle pozývať expertov zo sveta obchodu a vzdelávania, aby sa stali členmi centra a vytvorili jedinečné študijné tímy. Spoločné štúdiá s design centrami v iných krajinách budú tvoriť ďalšiu dôležitú časť programu. Okrem štúdií a výskumu sa bude venovať pozornosť vývoju konkrétnych projektov.

3. Vzdelávacie programy

Centrum má v úmysle vyvinúť inovačné vzdelávacie programy: 1. pre širokú verejnosť, 2. pre manažérov a 3. pre designerov. Programy určené manažérom, najmä malých a stredných podnikov, budú naprojektované tak, aby pomohli pochopiť vývoj designu v rámci podnikovej stratégie. Programy pre designerov budú zamerané hlavne na profesionálnych podnikových designerov s 5 až 7-ročnou praxou, ktorí si chcú rozšíriť vedomosti. Vzhľadom na to, že designeri pracujúci pre súkromné spoločnosti v Japonsku majú málo možností navzájom sa poznať, pre všetkých bude veľmi prospešné, ak sa designeri z rôznych spoločností zapoja do takýchto vzdelávacích programov. V marci tohto roku sa konal náš prvý seminár pre nezávislých designerov a manažérov výrobných podnikov orientovaných na design. Tento seminár, pod ktorý sa podpísala Japonská organizácia na podporu priemyselného designu (Japan Industrial Design Promotion Organization - JIDPO), bol prvým projektom, ktorý iniciovalo Ministerstvo medzinárodného obchodu a priemyslu na zavedenie svojej „Stratégie podpory designu na 90. roky“.

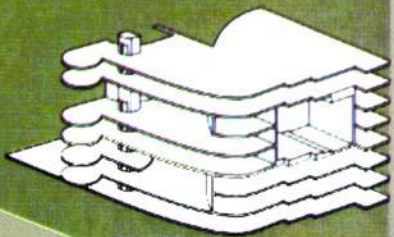
4. Rozširovanie informácií

Informačná činnosť je veľmi široká oblasť, ktorá zahŕňa aj knižnicu, banku dát a publikačnú činnosť. Pokiaľ ide o banku dát, budeme participovať na DIS (Design Information System), ktorý inicioval ICSID. Činnosť v tejto oblasti sa bude zameriavať na prenos informácií z Japonska do ostatného sveta, ktorých tok je často nedostatočný. Naše centrum v súčasnosti robí predbežný prieskum na zriadenie globálnej bázy dát inštitúcií podporujúcich design na celom svete aj

v Japonsku. Dúfame, že naše centrum pomôže preklenúť nedostatočný tok informácií medzi Japonskom a inými krajinami.

5. Medzinárodná činnosť

Naše centrum ešte pred oficiálnym otvorením malo česť reprezentovať Japonsko na výstave BIO v Ľublane (Slovinsko) v máji 1992, kde niektoré z vystavovaných diel získali ceny vrátane Zlatej ceny. V októbri 1992 sme zorganizovali sympóziu, na ktoré sme pozvali zástupcov rôznych design centier z celého sveta. Cieľom sympózia bola diskusia o úlohe design centier v budúcnosti a preskúmanie možnosti vytvorenia siete medzinárodnej kooperácie. Podobná medzinárodná činnosť by sa mala rozvíjať aj v oblasti štúdií, výskumu, vzdelávania a informácií. Dúfame, že sa nám podarí nadviazať spoluprácu s inými inštitúciami podporujúcimi design.



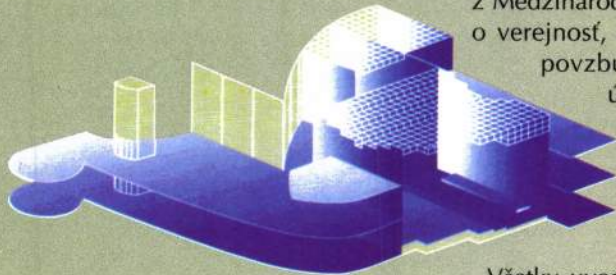
6. Členstvo

Dôležitý je aj členský program, ktorý by sa mal odlišovať od podobných programov, ktoré v súčasnosti ponúkajú umelecké múzeá a pod. V apríli tohto

roku sme spustili program, ktorý je otvorený pre širokú verejnosť, priemysel a profesionálnych designerov. V budúcnosti máme v úmysle rozšíriť členský program na zámorské krajiny. Okrem toho dúfame, že podnietime aktívnu účasť, a nespoliehame sa na jednosmerný tok informácií

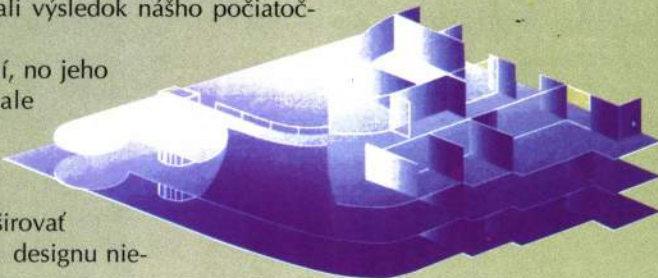


z Medzinárodného design centra. Napríklad pokiaľ ide o verejnosť, okrem poskytovania informácií chceme povzbudiť širokú verejnosť, aby hrala aktívnu úlohu a stala sa vitálnym jadrom našich štúdií a výskumu. Rovnaký princíp platí aj pre iné skupiny. Týmto spôsobom bude činnosť nášho centra praktickejšia, čím sa väčšmi priblíži k splneniu rôznych požiadaviek.



Všetky uvedené činnosti sa majú naplno rozbehnúť koncom roka 1996, keď bude Medzinárodné design centrum otvorené, no niektoré z nich sme už začali. Máme v úmysle zdokonaľovať obsah každého programu prostredníctvom zmien plánov, aby odzrkadľovali výsledok nášho počiatočného úsilia.

Situácia okolo designu sa mení, no jeho význam nielen pre priemysel, ale pre celú spoločnosť a každodenný život bude v budúcnosti iste naďalej rásť. Úlohou Medzinárodného design centra je rozširovať význam, chápanie a oceňovanie designu nielen v Nagoji, ale na celom svete.



Použité obrázky ilustrujú, ako vyzerá Design Centrum v Nagoji v predstavách projektantov.



Kazuo Kimura

je vedúcou osobnosťou medzinárodne orientovaných aktivít na podporu designu v Japonsku. Pracoval ako generálny tajomník kongresov ICSID, ktoré sa konali v Kjote a v Nagoji. Je generálnym tajomníkom Japan Design Foundation a prezidentom Asociácie japonských priemyselných designerov JIDA. V roku 1992 bol odmenený cenou Masaru Katsumie Award za celoživotné úsilie v oblasti podpory designu.

Po štúdiách priemyselného designu na tokijskej univerzite pracoval ako vedúci designer vo firme Nissan Motor Co. až do roku 1972. Významným príspevkom Kazua Kimuru pre transport design bol nadšene vítaný rýchlovlak Shinkansen 100 Series pre japonské železnice, ktorý oživil záujem o túto oblasť v Japonsku.



MYŠLIENKA FUNKČNEJ DOKONALOSTI

O povahe vecí, designe, ekológii a funkcionalizme

Jan Michl

1. Dva významy

Myšlienka funkčnej dokonalosti je ako predstava fascinujúca. Nebolo by skvelé, keby vecí, ktoré používame, fungovali naozaj dokonale? Iste by bolo... ale čo vlastne myslíme slovom dokonale? Na jednej strane máme sklony považovať funkčnú dokonalosť za samozrejmy, hoci aj náročný cieľ inžinierovho a designerovho úsilia, no na druhej strane sa zakráda podozrenie, že takéto cieľ je v skutočnosti nedosiahnuteľný.

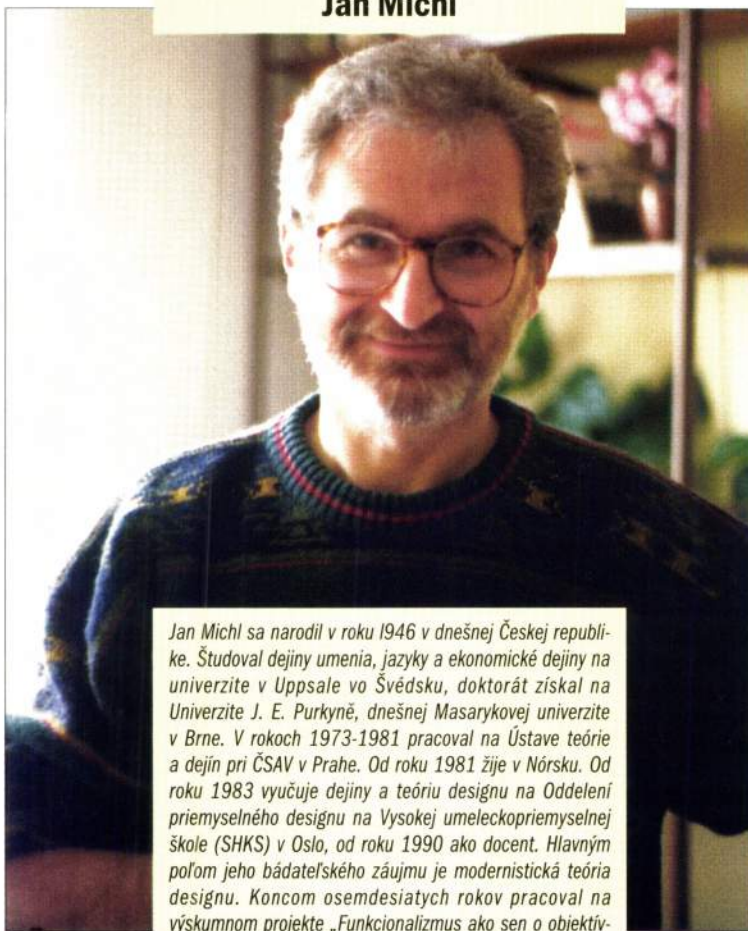
Naše rozpaky v tejto otázke naznačujú, že možno používame jeden a ten istý pojem pre dve rôzne veci. To napokon nie je nezvyklé: len zriedka presne vieme, čo máme na mysli, keď používame také abstraktné výrazy ako „funkčná dokonalosť“. Pokiaľ naši poslucháči majú pocit, že nám rozumejú, a nenútia nás presnejšie vysvetľovať, väčšinou nie je dôvod, aby sme sa jemnými významovými odtieňmi pojmov zaoberali. Ale niekedy sa taký pojem stane kľúčovým bodom filozofickej, politickej alebo - ako v prípade funkcionalizmu - výtvarnej teórie, a potom, prirodzene, chceme vedieť, čo druhí pod týmto pojmom rozumejú, pretože chceme zistiť, či je takýto kľúčový pojem skutočne schopný podporiť tú štruktúru argumentov, ktorú má ambície obhájiť.

Ak sa teraz chceme bližšie prizrieť fascinujúcej myšlienke funkčnej dokonalosti, musíme si najskôr vyjasniť, čo mienime - alebo čo mienia druhí - pod pojmom funkčná dokonalosť (alebo dokonalá funkčnosť, čo tu považujeme za jedno a to isté). Rozlíšime preto dve hlavné skupiny významov, v ktorých sa pojem funkčnej dokonalosti väčšinou používa, a nazveme ich dokonalosť v „slabom“ význame a dokonalosť v „silnom“ význame slova.

V slabom význame (môžeme tiež povedať v bežnom alebo relatívnom význame) možno tento pojem chápať jednoducho ako superlatív. Používame ho obvykle, keď máme na mysli výrobok, ktorý funguje lepšie než všetky ostatné podobné výrobky; je najlepší, a teda „výborný“, ale len v porovnaní s predchádzajúcimi prípadmi vynikajúceho fungovania. „Dokonalý“ v tomto zmysle zhruba znamená „taký dobrý, ako je to v danej chvíli v ľudských možnostiach“. V tomto slabom význame je tento pojem súčasťou nášho bežného každodenného sveta.

Niekedy sa však pojem funkčnej dokonalosti používa v silnom význame, t. j. spôsobom, ktorý tomuto pojmu dáva zrejmy utopický podtón. Funkčná dokonalosť je tu mienená ako dokonalosť v absolútnom zmysle, ako situácia, keď určitá vec dosiahla konečné štádium vývoja (nech už to znamená čokoľvek). Ako ukážeme v ďalšej časti, víziu funkčnej dokonalosti v silnom význame možno chápať ako zmysluplnú len vtedy, keď ju chápeme ako odkaz nie na každodenný fyzický svet, ale na svet metafyzický, teda svet mimo rámca užitočnosti v bežnom zmysle.

Ak teda považujeme funkčnú dokonalosť za samozrejmy cieľ činnosti inžinierov a designerov, máme zrejme na mysli dokonalosť v slabom, relatívnom zmysle, zatiaľ čo naše pochybnosti o dosiahnuteľnosti takéhoto cieľa sa týkajú skôr pojmu dokonalosť v silnom, t. j. absolútnom zmysle.



Jan Michl sa narodil v roku 1946 v dnešnej Českej republike. Študoval dejiny umenia, jazyky a ekonomické dejiny na univerzite v Uppsale vo Švédsku, doktorát získal na Univerzite J. E. Purkyně, dnešnej Masarykovej univerzite v Brne. V rokoch 1973-1981 pracoval na Ústave teórie a dejín pri ČSAV v Prahe. Od roku 1981 žije v Nórsku. Od roku 1983 vyučuje dejiny a teóriu designu na Oddelení priemyselného designu na Vysokej umeleckopriemyselnej škole (SHKS) v Oslo, od roku 1990 ako docent. Hlavným poľom jeho bádateľského záujmu je modernistická teória designu. Koncom osemdesiatych rokov pracoval na výskumnom projekte „Funkcionalizmus ako sen o objektívnej tvorbe“ financovanom NAVF (Nórska bádateľská rada pre prírodné a humanitné vedy). Výsledky projektu publikoval vo forme článkov po nórsky, anglicky a česky. V školskom roku 1994/1995 pôsobil v Halle v Izraeli ako hosťujúci docent na fakulte architektúry pri TECHNION-e, Izraelskom inštitúte technológie.

2. Ľudské výrobky a nedokonalosť ľudskej situácie

Poznatok, že nič nefunguje dokonale a že každý výrobok možno vylepšiť, je paradoxnou príčinou toho, prečo nás predstava absolútnej funkčnej dokonalosti tak fascinuje. Keby sa výrobcovia, inžinieri a designeri naozaj zo všetkých síl snažili, nebolo by predsa len možné, aby sa akýkoľvek výrobok - nástroj, náradie, prístroj alebo stroj - zbavil svojich drobných nedostatkov a dosiahol tak stav funkčnej dokonalosti? Nepoukazujú koniec koncov celú dejiny techniky na tento smer? Nie je rastúca efektívnosť našich výrobkov zrejma? Zrýchľujúci sa technický rozvoj akoby sľuboval, že funkčná dokonalosť je už za rohom, alebo je prinajmenšom možné ju dosiahnuť. Ale je to tak naozaj?

Niet pochyb o tom, že vynaliezavosť ľudskeho rodu je ohromujúca. Akonáhle sa však pokúsime odpovedať na otázku, prečo vlastne tak vysoko oceňujeme túto vynaliezavosť, vízia funkčnej dokonalosti sa nám začne rozplývať pred očami. Lebo je jasné, že všetky vynálezy okolo nás, od najprimitívnejších až po najzložitejšie, ľudia vymysleli, aby svoj život urobili bezpečnejším, bezstarostnejším a pohodlnejším, svoju prácu menej namáhavou, a aby dospeli k istejšiemu poznaniu - práve preto, že naša existencia je plná nebezpečenstva, starostí a nepohody, pretože naša práca je namáhavá a pretože naše vedomosti sú žalostne obmedzené. Inými slovami to, čo nazývame „ľudské potreby“, je známkou toho, že naša ľudská existencia

je vo svojej samotnej podstate nedokonalá a že vynálezy, ktorými sa obklopujeme, sú pokusmi o kompenzáciu tohto faktu.

Ak by ľudská existencia bola dokonalá v zmysle konečnej a absolútnej úplnosti, usilovať sa o funkčnú dokonalosť by asi nemalo žiaden zmysel. V takomto stave - skúsme chvíľu špekulovať - ľudské potreby by prestali existovať, pretože potreby vznikajú iba tam, kde máme pocit, že niečo chýba. A ak by sme nemali žiadne potreby, nebolo by dôvodu ničो objavovať, pretože všetky naše výrobky sú tu na to, aby naplnili naše požiadavky a potreby. Bez existencie výrobkov by také slová ako užitočnosť a funkčná efektívnosť nemali žiaden zmysel - podobne ako sny o funkčnej dokonalosti. Nejestvoval by, samozrejme, ani dopyt po žiadnych špecialistoch a vlastne ani potreba akejkoľvek práce, keďže všetko, čo človek robí a vyrába, smeruje tak či onak k zlepšeniu neuspokojených stránok ľudského života. Keďže človek existuje v čase a v priestore, naša potreba dobre navrhnutých zariadení vo funkčnom, ale i v estetickom zmysle, môže byť chápaná ako potreba dočasného, miestneho prispôsobenia sa stále sa meniacim podmienkam nášho života. Aj ľudskú spoločnosť možno chápať ako druh kompenzácie tohto nedokonalého ľudského postavenia: spoločnosť je založená na sociálnych väzbách medzi

ľuďmi, a tie by pravdepodobne neboli vznikli, keby existencia človeka bola dokonalá, nakoľko ľuďom by nič nechýbalo, a teda by ani jeden od druhého neboli závislí.

Zdá sa teda, že nedokonalosť a existencia v čase k sebe logicky patria - podobne ako dokonalosť a večnosť. Myšlienka funkčnej dokonalosti (alebo dokonalaj funkčnosti) tým, že spája dokonalosť a existenciu, vlastne spája dva nezlučiteľné princípy. Možno povedať, že ideálny svet dokonalosti dáva zmysel, aspoň logicky, iba ako svet mimo času. Bežne funkčné zariadenia a mechanizmy však patria do sveta času a priestoru, ktorý je nutne svetom nedokonalosti. Tieto dva svety sú jednoducho dva rozdielne vesmíry a je ťažké si predstaviť, ako by vôbec mohli byť spojené. Pojem funkčnej dokonalosti je preto taký problematický, no zároveň fascinujúci, že vytvára dojem, že slovo „funkčnosť“ a slovo „dokonalosť“ môže koexistovať v jednom a tom istom svete. Pretože však takéto koexistencia nie je možná ani v rovne logiky, musíme spájanie dokonalosti a funkčnosti vidieť ako prípad *contradictio in adiecto*, podobne ako spojenia typu „drevené železo“ alebo „kvadratický kruh“.

Vo vzťahu k svetu výrobkov to znamená, že ak prisudzujeme dokonalosť zariadeniu, ktoré bolo vymyslené s tým cieľom, aby odstránilo jednu z nespočítateľných nedokonalostí nášho ľudského postavenia, potom tento termín môže znamenať len jednu vec: že toto zariadenie je vynikajúcim provizórnym riešením, snažiacim sa kompenzovať takú či onakú nedokonalosť. Všetci sme náchylní zabúdať, že hoci naše vynálezy zmiernujú jednotlivé nedokonalosti našej existencie, v skutočnosti ich neodstraňujú: zariadenie, ktoré používame, rieši naše problémy len provizórne, a preto sa k nim musíme vracieť znovu a znovu. Problémy nielenže zostávajú, ale veci vynájdene na ich zmiernenie vždy navyše vytvárajú ďalšie vlastné špecifické

problémy (bližšie k tomu v nasledujúcej časti). To, čo naše vynálezy robia, je vlastne len liečba symptómov: naše výrobky sú zjavne neschopné vyliečiť samotnú chorobu - na nedokonalosť našej ľudskej existencie.

Všetky ľudské výrobky, bez ohľadu na to, aké sú dômyselné a esteticky pôsobivé, majú teda charakter provizórií. Možno povedať, že naše výrobky v najlepšom prípade slúžia ako dobre navrhnuté barly. K barlám sa uchylujeme vtedy, ak máme choré nohy. Nech už má barla priemerné alebo vynikajúce funkčné riešenie, ostáva stále barlou, teda náhradou za zdravú nohu. Ak funguje výborne, zasluhuje si označenie „dokonalá“ iba v zmysle „neobyčajne dobrá“; „dokonalá barla“ potom znamená neobyčajne dobrá barla, čo značí neobyčajne dobrá vo vzťahu k zámeru vytvoriť provizórnu nohu. Inými slovami, dokonalá barla môže byť dokonalá iba v slabom, nie však v silnom význame slova. A tak je to so všetkými ľudskými vynálezmi.

Prípád s barlou, mimochodom, ponúka nielen funkčné, ale aj metafyzické analógie. Jediné dokonalé riešenie pre človeka s chorou nohou by bolo prinavrátenie jej bývalých schopností. Podobne jediným skutočne „dokonalým“ riešením nedokonalkej ľudskej situácie by, zdá sa, bola úplne nová dokonalá ľudská situácia, charakterizovaná absolútnou absenciou akýchkoľvek potrieb. Taká situácia je však, logicky vzaté, sotva mysliteľná vo fyzickom zmysle, t. j. kým sme v našich telách a v tomto hmotnom svete:

víziu dokonalej existencie, tak ako víziu dokonalej funkčnosti, treba považovať za vnútorne protirečivú v tom, že spája svet času a svet mimo času do jedného celku. Či môže existovať takáto dokonalá situácia v metafyzickom zmysle, t. j. vo svete mimo času, ak jestvuje nejaký „bývalý“ stav dokonalosti, ak je možné sa doňho vrátiť ako do stavu „zdravých“, a či je to niečo žiaduce - to sú fascinujúce otázky, na ktoré je sotva možné nájsť jasnú odpoveď. V každom prípade sa problém funkčnej dokonalosti v takom metafyzickom svete javí ako súčasť problému všeobecnej dokonalosti, no sám osebe ako problém vlastne neexistuje.

3. Funkčnosť ako provizórium

V predchádzajúcej časti sme sa pokúsili ukázať, že vízia funkčnej dokonalosti v silnom význame sa síce pri zbežnom pohľade nejaví ako rozporuplná, ale že pri bližšom skúmaní sa ukazuje ako vnútorne protikladná, a teda že je v našom fyzickom svete v princípe nedosiahnuteľná. Chceli by sme preto teraz trochu rozviesť už naznačený pohľad na funkčnosť ako na niečo bytostne dočasné, ako na provizórium.

Hoci všetky ľudské výrobky sú z hľadiska funkčnosti pokusmi o zmiernenie nedokonalosti ľudskej existencie, provizórny charakter týchto výrobkov nie je z rôznych dôvodov hneď zrejmy. Nové veci, ktoré nás obklopujú, nás stále znovu oslepujú auroou svojej novosti, očarujú svojimi inováciami alebo hypnotizujú svojím módnym zovňajškom. Znova a znova tak vzniká ilúzia, že nový výrobok je o ďalší krok bližšie k cieľu konečnej funkčnej dokonalosti. Provizóriu, v podstate banálnu povahu výrobkov sme schopní vnímať objektívne vlastne len v jednej fáze ich existencie: po tom, keď technologicky a esteticky zastarali, a pred tým, než nová aura starožitnosti ich provizórnosť a banálnosť opäť zastrela. Nie je náhoda, že práve v tejto fáze, keď komická provizórnosť ľudských výrobkov vystúpi na povrch, končí väčšina z nich na smetisku. Vo zvlášťnej nálade a za zvláštnych okolností sme však schopní vidieť,

že všetky ľudské výrobky bez výnimky, v každej fáze svojej existencie a v každom historickom období, majú charakter dočasných, provizórnych riešení.

Z tejto skutočnosti, samozrejme, nevyplýva ani to, že všetky výrobky sú rovnako neefektívne, ani to, že nemá zmysel snažiť sa urobiť naše zariadenia také funkčné a ekonomické, ako je to len možné. Chceme iba zdôrazniť, že to, čo nazývame funkčnosť, nie je absolútna, ale skrz-naskrz relatívna hodnota. Keď hovoríme, že zariadenie je funkčné, myslíme tým, že je efektívne s ohľadom na zamýšľaný účel. Možno ho použiť na vyriešenie problému, kvôli ktorému bolo skonštruované, a navyše na isté obmedzené pole využité ad hoc. Napríklad pneumatiky áut môžu tiež slúžiť ako nárazníky na stenách dokov, ako sedadlá hupačiek v škôlkach, ako kvetináče a majú rôzne ďalšie možnosti využitia. No existuje oveľa viac účelov, pre



„Je to úžasné, ako sa osobné vlastníctvo hromadí.“

Výrobky sú a priori nedokonalé. Všetky výrobky, ktorými sa obklopujeme, môžeme chápať ako pokusy o kompenzovanie vnútornej nedokonalosti ľudskej existencie. Sú to v podstate provizóriá, ktoré sa opotrebojú, rozbijú, vyjdú z módy, a najčastejšie skončia na smetisku. Ale ak náhodou fyzicky prežijú, skôr či neskôr nadobudnú štatút starožitnosti. Ich komická provizórnosť je potlačaná novozískanou aurou starožitnosti.

ktoré sú pneumatiky celkom nepoužiteľné. Teda všeobecnejšie povedané, pojem funkčnosti znamená nielen to, že výrobok vyhovuje účelu, na ktorý bol vyrobený, ale tiež to, že dotčny výrobok je v podstate nepoužiteľný na iný účel než na ten, na ktorý je určený (ak si odmyslíme obmedzenú škálu použitia ad hoc).

Tento zdánlivo triviálny fakt plodí nekonečný rad nových problémov, ktoré možno (provizórne) vyriešiť iba pomocou ďalších nákladov. Pozrime sa na chvíľku zblízka na rub tejto skutočnosti (porov. Elster 1990, kap. X.; Elster 1983; Magee 1977:77; Novak 1992, časť I/IV/2). Prakticky všetky zariadenia prinajmenšom zaberajú priestor (úlohou architektov i designerov je oddávna robiť z tejto núdze časť). Okrem toho, že veci zaberajú miesto, a teda nám stoja v ceste, mnohé z nich spôsobujú hluk, zapáchajú či sa príliš zahrievajú a podobne - čo sú všetko nezamýšľané a nevitane vedľajšie produkty procesov uspokojujúcich naše potreby. Výrobky sú teda často na farchu, s výnimkou tej osoby, ktorá ich vlastní a používa, a keď sú už nepoužiteľné, sú na farchu aj svojmu majiteľovi. Auto je možno najlepším príkladom množstva neželaných dôsledkov, ktoré sprevádzajú veľké zadosťučinenie z vlastníctva a používania takého stroja: každý, kto ho

vlastní, môže ľahko vymenovať jeho plusy a mínusy. Inými slovami, nech je výrobok akokoľvek funkčný ako prostriedok na dosiahnutie určeného cieľa, zároveň vždy produkuje množstvo ďalších efektov, ktoré si nikto neželá (porov. Pye 1978, kap. 1). Skutočnosť nevyhnutnej koexistencie zamýšľaných a nezamýšľaných účinkov naznačuje, že každý výrobok má - a vždy bude nutne mať - celý rad problematických stránok.

Nemožnosť zabrániť vzniku neželaných dôsledkov našich funkčných riešení je, zdá sa, jadrom mnohých ekologických problémov, ktorým sa od 70. rokov venuje čoraz väčšia pozornosť. V dobe rýchle rastúceho ekologického vedomia je však dôležité nestáť sa obeťou snívania o tom, že riešenie spočíva vo vynájdení nového, „dokonalého“ ekonomického a politického poriadku, ktorý by bol schopný produkovať ekologicky bezproblémové výrobky. Na praktických skúsenostiach bývalých

komunistických krajín vidieť, že takýto spoločenský poriadok zrejme neexistuje. Hoci akýkoľvek produkt západnej kapitalistickej ekonomiky možno oprávnene kritizovať za to, že nie je „dokonalejší“, než v skutočnosti je, treba si uvedomiť, že žiaden výrobok nemôže byť „skutočne“ dokonalý. Tento fakt nemá nič spoločné s kapitalistickým systémom „výroby pre zisk“, ako sa v minulosti často tvrdilo. Viaže sa skôr na skutočnosť principiálnej nedokonalosti všetkých našich vynálezov: ako sme už povedali, samotný pojem funkčnosti v sebe zahŕňa existenciu neželaných následkov. Ak existuje nejaké riešenie environmentálnych problémov, potom zrejme spočíva v tom, že budeme venovať oveľa väčšiu pozornosť faktu, že každé racionálne riešenie nesie so sebou vedľajšie neželané dôsledky. Ak si to vytýčime za cieľ, bude nepochybne možné eliminovať, alebo aspoň zmierniť, celý rad konkrétnych neželaných účinkov. Toto je designerský problém ako každý iný. Háčik je opäť v tom, že nie je možné eliminovať neželané účinky ako také: riešenie akéhokoľvek problému, vrátane problému neželaných dôsledkov, so sebou nutne nesie ďalšie neželané dôsledky.

Navzdory tomu, alebo možno práve preto, že každý produkt sa dá funkčne zlepšiť, zostávajú veci v svojej podstate provizóriami. S týmto faktom sa musia inžinieri, architekti i designeri zmieriť. No architekti a designeri, na rozdiel od inžinierov, majú už tradične privilegované postavenie v tom, že ich úlohou je nielen provizórne riešenie navrhovať, ale - tým, že svojím produktom vtlačujú konkrétny výtvarný charakter - zároveň tiež popierať, že tu ide o provizória.

Toto tradičné poslanie architektov a designerov - prichádzať s provizórmi riešeniami a zároveň popierať provizórny charakter v súlade s dobovými výtvarnými konvenciami a cez ich tvorivé reinterpretácie, - bolo vo funkcionalizme nášho storočia nahradené myšlienkou, že podstatou práce architekta a designera nie je ani zakrývanie, ale zjavovanie pravdy. Moderný architekt a designer nemal podľa tejto teórie zakrývať, ale odhaľovať, pretože funkčné riešenia údajne zároveň skrývali estetické riešenia.

Nemienime tu sledovať históriu funkcionalistickej teórie designu, chceme sa v ďalšej časti len zamyslieť nad úlohou, ktorú v tejto teórii zohrala myšlienka funkčnej dokonalosti.

(dokončenie v budúcom čísle)

Text „Myšlienka funkčnej dokonalosti“ vyšiel pôvodne po anglicky v roku 1991. Publikovaná slovenská verzia textu je čiastočne prepracovaná.

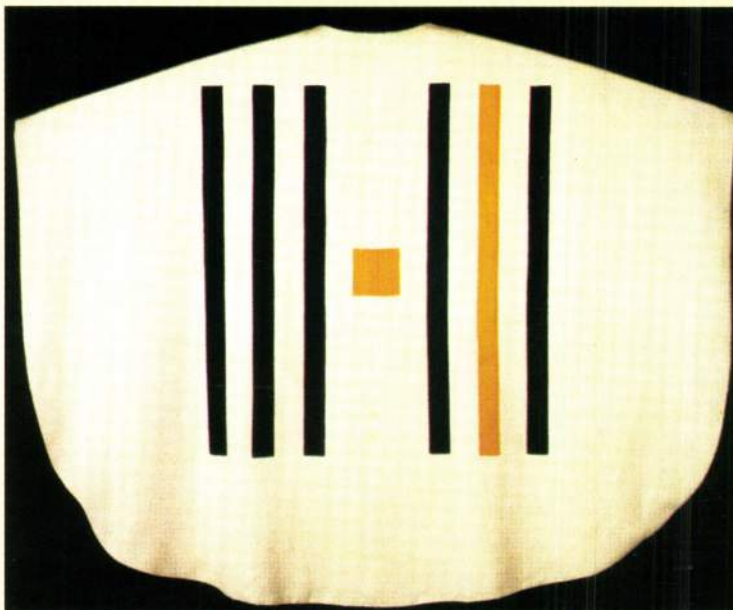
Sympózium KAZULA

V krásnom prostredí barokového komplexu kláštora v Sankt Florian pri Linzi bola do 29. mája 1994 inštalovaná výstava sakrálnych odevov súčasných výtvarných umelcov „KAZULA“. Výstava je reinštaláciou rovnomennej výstavy, ktorá sa konala v roku 1992 v Kunststation Sankt Peter v Kolíne nad Rýnom. V letnom refektári kláštora Sankt Florian visia liturgické rúcha od Arnulfa Reinerja, Hermanna Nitscha, Gustava Trogera, Josefa Mikla, Markusa Lüpertzera, Jamesa Browna, Adolfa Frohnera, Clemensa Kaletscha a ďalších.

9. mája 1994 pri príležitosti výstavy Diözesankunstverein Linz a Kulturreferat des Landes OÖ zorganizovali jednodňové medzinárodné sympozium „Kazula“, ktoré sa venovalo problematike ďalšieho vývoja liturgického odevu. Po úvodnej vyše dvojhodinovej živej diskusii priamo v priestoroch inštalácie výstavy si účastníci z Nemecka, Rakúska, Poľska a Slovenska vypočuli dva ťažiskové referáty k téme. Najprv univ. prof. Dr. Albert Gerhards, vedúci pracovnej skupiny pre cirkevnú architektúru a sakrálnu umenie Liturgickej komisie pri Nemeckej biskupskej konferencii, profesor na univerzite v Bonne, predniesol príspevok na tému Obnova liturgického odevu, poznámky z pohľadu liturgistu vedecky sa zaoberajúceho

liturgiou. Vo svojom referáte si všimol chápanie liturgie a liturgického odevu z historického hľadiska, ďalej z pohľadu funkcie liturgického odevu a jeho formy a na záver rozobral odev z hľadiska teologického.

Prof. Dr. Annemarie Bönschová z Hochschule für angewandte Kunst vo Viedni, Institut für Kostümkunde referovala o možnostiach inšpirácie pre návrh liturgického odevu po stránke formy, technológie a výtvarného pôsobenia, vychádzajúcich z tradičných odevov rôznych kultúr. Všimla si hlavne obľúbený typ vrchného odevu - košele, ktorý je živý a tradične využívaný najmä v kultúrach na území Afriky. V druhej časti informovala o svojich skúsenostiach z práce so študentmi v ateliéri pri navrhovaní bohoslužob-



ného rúcha. Prvý semester bol etapou ideovej prípravy, realizačná fáza bude prebiehať v druhom semestri. Práce v ateliéri sú konzultované s prof. Friedhelmom Mennekesom S. J., profesorom Phil. teolog. Hochschule Sankt Georgen vo Frankfurte nad Mohanom, ktorý je jedným z iniciátorov výstavného projektu Kazula.

Magda Kvasnicová - Kotulová

Poznámka: Kazula je vrchný liturgický odev kňaza, ornát.



Ekologický design

VÝSTAVA ŠKANDINÁVSKEHO DESIGNU VARDE
Začiatkom mája 1994 bola na Royal College of Art v Londýne otvorená prehliadka škandinávského designu, ktorá v priebehu roka postupne poputuje do Ríma, Viedne, Budapešti a Berlína. Ide o impozantné podujatie, ktoré predstavuje tvorbu viac ako 300 študentov zo siedmich designerských škôl v Nórsku, Fínsku, Švédsku, Dánsku a na Islande. Rozpätie druhov a žánrov zastúpených na výstave je mimoriadne široké, avšak kľúčovými pojmami sú „ekonomia, zdroje a kvalita života“. Podtémami sú: holistický spôsob myslenia, ekologická osobná doprava,

šport a oblečenie do premenlivej klímy.

Prehliadka, sponzorovaná okrem iného Škandinávskym kultúrnym fondom a Ministerskou radou, je najväčším spoločným podujatím za niekoľko desaťročí. Má dva primárne ciele: rozšíriť spoluprácu medzi škandinávskymi designerskými školami a prehĺbiť konkurenčné schopnosti designu severnej Európy v integrujúcom sa svete.

Pre tradičný škandinávsky design je príznačná klasická jednoduchosť, kvalita a harmónia s prírodou. V súčasnosti sa však čoraz výraznejším imperatívom stáva rešpekt k životnému prostrediu a prírodným zdrojom.

Potvrďuje to aj táto výstava mladej generácie, ktorá stavia na kreatívite a nových spôsoboch myslenia. Tvorba mladých sa chce uberať vlastným smerom, ktorý by opäť umiestnil Škandináviu do čela svetového designerského vývoja.

Príznačný je preto aj názov výstavy. „Varde“ je tradičná nórska cestná tabuľa, v škandinávskych jazykoch znamená aj pyramídu z kameňov naukladanú na vrchole kopcov a útesov, ktorá počestným ukazuje smer a potvrdzuje správnosť cesty (akýsi tatranský „skalný muž“).

Lubica Pedersenová, Kodaň

ARTĚL II v galérii Genia Loci

Pod názvom „Český design 20. storočia“ bola v júni t. r. v pražskej Galérii Genia Loci otvorená výstava, na ktorej sa verejnosti predstavila nová spoločnosť, venujúca sa aktivitám v oblasti designu nábytku a úžitkových predmetov. Názov spoločnosti - ARTĚL II - nie je nijako náhodný. Ako zdôrazňuje i manifest, zverejnený pri otvorení výstavy, ARTĚL II, založený v r. 1993, nepreberá manifest ARTĚLU 1908 (združenie progresívnych výtvarníkov, ktoré stálo pri

zrode českého kubizmu v úžitkovom umení), ale nadväzuje naň. Svoje snaženie chce smerovať do dvoch oblastí.

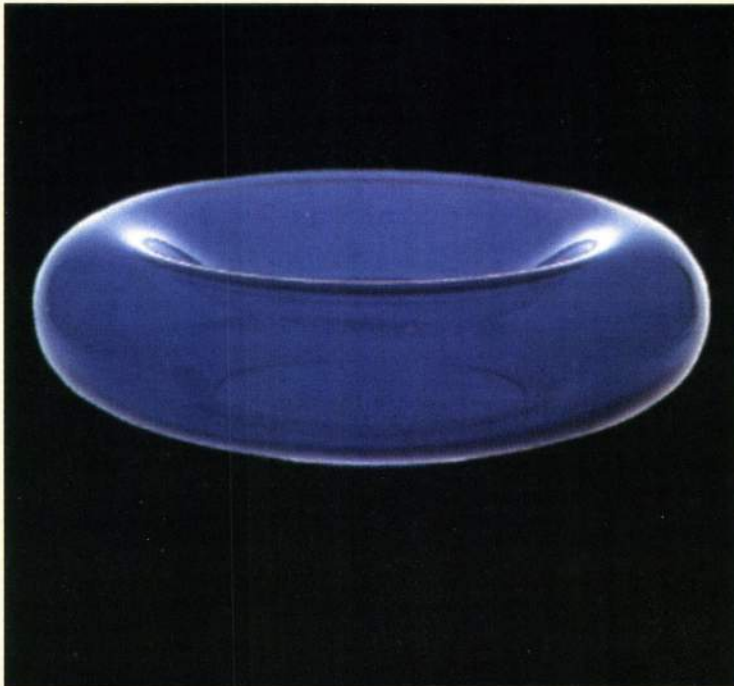
Prvou z nich je výroba replík českého kubizmu, českého funkcionalizmu a bruselského štýlu. Tento zámer dokumentovali na výstave remeselne precízne vypracované repliky - napr. stolička V. Hoffmana z r. 1911-12, knižnica a hodiny od J. Gočára z r. 1913 a ďalšie. Druhá

tematická časť výstavy bola v manifeste ARTĚLU II proklamovaná ako nový design, ktorý „má vzkriesiť dôveru opravdovosti svých snah a uviesť v život ducha doby... Jako světová realistická avantgarda, Czech - Tech.“ Predstavená kolekcia nového designu, pozostávajúca z piatich úžitkových predmetov a doplnená videom designu stoličky (?), nezodpovedala svojou kvalitou závažným formuláciám manifestu. Medzi exponátmi, ktorých design pochádza z tvorivej dielne výtvarnej skupiny OLGOJ CHORCHOJ, vynikol hre-

beň a misa „Duša“, navrhnutá za spolupráce Barbory Škorpilovej.

Galéria Genia Loci pokračuje aj touto výstavou v naplnení cieľov, s ktorými bola v r. 1992 založená - šíriť moderný design, zachytávať nové trendy v tejto oblasti a napomáhať kontakt medzi tvorcami a verejnosťou. Prvoradým kritériom pre výstavy domácich a zahraničných designerov, ktoré galéria pravidelne pripravuje, je kvalita designu a inovatívny prístup k jeho tvorbe. V blízkej budúcnosti rozšíri galéria svoje priestory o design salón, ktorého nosnou myšlienkou je prezentácia širšieho sortimentu úžitkových predmetov so špičkovou úrovňou designu. Cieľom tohto, na prvý pohľad komerčného zámeru, má byť nielen ponuka prvotriedneho designu pre obytné priestory, ale predovšetkým šírenie vyhraneneho životného štýlu ako schopnosti vnímať a prebúdať génia loci.

Lubica Fábri



Úspech vďaka designu

WINNING BY DESIGN (ÚSPECH VĎAKA DESIGNU: TECHNOLÓGIA, DESIGN VÝROBKOV A MEDZINÁRODNÁ SCHOPNOSŤ KONKURENCIE)

Vivien Walsh, Robin Roy, Margaret Bruce a Stephen Potter

Vydalo vydavateľstvo Blackwell of Oxford, England 1992

274 strán, ilustrácie

Knihy o designe napísané designermi sa často vyznačujú misionárskym nadšením, snažiac sa obrátiť tých, ktorí neboli zasvätení do zárazkov božej formy. Viac tvrdením ako dôvodením obvykle zveličujú v prospech priemyselného designu. Naproti tomu táto kniha sa pokúša podať vyvážený pohľad na miesto designu v priemyselnej inovácii a názory podkladá dôkazmi. Napríklad keď sa hovorí o rôznych faktoroch, ktoré spolu určujú vnímanú hodnotu výrobku pre potenciálneho kupca, autori uvádzajú, čo sa zistilo organizovaným výskumom. O schopnosti konkurencie hovoria nielen v zmysle designerskej schopnosti firmy, ale tiež o jej schopnosti v marketingu, kontrole kvality, dodávkach a servise. Hovorí, že zatiaľ čo design má významný vplyv na náklady a iné faktory (vytváraním výrobkov s dobrým výkonom, ktoré sú atraktívne a ľahko sa používajú, majú úspornú prevádzku a môžu sa so ziskom

predávať za prístupné ceny), úspech firmy v medzinárodnej konkurencii závisí od všestranných schopností. Tvrdia, že na získanie vedúceho miesta na trhu sa žiada vynikajúca vlastnosť prinajmenšom v jednej oblasti - mohol by to byť dobrý design, ale tiež výroba s nízkymi nákladmi, účinný marketing či skvelý servis.

Toto posolstvo je zvlášť aktuálne pre výrobu v Slovenskej republike. Len niekoľko veľkých firiem má zdroje a technológiu, aby mohli sledovať inovačnú stratégiu, ktorá im umožní prieniesť na trh celkom nové výrobky vysokej technológie. No ak sa venuje zvláštna pozornosť designu, aj malá firma s veľmi obmedzenými zdrojmi môže odlišiť svoje výrobky od výrobkov konkurencie, prispôbiť svoje výrobky zvláštnym potrebám zákazníkov a pri relatívne skromnej investícii do profesionálneho designu získať vedúce miesto na trhu prostredníctvom vynikajúceho designu. Aby sa toto vedenie získalo, funkcia designu musí byť vhodne riadená a integrovaná s ostatnými kľúčovými funkciami podnikania.

Autori majú aj svojich kritikov. V konferenčných kruhoch sa šepkalo, že tento tím mnoho hovorí o designe, ale v skutočnosti nič nenavrhne. Nech však toto pozorovanie neodstraší čitateľa. Výrobný priemysel sa musí zlepšiť

výberom víťazov v priemyselnej inovácii. Úspešnosť inovácie - začínajúc navrhovaním modelom a končiac populárnym výrobkom, ktorý sa so ziskom predáva na trhu - je len asi jedno percento. Všetky designerské ateliéry sú plné modelov, ktoré sa nikdy nebudú vyrábať. Úspech v inovácii je oveľa zložitejší ako jednoducho vyprodukovať dobrý design. Autori neposkytujú vzorec, ktorý zaručuje úspech, ale poukazujú na to, ako sa vyhnúť určitým neúspechom.

Kniha má dobrú štruktúru. V úvodnej kapitole sú zhrnuté hlavné argumenty a zistenia, ktoré sa neskôr analyzujú, čo umožní čitateľovi krátky prehľad o celej problematike, než sa pohnú do podrobností. Hlavná časť diela je zameraná na také problémy ako design, inovácia a schopnosť konkurencie, design a stratégia spoločnosti, organizácia designu a inovácia. Je tam tiež pokus identifikovať problémy designu implicitne obsiahnuté v rozpore medzi komerčnými snahami firiem a túžbou verejnosti po neznečistenom a udržateľnom životnom prostredí.

Stanley Moody

Záujemci o problematiku inovácie designu nájdu knihu Winning by design v knižnici SDC, Baštová 4, Bratislava.

Škandinávská cena za design 1994

Začiatkom mája bola v sídle fínskeho Design Forum v Helsinkách udelená Škandinávská cena za design za r. 1994. Udeľuje sa v dvoch kategóriách:

1. cena za podnikové riadenie založené na designe (design-based business management),

2. cena za výrobný design alebo výrobný program.

V prvej kategórii je hlavným kritériom udeľenia ceny to, že podnik vo svojej komplexnej stratégii programovo rozvíja všetky tri oblasti designu: výrobný design, grafickú komunikáciu a podnikovú architektúru. V druhej kategórii sa cena udeľuje výrobku alebo výrobnej sérii, ktoré mimoriadnymi kvalitami charakterizujú svojho výrobcu a programový design podniku.

V prvej kategórii získala cenu za r. 1994 nórška spoločnosť Lillehammer OL'94 A/S za „prípravu a realizáciu 17. zimných olympijských hier, pri ktorých bol design použitý ako aktívny a vedomý prostriedok“.

V druhej kategórii získala cenu švédska automobilová spoločnosť Saab Automobile AB za vozidlo Saab 900. Medzinárodná porota zdôvodnila svoje rozhodnutie takto: „Automobilový priemysel a predovšetkým produkcia osobných automobilov je v súčasnosti najintenzívnejšou oblasťou svetového designu. Saab 900 svojim vonkajším a vnútorným designom predstavuje úplne nové vozidlo bez kompromitovania osobitného imidžu značky Saab. Design tohto automobilu je jeho najsilnejším predajným argumentom.“

Pre informáciu možno uviesť, že škandinávská

cena bola ustanovená v r. 1991 národnými centrami a radami pre design v Dánsku, Švédsku, Nórsku, Fínsku a na Islande. Zakladateľské inštitúcie predkladajú nominácie za svoju krajinu. Cena sa udeľuje každý druhý rok a jej poslaním je stimulovať záujem o kvalitný design u výrobcov v škandinávskych krajinách, aby sa stal súčasťou podnikovej stratégie v dlhodobom plánovaní. Zámerom ceny je ilustrovať súvislosti medzi technikou, obchodom a kultúrou, ako aj zvýrazniť nevyhnutnosť prepojenia medzi designom a priemyselnou inováciou. V neposlednom rade poslaním ceny je prehľbovať identitu škandinávského designu a presadzovať ho vo svete.

Lubica Pedersenová, Kodaň

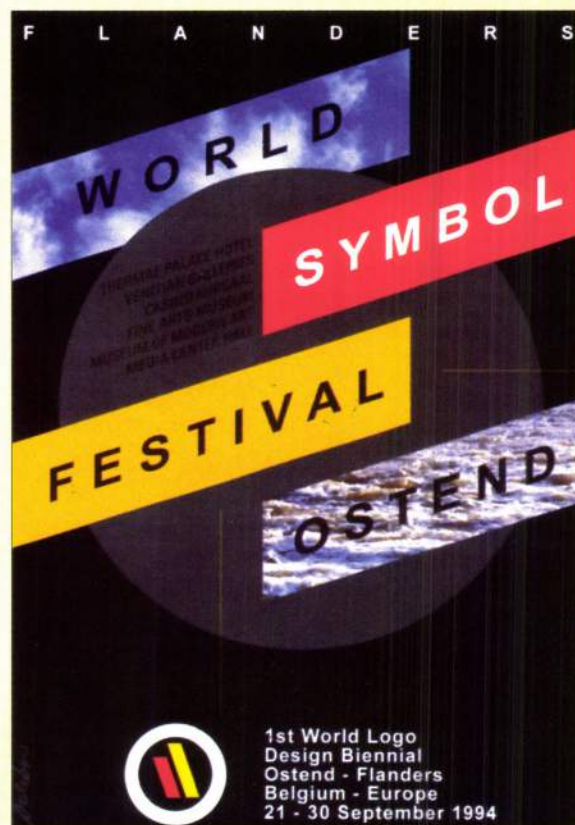


Festival loga

Súčasnú loga založenú na obraze, písme a firemnej identite bude témou 1. svetového bienále loga (1st World Logo Design Biennial) v Ostende v Belgicku v septembri t. r. Organizátori získali k spolupráci široké spektrum inštitúcií a odborníkov z oblasti designu, vizuálnej komunikácie a public relation. Súčasťou programu bienále je kolokvium a viacero výstav a prezentácií grafického designu, symbolov a firemného štýlu z celého sveta, ktoré sa budú konať na rôznych miestach Ostende. Cieľom tohto festivalu je nielen predstaviť zaujímavé riešenia a projekty, ale hlavne povzbudiť všetkých, ktorí logo vytvárajú (designerov, reklamné agentúry) i používajú - rôzne firmy a inštitúcie,

priemysel i obchod, ale aj vládne orgány - v úsilí o presadenie kvalitného grafického designu v spoločnosti.

Vedúcou osobnosťou tohto podujatia je belgický grafický designer a vydavateľ Paul Ibo. Jeho zaujímavým vydavateľským činom je séria kníh, v ktorých zozbiera logá, značky, symboly, piktogramy z celého sveta. Jeden z dvoch dielov venovaný bankovým symbolom (Banking Symbols, Collection 2, Interecho Press, Belgium) získalo SDC do knižnice pre svojich návštevníkov. Kolekcia kníh z vydavateľstva Interecho Press sa bude postupne dopĺňať o ďalšie tituly (napr. Art Symbols, Famous Animal Symbols a ďalšie). (ap)



PROFIL

PROFIL č. 5-6/1994 prináša:

- Umenie a diktatúra - okrúhly stôl s domácimi a zahraničnými účastníkmi
- EUROPA EUROPA - storočie avantgárd v strednej a východnej Európe - W. Benjamin: Umelecké dielo v období svojej technickej reprodukovateľnosti - poznámky, komentáre, posuny
- Rozhovor s Jaroslavom Andělom
- Kniha ako výtvarný objekt (v domácom umení a krátky exkurz do dejín)
- Július Jakoby
- Ester Šimerová-Martinčeková
- Duša smaltu - workshop pedagógov a poslucháčov európskych umeleckých škôl
- Recenzie autorských výstav
- Pohľady na súčasné slovenské výtvarné umenie
- New York - Londýn III

PROFIL súčasného výtvarného umenia, Partizánska 21, 813 51 Bratislava, tel. 07/313 624, fax: 07/333 154.
Ročné predplatné: 192,- Sk.

TECHNICKÉ NOVINY

Prinášajú čerstvé informácie o novej technike, o nových technológiách, ktoré môžu inšpirovať práve Vás v podnikateľských zámeroch.

Prinášajú formou prekladových výberov zo špičkových vedecko-technických časopisov poznatky o nových objavoch vedy.

Prinášajú informačný servis o nových normách, výstavách a veľtrhoch, o novej legislatíve, o ponuke školení a kurzov a mnohé iné.

Prinášajú v desiatkach rôznych rubriek v prijateľnej forme krátke i dlhé články naozaj zo všetkých odborov techniky.

Prinášajú informácie pre podniky, podnikateľov aj živnostníkov. Od špičkových technológií po remeselnícku a spotrebnú techniku.

Prinášajú inzertnú ponuku domácich aj zahraničných firiem. Od hľadania kontaktov, výrobcov a výrobkov až po ponuku tovarov a prác.

To všetko nájdete raz týždenne na šesťnástich novinových stranách za nevysokú cenu 6,- Sk v novinových stánkoch.

Ročné predplatné 312,- Sk 52 čísel, polročné predplatné 156,- Sk 26 čísel, štvrtročné predplatné 78,- Sk 13 čísel.
TECHNICKÉ NOVINY, Štefánikova 19, 812 71 Bratislava, tel.: 07/330 838, 330 051-5.

SCP Severoslovenské celulózy a papierne Ružomberok

výrobca obalového materiálu na Slovensku pre vnútorný i zahraničný trh, vám ponúka:

OBAL OBAL OBAL

potlačené i nepotlačené baliace papiere

povrchovo zušľachtené baliace papiere

vrecúška rôznych druhov

papierové vrecia otvorené a ventilové

upratovacie a kobercové papiere

Solotény /extrudované papiere s PE/

technické kartóny a skladačkové lepenky

recyklovaný baliaci papier SOLOBAL

OBAL PREDÁVA OBAL PREDÁVA OBAL PREDÁVA

telefón: 0848/322 223

telex: 0848/327 701

Bystrická cesta 13, 034 17 Ružomberok

MÓDA

BRATISLAVA



Módna tvorba a odevný design svetového mena prúdil k nám donedávna už v etablovaných trendoch. Dianie tohto druhu sme si zvykli chápať ako nedosiahnuteľnú doménu známych zahraničných tvorcov, ktorých aktuálne signály ešte stále sprostredkováva priemerná informačná osвета niekoľkých módnych časopisov. Oblasť módy na Slovensku nezískala doteraz kredit originálnejších kvalít a pravidelnosti či obnovovania vlastných ponúk. Ojedinelé individuálne pokusy mladých avantgardných umelcov a komerčné prehliadky odevných firiem v obchodných domoch či v hoteloch neprofilujú v povedomí širšej verejnosti ani odborníkov pocit výraznej tradície. Rovnako sme si zvykli nové pokusy o prezentáciu prijímať s obavami, bez očakávania. Práve absencia typickej atmosféry, ktorá sprevádza dopyt v móde a následne jeho nasýtenie, priviedla k realizácii myšlienky vytvoriť stabilizovanú módnú klímu u nás.

Tento zámer mal aj II. ročník veľtrhu MÓDA BRATISLAVA v máji t. r. Ako samostatné kultúrne podujatie veľtrhu sa uskutočnila prehliadka MÓDA BRATISLAVA, ktorá ašpirovala svojimi ambíciami na najvyššie ciele. Jej účastníci sa rozhodli ponúknuť novú alternatívu prezentácie autorských modelov a šperkov, ktorú nazvali reprezentačným stretnutím módnych tvorcov, designerov a obchodníkov. Zároveň orientovali svoje tvorivé úsilie nielen na predvedenie modelov, ale na finálnu formu celého podujatia, jeho dramaturgickú stavbu a atmosféru. V budúcnosti by sa podujatie malo uskutočniť vždy v originálnej zostave dva razy do roka a jeho zámerom je získanie hlbších kvalít i domácej autority a postupné zaradenie sa do časového harmonogramu európskych módnych trhov. V Casino Café Reduta v Bratislave sa 14. mája so svojimi kolekciami prezentovali Lea Fekete, Barbara Králiková a Barbora Králiková, Ivana Follová (Praha), Katarína Kissovcy (Praha) a Renáta Ormandíková.

Prvá časť kolekcie LEY FEKETE je vyjadrením purizmu, čistého štýlu a jednoduchosti v jemných akvarelových farbách. Empirový vzhľad šiat druhej časti kolekcie je v spojení s transparentným a ľahkým materiálom, zvyrazňuje pôvab a ženskosť. Farebnosť je priam vyzývavá vo výrazných sýtych tónoch. Ako druhá v poradí sa predstavila spoločná kolekcia BARBARY (odev) a BARBORY (klobúky) KRÁLIKOVÝCH. Denné letné modely z dominujúcich prírodných materiálov (bavlna, hodváb, ľan) a korkové klobúky s kovovými objektmi vyjadřili možnosť spojenia klasickej tradície s dynamickým novým tvarom. Rovnocennosť formy a materiálu i kombinácie v jednotlivých modeloch poskytli variabilnosť ich interpretácie a účelu. KATARÍNA KISSOCZY prezentovala dve kolekcie šperkov: kolekcia Križe a kolekcia Tváre. Druhá z nich bola pripravená so zámerom práve na podujatie Móda Bratislava '94. Najvýraznejšiu časť tvorili závesy a náramky z medi a skla. Mottom viditeľným u väčšiny modelov IVANY FOLLOVEJ sa stalo kimono a jeho variácie. Vyznáva jednoduché siluety a prosté tvary známe z východoázijských a afrických kultúr. Jej hodvábné modely zdobia kresby maliarky Radany Jaňáčikovej. Kolekcia RENÁTY ORMANDÍKOVEJ, ktorá je zároveň jej diplomovou prácou, bola zostavená z troch dámskych a jedenástich pánskych modelov. Úpletový odpadový materiál spracovala šitím – endlovacím stehom, čo vytvorilo celkovú štruktúru odevov. V jej jesennej kolekčii prevažovali viacvrstvové modely a svoj význam oveľa viac zdôraznili až v kontexte predvádzania na známych a typovo i postavovo rôznych osobnostiach bratislavského umeleckého života.

BARBARA KRÁLIKOVÁ

FASHION SHOW "MÓDA BRATISLAVA"

Until recently, the fashion creation and clothing design in our country was set by established, renowned world-wide trends. We have been used to perceiving these activities as the unattainable domain of well-known foreign designers, whose original creations have been filtered through the usual media information channels by some fashion magazines. Slovak fashion has not achieved a reputation for quality and originality yet. Isolated individual attempts by young avant-garde artists and commercial shows of clothing manufacturers in department stores or in hotels have not made much impact either in the public or among experts. Also we used to accept new presentations with apprehensions, and with no expectations. And it was just that absence of a typical atmosphere of demand in fashion, followed by its satisfaction, which has stimulated the realization of the idea aimed at creating a stabilized fashion climate here.

In this respect the II. year of MÓDA Bratislava as an independent show at the fair MÓDA BRATISLAVA had the highest aspirations. The participants decided to offer a new alternative in presentation of their original fashion designs and jewellery, which they called a representative meeting of fashion makers, designers and traders. At the same time, their efforts were directed not only at exhibiting their designs, but also at dramaturgical creation of the final form and its atmosphere. In the future, the show will take place twice a year, always in an original composition, and it will be aimed at achieving a higher quality and domestic authority, and a gradual incorporation into the schedule of European fashion fairs. On May 14th in Casino Café Reduta in Bratislava the collections by Lea Fekete, Barbara Králiková and Barbora Králiková, Ivana Follová (Prague), Katarína Kissovcy (Prague), and Renáta Ormandíková were presented.

One part of LEA FEKETE'S collection is an expression of purism, pure style and simplicity in fine aquarelle colours. The empire look of the other part was connected with transparent and light materials, expressing charm and femininity. The colouring is almost provocative, in expressive, deep tones. Next the joint collection by BARBARA KRÁLIKOVÁ (clothing) and BARBORA KRÁLIKOVÁ (hats) was presented. The designs from dominating natural materials (cotton, silk and flax) and cork hats with metallic objects expressed the possibility of joining classic traditions with a dynamic new form. The equity of form and material, as well as combinations applied to individual designs provided their variability in interpretation and use. KATARÍNA KISSOCZY exhibited two jewellery collections under the names Križe (Crosses) and Tváre (Faces). The second of them was prepared solely for the MÓDA Bratislava show. The most expressive were her pendants and bracelets of copper and glass. The motif apparent in most of the designs by IVANA FOLLOVÁ, was the kimono and its variations. She has created simple silhouettes and forms, known from East-Asiatic and African cultures. Her silken designs were decorated by artistic paintings by Radana Jaňáčiková. The collection by RENÁTA ORMANDÍKOVÁ, which was also her diploma work, consisted of three women's designs and eleven designs for men. Knitted materials were tailored together with an overlock, which was characteristic of the overall look. Her autumn collection included prevalently combined models, whose importance was better stressed in the context of the exhibition by well-known Bratislava artistic personalities of various types and figures. (BK)

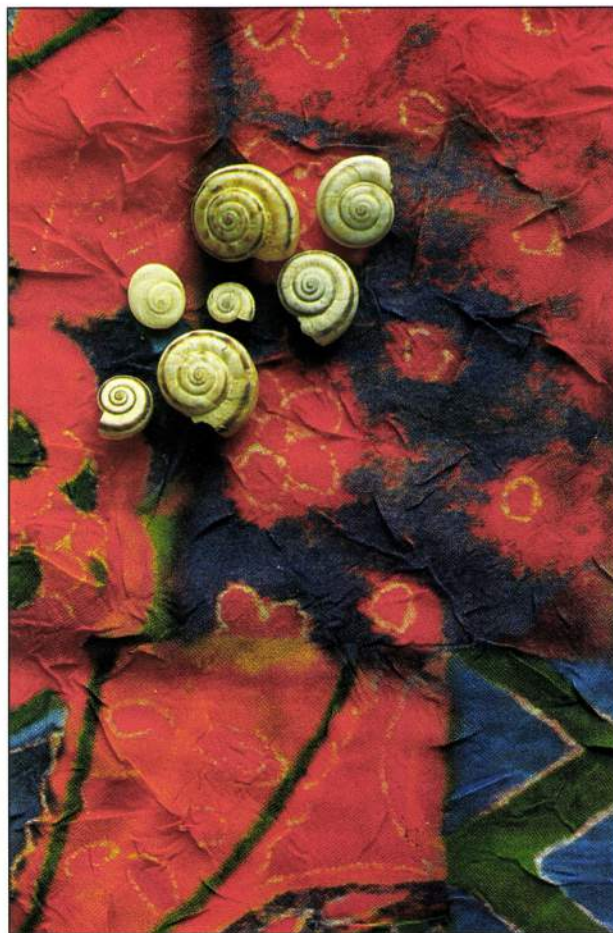


Foto: Braňo Kríž

L E A F E K E T E

B A R B A R A K R Á L I K O V Á



Foto: Juraj Králik



Foto: Juraj Králik



B A R B O R A K R Á L I K O V Á
K A T A R Í N A K I S S O C Z Y



Foto: Jiří Vyskočil



I V A N A F O L L O V Á

R E N Á T A O R M A N D Í K O V Á



Foto: Filip Vančo

PORIADNY KUS ROBOTY

Alastair Macdonald



Akým spôsobom by mohlo také mesto ako Glasgow využiť design ako súčasť stratégie, ktorou si chce zabezpečiť budúcnosť v postindustriálnom období? Na jednej strane by mal design pomôcť vytvoriť predstavu o meste a na druhej by mal úzko spolupracovať s miestnymi úradmi, verejným a súkromným sektorom, rozvíjajúcimi sa agentúrami, ostatnými väčšími organizáciami v meste a vo veľkej miere aj s obyvateľstvom.

Designeri môžu pomôcť tým, že predstavu sformulujú a sformujú, pričom sa, aby sa staval mesto „na objednávku“, a nie aby sa občanom vnucovali riešenia podľa momentálnej inšpirácie, bez ladu a skladu. To je úloha vyžadujúca obrovské zaniehanie. Je nevyhnutné jasne a presvedčivo artikulovať svoje predstavy. V Glasgowe v tomto zmysle pôsobí poradenská firma Graven Images Limited, zameriavajúca sa na medzidisciplinárne poradenstvo, a Nice House - predajno-kontrakčná nábytková firma. Obe tieto firmy sú malé mladé súkromné spoločnosti založené v 80. rokoch, no ich činnosť je vynikajúcim príkladom pre designerov a podnikateľov celého mesta.

Spoločnosť Graven Images založil v roku 1986 Ross Hunter a Janice Kirkpatricková. Spočiatku ako absolventi Glasgowskej umeleckej školy nemali nijakých zákazníkov ani nijaké vedľajšie istoty. Ich ambíciou bolo vybu-

dovať základňu v Škótsku a presadiť sa prácou na vysokej, medzinárodne uznávanej úrovni. „Obaja sme boli dosť odvážni, alebo azda naivní, no mali sme svoj veľký sen.“ Ich program charakterizujú slová: „Je dôležité byť škótsky,“ čo však vôbec nezaväňuje nacionalizmom ani nijakým epigónstvom, jednoducho je to osem rokov trvajúce neprestajúce úsilie informovať, vzdelávať a ukazovať na príkladoch na všetkých úrovniach, že design je činnosť, ktorá veľmi prospieva hospodárskemu, sociálnemu a kultúrnemu rastu národa.

„Designeri by si mali nájsť čas vysvetliť ekonomické a sociálne výhody svojej práce politikom, povzbudiť ich, aby využili design ako nástroj hospodárskej obnovy... toto je pre nás dôležité a je to aj jeden z dôvodov, prečo sme tu.“ Majú pocit, že „... Glasgow je mesto s jedinečným zmyslom pre štýl. Ľudia sú ochotní vydávať peniaze na šaty, nábytok a autá a dokonca sa tu nájdu bary, aké by ste očakávali povedzme v Barcelone.“

Jedným z takýchto barov, v ktorom cítiť ducha národnej kultúry, je Living Room (Salón) v glasgowskom West Ende, ktoré Hunter opisuje ako miesto, kde sa „William Wallace stretáva s Jeanom Paulom Gaultierom“. (Wallace, významná postava škótskych dejín z 13. storočia, prezývaný aj „Ochranca Škótska“.) Veľmi vhodné sú tu pospájané prvky typického škótskeho ľudového

štýlu v kombinácii so súčasným vkusom. Boli použité rôzne materiály tradičných škótskych stavebných materiálov, ako je bridlica, škótske tvrdé drevo, a bar vybudovali tradičným spôsobom - bez použitia malty.

Práca Kirkpatrickovej a Hunta oslovuje obyvateľov na mnohých úrovniach. Každý Glasgovečan a veľká časť obyvateľov Škótska určite dobre pozná kvalitné škótske noviny veľkého formátu s najväčším počtom výtlakov The Herald (predtým The Glasgow Herald) - autormi ich designu sú títo dvaja umelci. Práca na tomto designe patrí k ich najväčším typografickým objednávkam - v prípravnom období si vyžadovala veľmi presné a podrobné rozpracovanie všetkých detailov - využili tradičné pracovné postupy a zároveň zaviedli nové vydavateľské technológie.

Hunt a Kirkpatricková dnes vlastní kanceláriu, ktorú si sami navrhli a dali postaviť v Merchant City, v meste, do ktorého sa ľudia vracajú pracovať i žiť. Spoločnosť Graven Images má desať zamestnancov, z ktorých siedmi sú designeri. Je to multidisciplinárna firma, ktorá architektúru, umenie i design považuje za súčasť jedného procesu. Svojou kvalitnou a novátorskou prácou si získala uznanie doma i v zahraničí. Návrhy a teoretické práce jednotlivých členov spoločnosti sú široko publikované. Napríklad Kirkpatricková

Alastair S. Macdonald študoval na glasgowskej univerzite a Glasgow School of Art (design výrobkov), kde v súčasnosti pôsobí ako docent na oddelení designu. Pracoval v tíme, ktorý zaviedol na škole nový typ interdisciplinárneho kurzu, ktorého cieľom je vyššia kvalita a kreativita absolventov. V roku 1992 bola práca tímu odmenená cenou Partnership Award za nové postupy vo výučbe. Svoje bohaté 11-ročné skúsenosti učiteľa zúročuje nielen na svojej materskej škole, ale ako hosťujúci profesor pôsobil aj v zahraničí, v školskom roku 93/94 na Rijkshogeschool v Groningene, Holandsko. Alastair S. Macdonald má za sebou bohatú publikačnú činnosť, venuje sa aj poradenstvu v oblasti grafického, výrobkového a výstavného designu, a tiež v otázkach vzdelávania.



Small square table with glass top.
 #101 cm 130 x 130 x 74h
 #102 cm 200 x 130 x 74h



First Aid Bed
 Jeanne Kirkpatrick 1993
 Wide aluminium frame, sprung timber slats, turned aluminium legs. Removable upholstery to frame and headboard.
 JK 101 Bed inc headboard cm 210 x 165 x 112h
 JK 102 Mattress cm 165.7 x 165
 JK 103 Bed inc upholstery for frame and headboard



Daybed Cover
 Stuart Gilmer 1993
 Small cross printed all over. Reversed colours printed on reverse side. To fit bed.
 #101 Cream & black



Sheet
 Plain thick white American cotton to fitted sheet.
 #102 to fit cm 210 x 165



Pillow Case
 Stuart Gilmer 1993
 Printed with small cross motif. Reversed colours printed on reverse side. Square or rectangle.
 Cream & black
 #103 Square
 #104 Rectangle



Folding Coffee Table
 Nicholas Pryke 1993
 Maple and stainless steel folding table. 15mm louvered glass top.
 #105 cm 130 dia x 47h



Folding Breakfast/Caf e Table
 Nicholas Pryke 1993
 Maple and stainless steel folding table. 15mm louvered glass top.
 #106 cm 85 x 69dia

vystúpila s prednáškou na konferencii „Management of Corporate Personality“ na Advista Arabia III v Káhire v roku 1992 a v roku 1993 bola jednou z hlavných účastníkov a prednášajúcich na konferencii Design Renaissance v Glasgowe. Tu povedala: „Design môže napomôcť pri riešení problémov, ale len v tom prípade, že designeri dostanú isté právomoci, budú sa môcť vzdelávať a spoločnosť ich zapojí do vytvárania a prežívania svojho sveta.“

Začiatkom roku 1995 bude umelecká rada Veľkej Británie udeľovať cenu „1999 - Mesto architektúry a designu“. Na tento hrdý titul boli popri Glasgowe navrhnuté aj také mestá ako Edingburgh a Liverpool. Predstavitel'ov mesta Glasgow to vyprovokovalo k tomu, že sa pustili do „revízie“ zdedeného architektonického a designerského dedičstva, začali rozvíjať nové iniciatívy atď., aby si udržali dobré meno, ktoré získali titulom „Európske kultúrne mesto“ v roku 1990. Graven Images spolu s tímom designerov, organizátorov a agentúr patria k poradcom predstaviteľov mestského úradu a miestnych politikov, čím tiež prispievajú k tomu, aby mesto využilo túto obrovskú šancu pre seba, a starajú sa, aby sa pri tej príležitosti naplno využívala hodnota a potenciál designu.

Firma začala pracovať v roku 1984 a zoznam výsledkov jej práce je impozantný. Hunt a Kirkpatricková sú presvedčení, že dobrý design sa dá robiť jedine na základe priamych kontaktov medzi zákazníkmi a designermi. K ich súčasným klientom patria Okresné železnice v Swindone, londýnsky obchod London's Conran Shop a Seagram Distillers. Janice je v súčasnosti v porote sekcie pre design v súťaži Ceny BBC za design pre rok 1994. Vystavovali v Londýne, New Yorku a Glasgowe, kde predstavili svoje grafické a trojrozmerné diela, ktoré boli zahrnuté do publikácií po celom svete - od Severnej Ameriky až po Japonsko. Získali aj odmenu D and AD (Designers and Art Directors).

Trvajúce partnerstvo Graven Images s Nice House vyústilo do Home Produce - je to séria domácich výrobkov, ktoré sú vyrábané miestne a z miestnych surovín. Začali s predstavou o prepojení výrobcov, obchodníkov a designerov. Táto myšlienka patrí Andyemu Harroldovi, riaditeľovi firmy Nice House. Ten je veľkým zástancom miestnej výroby - predstavuje prostriedky komunity na vytváranie bohatstva a kontrolu výberu, hodnôt a kultúrnych aspirácií. „Úlohou Nice House je spojiť



▲ Graven Images: Stuart Gilmour, Janice Kirkpatricková, Ross Hunter, Paul Gray (zľava doprava)

▼ The Herald



◀ Katalóg Home Produce

▶ Tlačené tapety na stenu a príchytky nábytku - Home Produce.
Design: Stuart Gilmour a Janice Kirkpatricková

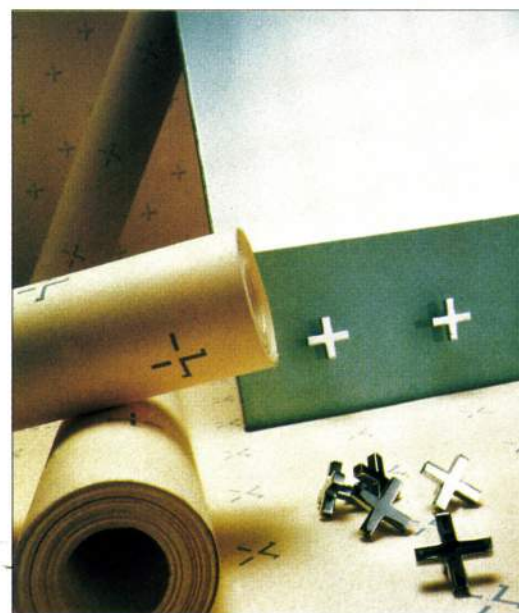
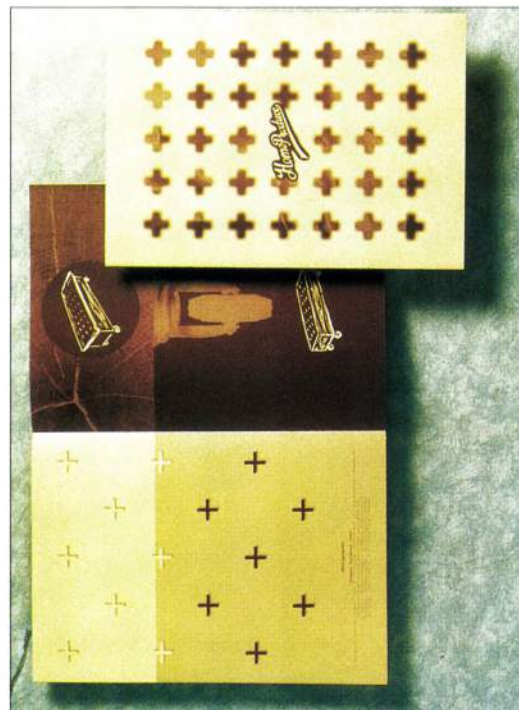


Foto: archív autora



▲ Bar Living Room. Pohľad do interiéru

designerov a výrobcov a obom dať obchodné informácie. Vývoj výrobku je proces spolupráce - nikdy ho nemôže diktovať len designer, výrobca, alebo predajca," tvrdí. Nedávno v istom projekte overovali možnosti lokálnej výroby nábytku.

Projekt je komerčne avantgardný - toto protirečenie vyjadruje ich zameranie na podnikateľský inštinkt a vášeň. Je to viera v glasgowský charakter. Home Produce neznamená len jednoduché myšlienky a jednoduché materiály, ale aj pomoc pri hospodárskom oživovaní Škótska. „Je to naša kultúra, možno trochu glasgowská, možno trochu medzinárodná, ale predovšetkým je tu.“ Tvárou v tvár voči nežáživým alebo nevhodným výrobkom „je načas, aby sa poukázalo na bohatstvo odlišnosti Škótska, Anglicka, Severného Írska a Walesu, využil sa ich obrovský a mocný citový i jazykový potenciál,“ povedala Kirkpatricková. Táto téma často tvorí základ jej prednášok.

V partnerstve Graven Images a Nice House vystupovali spoločne na Newyorskom veľtrhu moderného nábytku. Hunterova kolekcia praktických predmetov, ktorá má čaro a ľudské teplo, má estetiku,

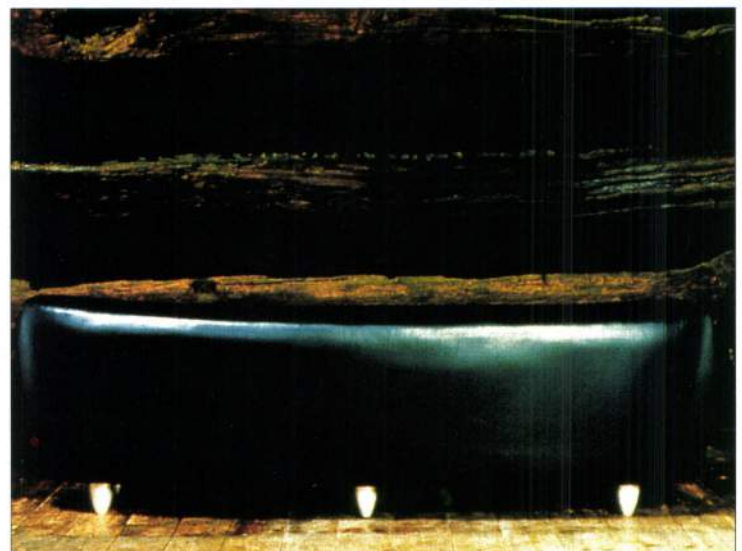
definitívne absentujúcu v modernom designe celej Európy. Ďalšie práce pochádzajú od Stuarta Gilmoura, ktorý je autorom kolekcie textílií.

Na septembrovom kongrese ICSID bola otvorená výstava nábytku a doplnkov, ktorá mala poukázať na vývoj v 90. rokoch. Výstava sa konala v Tramway, v starom električkovom depe, dnes hlavnom umeleckom stredku. Organizátori chceli byť trochu provokatívni, no zároveň aj zameraní na obchod. Reakcie na túto výstavu boli veľmi pozitívne a väčšina ľudí bola prekvapená, ako ľahko sa dal nový a zaujímavý design preniesť aj do výroby.

Schopnosť využiť domácu výrobnú základňu spolu s úsilím inovovať ju novými, dokonca radikálnymi designami a procesmi na „nižšej technickej úrovni“, to všetko vzbudzuje veľkú nádej v životaschopnú výrobu na úrovni.

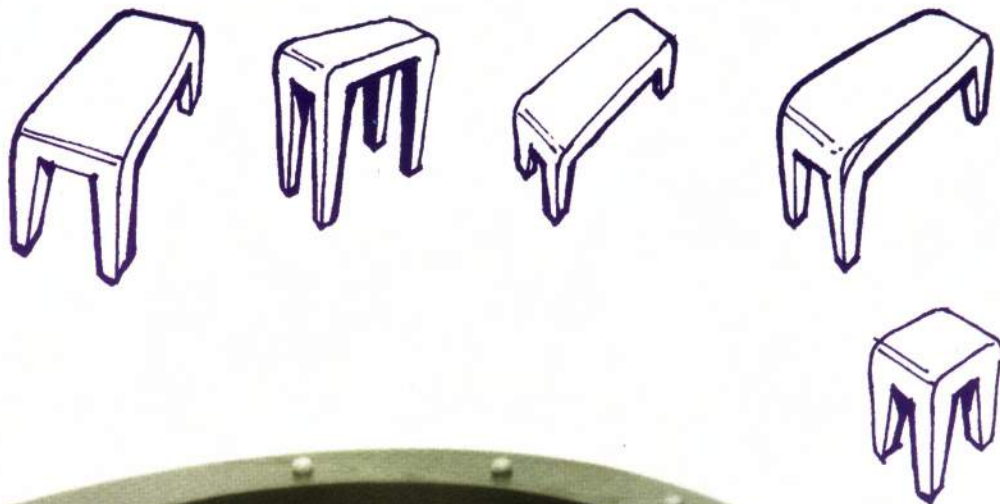
Tento realistický pohľad do 90. rokov nám ukazuje spôsob, ako uskutočniť - navrhnuť a postaviť - projekty a ako aj malé firmy môžu vyrábať a umiestňovať sa na medzinárodnom trhu - príklad firmy Nice House. Možno to na prvý pohľad vyzerá idylicky, no v skutočnosti je za tým „poriadny kus roboty“.

▼ Polaris. Ukážka zo sortimentu nábytku Home produce



Home Produce

A čo budúcnosť? Tieto spoločnosti idú ďalej. Sú odhodlané nerozširovať sa a ostať v Glasgowe. Majú medzinárodnú úroveň, obe sú na dobrej ceste prítahovať nápady a dobrý design do mesta, no zároveň ich aj vyvážať. Organizácie, ktoré chcú zasahovať do politiky a rozdeľovať fondy, musia využívať iniciatívnosť, oddanosť veci, musia prítahovať mladých talentovaných ľudí - to je nástroj ekonomického oživenia. Je to dvojstranný proces a designeri tiež pochopili, že „design je politický čin“.



Avšak túto problematiku treba vidieť aj v iných, nielen ekonomických súvislostiach. Na Design Renaissance Kirkpatricková vyhlásila, že „...design nie je humánny, ak popiera ľudskú, tvorivú časť v nás, oslavu kultúrnej bohatosti a rôznorodosti“, a ďalej: „...design nám umožňuje kontrolovať si spôsob života, ktorý sme si vybrali“.

Ako sa náš spôsob života líši od života v Bratislave, Budapešti, St. Petersburgu a ktoré myšlienky máme spoločné? To, čo robíme a ako to robíme, to nám pomáha sa vyjadrovať. A mladí radikáli sú odhodlaní sledovať tento aspekt.



hiCe

AZIMUTS

épuisé

1



2



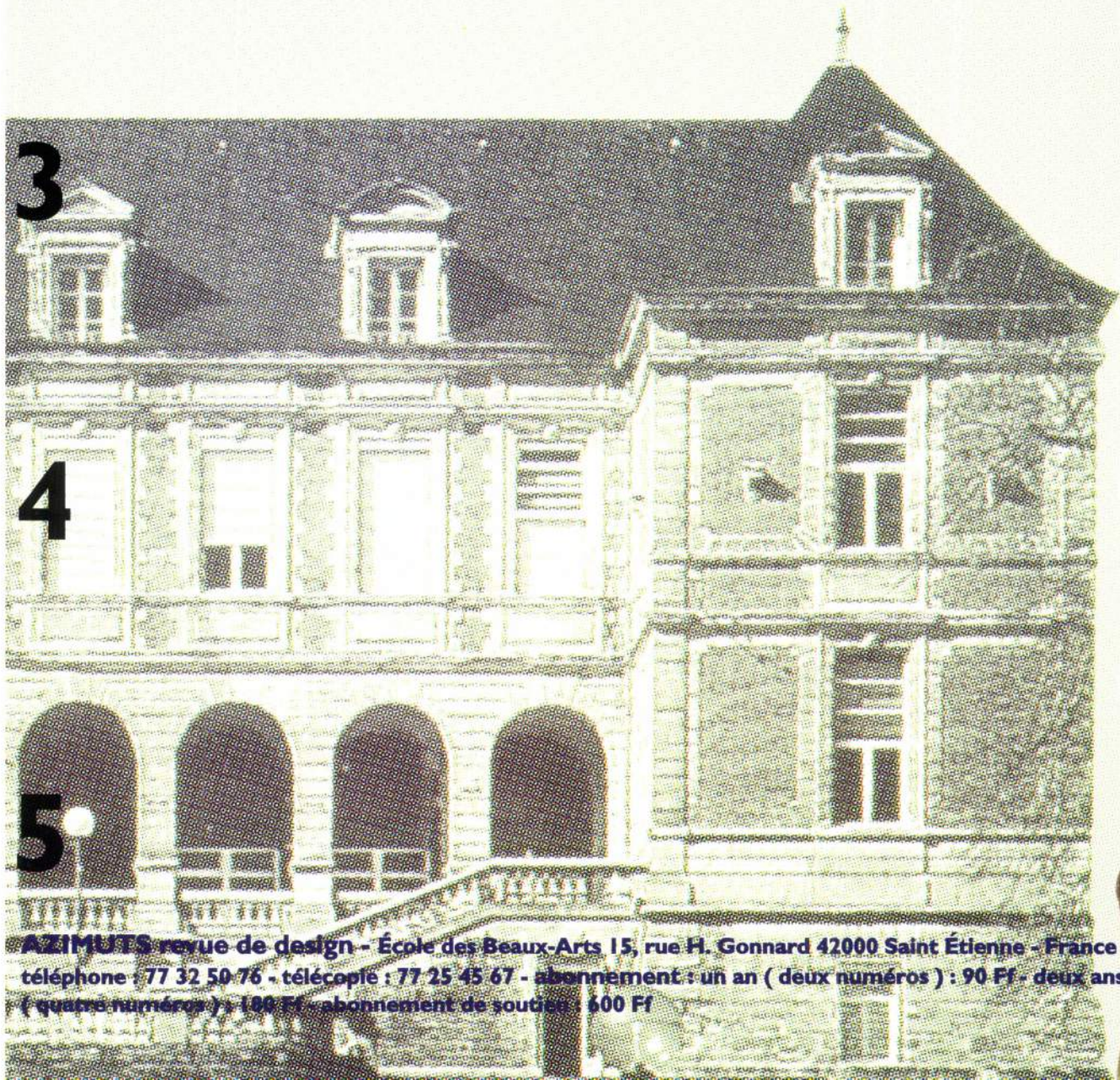
3



4

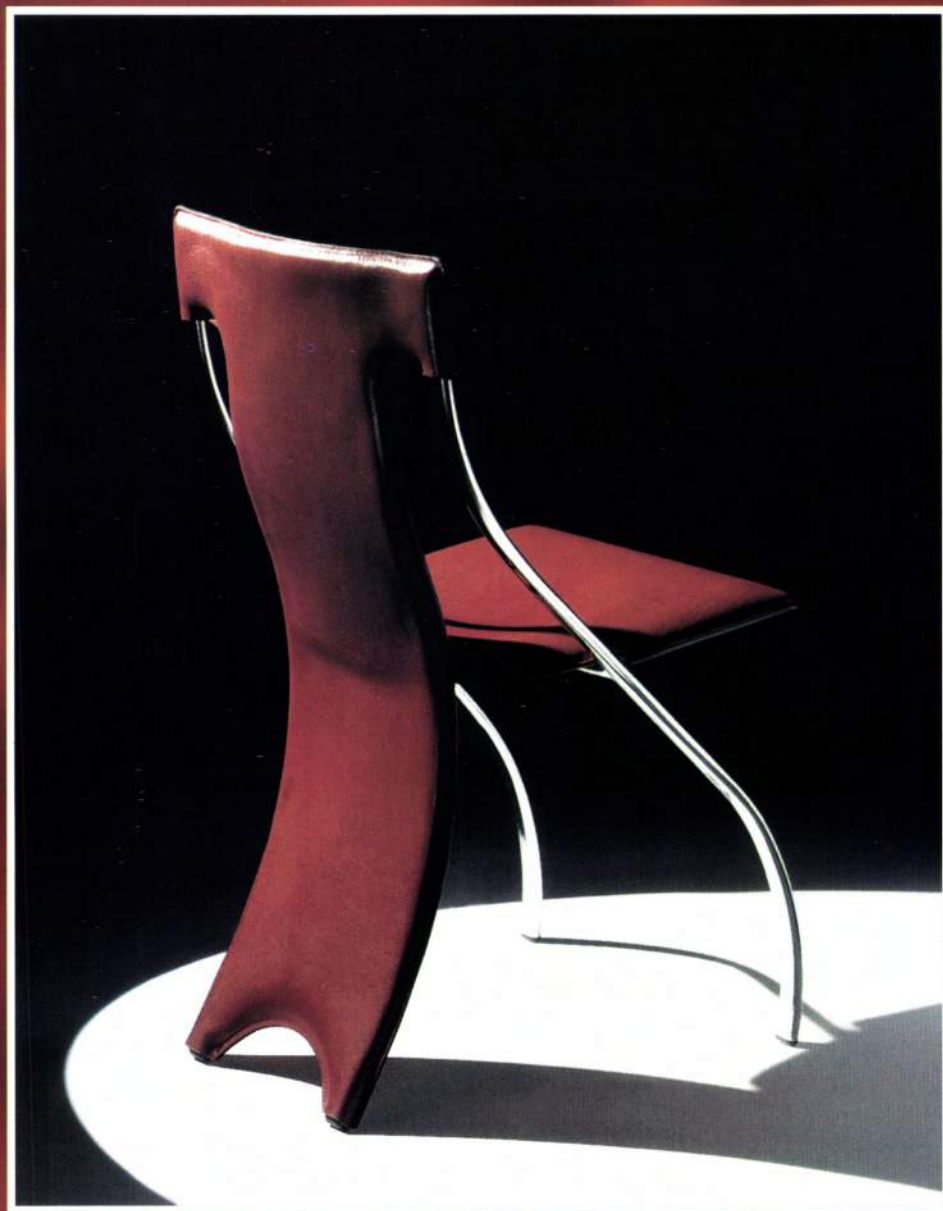


5



AZIMUTS revue de design - École des Beaux-Arts 15, rue H. Gonnard 42000 Saint Étienne - France
téléphone : 77 32 50 76 - télécopie : 77 25 45 67 - abonnement : un an (deux numéros) : 90 Ff - deux ans
(quatre numéros) : 180 Ff - abonnement de soutien : 600 Ff

DESIGN BUDÚCNOSTI



© PIERKO, Bratislava

ZA CENY SÚČASNOSTI

Comm-est

RAČIANSKA 20
831 04 BRATISLAVA
TEL.: 636 75-7, kl. 362
TEL./FAX: 32 93 94

VEĽKOOBCHOD - KANCELÁRSKE STOLIČKY,
KRESLÁ, INTERIÉROVÉ STOLIČKY - 228 TYPOV

V čísle DE SIGN UM č. 3/94 vám predstavíme:

- parížsku výstavu Ettore Sottsass
 - Trienále plagátu 1994 v Trnave a Festival plagátu 1994 v Chaumont
 - sklársky design z Lednických Rovní
 - Ceny Európskeho spoločenstva za design
 - design značky Thonet a Kompan
 - Design centrum v Lyone
- a ďalšie novinky zo sveta designu.

The folowing issue DE SIGN UM 3/94 will be presented :

- the exhibition of Ettore Sottsass in Paris
 - the Poster Triennial 1994 in Trnava and the Poster Festival 1994 in Chaumont
 - glass design in Lednické Rovne
 - European Community Design Prize
 - design by Thonet Vienna and Kompan Koge
 - Design Centre Lyon
- and other topics from the world of design.

