

obálka

MAGAZÍN DIZAJNU / DESIGN MAGAZINE ROČNÍK / VOLUME - XII ČÍSLO / NUMBER - 3 - 2006

1

034 85 86162 0102 04



designum 3

2006



designum 3

2006

Transport je významnou súčasťou nášho života. A dizajn v ňom hrá dôležitú rolu. Dominujúcim odvetvím je určite automobilový priemysel. Je potešiteľné, že napriek tomu, že aktuálna situácia na Slovensku je takmer výsostne o montovaní a nie o vývoji automobilov, na školách, kde sa vyučuje dizajn, na transport nerezignovali. Na VŠVU existuje ateliér zameraný iba na transport dizajn a čiastočne sa mu venujú aj na STU v Bratislave a na TU v Košiciach. A výsledky sú pozoruhodné. Absolventi sa uplatňujú vo vývojových centrách svetových automobiliek. Zamerali sme sa na prítomnosť transport dizajnu na Slovensku, ale nájdete tu aj výlety do zahraničia a aj do minulosti. Impulzom bola najmä výstava Autoboomb (SK), ktorú pripravilo Slovenské centrum dizajnu a ktorá mapovala tvorbu z ateliéru transport dizajnu na VŠVU a čiastočne aj tvorbu vedúceho ateliéru Štefana Kleina. O automobiloch hovoria významní európski dizajnéri, ale aj absolventi zo Slovenska. Okrem transportu tu nájdete rozhovor s dizajnérom Jerszym Seymourom, v rubrike Sentimental príbeh dnes už zlikvidovanej kaviarne Bystrica z bratislavského Nového mosta. Zdeno Kolesár sa v svojom seriáli zastavil pri začiatkoch grafického dizajnu v reklame.

text Ľubica Hustá

obálka	- 1	
obsah	01	
editoriál	01	
štartér	02	Ako vníma dizajn Daniel Matej
	02	Na čom práve robí Juló Nagy
	03	Čo sa deje Máme talent sezóny
	04	Výber architekta Jána Studeného
	04	Čo sa deje Veľké dizajnérske preteky
	05	Bienále grafického dizajnu v Brne
protest	06	Ako utopiť Maximiliána Zoja Droppová
prieskum	08	Prieskum VŠVU Bratislava Sílvia Lutherová
výkvet	12	Kristína Hrončeková featuring +1 Ľubica Hustá
prieskum	16	Prieskum Katedry dizajnu FU TU Košice Zuzana Labudová
téma	20	Transport náš každodenný
	22	Nikolaus Vidakovic, Klemens Rossnagel, Othmar Wickenheiser, Peter Balko Maroš Schmidt
	28	BAZ alebo ako sa navrhovali autá v Bratislave Ivan Schuster
	32	Rozhodujú dobré idey Andrea Kopernická
	36	Autoboomb (SK) Tomáš Andrejčák
reál	40	S novými výrobkami je veľa roboty Ľubica Hustá
global	44	Scumboy Ľubica Hustá
sentimentál	50	Zmiznutá kaviareň Bystrica Ľubica Hustá
seriál	54	K dejinám GRD Povoynová moderna 2. Zdeno Kolesár
comeback	62	Dizajnér z generácie zakladateľov Eva Trilecová
výstava	65	Uvoľnenie v ľahu Jana Oravcová
global	68	Z kuchyne Zahy Hadid
elixír	70	S mobilom do opery Andrea Kopernická
elixír	71	el tetris – mestská obývačka Barbara Zavorská, Nora Vranová
elixír	72	Za veľkou mláskou Alan Záruba
summary	74	
písma čísla	78	Jigsaw Johanna Bilák-Balušíková

AKO VNÍMA DIZAJN

hudobný skladateľ
a pedagóg

Daniel Matej



foto Pavel Kastl

Už v detstve som venoval veľkú pozornosť tomu, ako predmety, s ktorými som prichádzal do styku, vyzerajú, teda ako na mňa esteticky či výtvarne pôsobia (hoci som samozrejme nemal ani šajnu o tom, čo to „estetické“ a „výtvarné“ je). Na začiatku puberty som si túto vlastnosť začal uvedomovať, dokonca aj to, že často som za „pekné“ považoval predmety, ktoré sa peknými iným nezdali, a naopak. Získal som tým trochu medzi rovesníkmi (ale neraz aj medzi dospelými) povestť „čudáka“. ¶ S pribúdajúcim časom môj záujem o výtvarnú stránku predmetov ešte silnel (spolu s narastajúcim záujmom o výtvarné umenie). Dokonca som asi dva roky intenzívne pracoval na tom, aby som sa mohol stať výtvarníkom. Aj keď som sa ním napokon nestal, pretože zvíťazilo „hudobné“. Silný vzťah k „výtvarnému“ – na všetkých úrovniach života – pretrváva dodnes. Znamená to, že aj jeho každodenný prejav vo forme dizajnu vnímam intenzívne, ba dokonca môžem povedať, že „dokonalý dizajn“ má na mňa občas až „paralyzujúci“, či „halucinogénny“ účinok (podobný účinku výtvarného alebo hudobného diela).

NA ČOM PRÁVE ROBI

grafický dizajnér
a pedagóg

Julo Nagy



foto archív

a1 nod 32

Posledné roky mám zaplnené rôznymi aktivitami a výzvami, ktoré sú na jednej strane zaujímavé, na druhej strane však niekedy časovo ťažko zvládnuteľné. V prvom rade sú to dve oblasti v grafickom dizajne – komerčné projekty v štúdiu Calder design community a vedenie ateliéru na katedre grafického dizajnu VŠVU. Potom sú to dve ďalšie oblasti – voľná tvorba a fotografia, na ktoré nemám príliš veľa času, takže ich vnímam zatiaľ ako relax. ¶ Ak by som mal byť viac konkrétny, tak z aktuálnych komerčných projektov mám v tomto období rozpracovaný nový vizuál antivírusového softvéru NOD32 pre firmu Eset – produktový symbol, produktové logotypy, balenie a reklamy. V oblasti školy si doladujem koncept výuky, konfrontujem ho s reálnym životom a komunikáciou so študentmi. Prázdninový čas by som rád využil na to, aby som dal svojim myšlienkam o výuke konkrétnejšiu podobu.

ČO SA DEJE

Máme talent sezóny



text *Lubica Hustá*

foto archív *Jany Polákovéj*

Začiatkom apríla sa v Prahe konal Prague Fashion Week (PFW), sústredený hlavne na súčasnú českú módu. V programe figuruje viacero prestížnych súťaží, napríklad Junior – súťaž mladých módných návrhárov či Talent sezóny určený začínajúcim módnym návrhárom, profesionálom. ■ Pozitívne je, že do súťaže sa môžu prihlásiť aj módni dizajnéri zo Slovenska. Tento rok túto možnosť využili niekoľkí z nich. Bola medzi nimi aj Jana Poláková, ktorá zvíťazila v súťaži Talent sezóny. Predstavila kolekciu dvanástich modelov v teplých hnedých odtieňoch, ktoré oživila originálnymi dezénmi, detailmi a farebnými akcentmi tyrkysovej či ružovo-oranžovej. Do kolekcie patrilo aj strihovo extravagantné plážové oblečenie. ■ Autorka sama svoju tvorbu definuje ako street fashion alebo akýsi multikultúrny mix s jemne rebelskou príchutou. Materiál pre ňu vyberala spontánne. V podstate zužitkovala ten nahromadený doma, ktorý potom ručne – deformovaním, krčením, odfarbovaním – povýšila na originál. Dekoratívne momenty sa snažila odľahčiť čistými, minimalistickými prvkami vo farbe aj v strihu. Dekadentný look odfarbenej rifľoviny kombinovala so sofistikovanou výšivkou. Cieľom bolo vytvoriť odev, ktorý by si kúpila aj ona sama. ■ Zaujímavé je, že Jana Poláková neštudovala odevný dizajn ani textil, ale teóriu a dejiny výtvarného umenia v Prešove. K textilu mala však vždy blízko, študovala strednú odevnú školu a jej sestra Adriana Poláková je úspešná textilná dizajnérka (viac Designum 2/2004). Janina diplomová i doktorandská práca sa týkali textilu a módy na teoretickej a praktickej úrovni. Na otázku, či je móda jej povoláním, odpovedala, že obdobia, keď je móda jej povoláním alebo poslaním, sa striedajú, ale nevie si predstaviť, že by ju nerobila. ■ Jej víťazná kolekcia nasvedčuje tomu, že máme ďalšiu odevnú dizajnérku, ktorá je schopná vytvoriť výraznú kolekciu s dobre zafinovanými strihmi, skvelo zvládnutými materiálmi a s prepracovanými detailmi. „Je to moja vnútorná konfrontácia so súčasnosťou, môj rukopis, môj podpis. Nehľadám v tom žiadne veľké myšlienky, je to len móda, estetika s rafinovaným vtipom.“

VÝBER PODĽA

architekta

Jána Studeného

Ján Studený pôsobí od roku 1995 vo dvojici s českým architektom Davidom Kopeckým v zoskupení ksa. Ich projekty získali viacero ocenení: v roku 2001 tretie miesto v prestížnej anglickej súťaži Mladý architekt roka a v tom istom roku aj Cenu Dušana Jurkoviča na Slovensku.

www.ksa.cz



foto archív Jána Studeného

Priznávam, že sa mi viac páčia staršie, už klasické dizajnérske kusy, ktoré v sebe nesú pečať svojej doby, jej kultúry. Aj keď samozrejme sledujem aj súčasnosť. Páči sa mi, ak predmet nie je iba exhibíciou dizajnéra. Ak je nenápadný, ale dobre slúži. Aj preto mám rád priemyselný dizajn, teda také úžitkové predmety, ktoré sú jednoduché, presné a funkčné. Ako ukážku toho, čo ma v poslednom čase v dizajne potešilo, som vybral lampu, ktorú som objavil tento rok na jar pri vypratávaní ordinácie mojej mamy – lekárnky v Petržalke. Je to kus zo 70. rokov a je úžasne funkčný. Lampa má dve nastavenia svietivosti s výškovo a smerovo polohovateľnou hlavou a je pohyblivá na kolieskovom stojane. K lampe je celý set predmetov, od antikorových kolieskových stolíkov cez zrkadlové skladacie steny až po biele koženkové lôžka, jednoducho paráda. Asi si ju nechám v ateliéri. Pohľad na ňu ma inšpiruje a narovnáva mi chrbticu.

ČO SA DEJE

Veľké dizajnérske preteky



foto DM Londýn

O tom, že aj Formula 1 môže byť lákavou výstavnou témou muzeálnej inštitúcie, napovedá výstava Formula One TM – The Great Design Race v Múzeu dizajnu v Londýne (1. 7. – 29. 10. 2006). Skôr ako športovú kategóriu odhaľuje skryté zákulisie tohto adrenalínového športu. Za športovou, divácky atraktívnejšou stránkou Formuly 1 sa skrýva priemyselné odvetvie, ktoré každý rok investuje do dizajnu a technológie značné financie. Výstava tak prvýkrát mapuje jeden z najväčších dizajnérskejších príbehov súčasnosti, históriu a technologický vývoj vo výrobe od roku 1950 až po dnes. Upozorňuje na niekoľko kľúčových vlastností a atribútov spojených s týmto špecifickým športom, ktoré determinujú pilotovu schopnosť kontrolovať auto vo vysokej rýchlosti a v extrémne nebezpečných podmienkach. Na pozadí histórie výstava prezentuje nielen ikonické vozy každej dekády, ich úspechy, okruhy a pod., ale aj budúcnosť, v ktorej kľúčovú úlohu bude bezpochyby zohrávať dizajn a technológia.

b1 1967 Monaco GP

www.designmuseum.org

ČO SA DEJE

Bienále grafického dizajnu Brno



ci Artur Rebelo a Liá Ramalho

text Andrea Kopernická

foto archív MG Brno

V polovici júna sa pod hlavičkou Plagát / firemná / informačná a reklamná grafika otvoril v Brne 22. ročník medzinárodného bienále grafického dizajnu. Podujatie s vysokou zahraničnou účasťou definuje Marek Pokorný, riaditeľ Moravskej galérie, v katalógu akcie takto: „Bienále ako celok je a bude postavené na troch základných kameňoch: súťažnej prehliadke, medzinárodnom sympóziu a autorsko-kurátorskej výstave mapujúcej trendy a profilové osobnosti vo svete.“ Tieto tri oporné body by podľa jeho slov mali v budúcnosti rozhodnúť o pozícii brnianskeho bienále v medzinárodnom kontexte. Sympóziu, ktoré sa konalo v úvodnom týždni bienále, prinieslo pod témou Grafický dizajn a jeho význam pre vizuálne prostredie niekoľko zaujímavých prednášok. Mnohí z prednášajúcich, ako Karel Martens z Holandska, Catherine Zask z Francúzska či Ung Vai Meng z Číny, sa na bienále predstavili aj svojou grafickou tvorbou. ■ Okrem súťažnej prehliadky, ktorá tvorí jadro akcie, si do konca septembra môžete pozrieť sedem sprievodných výstav. Zaujímavý je projekt z cyklu osobnosti českého grafického dizajnu, venovaný výtvarníkovi a zároveň aj grafickému dizajnérovi Milanovi Grygarovi, práce z Číny, autorské projekty v grafickom dizajne pod názvom Z Marsu, Hľadaj dizajn – grafické práce ateliéru grafického dizajnu a vizuálnej komunikácie Vysokej školy umelecko-priemyselnej v Prahe, jedinečné práce spomínanej Zask, ale aj unikátna výstava, ktorú kurátorsky pripravil slovenský grafický dizajnér Peter Biľak na tému vystavovania grafického dizajnu v galérii – Grafický dizajn v bielej kocke. ■ Medzinárodná porota, ktorej predsedal viceprezident Amerického centra pre dizajn J. Abbott Miller spolu s minuloročnou víťazkou bienále, spomínanou Catherine Zask, vyberala z približne 270 exponátov od 109 autorov. V zastúpení bola najpočetnejšia Česká republika. Za smutný fakt môžeme považovať (ne)účasť slovenskej strany. V Holandsku pôsobiaca Johanna Biľak-Balušiková bola síce dôstojným, ale žiaľ jediným menom zastupujúcim súčasný slovenský grafický dizajn. Z výsledkov poroty spomenieme aspoň Veľkú cenu Bienále Brno, ktorú získali Portugalci Artur Rebelo a Liá Ramalho, cenu Icograda Pau Lee Ka Ling z Číny a Medzinárodná cena za dizajn putuje do Švajčiarska Martinovi Woodtlimu. Viac sa o tomto podujatí dozviete na stránkach www.bienale-brno.cz a dočítate v budúcom čísle Designumu.

PROTEST

Jedna moja príbuzná zamladá pracovala ako inštrumentárka na chirurgii. Raz pred operáciou zistila, že v sade chirurgických nástrojov je šváb, samozrejme mŕtvy. Videl to aj primár, slávna kapacita. Po krátkej úvahe vyhlásil, že všetko je v poriadku: nástroje aj šváb prešli predpisovou sterilizačnou procedúrou, môže sa operovať. Pacient bol už v anestézii a ani netušil, že medzi skalpelmi bolo aj niečo nenáležitú. Aké poučenie z toho vyplýva? Keď sa niečo oficiálne vyhlási za sterilné, tak je to sterilné, a to aj v prípade, že je to mŕtvy šváb. Dodatok. Pacientovi to neuškodí, stačí mu len oznámiť, že operácia sa vydarila.

Ako utopiť Maximiliána alebo rezervácia pre nemeckých dôchodcov, britských slobodných mládenčov a pravé blondínky?

text Zoja Droppová

foto Zoja Droppová

Táto historka veľmi pripomína aktuálne dianie na bratislavskom Hlavnom námestí. Chirurg (čiže magistrát) prostredníctvom médií oznámil pacientovi (čiže verejnosti), že operácia (čiže úprava) sa vydarila. Všetko vrátane švábov (čiže výtvarných diel) je sterilné (čiže v poriadku). Pacient síce možno chcel za svoje peniaze inú operáciu (alebo nechcel nijakú), ale o to predsa vôbec nejde. ■ Čím priestor Hlavného námestia bol a čím je? Pri pohľade na vývoj mesta vidieť, že fungoval ako jeho gravitačné jadro a je to najstarší verejný priestor v Bratislave. Archeologické nálezy tu dokladajú nepretržité osídlenie už od mladšej doby kamennej. Najstaršia písomná zmienka o mieste je z roku 1373 (trh – fórum). ■ Začiatkom 90. rokov mu bolo udelené staronové meno a začali sa aj diskusie, či zachovať existujúci park ako zónu pokoja, alebo obnoviť pôvodnú funkciu rínku, zhromaždiska, trhoviska. Mesto sa napokon priklonilo k „stredovekej“ koncepcii s kamennou dlažbou, kompromisom bolo zachovanie niekoľkých pôvodných stromov. Nemá význam podrobne opisovať, ako námestie fungovalo, väčšina z nás si to ešte pamätá. Problémy robila nekvalitne položená dlažba a dosluhujúce inžinierske siete. Všetličo bolo diskutabilné, napríklad pseudohistorický mobiliár, no na rozdiel od včasných deväťdesiatych rokov pri úprave námestia rokov 2005/2006 sa už ani nediskutovalo. Myslím tým odbornú a aj verejnú diskusiu (týka sa to predsa užívateľov územia aj vlastníkov priľahlých objektov), ktorá by sa odpichla od územného plánu zóny a následnej architektonickej súťaže. Prečo sa začala okrem sietí robiť aj „nová obnova“ námestia? Ved' tá stará nebola až taká stará a stála nemalé peniaze – nie súkromné, ale peniaze občanov, daňových poplatníkov, ktorí sa až prostredníctvom médií dozvedeli hotovú vec: bude nová dlažba, úpravy fontány, výtvarné prvky... a to, že autormi sú architekti Juraj Šimek a Otto Grossman, a sochár Marián Prešnajder, tí istí, ktorí pred pár rokmi, rovnako bez súťaže, upravili Hviezdoslavovo námestie do podoby kúpeľňového štúdia. Nie je div, že pohľad na Hlavné námestie je tristný. Čudesná ružovkastá dlažba vraj má zožltnúť, ale je to úplne jedno. Chudiatko Maximiliánova fontána, dielo Ondreja Luttringera z roku 1672, sa topí v novej „vani“ z lešteného kameňa. Tzv. mobilná zeleň sú stromčeky jeden ako druhý (klony útočia!) v desivých plastových kontajneroch. Z nedávnej minulosti tu ostal napoleonský vojak,



ležérne opretý o lavičku. Prečo, keď v radničnej veži je zapichnutá delová guľa z čias, keď napoleonské vojsko ostrelovalo Bratislavu? Ešte sú tu „typické bratislavské lavičky“ (tak ich aspoň nazýva hovorkyňa magistrátu). Komu by to nestačilo, zaručene sa dorazí pohľadom na búdku so zapusteným strážnikom, ktorý má zozadu primontovaný vodovod. Materiálová realizácia nápadne pripomína náhrobky prvej generácie slovenských mafiánov. Dnešnú situáciu na námestí zachraňuje len to, čo tam bolo aj predtým: historické objekty od najstarších vežových domov (nárožie č. 2) až po funkcionalizmus v podaní Artúra Szalatnaia na príľahlom Františkánskom námestí. Všetky nové ozdôbky len odpútavajú pohľad od pamiatok – a tak sa nemeckí dôchodcovia radšej fotia s bronzovým strážnikom, než aby zdvihli zrak k divému mužovi na neďalekom nároží alebo ku klenbe v radničnom podjazde. Vydláždené a prizdobené Hlavné námestie nie je architektúra ani dizajn, je to len pokračovanie komunálnych rozhodnutí: namiesto dobre pripravenej architektonickej súťaže investovať radšej peniaze do čumilov, paparazzov, schoene nácov, ktorí z historického jadra robia kabinet kuriozít. Azda jediným prijateľným výtvarným prvkom je decentné vyznačenie Korunovačnej cesty v dlažbe – a pri tom aj malo zostať. Skončím tým, čím som začala. Hlavné námestie je najstarší verejný priestor v meste a je obrazom komunálnej politiky. Tak to aj má byť – veď aj inde vo svete je to tak. Ide však o to, aký je ten obraz. Či to má byť disneyland pre určitý typ zahraničných turistov a menej chápaných občanov, alebo verejný priestor vhodný pre 21. storočie. Veď stačí si pozrieť zopár študentských prác a je jasné, že historické námestie aj mestský mobiliár môže vyzerat' inak. Zaujímavých realizácií sa nájde dost', napríklad aj u susedov v Čechách (Ateliér 69) či v Rakúsku (Graz), a možno cestovať ešte ďalej... alebo ostať sedieť pri internete a nájsť si najprv stránku <http://urban.cccb.org> obsahujúcu Európsky archív mestských verejných priestorov. Existujú totiž aj také mestá a také verejné priestory, kde občan nemusí mať pocit, že tam nepatrí, alebo že pred vstupom by mal najprv absolvovať lobotómiu.

PRIESKUM ATELIÉROVÝCH PRÁC NA VŠVU

výber *Silvia Lutherová*

text *autori*

názov **„nomad**

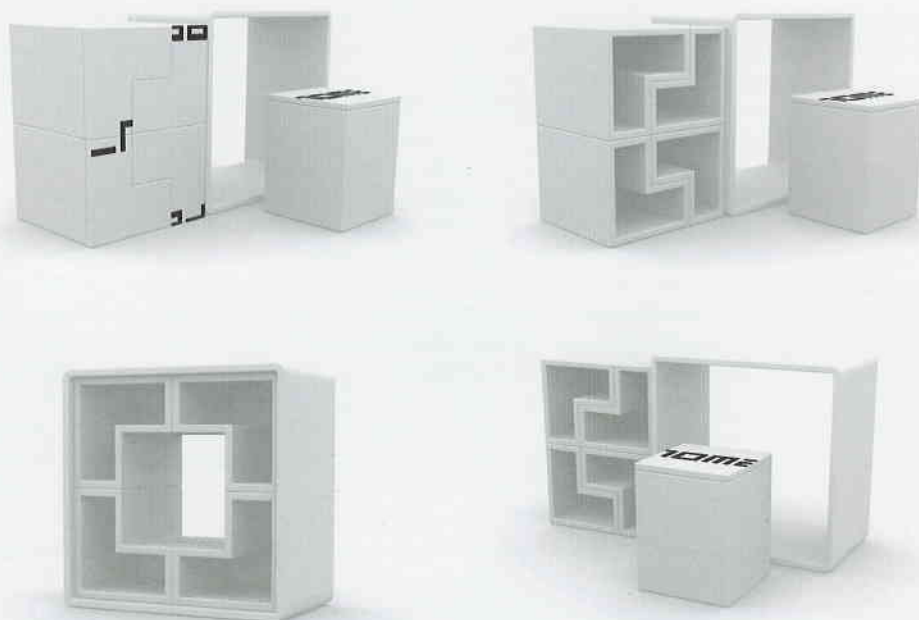
autor **Samuel Rihák, ateliér produkt dizajn, 4. ročník**

pedagóg **František Burian**

vizualizácie **autor**

„nomad je kus nábytku, ktorý si sťahujeme všade so sebou. Môžeme vkročiť do prázdna a hneď začať žiť. Slúži na prenos, na uskladnenie najdôležitejších vecí. Neschováme ho niekde pod posteľ, jeho funkcie podľa potreby prispôbíme okolnostiam. Na rozdiel od cestovných tašiek neslúži len na transport vecí, ale môže byť využitý aj ako stôl či stolička. Poskytne základné vybavenie, keď sa ocitneme v prázdnom byte.

„nomad je spolucestujúci, na ktorého sa môžeme spoľahnúť. Je určený tým, ktorí sa často sťahujú z miesta na miesto, študentom, ľuďom, ktorí bývajú v prenajatých bytoch s vedomím ďalšieho presunu. Poskytne pocit súkromia a komfortu kdekoľvek a kedykoľvek.“





názov Prsteň ako čo?

autor **Barbora Hainzová**, ateliér **S+M+L+XL kov a šperk**, 1. ročník
pedagóg **Karol Weisslechner**
foto **autorka**

„Prsteň ako krúžok od kľúčov, nožničky, cd alebo ucho šálky. Čo všetko sa dá považovať za prsteň a kde je hranica nositeľnosti? Pre projekt som vytvorila dva prstene. Pre obidva je určujúci pružinový systém, ktorý umožňuje z prsteňa vyrolovať prekvapivý, vtipný prvok. V prvom prípade je tvaroslovie kovovej časti štylizované do tvaru stolčeka, z ktorého sa vysunie televízor zobrazujúci briliant. Ide o iróniu neustáleho hľadania niečoho dôležitého, čo máme pritom stále „po ruke“. Pre druhý prsteň je charakteristický krajčírsky meter. Vďaka systému vysúvania má prsteň univerzálnu veľkosť, a tak padne každému na mieru.

Popri funkčnosti bolo pre mňa dôležité dať prsteňom aj výpovednú hodnotu. Každý prsteň vo svojej podstate o niečom hovorí. Zatiaľ čo u bežného prsteňa sa obsah skrýva za konkrétnou príležitosťou, pre ktorú je určený, v prípade „mojich“ prsteňov je výpoveď priamo obsiahnutá vo forme.“

názov **Folk coulture**

autor **Marcel Holubec, textilný dizajn, 5. ročník**

foto **autor**

„Sériu kabeliek som vytvoril v rámci projektu, ktorého cieľom bolo prezentovať mladý slovenský dizajn, kultúru a folklór v New Yorku. Kabelky sú zdobené šperkami Betty Majernikovej a tvoria doplnok ku kolekcií odevov návrhárky Jany Kuzmovej. Pre celú kolekciu je príznačné špecifické zdobenie originálnym vzorom inšpirovaným pôvodnou gotickou ornamentikou zo zlatého pozadia oltára Majstra Pavla z Levoče. V prípade kabeliek je to dezén, ktorý som na textil preniesol technikou sieťotlače. Na Slovensku existuje v súčasnosti istá skupina dizajnérov, ktorá javí záujem o originalitu v dizajne, či už je inšpirovaný slovenským umením, alebo ľudovým remeslom. Nie som si však istý, či má tento záujem aj verejnosť. Niekedy mám dokonca pocit, že ľudia na Slovensku vo všeobecnosti zabúdajú, kde sa narodili.“





názov **Polienko**

autor **Matej Brzý, ateliér industrial dizajn, 2. ročník**

pedagóg **Ferdinand Chrenka**

foto **autor**

„Lavica a stôl Polienko nie sú bežným záhradným nábytkom. Svojou úpravou sú prispôsobené na plnenie niekoľkých funkcií súčasne. Tvorí ich jednoduchá kovová konštrukcia, do ktorej sú vložené naštiepané polienka. Okrem sedenia a stolovania je tento nábytok využiteľný aj na uskladnenie palivového dreva, preto je najvhodnejší na použitie pri ohnisku, alebo v kozube.

Charakter uloženia polienok vytvára príjemné asociácie s tradíciou rukodielneho narábania s drevom. Zároveň sa v predstavách zjednodušuje do podoby grafického symbolu – určitej dvojdimenzionálnej štruktúry. Tá sa pre mňa stala základným formotvorným východiskom.“

Kristína Hrončeková

featuring + 1



di

text Ľubica Hustá

foto archív Kristíny Hrončekovej

Nedávno sa v Dizajn štúdiu ÚĽUV konala výstava Mirnix Dirnix. Predstavila tvorbu Kristíny Hrončekovej a Juraja Balogha. Vďaka tomu im teraz patrí rubrika Výkvet.

Už niekoľko rokov potichu, ale zároveň presvedčivo vstupuje na slovenskú šperkársku scénu Kristína Hrončeková. Jej vnímanie šperku nie je úzko definované – naopak, rada využíva rôzne možnosti posúvania jeho výtvarných hraníc aj komunikačných schopností. Napríklad prepojením s textilom.

Jej šperky síce mlčia, ale zároveň hovoria. Odhaľujú napríklad jemné a krehké príbehy z jej života. Tu je jeden z nich: „Keď som bola malá, často som si pri hraní poranila koleno. Čupla som si, ústami som sa prisala k rane, pocítila sladkú chuť. Takto zbalená do kľbka som sa rýchlo upokojila. Po príchode domov mi mama ranu pofúkala, vyčistila, priložila snehobiely gázový vankúšik a prelepila. Tento nežný ošetrovací rituál spolu s mojimi vizuálnymi, čuchovými, hmatovými zážitkami, ktoré sa mi vynárajú z pamäti, ma inšpiroval k vytvoreniu šperkovnice a kolekcie šperkov na „pohladenie duše“. Tie môže mať jej majiteľ stále pri sebe pre prípad, že ho niekto alebo niečo zraní.“ Šperk – objekt, ktorý z tejto skúsenosti vznikol, nazvala Autolekárnica. Do nej ukryla šperky štylizované akoby do mä-

kých náplastí na rany získané z každodenného života.

Z tohto obdobia pochádzajú aj kolekcie prstenníkov a rukávnikov. Aj tam schovala ďalšie významy a možnosti. Interiér sladko jemných rukávnikov – mufov vytvára priestor na utajené hry rúk, pri prstenníkoch sa pohrala s rituálom výmeny prstienkov.

Od roku 2005 tvorí Kristína pod značkou Liči – vtedy vznikla aj ucelená kolekcia mätko a lahodne modelovaných šperkov NU (skratka zo slova nanuky) – so zmrzlinovými odtieňmi a s povrchmi umne prešpikovanými miniatúrnymi detailmi. Tieto šperky vypovedajú aj o interaktivite a snahe viac vtiahnuť nositeľa šperku do kreatívneho procesu. Sú prezliekacie. Človek má možnosť voľby a sám určí ich výslednú podobu.

So značkou Liči prišiel aj nápad putovného výstavného stolíka – vitríny, ktorým pre svoje šperky iniciatívne hľadá nových majiteľov a zároveň ich originálne vystavuje verejnosti, napríklad nenápadným umiestnením medzi stolíky kaviarne.



d2

d3

**+1**

Pred časom vstúpil do jej života aj +1, vlastným menom Juraj Balogh. Verejnosti známy skôr ako grafický dizajnér a najmä výborný ilustrátor. Asi hľadali spoločný priestor na vyjadrenie. A našli textil a vlnu. Výsledky sú viac ako osviežujúce. Teda v niektorých prípadoch skôr hrejivé. +1 navrhol tetovaný sveter. Je to ručne štrikovaný vlnený sveter, ktorý svojou ružovou farebnosťou pripomína kožu – podľa autora kožu trestanca. A na kožu trestanca patrí tetovanie. A tak do neho vštrikoval (prostredníctvom svojej tety, MUDr. Evy Baloghovej) klasické modré motívy, ako morskú pannu, lebku, kríž, srdce či nápisy Freedom forever, PYCCBULL, zámerne s gramatickými chybami, aby bola autenticita čo najvyššia. Samozrejme technika štrikovania má svoje limity, a tak ilúzia nebola dokonalá, ale fungovalo to. Do kolekcie hrejivých pletenín +1 patrila aj čiapka s rukavicami. Horná časť rukavíc bola prišitá do vnútorného okraja čiapky. Vznikol odvážny model – s priznanou inšpiráciou elegancie hojdajúcich sa uší kokeršpaniela. Kristína Hrončeková ako pandant vytvorila kolekciu farebných tričiek Kuac s plastickou

ozdobou v tvare nepravidelnej škrvny. Ako keby vám na tričku skončil väčší kus zmrzliny, ktorú práve lížete. Fľak ako brošňa, ako originálny šperk. Dôkaz toho, že nízke môže byť vysoké, že škaredé môže byť pekné. Stačí sa len rozhodnúť. Spolu vytvorili napríklad aj dôkaz o tom, že pánska košeľa nemusí byť iba odev, ale aj ihrisko. V tomto prípade ihrisko na piškvorky. Rozohraná partia vyzerala napínavo. Z doterajšej tvorby Kristíny Hrončekovej aj z tvorby „featuring“ +1 je zrejmé, že ich do nej tlačí nielen ich talent, ale aj schopnosť a energia vnímať veci okolo seba inak. To má za následok, že výsledok potom vzbudzuje u ľudí s otvorenou myslou radosť, a to nielen vizuálnu.



d3

- d1 koláž brošně Kuac, autor Kristína Hrončeková
d2 tričko Kuac, autor Kristína Hrončeková
d3 Tetovaný sveter a tetované rukavice, autor +1

PRIESKUM KATEDRY DIZAJNU FU TU KOŠICE*text Zuzana Labudová**foto Peter Chlpek***názov Rozlišovacie označenie pre plastový riad****autor Lucia Jarošová, 4. ročník****pedagóg Tibor Uhrín**

Cestu od unifikácie, ktorá zasahuje náš život, späť k osobnej veci s individuálnym znakom hľadá Lucia Jarošová. Odlíšenie rieši do istej miery štandardizovanými prvkami, no s možnosťou výberu: unifikovaný plastový „riad“ môžete oživiť novými dekorovanými hravými obalmi s možno až programovo „milými“ motívmi (kvetky rôznych tvarov, ryby, motýliky a pod.) vytvorenými perforovaním machovej gumi. Intímna činnosť, ako jedenie a pitie, sa často vykonáva ako ritualizovaná kolektívna udalosť: identifikačný set na riad dostane napríklad každý návštevník záhradnej párty. Okrem praktickej funkcie označenia vlastného pohára alebo príborov, má aj komunikačný potenciál a zároveň si vybraný set môžete nechať ako suvení, čím získava novú (nie iba spotrebnú) hodnotu.





názov **Folkfood – časť kompletu pre rýchle stravovanie**
autor **Silvia Bárdová, 1. ročník**
pedagóg **Tibor Uhrín**

Autorka nadviazala na stále aktuálnu tému – znovuobjavenia ornamentu v dizajne. Spojila nadnárodný charakter témy fastfoodu s typickým domácim slovenským ornamentom, ktorý použila ako dekor na fastfoodový „riad“.



názov **Kvapka krvi**

autor **Katarína Oroszová, 2. ročník**

pedagóg **Jozef Haščák**

Jedným zo symbolov spotrebnej civilizácie je aj benzínová pumpa. Na plagáte s námetom „kvapky krvi“ je použitá na úrovni symbolu s novým významom, poukazujuúcim na potrebu inej pohonnej látky – krvi. Vo významovej rovine autorka nachádza súvislosť vo vzťahu vysokého a nízkeho, v kontraste abstrahovaného znaku bežnej spotreby a životne dôležitej nutnosti, čím buduje významové napätie plagátu. Možnosť vizuálneho čítania plagátu je v dvoch rovinách, vnímať ho je možné aj v grafickom negatíve (kríž).



názov **Jahodový kalendár**
 autor **Zuzana Vemeová, 5. ročník**
 pedagóg **Jozef Haščák**

Grafický dizajn v službách žien rozvíja tému ženského mesačného cyklu, tu ako grafickú hračku – menštruačný kalendárik, v darčekovom balení previazanom ružovou stužkou. Realizuje sa nalepovaním dvoch druhov nálepiek jahôdok do základnej plochy kalendára. Autorka sa jemne pohráva aj so symbolickou rovinou námetu – jahoda môže byť interpretovaná ako symbol pohlavia, ružová stužka ako náznak klišé zviazaných z rodovou problematikou dievčerstva a ženstva.

Je veľa možností ako sa dostať z miesta na miesto. Z toho veľkého ba-
líka sme sa zamerali na automobil a to napriek tomu, že Slovensko nie
je automobilová veľmoc. A nič na tom nemení ani skutočnosť, že sa
tu usídlila výroba hneď niekoľkých svetových automobiliek. Ich sídla,
ale aj vývojové pracoviská sú inde. To ale neznamená, že sme vo vý-
voji automobilov outsidersi. Naši dizajnéri pracujú v medzinárodných
tímoch vývojových centier významných svetových výrobcov konkrét-
ne Boris Ferko vo Forde, Jozef Kabáň v Audi, Boris Grell, Peter Balko
a Adriana Poláková vo VW, Michal Kačmár a Peter Olah v Škode.
Na úvod treba azda vedieť, že dizajn nového auta je vždy kolektívne
dielo. Deľba práce je precízna. Jedna skupina tvorcov má na starosti
interiér – tam sa rieši vývoj od originálneho textilu až po tvarovanie
tachometra, druhá skupina modeluje exteriér. Proces vyladovania
finálneho produktu má jasne postavené pravidlá. Za výsledkom, ktorý
vidí spotrebiteľ je obrovské množstvo štúdií, testov a diskusií. Rozhod-
li sme sa preto odkryť trochu pozadie tejto časti dizajnerskeho sveta,
ktorý mimochodom dosť zásadne určuje „štýl svojej doby“. Zaujímalo
nás najmä, aká je realita dizajnéra v tomto odvetví a ako vnímajú sami
dizajnéri postavenie automobilu v spoločnosti. Okrem toho sme zao-
strili na štúdium transport dizajnu u nás, ale aj na zaniknuté vývojové
pracovisko Bratislavských automobilových závodov.

Trans- port náš každodenný

Automobilka bez dejín má skôr problém, ako výhodu



PROF. OTHMAR WICKENHEISER,
 Profesor Transport Design, Mníchov,
 prodekan mníchovskej
 Fachhochschule

text Maroš Schmidt

foto archív

Každodenná realita na štyroch kolesách. Technokult lesklých farieb. Kinetická parafráza štýlovej garzónky. Veľmi rýchlo nás dokázal presvedčiť, že chodiť po vlastných už dávno neletí. Kontroverzný, polarizujúci, zaznávaný i oslavovaný. Osobný automobil. ¶ Premnožený potomok priemyselnej revolúcie, ktorý nás v pravidelných intervaloch fascinuje vždy novým výzorom. Kto by to bol povedal, že tvorcami jeho nekonečného morfinu sú ľudia. Dizajnéri. Na otázky Designumu pri príležitosti výstavy Autoboom (SK) odpovedali štyria renomovaní zahraniční dizajnéri a profesori transport dizajnu, ktorí pravidelne navštevujú VŠVU a jeden z úspešných absolventov Katedry transport dizajnu bratislavskej Vysokej školy výtvarných umení.

Pre niekoho len obyčajný dopravný prostriedok, iný ním prezentuje svoj vysnívaný životný štýl. Aké miesto má automobil vo vašom živote? Automobil v mojom živote zaujíma centrálné miesto. Aj keď sa pozrieme na to, čo znamená pre spoločnosť, určite hovoríme o hlavnom produkte, ktorý si zaobstarávame s istým zámerom. Z hľadiska ceny ho už roky môžeme porovnávať s nehnuteľnosťami, a keď sa pozrieme na spôsob, akým sa snažíme vyjadriť svoj zmysel pre štýl, je automobil určite porovnateľný s odevom. Preto je pochopiteľné, že automobil stojí v strede môjho záujmu. Priemyselný dizajnér je povolanie, ktoré si vyžaduje široký záber vedomostí a skúseností z oblasti sociológie, ergonómie, výtvarného umenia a technológií. Na čom je založená práca dizajnéra v renovovanej automobilke, viac na voľnej fantázii alebo na praktickej efektívite? U etablovaného výrobcu vozidiel sa vychádza z určitej tradície tvarov a dedičstva požiadaviek na technické riešenie a kvalitu. Automobilka bez dejín má skôr problém, ako výhodu. Technická realizovateľnosť je určite jedným z dôležitých aspektov, ale v centre tvorivého záujmu je riešenie charakteristických znakov automobilu, akými sú napríklad proporcia a silueta. Preto je práve fantázia neodmysliteľnou súčasťou kreatívnej prezentácie nových myšlienok. Dizajnér však pri tvorbe nesmie ignorovať značku a to, čo od nej zákazníci očakávajú. Vezmite si Porsche, Audi alebo Mercedes. Pre nich by bola tvorba dizajnu vo vzduchoprázdné strategickým omylom. V širšej verejnosti prevláda názor, že mnohé autá okrem kozmetických zmien často odlišuje iba znak na prednej maske. Aký podiel má pri tvorbe dizajnu automobilu úsilie o originálne výtvarné riešenie? Musí sa automobil prispôbovať všeobecným trendom? Automobilový dizajn určuje trendy v rôznych oblastiach. Zo všetkých odvetví priemyslu prispel práve automobilový priemysel v najväčšej miere k blahobytu Nemecka. Každé štvrté pracovné miesto priamo alebo nepriamo súvisí s týmto odvetvím. Trendy v dizajnerských inováciách udáva práve automobilový dizajn a nie tak často propagovaný dizajn produktov. Musíme si však uvedomiť, akú ekonomickú hodnotu v rámci našej konzumnej spoločnosti má napríklad holiaci strojček v porovnaní s vozidlom strednej triedy. Osobná doprava samozrejme spôsobuje obrovské problémy tým, že



e1 autor štúdie Niels Kasten

e2 autor štúdie Thomas Stokk

zaťažuje životné prostredie. Dizajnér je však zodpovedný aj za to, aby nespôsobil vizuálne znečistenie životného prostredia. Porovnajme si auto pred desiatich, pätnástich alebo dvadsiatich rokov s dnešnými tvarovými riešeniami. Dizajnom sú od seba na míle vzdialené. Najmä vo formálnej diferenciacii a detailnom prepracovaní sme spravili nesmierny pokrok. Samozrejme, že nakoniec rozhoduje značka alebo znak na prednej kapote, ale identifikáciu so značkou dosiahnete iba presvedčivým dizajnom. Značka síce dizajn zastrešuje, ale práve dizajn je najdôležitejším posolstvom značky. **Automobil je v súčasnosti jedným z najpopulárnejších priemyselných výrobkov s veľmi zaujímavým prepojením funkčnosti a estetiky. Stále však silnejú hlasy upozorňujúce na pretrvávajúcu krízu tohto odvetvia spájanú s problémami v oblasti hospodárstva, ťažby ropy a ekológie. Aká bude podľa vás budúcnosť osobnej dopravy?** Osobná doprava alebo automobil, čiže možnosť odvieť sa kedykoľvek a kamkoľvek je na vzostupe. Už 120 rokov nám predpovedajú, že sa raz dostaneme do slepej uličky. Od vzniku automobilu sa ozývajú hlasy, že sa osobná doprava nachádza v kríze, že raz určite stroskotá. Ja len nerozumiem, kde by k tomu na globálne sa rozvíjajúcej Zemi mohlo dôjsť. Myslím si, že budúcnosť automobilu sa ešte len začala. Všetky kedysi okrajové produkty ako Mini Van, SUV, MPV alebo Crossover produkty sa na trhu už skoro etablovali. Želania zákazníkov sú čoraz individuálnejšie a dizajn slúži aj na vyjadrenie osobného postoja. Na rozdiel od katastrofických predpovedí som presvedčený o tom, že čoraz dôležitejší bude najmä automobil, v ktorom sa vyrobí kompletný exteriér aj interiér podľa individuálnych želaní zákazníka.



Automobil je emocionálnym produktom



NIKOLAUS VIDA KOVIC, šéfdizajnér,
Interior Design – Ford Europa, Kolín

Pre niekoho len obyčajný dopravný prostriedok, iný ním prezentuje svoj vysnívaný životný štýl. Aké miesto má automobil vo vašom živote? Automobil je pre mňa vyslovene emocionálnym produktom. Funkčnosť a kvalita predstavujú jeho základné predpoklady. Moja osobnosť sa však musí v neposlednom rade stotožniť s estetickou výpoveďou auta. Priemyselný dizajnér je povolanie, ktoré si vyžaduje široký záber vedomostí a skúseností z oblasti sociológie, ergonómie, výtvarného umenia a technológií. Na čom je založená práca dizajnéra v renomovanej automobilke, viac na voľnej fantázii alebo na praktickej efektívite? Jedno aj druhé. Vyvážený pomer týchto vlastností je fundamentálny. Dizajn áut si nesmieme predstavovať ako „one-man-show“, ale skôr ako výsledok úspešnej tímovej práce. V širšej verejnosti prevláda názor, že mnohé autá okrem kozmetických zmien často odlišuje iba znak na prednej maske. Aký podiel má pri tvorbe dizajnu automobilu úsilie o originálne výtvarné riešenie? Musí sa automobil prispôbovať všeobecným trendom? Popri dodržiavaní očakávaných trendov musí automobilový dizajnér vytvoriť novú DNA dizajnu, ktorá bude spolu s imidžom značky predstavovať pre zákazníka neodolateľný produkt. Dizajnér by si mal dať za cieľ dosiahnuť status lídra v odbore a svojou tvorbou určovať trendy. Automobil je v súčasnosti jedným z najpopulárnejších priemyselných výrobkov s veľmi zaujímavým prepojením funkčnosti a estetiky. Stále však silnejú hlasy upozorňujúce na pretrvávajúcu krízu tohto odvetvia spájanú s problémami v oblasti hospodárstva, ťažby ropy a ekológie. Aká bude podľa vás budúcnosť osobnej dopravy? Som presvedčený o tom, že osobná doprava sa zachová aj do budúcnosti. Našou úlohou je vedieť vždy ponúknuť individuálne dizajnérske riešenia.

Osobná doprava nikdy nezanikne



KLEMENS ROSSNAGEL, riaditeľ
Concept Design Audi Brand Group,
Mníchov

Pre niekoho len obyčajný dopravný prostriedok, iný ním prezentuje svoj vysnívaný životný štýl. Aké miesto má automobil vo vašom živote? Auto v mojom osobnom živote znamená viac ako len dopravný prostriedok. Vidím v ňom zdroj radosti, záujmu, emócií, osobného vyžarovania a individuálneho posolstva. Istým spôsobom je automobil umeleckým dielom. Priemyselný dizajnér je povolanie, ktoré si vyžaduje široký záber vedomostí a skúseností z oblasti sociológie, ergonómie, výtvarného umenia a technológií. Na čom je založená práca dizajnéra v renomovanej automobilke, viac na voľnej fantázii alebo na praktickej efektívnosti? Praktická efektívnosť nemôže existovať bez fantázie. Pri použití známych postupov však fantáziu zapájať nemusíme. K tvorbe automobilu sa napriek tomu snažíme pristupovať inovatívne, neustále hľadáme nové riešenia. Nezvyčajné riešenia si vždy vyžadujú zapojiť aj fantáziu. Kreatívny prístup je nevyhnutný pri práci dizajnéra aj inžiniera. Práve vďaka nim nové autá nielen lepšie jazdia, ale aj vyzerajú. V širšej verejnosti prevláda názor, že mnohé autá okrem kozmetických zmien často odlišuje iba znak na prednej maske. Aký podiel má pri tvorbe dizajnu automobilu úsilie o originálne výtvarné riešenie? Musí sa automobil prispôbovať všeobecným trendom? Názor, že všetky autá vyzerajú rovnako, je nesprávny. Mohli by ste tiež tvrdiť, že všetky kone vyzerajú rovnako. Majiteľ však svojho koňa určite spozná aj medzi stovkami iných. Prípadne sa nám môže zdať, že všetci Čiňania pôsobia ako jeden. Zjavne nie sme dosť senzibilní. Jedinečný vzhľad a charakter pritom v dizajne zohráva nesmierne dôležitú úlohu. Auto sa vám podarí predáť jedine v prípade, že ho zákazník dokáže odlíšiť od iného typu. Iba znak na prednej kapote určite nie je dostatočne silným argumentom. Nemôžem však poprieť fakt, že sa autá niekedy naozaj veľmi podobajú. Nájdú sa totiž automobilky, ktoré z úspešných modelov preberajú prvky, prípadne sa snažia kopírovať. Napriek tomu sme ešte nikdy nemali takú rozmanitosť tvarov a konceptov. V porovnaní s dneškom sa autá v tridsiatych alebo štyridsiatych rokoch podobali oveľa viac. **Automobil je v súčasnosti jedným z najpopulárnejších priemyselných výrobkov s veľmi zaujímavým prepojením funkčnosti a estetiky. Stále však silnejú hlasy upozorňujúce na pretrvávajúcu krízu tohto odvetvia spájanú s problémami v oblasti hospodárstva, ťažby ropy a ekológie. Aká bude podľa vás budúcnosť osobnej dopravy?** Osobná doprava nikdy nezanikne. Nedokáže ju ohroziť ani rozmáhajúca sa verejná doprava. Objavujú sa len stále nové problémy, napríklad s cenou ropy alebo so znečistením životného prostredia. Počas svojej storočnej histórie čelil automobil toľkým výzvam, že určite dokážeme vyriešiť aj tie dnešné. Myslím si, že autá tu budú vždy. Možno ich bude poháňať iba elektromotor alebo budeme musieť zmeniť veľkosť vozidla. Pokiaľ budú ľudia, budú aj autá.

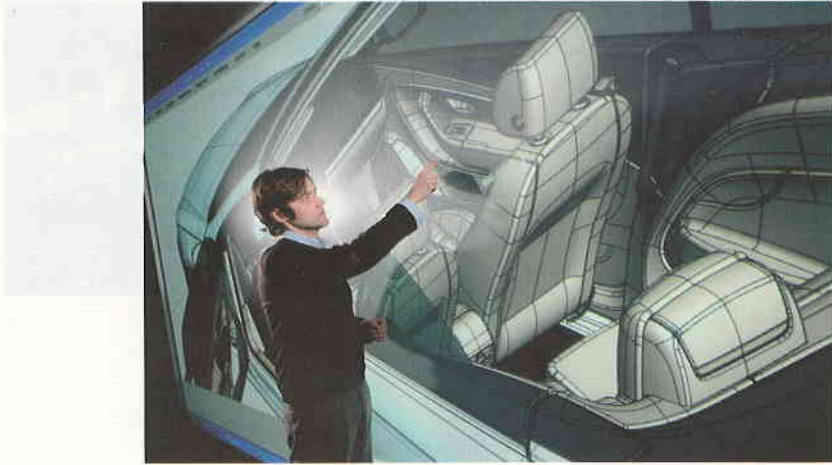
Byť ešte kreatívnejší a vynaliezavejší



PETER BALKO, dizajnér,
Interior design – Výskum a vývoj,
Volkswagen, Wolfsburg

Pre niekoho len obyčajný dopravný prostriedok, iný ním prezentuje svoj vysnívaný životný štýl. Aké miesto má automobil vo vašom živote? Automobil má v mojom živote asi rovnaké miesto ako u väčšiny vodičov. Čím viac sa blíži nutná návšteva benzínovej pumpy, tým je mi moje auto menej sympatické. Napriek tomu si bez automobilu neviem predstaviť bežný život, aj keby som chcel. Každodenne jazdím 40 km do práce a späť. To je 30-tisíc km do roka. Peši by som to asi nezvládol. Priemyselný dizajnér je povolanie, ktoré si vyžaduje široký záber vedomostí a skúseností z oblasti sociológie, ergonómie, výtvarného umenia a technológií. Na čom je založená práca dizajnéra v renomovanej automobilke, viac na voľnej fantázii alebo na praktickej efektívite? Dizajnér by nikdy nemal zabúdať na to, že jeho hlavnou úlohou je vytvárať kultúrne hodnotné a originálne riešenia poľudšťujúce stále rastúce množstvo techniky okolo nás. V každodennom pracovnom procese je totiž práve táto snaha brzdená miliónom rôznych technických, ekonomických či iných požiadaviek a obmedzení. A práve vtedy musíme my, dizajnéri, byť ešte kreatívnejší a vynaliezavejší, aby sme naše idey dokázali aspoň sčasti presadiť. V širšej verejnosti prevláda názor, že mnohé autá okrem kozmetických zmien často odlišuje iba znak na prednej maske. Aký podiel má pri tvorbe dizajnu automobilu úsilie o originálne výtvarné riešenie? Musí sa automobil prispôbovať všeobecným trendom? Pokiaľ originálne výtvarné riešenie ukáže potenciál prilákať zákazníkov, má aj automobilka o takýto dizajn záujem. Je to pochopiteľné. Samoučelné umelecké experimenty nemajú v takom technicky komplexnom a drahom produkte, akým je automobil, miesto. Možno aj preto je automobilový dizajn jeden z najkonzervatív-





nejších. Alebo inými slovami, automobilový dizajn je na takej výtvarnej úrovni, akú je väčšina zákazníkov ochotná akceptovať a zaplatiť. **Automobil je v súčasnosti jedným z najpopulárnejších priemyselných výrobkov s veľmi zaujímavým prepojením funkčnosti a estetiky. Stále však silnejú hlasy upozorňujúce na pretrvávajúcu krízu tohto odvetvia spájanú s problémami v oblasti hospodárstva, ťažby ropy a ekológie. Aká bude podľa vás budúcnosť osobnej dopravy? Vieme predsa odjakživa, že nerastné suroviny Zeme sú obmedzené a konečné. Pokiaľ však tento poznatok nezaútočí na naše peňaženky, nezmení sa výrazne ani naše správanie a návyky. Bohužiaľ.**



fi vývojové pracovisko
VW Wolfsburg

BAZ alebo ako sa navrhovali autá v Bratislave



81

text Ivan Schuster

foto archív autora

Vývojové pracovisko automobilov na Slovensku dnes neexistuje. Po roku 1989 zaniká jedna továreň za druhou, medzi nimi aj takmer všetky podniky špecializované na transport. Bratislavské automobilové závody so skvelými výsledkami a sľubnou budúcnosťou zavreli brány v roku 1992. Pred štrnástimi rokmi ukončilo hlavné mesto Slovenska nielen výrobu, ale najmä vývoj. Designum k téme Transport dizajn ponúka čitateľom krátku nostalgickú spomienku na vývojové centrum v časoch, keď Slovensko nebolo iba miestom veľkokapacitných montážnych liniek, ale samostatne sa podieľalo na myšlienkovom a tvarovom vývoji automobilov Európy.

Technické vylepšovanie ■ Samotné formovanie vývoja automobilov v Bratislave sa datuje rokom 1957 v rámci útvaru MARP (Mechanizačný a regeneračný podnik). Tri nasledujúce roky možno hodnotiť ako nábeh do činnosti plnohodnotného vývoja automobilov v Bratislave. Skupinu, ktorá sa zamerala na technické vylepšovanie automobilov, napr. motora vozidla PRAGA RN označeného potom ako RN-OHV, viedol vtedy Ing. Ivan Mičík. ■ Mičík, ktorý sa vrátil do Bratislavy z podniku TATRA v Kopřivnici so špecializáciou na motory, spolu s Ing. Milanom Plačkom skonštruovali spomínaný motor, ktorý sa vyznačoval zvýšeným výkonom a nižšou spotrebou. Jednou z ďalších ucelebných prác bolo riešenie tzv. Horského autobusu označeného ŠKODA 706-RO/H. Vznikol skrátením rámu a karosérie o segment jedného okna, čím sa dosiahla lepšia manévrovateľnosť na horských serpentínach – kratším rázvorom. ■ Ďalším významným pracovníkom tohto tímu bol pán Fridrich Hudec, odborník v oblasti konštrukcie a dizajnu karosérií (predtým pracoval v známej bratislavskej karosárskej firme DOUBEK).

Prvé vývojové stredisko – Tatra Bratislava ■ V roku 1960 vládne orgány rozhodli o vzniku závodu TATRA v Bratislave, a tak známa konštrukčná skupina, najmä Ivan Mičík, Milan Plačko a Fridrich Hudec vytvorili tím, ktorý tvoril základ vývojového oddelenia závodu TATRA Bratislava. Medzi prvými úlohami bolo riešenie koncepčne nového malého nákladného automobilu a minibusu TATRA na báze komponentov osobného automobilu T 603. Vznikol tak projekt a postavili sa funkčné vzorky netradičnej koncepcie vtedy pre Tatru, s motorom umiestneným vpredu a hnanou prednou nápravou. Tieto vozidlá – minibus s označením T 603 MB a nízkoplošinový valník s označením T 603 NP potom jazdili úspešné skúšky (viac Designum 2/2005). Na zjednodušenie a tým aj na rýchlejšiu realizáciu týchto vozidiel bola použitá predná časť kabíny z výliskov pre vozidlá TATRA T 805. Konečný dizajn týchto vozidiel bol riešený pracovníkmi Fridrichom Hudecom a Jánom Oravcom. ■ V polovici 60. rokov sa vyvinula a postavila funkčná vzorka výrazne modernizovaného osobného automobilu Tatra T 603. Vývoj tohto vozidla sa začal rokom 1963. Mimoriadna pozornosť sa venovala dizajnu karosérie, pričom bolo vyrobených päť vzhľadových makiet karosérie v skutočnej



g2.

g1 Prvé GARDE/RAPID vyrobené v BAZ, 1982 – 1985 a vyrobilo sa viac ako 3 700 kupé

g2 Minibus Tatra - na báze komponentov osobného automobilu T 603

g3 Konferenčný autobus

g4 TROPIC - špeciálna verzia nákladného automobilu T 138 pre exporty do tropických krajín

veľkosti, označených X1 až X5. Definitívne sa vybral návrh označený X5. Bol konštrukčne spracovaný a zrealizovaný ako funkčné vozidlo. ■ Počas činnosti VMV v rámci podniku TATRA sa pre túto firmu riešilo množstvo úloh. Uvediem aspoň niektoré. Pomerne významnou úlohou bolo riešenie kabíny nákladného automobilu T 138 tak, aby spĺňala tzv. „švédsku normu“. Išlo o pevnosť kabíny pri prevrátení vozidla. Ďalšou úlohou bolo napríklad riešenie plynulej regulácie pruženia podvozku nákladného automobilu T 137 prostredníctvom torzných tyčí. Zaujímavá bola aj úloha zameraná na riešenie zníženia hluku nákladných automobilov TATRA. Špecifickou úlohou bolo riešenie kabíny automobilu T 138 do tropických podmienok, tzv. TROPIC ■ Výrazne znakom týchto kabín bola laminátová strieška nad kabínou. Zdanlivo nenápadnou bola úloha riešenia unifikácie valníkových nadstavieb pre dopravu TIR, pričom zahŕňala celú škálu komponentov. Pretože v rámci VMV boli popri vývojových dielňach vybudované aj skúšobne – skúšobňa vozidiel a motorov, riešilo sa množstvo jednotlivých úloh zameraných na znižovanie hluku motora, zvyšovanie výkonu, tesnosti a na chladenie.

Spolupráca s Alfa Romeo ■ V roku 1969 došlo k novému usporiadaniu – závod a VMV v Bratislave sa začlenili do slovenskej VHJ (Výrobnohospodárska jednotka), pod VHJ OMNIA vznikol Závod na vývoj automobilov. V tomto období bol VMV orientovaný na riešenie zámeru výroby osobných automobilov na Slovensku. Mala to byť spolupráca s automobilkou ALFA ROMEO, ale súčasne sa riešila úloha pre automobilku LIAZ – ľahký nákladný automobil s nosnosťou 8 t, s výrobou vo Zvolenskom závode. Automobil bol riešený a postavený vo verzii valník so skrátenou kabínou a ľahkou valníkovou nadstavbou (s použitím vode odolnej preglejky) a s novým dizajnom interiéru kabíny. V roku 1971 vznikli Bratislavské automobilové závody (BAZ). VMV v Bratislave sa



g3.



g4



85

stalo ich súčasťou. O dva roky neskôr sa pôvodná orientácia automobilky zmenila z výroby osobných automobilov aj na výrobu s ťažiskom na dodávkových automobiloch – malých nákladných automobilov tzv. MNA. Vtedy vznikla prvá ucelená štúdia o možnosti riešenia takýchto automobilov, počínajúc malou a veľkou modernizáciou automobilu Š 1203 cez nové riešenia s rôznou nosnosťou (od 1.25 t, 0.9 t a 1 t) a rôzneho usporiadania a konštrukcie.

Zlatá éra škodoviek ¶ Keď sa počnúc rokom 1979 VMV/BAZ zapojil do prípravy automobilu ŠKODA kupé – typ Š 743, ktorý sa od roku 1982 vyrábal, hoci krátko v BAZ pod názvom GARDE/RAPID súbežne so závodom AZNP Kvasiny, vznikla štúdia a funkčná vzorka trojdverového kupé s motorom vpredu s názvom LOCUSTA a štúdia ľahkých dodávkových automobilov na báze Š 742 nazvaných FOURGONET s nosnosťou 450 kg. Z tohto projektu boli postavené tri vozidlá v rozdielnom vzhľadovom vyhotovení. ¶ Za zmienku stojí osobné vozidlo tiež na báze Š 742 nazvané OFICIÁL, ktoré malo klasickú koncepciu, teda s motorom vpredu – TAZ 1500 a poháňanou zadnou nápravou. Pôvodná karoséria sa rozšírila o 120 mm, čím sa dosiahlo pomerne pohodlné sedenie trom osobám vzadu. Na báze Š 742 bolo urobených ešte viacero štúdií a postavili sa funkčné vzorky. V tomto období už bola automobilka BAZ poverená aj vývojom stredného nákladného automobilu označeného SNA na civilné účely a STA – stredný terénny automobil na vojenské použitie. Išlo v podstate o náhradu už generačne prekonaného i technicky zastaraného nákladného automobilu PRAGA V3S, ktoré bolo inak veľmi úspešné v armáde a v lesnom hospodárstve. Napriek úspešným vojenským skúškam sa tieto vozidlá rovnako ako posledný pripravovaný dodávkový automobil MNA 1000 do sériovej výroby nedostali (ich predpokladaný nábeh na sériovú výrobu bol načasovaný na začiatok 90. rokov).

Z BAZ ku Volkswagenu ¶ V roku 1991 začína v priestoroch BAZ v Devínskej Novej Vsi pôsobiť koncern Volkswagen Slovakia. Prvým montovaným vozidlom tejto automobilky bol typ VW Passat. VMV v tomto roku zaniklo. ¶ Po zániku BAZ prejavil Ivan Mičík, ktorý sa najviac zaslúžil o vznik vývoja motorových vozidiel (VMV) v Bratislave, úsilie ešte pokračovať vo vývoji automobilov založením firmy MIBRA, aj keď len v úzkom zameraní na vozidlá humanitného charakteru ako vozidlá rýchlej zdravotníckej pomoci RZP a vozidlá na prevoz telesne postihnutých, tzv. vozičkárov. Bol postavený prototyp vozidla RZP vo verzii 4 X 4 s pohonnou jednotkou FORD a rozostavaný a nedokončený automobil na prevoz telesne postihnutých. Úmrtím Ivana Mičíka firma zanikla. Projekt vozidla RZP bolo v roku 1997 ocenené zn. Slovak Gold.



g6



g7



g8

Hudec, Oravec, Bíroš – mená, ktoré viedli ■ O tom, že vo VMV v Bratislave pracovalo množstvo schopných a talentovaných odborníkov, svedčí skutočnosť, že sa po rozpade Bratislavských automobilových závodov mnohí uplatnili vo viacerých zahraničných renomovaných firmách ako projektanti alebo riadiaci pracovníci vo svojom odbore – v procese vývoja a výroby automobilov, ale i v oblasti predaja a servisných služieb. Vo sfére dizajnu by som rád vyzdvihol troch pracovníkov VMV v Bratislave. V začiatkoch to bol Fridrich Hudec, popri ňom v 60. rokoch Ján Oravec a začiatkom 70. rokov mladý absolvent výtvarnej školy Milan Bíroš. Ten sa vypracoval na úspešného profesionála, o čom svedčí dizajn malého nákladného automobilu MNA 1000 z obdobia konca 80. rokov. ■ Z externých pracovníkov z oblasti dizajnu, ktorí sa zapojili do činnosti VMV, spomenieme aspoň moravského architekta prof. Otakara Diblíka v 60. rokoch a v 70. rokoch krátko pôsobiaceho architekta Václava Kasíka z Prahy. ■ Prierez činnosťou VMV v Bratislave si v súčasnosti možno pozrieť na výstave inštalovanej v Múzeu dopravy v Bratislave.

g5 Produkt S 720 ID (Ital Design - oficiálna firma pána Giorgio Giugara, s ktorým AZ NP Mladá Boleslav spolupracovala) mal byť vyrábaný v BAZ v 70. rokoch.

g6 T 603 X, komplexne modernizované vozidlo T2 603

g7 Jedna z prvých funkčných vzoriek MNA, označená M8, 70. roky

g8 Stredný terénny automobil, STA, pre armádu, 80. roky

Rozhodujú dobré idey



hi

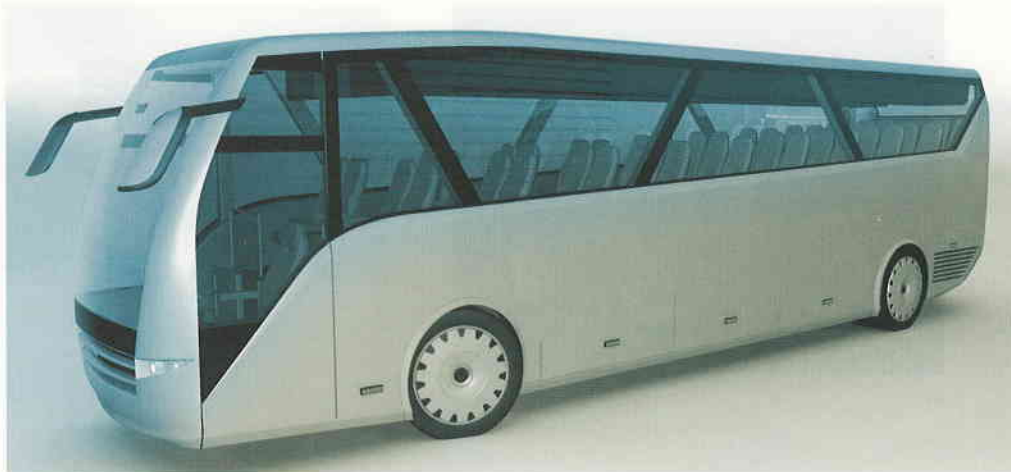
text Andrea Kopernická

foto Ľubica Hustá a archív Štefana Kleina

Študijný odbor transport dizajn má na Slovensku štrnásťročnú históriu. Paradoxne vznikol v čase, keď zanikalo jedno z veľkých vývojových centier v Bratislavských automobilových závodoch. Porevolučné euforické obdobie bolo plné ideálov, ale aj uvoľnenia smerom k novým spoluprácam a táto atmosféra zatienila predtuchu zániku, vymazania ideí a ich aplikácií na mape slovenského priemyslu. Rovnaká atmosféra iniciovala aj vznik ateliéru transport dizajnu na VŠVU v Bratislave. „Bolo to tesne po revolúcii, keď každý dúfal, že dizajnéri budú úspešní. Pretože dizajn k úspechu patrí a je predsa úplne bežné, že vysoké školy sa spolupodieľajú na výrobnom procese,“ hovorí Štefan Klein, zakladateľ a súčasný vedúci katedry.

Ateliér transport dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení je technologicky jedným z najlepšie vybavených odborov na škole s vysokou kompatibilitou. Tu nemáme na mysli domáce pole pracovných príležitostí pre absolventov. Mladí dizajnéri sa uplatňujú výlučne v zahraničných automobilkách. Katedra má priame kontakty s ich vedením, študenti absolvujú stáže a prijímajú ponuky vo Volkswagene, Forde či BMV. Štefana Kleina sme vyzvali priblížiť históriu ateliéru, ale aj niečo zo zákulisia štúdia v ateliéri plne vybavenom digitálnou technikou či 3D-kinom, technológiami, ktoré ho vyzdvihli medzi štyri najdôležitejšie v Európe.

Prečo sú nové technológie pre vás a pre vašich študentov také dôležité? Naše oddelenie je z hľadiska nových technológií na škole pionierom. Chceli sme študentom čo najviac priblížiť budúce firemné prostredie, a to si vyžaduje vytvorenie špičkového technologického zázemia. Snažíme sa, aby boli študenti tak metodicky vedení, aby ich firma už nemusela ďalej vzdelávať. Po skončení štúdia absolvent vie, čo je to rendrovanie, animácia, C&C frézovanie či 3D scanning. Z nášho pohľadu je zaujímavé skúmať, ako sú technologické bloky naviazané na seba a ako dosiahnuť čo najlepšie a najefektívnejšie výsledky. Takže kladieme dôraz aj na prípravu v ručnom modelovaní, čo je v podstate sochárska príprava. Spolu s prípravou kresby je rovnocennou skúsenosťou aj digitálna príprava. **Špecifikom VŠVU je, že úžitkové umenie, voľné umenie a dizajn využívajú spoločné priestory. Do akej miery je**



h2

pre transport dizajn dôležitá táto symbióza? V rámci školy funguje neustála diskusia s voľnými umeniami. Triangel voľné umenie, dizajn a priemysel funguje, a tak, ako by priemysel bez dizajnu nebol tým, čím je dnes, ani dizajn by nebol bez voľného umenia taký, aký je. Práve existujúca koncepcia školy spôsobuje zvýšený výskyt kvalitných ideí, čo k nám láka ľudí zo zahraničia. **Ako sa prejavuje talent pre oblasť transport dizajnu?** Prax je taká, že rozhoduje tvorivosť, tak ako v každej inej disciplíne. Ďaleko lepšie sa pracuje s ľuďmi, ktorí sú podrobení všeobecnému situ, ktorí sú dostatočne výtvarní a kreatívni a ktorí sa až počas štúdia rozhodnú prestúpiť na transport dizajn. Túto skúsenosť veľmi dobre ilustruje príklad vynikajúceho študenta Petra Balka, ktorý prešiel na transport dizajn zo sochy. Veľká časť študentov prichádza z iných oddelení a v ničom nezaostávajú. Takže predbežné školenie na začiatku či orientačnú prípravu



h3

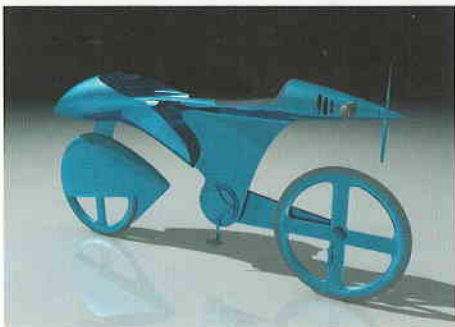


h4



h5

pred skúškami neakceptujeme. **Zmenili sa za štrnásť rokov nároky na študentov?** Nároky sú v podstate rovnaké. Ale čo musím skonštatovať – mení sa charakter a štruktúra vzdelania na stredných školách. Súčasní uchádzači sú oveľa menej orientovaní na formálnu stránku, ktorú predstavuje napríklad kresba, a pravdou je, že nemajú takú kresliarsku skúsenosť, ako by sme očakávali. Sú flexibilnejší, otvorenejší, menej zamilovaní do seba, vedia jazyky. Sú skúsenejší, vedia sa porovnávať. Predtým bol človek, ktorý mal informácie, výnimočný, a to mu dávalo pocit sebavedomia, ktoré bolo často preexponované, až neužitočné. Toto sa dnes stráca. Aj prijímací proces bol viac zameraný na formálnu dokonalosť, a keď mal byť študent tvorivý, zrazu nezabodoval. Práve kvôli formálnym požiadavkám prepadali veľké talenty. **Transport dizajn býval mužskou doménou. Ako je to so záujmom žien?** Tento rok máme po prvýkrát dve ženy. Minulý rok sme mali prvú lastovičku z ateliéru šperku. Optika žien je iná, ale je dobre, že aj naši študenti vidia, že existuje iný pohľad – je to príjemné prekvapenie. Po prvých zaváhaniach študentky aj manuálne zvládli zadanie, pričom výsledok bol poetickejší. **Zaujímali ste sa pri ich prijímaní na motiváciu?** Ešte som im nedal takú otázku, ale inšpirovali ste ma. **Dnes máte úzku spoluprácu so zahraničnými automobilkami. Aká cesta k nim viedla?** Keď sme v roku 1992 zakladali oddelenie, prvý argument za to bol, že tento segment priemyslu bol v bývalom Československu dobre rozvinutý. Na Slovensku boli fabriky na výrobu motocyklov, úžitkových vozidiel, zemné stroje, lokomotívy¹, nehovoriac o českom prostredí. Po dvoch rokoch začali firmy výroby dopravných zariadení chradnúť a krachovať, nielen pod vplyvom kapitálovej poddimenzovanosti, objektívnych skutočností, ale, žiaľ, aj pod vplyvom amorálnosti ľudí. Preto som začal hľadať inú stratégiu. Na autosalóne v Nitre som sa stretol s Jozefom Uhríkom, ktorý zakladal v Bratislavských automobilových závodoch Volkswagen. Našiel si čas na to, aby sa s nami rozprával. Prišiel nápad prepojiť školu a firmu. Generácia prvých študentov sa prezentovala dobre a naštartovala ďalšiu spoluprácu. **Čo vám táto spolupráca priniesla?** Prvý okamih, ktorý bol dôležitý pre vývoj oddelenia, bolo učiť sa jazyky, pretože projekt sa skončil stážou. Firmy nám priniesli technológiu, firemné prostredie a boli natoľko otvorené, že získali ku škole zaujímavý vzťah. Ako prvý to bol Nicolaus Vidakovic z Volkswagenu, ktorý po prechode do Fordu rozšíril náš okruh. On, ale napríklad aj Klemens Rossnagel z Audi pôsobili u nás ako hosťujúci profesori s jasne čitateľným pedagogickým vstupom. **V ateliéroch vznikajú zaujímavé návrhy, či už exteriérov, alebo interiérov áut. Aký je dôvod, ktorý bráni ich aplikácii v praxi?** Všeobecne platí, že pionier prepadá a ostatní z toho profitujú. To znamená, že počkajú, na čom sa popáli, a to, čo sa ujme, preberú. Trh je veľmi dobre monitorovaný, vie sa aj to, že je v oblasti áut konzervatívny. Preto sa inovácie robia veľmi opatrne. Na showcars vidíte potenciál, sú to modely výrazne výtvarné. Ale až po zistení spätnej väzby sa veci, ktoré zarezovali, integrujú do výroby. Je to racionálny proces, výroba nesmie urobiť chybu, pretože



h6



h7

by mohla byť osudná. Vývoj ide smerom k úspešnému produktu, ale treba ho vidieť aj v historickej špirále – spirit firmy stále zostáva. **Čoraz výraznejšie sa ozývajú varovné hlasy o obmedzených zásobách ropy. Kedy uvidíme prvé vozidlá na alternatívny pohon?** Samozrejme, že firmy majú už alternatívne produkty pripravené, ale ekonomika ich nepustí. Je stále jednoduchšie priviesť ropu ako začať vyrábať alternatívu a presvedčať o jej ekologických výhodách. Ale treba skonštatovať, že prístup ľudí sa zmenil. Spotreba sa znížila až na 50 percent na veľké autá v Európe. Otázka je, či bude zmena razantná, alebo plynulá. Napríklad Švédci majú už palivá z iných náhradných zdrojov v štátnej politike. **Mestské aglomerácie sú čoraz väčšie. Myslíte si, že klasický dvojestopový dopravný prostriedok bude dominovať aj v budúcnosti?** Firmy zatiaľ rozmýšľajú v klasických intenciách. Otázka je však tá, či sa budú mestá preľudňovať, alebo vyprázdňovať, ak bude úbytok obyvateľstva. Napríklad situácia v Paríži je stabilizovaná už niekoľko desaťročí, ale ľudia stále používajú klasické autá. Paradoxom však je, že predaj malých áut sa nezvyšuje. Jednak sú drahé a fyzikálne je väčšie auto na jazdu komfortnejšie. Je to otázka mnohých faktorov, ale aj renesancia bicyklov či skútrov určite nastane.

h1 Aeromobil, osobný projekt viacú-
čelovej diaľkovej prepravy, 2003

h2 Slovbus Volvo, prvé riešenie
(vizuálizácia), 2003

h3 Rušeň R 775 pre Martinskú
mechatronikú, a. s., 1996

h4 Trojkolka 1 (osobný projekt),
dopravný koncept spojenia medzi
mestami. Ultraľahké riešenie
dopravného prostriedku, ktorého
pohon zabezpečujú asynchrónne
motory so supermagnetmi, 2005

h5 Trojkolka 2 – City Car (osobný
projekt), 2006,
Minimalistická verzia dopravného
konceptu pre mesto na variabilný
pohon, s celohliníkovou konštruk-
ciou a maximálnou redukciou
rozmerov, dielcov, materiálov

h6 Rýchlostný bicykel s vrtulovým
pohonom (osobný projekt), patrí
k radu osobných projektov Šte-
fana Kleina bez obmedzujúceho
zadania a končiace vždy funkčným
prototypom, 2005

h7 Ecorider, sériová výroba CSM
Tisovec, 2001

Autoboomb (SK). Príbeh „rojka“ pokračuje.

text Tomáš Andrejčák

foto Ivan Kříž a archív ateliéru transport dizajnu

Autoboomb to nie je výstava špičkového automobilového dizajnu ani najnovších svetových štylistických trendov. Je to príbeh jedného nezvyčajného muža s otvorenou myslou, dizajnéra a pedagóga, ktorý tak, ako to majú dobrí dizajnéri robiť, stiera hranice medzi možným a nemožným.

V prípade Štefana Kleina to nie sú frázy. Iba ak by ste považovali Kleinov funkčný prototyp lietajúceho automobilu Aeromobil I z roku 1991, ktorým sa predstavil ešte ako diplomant, a jeho druhú vývojovú fázu z roku 2004 za dizajnérsku konfekciu. To však nie je sen, je to Kleinova prítomnosť sprevádzaná vzácnou prímiesou akejsi chlapčenskej hravosti a neústupčivosti. ■ Práve Kleinove futuristické sklonky kombinované so schopnosťou veci realizovať, sa stali strhujúcou motiváciou aj pre jeho študentov. Ako ukazuje Autoboomb, Klein dokázal počas pätnásťročnej pedagogickej kariéry pozdvihnúť slovenský akademický dizajn z prachu socialistickej šedivosti a najmä zbaviť ho provinčnosti. ■ Uveriť, že by mladí študenti, pre ktorých bolo kreslenie áut len vášnivým koníčkom, mohli raz pracovať v dizajnérskych centrách Volkswagenu, Audi, Bugatti či Fordu, bolo v skepse postkomunistických 90. rokov naozaj ťažké. Nie však pre Kleina, ktorého entuziazmus a pedagogické vizionárstvo priviedli ateliér už v polovici 90. rokov do sveta profesionálneho automobilového dizajnu a jeho študentov k prácam pre renomovaných automobilových výrobcov. ■ Autoboomb mapuje prvé projekty katedry s Volkswagenom, napríklad prostredníctvom prác Juraja Mitra a Jána Kameništiaka z roku 1996. A pokračuje ďalej. Rast profesionality je evidentný s chronologickým postupom expozície. Poliakov koncept futuristického superšportového kupé NOU7ON na báze Audi, kupé Manga v štýle „origami“ od Kišantala a Čulíkov retromonopost Ferrari, to všetko sú už sofistikované projekty obdarené žiarivou dávkou invencie, vnútornej logiky a funkčnej estetiky. Klein sa predstavuje najmä svojimi realizáciami z priemyslu. Tie sú samozrejme do istej miery poznačené technologickými limitmi zadávateľov a aj dobou svojho vzniku však patria ku Kleinovej kariére rovnako ako vizionárske aeromobily. Napríklad známy elektromobil LEA pre WUSAM Zvolen, golfový vozík pre poľský Malex či dva prototypy mopedov pre zaniknuté ZMV Kolárovo. Pri výstave Autoboomb sa teda neubránite otázke, či na výstave vyhráva Klein pedagóg, či Klein dizajnér? To azda nie je podstatné. Podstatné je, že Klein nainfikoval svojich zverencov voľnomyšlienkarstvom a kreativitou zbavenou akýchkoľvek konvencií – hodnotami, ktoré sú preňho také typické. Dokladuje to aj Čulíkova vizualizácia H3COPTER, lietajúceho jednomiestneho automobilu. Ako sa zdá, Kleinova láska k lietaniu a obdiv k pionierom aviatiky padli na úrodnú pôdu. Príbeh „rojka“, snívajúcom o tom, že každý raz bude môcť prísť do práce na vlastnom lietajúcom stroji, pokračuje. ■ Konceptii samotnej výstavy však rozhodne chýbal bližší výklad jednotlivých projektov, akási logická niť, bez ktorej pôsobili exponáty z rôznych vývojových etáp a od rôznych autorov bez





pozadia a histórie len veľmi nesúrodým dojmom. Hľadať súvis medzi aeromobilom, pôsobiacim na prvý pohľad ako „úlet“ fanatickeho garážového kutila, laminátovými elektromobilmi a modelmi futuristických športových kupé Kleinových študentov, je pre nezainteresovaného návštevníka, i keď milovníka dizajnu, naozaj ťažké.

Výstava Autoboomb (SK) sa konala od 23. 6. do 16. 7. 2006 v priestoroch design factory v Bratislave. Súčasťou výstavy bolo aj odborné sympóziu a kolokvium na tému Transport dizajn – vzdelávanie a prax, na ktorom prednášali Jozef Uhrík, Nicolaus Vidakovic a Štefan Klein. Usporiadateľ Slovenské centrum dizajnu, odborný garant Združenie automobilového priemyslu SR, partner výstavy Audi, viac info na www.sdc.sk

in pohľad do inštalácie výstavy

iz Peter Kišantaľ, Projekt BMW, 2004/5, 3. roč

i3 Matej Hreščák, Projekt Interiér FORD, 2006, 2. roč

i4 Michal Kukučka, Projekt AUDI, 2005, 2. roč

i5 Miroslav Jaško, Projekt AUDI, 2005, 4. roč



13



14



15

S novými výrobkami je veľa roboty



j

text Ľubica Hústá

foto Dominika Horáková, archív Milana Bíroša

V súvislosti s hlavnou témou čísla sme v rubrike Reál nemohli obísť priemyselného dizajnéra Milana Bíroša (1954). Čitatelia časopisu Designum ho možno poznajú ako čerstvého nositeľa Národnej ceny za dizajn (viac Designum 5/2005), ktorú získal za výškovo nastaviteľnú nájazdovú brzdú. Zaujímalo nás, ako vníma realitu dizajnéra v slovenskom strojárskom priemysle.

Na čom práve pracujete? Mám rozpracovaných viac návrhov, ale na ich dokončenie je ešte potrebný čas. Posledný rok som sa zaoberal najmä doladovaním aerodynamických a ergonomických riešení ultralightu – vírnika, ktorý na základe francúzskej objednávky vyvinula a vyrobila slovenská firma. Mimochodom jeho tvarové riešenie som navrhoval ešte v roku 2004 a v roku 2005 vo Francúzsku na výstave malých športových lietadiel a ultralightov získal ocenenie za netradičné tvarové riešenie. V minulom roku som sa venoval aj tvarovému riešeniu nájazdovej brzdy pre nemeckú firmu pôsobiacu na Slovensku. Potešilo ma, že získala Národnú cenu za dizajn. V súčasnosti pokračujem na jej ďalších verziách. **Ste skúsený dizajnér s dlhoročnou praxou. Máte osvedčený postup, ktorým sa riadite pri každom novom projekte?** Áno. Začína sa to už výberom projektu. Riadim sa najmä tým, ako ma daný problém osloví. Mám rád projekty, ktoré vyžadujú spojenie technického, konštrukčného, ergonomického a estetického riešenia. Potom nasleduje fáza odborných konzultácií so zadávateľom, s konštruktérmi a technológmi, na základe ktorých vzniká prvé tvarové riešenie. Najčastejšie sú to na začiatku škice a potom vizualizácie v mierke 1:1. Až po týchto prácach nasledujú priestorové modely končiace funkčným vzorom. **Dizajnéra ste robili aj pred revolúciou. Mohli by ste porovnať**

podmienky na svoju prácu vtedy a teraz? Dnes sú úplne iné technické možnosti spracovania návrhov. Kedysi sme pracovali za rysovacími tabuľkami. Počítače priniesli revolučné možnosti v tvorení aj v zobrazovaní návrhov. Okrem toho sa zmenila aj materiálová báza. Kým sa napríklad pred dvadsiatimi rokmi robili modely najmä z hliny a zo sadry, v súčasnosti existuje mnoho iných možností. Tie, ktoré sa dnes používajú pri výrobe, rozviazali dizajnérom ruky. Tým chcem povedať, že vtedy sme síce mohli nakresliť užasný tvar, ale za daných technologických možností by bol nerealizovateľný. Začiatkom 70. rokov som po škole nastúpil do vývoja v Bratislavských automobilových závodoch (BAZ). Ako prvý projekt som robil dodávkový automobil, ale nie taký, ako ho poznáme dnes. Vtedy sa zohľadňovala maximálna úžitkovosť a nie tvar. **Ktorý z projektov pred revolúciou hodnotíte z dnešného pohľadu ako úspešný?** V BAZ sa robilo všeličo a väčšinou na základe vládnych rozhodnutí. Od osobných automobilov cez dodávkové až po nákladné automobily, najmä vojenské špeciály. V množstve mojich návrhov a vyrobených prototypov bol podľa mňa najviac rozpracovaný aj pre úspešné zavedenie do výroby malý nákladný automobil MNA 1000. Vyvíjal sa v spolupráci s ruským Moskvičom. Ruská automobilka mala dodávať hnaciu jednotku s podvozkovými komponentmi a v BAZ-ke sa mala komple-



designum 3 - 2006



j3

tizovať s vybavenou karosériou vyrábanou na Slovensku. Tým, že boli projektované spoločné komponenty, automobily sa mali vyrábať zároveň aj v Rusku. To bolo z hľadiska rentability výroby veľmi zaujímavé vzhľadom na veľkosť ruského trhu. Historické zmeny v 90. rokoch ukončili to málo, čo chýbalo, aby sa tento automobil dostal do reálnej sériovej výroby. **Čím bol tento automobil charakteristický?** Tvarovo bol veľmi progresívny. Mám pocit, že by obstál aj v dnešnej obrovskej konkurencii. Jeho prototypy môžete vidieť v Múzeu dopravy v Bratislave. **Čo pre vás znamenal politický zlom v roku 1989?** Po revolúcii ostalo z BAZ len malé torzo. Je to škoda. Bol to veľký a slušne vybavený komplex, porovnateľný s Mladou Boleslavou. A to na vedomostnej aj technickej úrovni. V torze oddelenia vývoja som ešte navrhol trojkoľku pre LIAZ. Tá sa vyrobila v malej sérii. Myslím, že to bolo tiež tvarovo vydarené vozidlo. Získalo Národnú cenu za dizajn v roku 1995. Robili sa aj jeho modifikácie na rozličné využitie, napríklad na rekreáciu. Tá sa vyrábala vo Veľkom Krtíši, ale po chamtivých privatizačných problémoch sa výroba zastavila. Z hľadiska úspešnosti môžem spomenúť aj inováciu Daewo Avia, ktorá sa vyrábala sériovo tak, ako sme ju navrhli. Za zmienku stojí i tvarové riešenie autobusu Karosa, ktorý sa v nami navrhnutej podobe vyrába dodnes. **Ste priemyselný dizajnér na voľnej nohe. Ako získavate zákazky?** Mnohé z mojich

prác sa vystavujú na strojárskych a špecializovaných výstavách na Slovensku, ale aj v iných európskych krajinách. Nakoľko v dizajne už patríam ku skúsenej generácii, mám výhodu, že moje meno a práca nie sú odbornej verejnosti celkom neznáme. Vďaka tomu dostávam zákazky zväčša tak, že sa na mňa zadávateľia so svojou ponukou priamo obrátia, hoci nie je to pravidlo. Niektoré zákazky som získal tak, že som sa zúčastnil konkurzu, ktorý vypísala firma na tvarové riešenie svojho produktu. **Čo by mal vedieť priemyselný dizajnér, ak chce uspieť v praxi?** Technika ide veľmi rýchlo dopredu – to, čo bolo progresívne pred dvadsiatimi rokmi, je dnes už na pouštie. Čiže ten, kto nesleduje aktuálne dianie, má smolu. Je absolútne nevyhnutné byť zorientovaný. Navyše nielen zorientovaný, ale aj schopný aplikovať novinky hneď do svojej práce. Priemyselný dizajnér okrem toho musí sledovať vývoj komplexnejšie a mal by mať prehľad, či už v strojárскеj oblasti, ale aj v oblasti materiálov a technológií. Priemyselný dizajn nie je voľné umenie, priemyselné výrobky musia nielen lahodiť oku, ale musia byť i použiteľné, realizovateľné, bezpečné, ergonomické. Tých požiadaviek, ktoré musia splniť, je množstvo. Takže priemyselný dizajnér by mal okrem umeleckého vzdelania určite vedieť čítať výkresy – akékoľvek, pokiaľ to nevie, je hendikepovaný a nevie vo vývojovej výrobe, o čom je reč.



j4



j4

Okrem vedomostí z oblasti strojnictva, materiálov a technológií je vhodné, aby poznal i príslušné obmedzenia, ktoré kladie legislatíva – tej je značné množstvo. Spotrebiteľa v konečnom dôsledku nezaujímá, aký motor má auto – vždy predpokladáte, že jednoducho bude fungovať, a tak musia fungovať všetky veci, nielen autá. Dizajn nie je len styling. **Akú máte vy osobnú skúsenosť so zadávateľmi?** Aj dobrú, aj zlú. Niektorí sú korektní a niektorí špekulanti. **Myslíte, že výrobcovia na Slovensku stále ignorujú či obchádzajú dizajnérov?** Niektorí výrobcovia na Slovensku si myslia, že dizajnéra nepotrebujú, veď vývoj nových produktov je finančne náročný – jednoduchšie sa zdá zaviesť výrobu už „výbehových“ vzorov z iných „materských“ firiem zahraničných investorov. Na to nie je potrebný ani kreatívny a vzdelaný personál, stačí mať ľudí na linke. Niektorí výrobcovia aj cítia potrebu vyvíjať nové produkty, ale stále volia radšej pohodlnejšiu cestu. Takže vyrábajú podľa existujúceho zabehnutého zadania. Vtedy nemajú problém s odbytom. S novými výrobkami je veľa roboty.

Treba riešiť veľmi veľa problémov, stojí to peniaze, čas a je to neisté. Navyše firmy sú v tomto smere dosť neprofesionálne. Vymýšľajú sa náhradné riešenia – aby sa to mohlo vôbec vyrábať a predávať. Je to paradoxné, ale podľa mojej skúsenosti na Slovensku majú väčšiu odvahu podstúpiť tieto riziká malí výrobcovia. Z toho vychádza, že uplatnenie profesionálnych dizajnérov je veľmi obmedzené. **Koľkí z vašich rovesníkov, či spolužiakov sa dodnes venujú dizajnu?** Z absolventov, ktorí končili spolu so mnou, už nepoznám nikoho, kto by aktívne robil dizajn. Asi dvaja robia dizajn v oblasti architektúry. Zdá sa mi, že z mojej generácie som takmer jediný, kto sa dizajnu ešte stále venuje.

j1 trojkolka LIAZ získala Národnú cenu za dizajn v roku 1995

j2 Milan Bíroš s nájazdovou brzdou, za ktorú získal Národnú cenu za dizajn 2005

j3 vírnik, 2004

j4 MNA 1000, 1982

Scumboy

Jerszy Seymour prišiel do Bratislavy na pozvanie Clubovky. V garážach obchodného domu Atrium (odmietol prezentáciu v trendy priestoroch), kde mu ako rečnícky aj didžej-ský pult slúžil prevrátený kontajner na odpadky, odprezentoval svoju staršiu ale aj aktuálnu tvorbu. Častým bolo slovo scum. Scum je materiál – pena na báze polyuretánu, ktorej možnosti testuje a skúma. Výsledky sú pozoruhodné. Zrazu si uvedomíte, že potenciál materiálu sa končí tam, kde sa končia hranice jeho predstavivosti. A tie sú, ako to aktuálne vyzerá, zatiaľ v nedohľadne.

text Ľubica Hustá

foto Ľubica Hustá, archív Jerszyho Seymoura

Ako sa vám páčila Bratislava? Našli ste tu niečo inšpirujúce pre svoju prácu a výskum? Bolo tu pekne. Zažil som aj zaujímavé situácie. Čo sa týka mesta, páči sa mi. Z architektúry som mal možnosť vidieť najmä hotel Kyjev, ale zaujala ma aj výrazná hmota na budove SNG a obrátená pyramída. **A čo Petržalka? Pýtam sa, pretože vo vašom výskume so scumom sa vyslovene zaujímate o rôzne urbánne zákutia mimo vyblýskaných centier.** Je pravda, že často hľadám inšpiráciu na zanedbaných miestach a v rozpadávajúcich sa veciach. Z Petržalky som videl iba fragment. Moja prednáška sa konala v jej susedstve, takže som mal dobrý výhľad na bloky panelových domov. Keď sme skončili, išiel som s kamarátmi tým smerom a zastavili sme sa pri jednom pouličnom stánku s občerstvením. Páčilo sa mi to, skoro sa nám ani nechcelo ísť do centra. **Vaša prednáška počas Clubovky bola predovšetkým o scume. Kedy ste ho pre seba objavili a prečo ste mu podľahli?** Bolo to asi pred šiestimi rokmi. V tom čase som sa zúčastnil jedného workshopu so sklom. Konal sa v talianskom meste sklárov, v Murane. Bola to pre mňa veľmi inšpiratívna a veľmi

dôležitá skúsenosť. Práca so sklom, tak ako aj so scumom, je akčná. Urobiť niečo zo skla vám môže trvať nanajvýš štyri minúty. Skutočný čas, ktorý máte na výrobu, je krátky. K materiálu musíte mať teda veľmi dobrý vzťah, pretože sa zrazu v jednom momente deje veľa vecí naraz a vy ich musíte zvládnuť. Všetky sú pre konečný produkt rovnako dôležité. Sklo vám všade tečie, jeho teplota sa rýchlo mení atď. Vtedy som si uvedomil, že tento typ práce sa mi naozaj páči – je to freestyle. Musíte byť rýchly a vedieť improvizovať. To je jediný spôsob, ako dosiahnuť skutočne úprimné výsledky, ak teda nechcete robiť konformné veci len preto, že sa také všade robia. **Materiál, s ktorým pracujete, ste označili ako „sérum“ proti konzumu. Myslíte si, že sme už v masovej výrobe pokročili natoľko, že by dizajnéri mali prostredníctvom svojej práce začať „liečiť“ ľudí?** Možno som až tak nemyslel na sérum ako na liek, ale ako na akýsi postoj k veciam okolo nás. Určite si nemyslím, že môžem scumom ľudí liečiť (smiech). To sa ani nedá. Ide mi o to, že na dizajn sa môžete pokojne pozeráť z celkom inej strany ako z pohľadu obchodnej mašinerie. Každý



k1



k2



k1 Jerszy v Bratislave. Odfotený na mieste podľa jeho výberu.

k2 príbytok zo scumu, 2002

k3 lampa zo scumu, 2004

k4 skatepark zo scumu, 2003

k5 váza, workshop v Murane, 2000

k6 dvojplatnička Easyclean, 2001

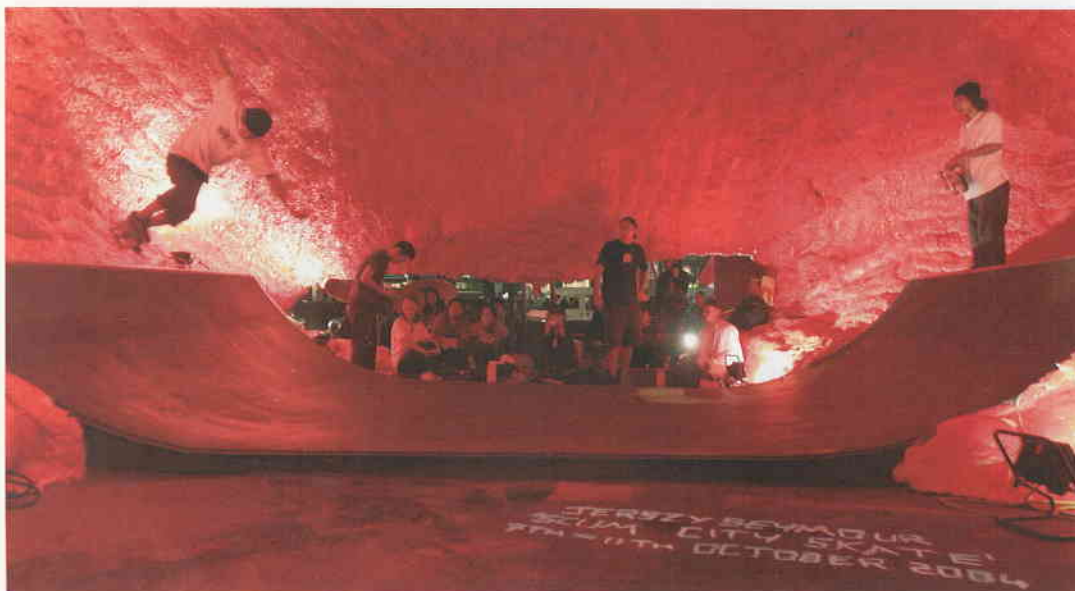
k7 stoličky Easy, vyrába Magis, 2004

k8 reproduktor zo scumu, 2005

k9 expozícia zo scumu v Bruseli, 2005

dizajnér musí riešiť aj vnútornú otázku spojenú so zmyslom toho, čo vlastne robí. Osobne sa snažím vyhľadávať hlavne projekty, pri ktorých nemusím dodržiavať žiadne hranice či podmienky priemyselného využitia. Dizajn nemusí byť predajný ako chlieb, dizajn musí žiť po svojom, nemusí byť ani pevný. Je závislý iba od skúsenosti – poznania. **Viacere z vašich doterajších projektov majú charakter výskumu. Akoby výstupom a cieľom vašej práce mal byť práve on. Okrem toho sa zjavne rád pohybujete v teritóriu voľného umenia. Neoficiálne. A napriek tomu sa vám otvárajú dvere galérií. Ako vnímate sám seba – vedec – umelec – dizajnér?** Samozrejme, že väčšina mojich projektov nie je len o dizajne, ale to je možno na inú diskusiu. Snažím sa robiť to, na čo mám chuť. Pritom však samozrejme musím robiť aj niečo, čo sa vyrába a predáva, ale tých vecí je len zopár – doteraz tak desať. A sú to väčšinou dobré produkty (smiech). Nechcem navrhovať stovky nepotrebných vecí a podieľať sa na produkcii odpadkov. Aj preto väčšinou vyhľadávam možnosť realizovať svoje vlastné nápady. To však neznamená, že mnoho ľudí

nemôže práve toto moje úsilie považovať za odpad... (smiech). **Aké myslenie – aké idey vás v poslednom čase silnejšie oslovili a ako sa premietajú do procesu vašej tvorby?** Práve čítam Waldena od Henryho Thoreau. Je to známy príbeh o mužovi, ktorý sa vyberie do lesa s tým, že tam prežije dva roky sám a úplne izolovaný od okolia. Aj po 150 rokoch kniha podnecuje k úvahám o ekonomickej sebestačnosti, dobrovoľnej skromnosti a o vzťahu človeka k prírode. Thoreau napísal ešte jeden známy text. Vznikol, keď bol vo väzení, a volá sa Občianska neposlušnosť. Obhajuje predpoklad, že občan môže aktívne konať v prípade, že nesúhlasí s konaním vlády. To sa mi páči. Bolo to v čase, keď Amerika bojovala proti Mexiku a keď ešte riešila problém s otroctvom (polovica 19. storočia, pozn. redakcie). On s otroctvom ani s vojnou nesúhlasil, takže ako spisovateľ nemohol robiť nič iné než to, že ako občan prestal platiť dane, a preto sa dostal do väzenia. Myšlienka, že môžete urobiť niečo proti tomu, s čím nesúhlasíte, sa mi páči. Thoreau bojoval aj proti záclonám, ktoré podľa jeho názoru len zaciľňajú ľuďom vo výhlade. (smiech)



k4

k5



k6





k7

A čo sa týka vašej praxe? Onedlho budem viesť workshop (v rámci ECAL v Lausanne, pozn. redakcie), ktorý som nazval Being there (Byť tam). Ide len o to, byť tam. Študentom poviem: „Tento týždeň môžete žiť, ako chcete, a robiť, čo chcete, ale len s prostriedkami, ktoré práve máte.“ Možno nič neurobia, nemusia. Môžu začať hocikde, aj priniesť hotové nápady. Ide o špecifický intelektuálny minimalizmus, a to sa mi páči. Študenti majú príležitosť prežiť jeden týždeň len tak, bez pomôcok, ktoré im uľahčujú výrobu produktu. Mali by si uvedomiť, čo to znamená niečo vyrábať a načo. Tým sa z myšlienky na dizajn stane proces. Väčšina ľudí uvažuje stereotypne, že v dizajne musí byť na konci vždy výsledok – produkt. Napríklad stolička – bežne si myslíme, že stále existujú dôvody na to, znovu navrhovať nové stoličky. Ja si myslím, že v istom zmysle tie dôvody neexistujú. Robil som síce jednu pre Magis, ale bol to skôr vzdelávací projekt. Veľa som pochopil, ale dúfam, že už žiadne stoličky nebudem musieť navrhovať. Hoci práve teraz robím na niečom, čo bude možno stoličkou. (smiech) **Rozmýšľate o nejakom novom produkte, ktorý ešte**



k8

neexistuje? Iba budúca skúsenosť ešte neexistuje, napríklad nová skúsenosť so stoličkou. Ak teda nájdem dôvod na to, vyrobiť stoličku, tak potom jednu urobím. **Keď sme pri budúcnosti? Do akej miery sa ňou zaoberáte? Je odpoveďou na budúcnosť váš nedávny projekt Future manifesto?** Future manifesto bol dosť apokalyptický projekt. Stánok, ktorého úpravu mi zverili, stál v strede obrovského komerčného veľtrhu. Všetci naokolo sa snažili zaujať svojimi krásnymi farebnými výrobkami a sofistikovanými inštaláciami. Ja som chcel urobiť niečo úplne protikladné – škaredé. Noc pred začatím sme stánok zastreikali špinavou farbou. Niektorí ľudia boli šokovaní, aj firma, ktorú sme zastupovali, sa s tým chvíľu nevedela vyrovať, ale nakoniec boli spokojní. Ľudia vycítili, čo je autentické a čo vzniklo kvôli peniazom. Nebol to skutočný manifest, iba sme uvažovali o tom, ako by dizajn mohol vyzeráť. Boli sme tvrdí, všetko sme urobili úplne naopak. **To sú dosť provokatívne aktivity.** Myslím si, že ľudia chcú byť slobodní v tom, čo robia, ak sa nerozhodnú dobrovoľne obmedzovať tým, že by mali byť bohatí alebo slávni a podobne.



Aj ja som šťastný, keď môžem robiť veci tak, ako chcem a v realite, ktorú dokážem kontrolovať. Robiť pre Magis je OK, ale nie stále. Teraz napríklad chystám jeden projekt v Berlíne – mestský mobiliár zo scumu. Nie je to oficiálny projekt, iba moje vlastné rozhodnutie. Jedno ráno sa ľudia zobudia a všade budú bubliny na sedenie. **Invázia?** Tak trochu. Ale veľmi funkčná. Ľudia si budú môcť sadnúť.

Viem, že máte rád grafity a neoficiálnu urbánnu kultúru. Áno, niečo sa mi páči. Robiť umenie vo verejnom priestore je dobré. Je to jediný priestor, ktorý je slobodný. Existujúce kanály umenia už podľa mňa slobodné nie sú. Galérie potrebujú zarábať, médiá potrebujú zarábať. Vonku môžete urobiť, čo chcete. Hoci to možno nikoho nebude zaujímať. Preto ide toľko mladých ľudí robiť umenie na ulicu. Je v tom veľmi veľa energie. Aj dizajn sa dá robiť vonku – chcem ukázať, že sa dá robiť mimo priemyslu, že tu existujú aj iné – myšlienkové štruktúry na jeho realizovanie.

Jerszy Seymour (1968) s kanadsko-nemeckým pôvodom už niekoľko rokov čerfí hladinu klasického vnímania dizajnerskeho produktu. Je radikálny a neústupný v tom, ako systematicky ide za svojou predstavou. Jeho radikálnosť neostala bez odozvy a úroveň jeho doterajších prác vzbudzuje v odbornej verejnosti rešpekt. Seymourovi sa otvárajú dvere na prestížne univerzity, do galérií aj u progresívnych výrobcov. Napriek tomu žiadne hviezdne maniere nepostuje. Naopak, dosť sa bráni svetu konzumu a zhrňaniu vecí.

Zmiznutá kaviareň Bystrica

text Ľubica Hustá

foto Bernd Preiml a archív

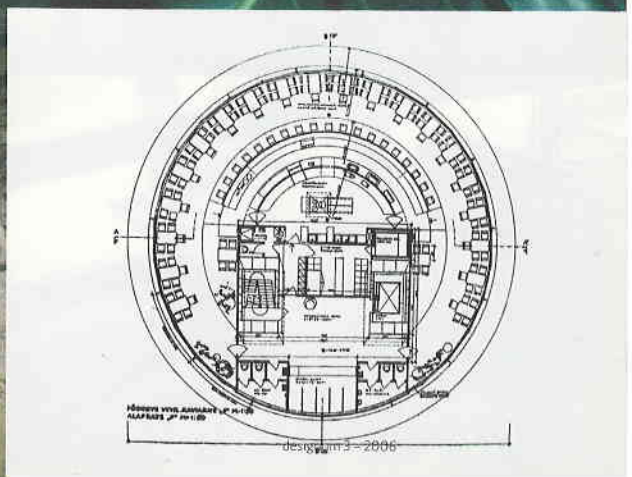
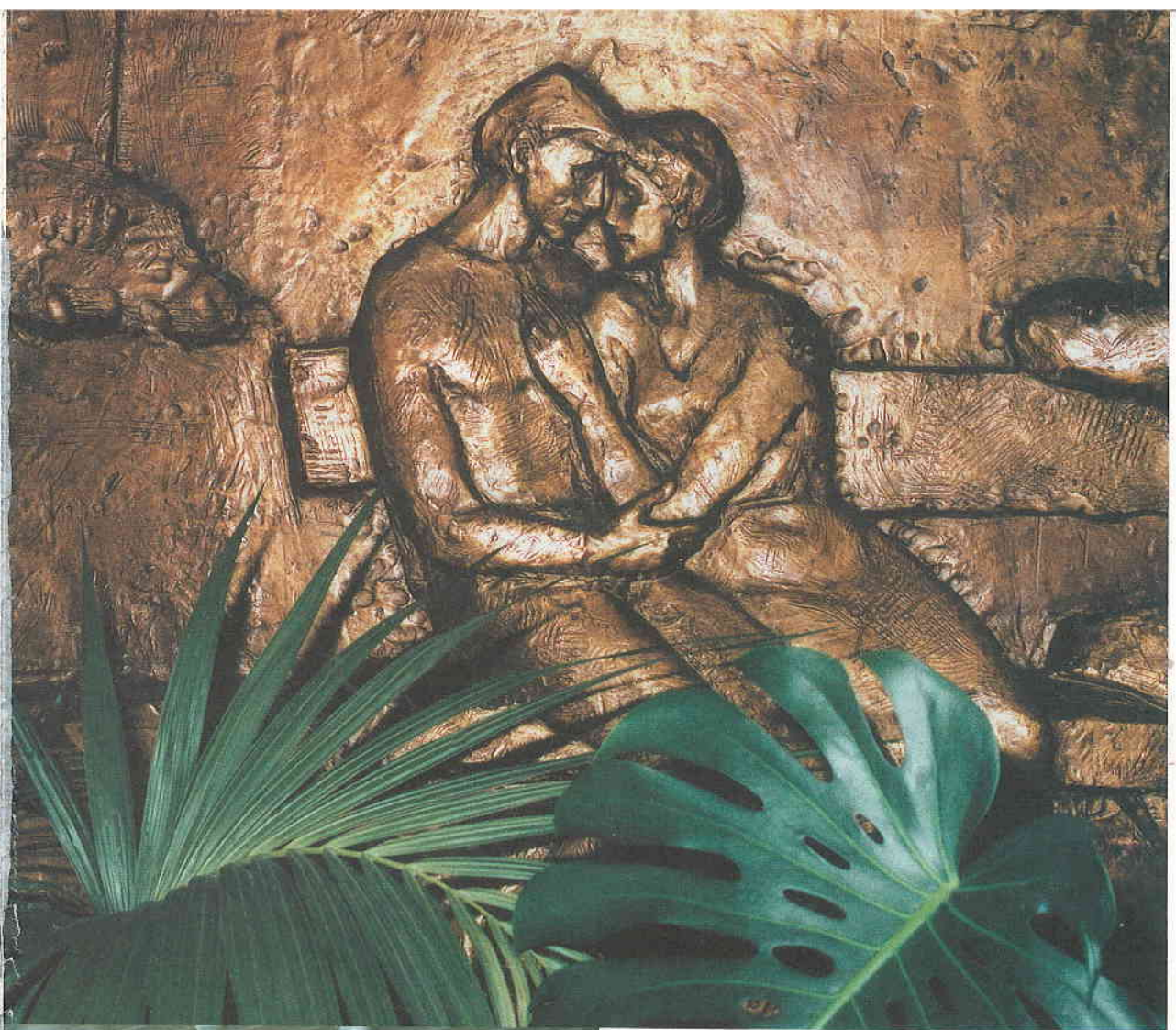
Ak by existovala hitparáda architektonických symbolov Bratislavy, most SNP by vedľa hradu či televízneho vysielača Kamzík patril jednoznačne na jej popredné miesta. Od roku 1973 prepája historické centrum a petržalskú stranu Dunaja. Jeho asymetrická kompozícia vizuálne rafinovane vyvažuje pravú a ľavú stranu rieky. Pocit rovnováhy vytvára najmä objekt v tvare disku¹, ktorý je situovaný v úrovni hradnej dominanty, ale na opačnej strane. Disk, zohráva nielen kompozičnú, ale aj statickú úlohu. Zaťažuje pilier a vyrovnáva tlaky mostu. Leží na naklonenom „dvojnohom“ deväťdesiatmetrovom pilieri. V tomto objekte bola a opäť je vyhlídková kaviareň. O nej bude reč. Nie však o tej súčasnej, ale o tej ktorá zmizla. Volala sa Bystrica.

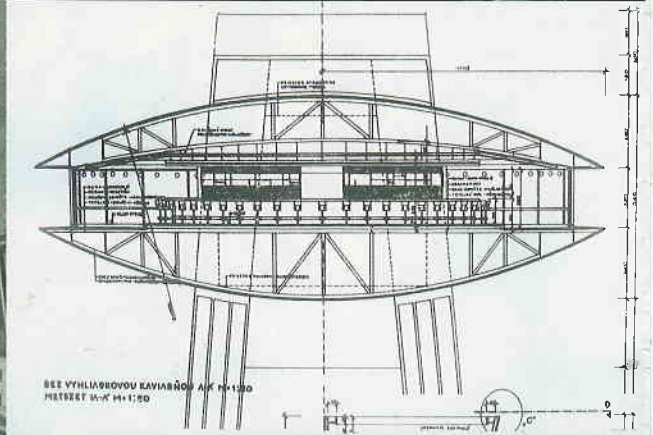
S pôvodným mostom SNP – dnes Novým mostom sa spája veľa legiend. Navyše od svojej kolaudácie vzbudzuje v obyvateloch mesta silné emócie. A to najmä negatívne. V posledných rokoch sa to mení. Nový most sa stal v celoštátnej verejnej ankete v roku 2001 Stavbou storočia². Za negatívne emócie môže hlavne situovanie mosta a likvidácia starého podhradia a synagógy. Architekti za to však nemôžu. O tom, kde bude most situovaný, bolo rozhodnuté dávno pred súťažou o jeho podobe³ a ani likvidácia rozpadávajúceho sa historického podhradia nebola ich požiadavka⁴. Okrem toho jeho autori, architekti Jozef Lacko⁵, Ladislav Kušnir a Ivan Slameň, upadli v čase jeho vzniku do nemilosti nielen u zle informovanej verejnosti, ale aj v oficiálnych architektonicko-straníckych štruktúrach. Dovolili si „nevhodne“ komentovať inváziu spojeneckých vojsk v roku 1968. Prišiel dištanc. To znamenalo, že neboli pozvaní ani na začatie prevádzky mosta. Otvorenie sledovali z davu. Most však stojí a jeho inžinierske a vizuálne kvality sú nepopierateľné. V období vzniku to bol napríklad jediný komorový most na svete, ktorý mal pilier umiestnený mimo koryta rieky. Okrem architektov sa na tom podieľali aj vynikajúci statici a zvérači. My sa však sústredíme na kaviareň, ktorú si mnohí pamätajú najmä ako cieľ nedeľných rodinných výletov. Chuť zmrzlinového pohára a mirindy ešte stále nenápadne vypláva na hladinu spomienkového mora. Okrem občerstvenia bola samozrejme lákadlom najmä skvelá vyhládka, a to nielen na Bratislavu, ale aj ďalej za obzor, do nedostupného kapitalistického Rakúska. Pôvodný, novými prenajíma-

telmi v nedávnom období bez okolokov zlikvidovaný interiér, bol dielom architektov mosta. Zo spomínanej trojice to boli hlavne Ladislav Kušnir a Ivan Slameň, ktorí riešili jej zariadenie. Tvar objektu, jeho funkcia a prevádzkové požiadavky určili rozvrhnutie priestoru.

Ako spomína Ladislav Kušnir: „Koncept interiéru vyhlídkovej kaviarne vychádzal v prvom rade z funkcie, hoci pôvodne sa uvažovalo iba nad vyhlídkovým priestorom, ale potom sa nám zdalo rozumné využiť ho aj ako kaviareň. Tvarovanie a dizajn jednotlivých prvkov, ale aj celého zariadenia vychádzal čiastočne z kruhového pôdorysu. Najprv sme uvažovali nad sedením. Rozhodli sme sa pre polokaviarenské – poloreštauračné sedenie, ktoré sme umiestnili lúčovito po vonkajšom obvode kruhového priestoru tak, aby návštevník mal čo najlepší výhľad na panorámu.“ Sedenie bolo čalúnené, vždy dve pozdĺžne sedačky oproti sebe a medzi nimi stolík. Bolo vyrobené na mieru na Morave. Sedačky mali opierku asi do polovice chrbta – tak, aby čo najmenej narušali panorámu. Tá presakuje celým priestorom. Prepojenie exteriéru a interiéru je tu naozaj pôsobivé. A v hlavnom meste nemá konkurenciu. Asi to spôsobuje kruhový priestor a potom samozrejme súvislý rad naklonených celostenových skiel – okien, ktoré ho okrem malej prerušenej časti foyeru a toaliet oddeľujú od exteriéru. Vyhládka robí z tohto miesta unikát.

Pôvodný barový pult sledoval asi tretinu vnútorného obvodu kruhu. Mal čalúnené čelo a antikorový pult. Barové stoličky boli tiež čalúnené. Bar tvoril ešte systém jednoduchých úložných polic.





„Do stredu kruhu medzi dva nepravidelne stĺpy sme umiestnili barový pult a za ním schovali prevádzkové zázemie – kuchyňu. Z kuchyne sa dá zostúpiť aj do nižšieho podlažia, kde sú sklady. Barový pult a čalúnené barové stoličky boli vyvýšené o jeden stupeň tak, aby bol dobrý a nerušený výhľad na mesto aj od baru a zároveň sa tak zvýšil strop spodných skladovacích priestorov. Medzi zužujúci sa priestor stĺpov smerom k Petržalke – vtedy ešte bez sídliska – sme situovali hygienické zariadenia. Do hlavného priestoru sa dalo vchádzať z oboch strán malého vstupného foyeru, kde ústi výťah.“ Kedysi tam bola aj vstupná šatňa a predajňa suvenírov. A vo výťahu vám robil spoločnosť liftboy.

Pôvodne mal byť v kaviarni iný, na mieru urobený stropný podhľad. Aj sa vyrobil, ale nakoniec sa nepoužil. „Podhľad mal guľový polomer a bol atypický, na mieru vyrobený v Letňanoch v Čechách. Boli to vytlačané, do trojuholníkov lisované prvky – z hliníkového plechu, ktoré sa na mieste pospájali a smerom k baru sa zužovali v troch medzikružiach. Zdalo sa nám to najvhodnejšie priestorové plastické riešenie. Z toho mali visieť jednoduché guľové svietidlá, ktoré sme vybrali z vtedajšej ponuky na trhu.“ Nakoniec to dopadlo inak. Pri umiestňovaní podhľadu na mieste sa zistila stavebnícka chyba. Kruh nebol dokonalý. Stavebníkom ušlo 24 cm. Tie spôsobili, že matematicky náročne exaktne vypočítaný a na mieru vyrobený strop nakoniec skončil v sklade. Architekti museli flexibilne vymyslieť iné riešenie. Našli ho vo vtedy populárnom typizovanom výrobku Feal. Okrem neho použili aj hliníkový obklad, do ktorého

obliekli interiér kaviarne aj hygienických zariadení. Pôsobil progresívne kovovo. Vybraný štíhly účkový profil a strieborná farba povrchu dodávali priestoru isté high-tech kvality – hoci podľa L. Kušníra nebolo toto riešenie najideálnejšie, lebo neprilahlo dokonale. Podlahovinou boli jednofarebné koberce. Súčasťou reprezentatívneho spoločenského interiéru, ako bolo v tom čase zvykom, bolo aj výtvarné dielo. V Bystrici to boli mohutné bronzové reliéfy od sochára Jána Kulicha⁶ na tému alegórie prechodu cez Dunaj. Alegória bola, ako bolo v tej dobe zvykom, až príliš alegorická. Celkovo interiér charakterizovala redukcia na základne tvary, typická pre modernistickú koncepciu priestoru.

Dnes je už Bystrica minulosť. V jej priestoroch pristálo UFO. Noví prenajímatelia využili ľudový názov, ktorým Bratislavčania oddávna označovali toto miesto pre jeho príznačný tvar. Kaviareň je iná. Je „trendy“ a je pre solventných a s ušom nemá veľa spoločného. To by až tak nebolelo. Bolí skôr to, že na Slovensku ešte stále nie sú jasne chránené autorské práva a že v „stavbe storočia“ sa pôvodný autorský interiér nahradí bez mihnutia oka, bez diskusie len preto, že si to tak želá jeho nový solventný prenajímateľ.

Súťaž na stavbu sa konala roku 1968, stavba bola realizovaná v rokoch 1972 – 73.

Ďakujeme architektom Ladislavovi Kušnírovi a Ivanovi Slameňovi za pomoc pri príprave článku.

¹Pôvodne uvažovali nad trojuholníkovým tvarom, ale nakoniec kvôli rovnomernému zaťaženiu vybrali tvar disku.

²Celoštátnu anketu STAVBA STOROČIA organizovalo Združenie pre rozvoj slovenskej architektúry a stavebníctva.

³V čase, keď ešte Petržalka bola iba dedinou, určila urbanistická štúdia týkajúca sa premeny Petržalky na satelitné mesto z roku 1967 polohu piatich nových mostov cez Dunaj. Prvý sa postavil Most SNP.

⁴Projekt realizoval Dopravoprojekt, ktorý si vypracoval samostatný návrh. Autori sa pokúsili navrhnuť model okružnej komunikácie, ktorá by rešpektovala budovu židovskej synagógy. Dopravoprojekt to odmietol.

⁵Prof. Jozef Lacko (1917 – 1978) bol hlavným architektom.

⁶Reliéfy sa v priestore vraj nachádzajú aj dnes, ale sú zakryté obložením.

Použitá literatúra:

Časopis ¾ revue, č. 13
Oliver Reháč, Zuzana Černáková:
Urban Stories, Nový Most,
Bratislava.

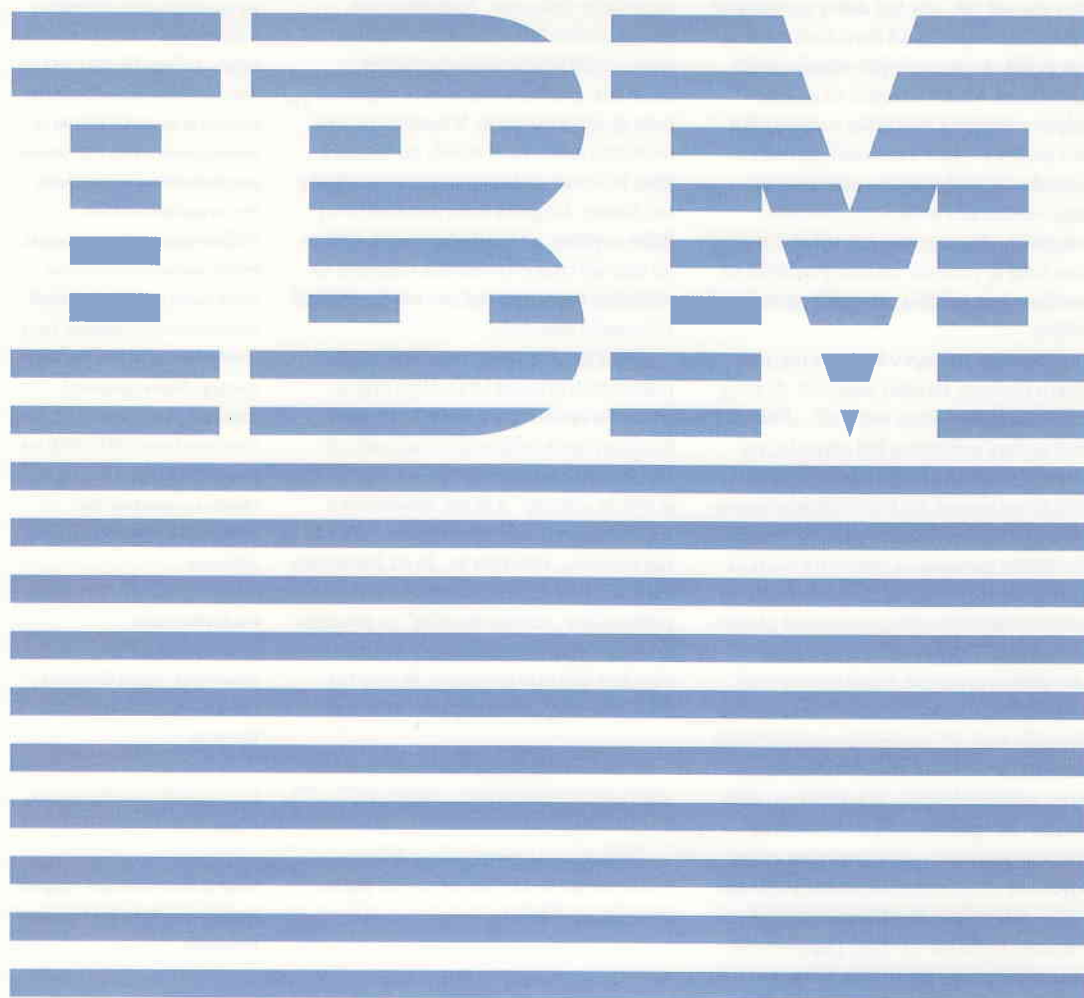
b1 detail reliéfu z interiéru Bystrice,
2003

Skupina dokumentačných fotografií
interiéru bola zhotovená tesne pred
likvidáciou.

Ľovojuňová moderna 2

text Zdeno Kolesár

foto archív autora





11 Alexey Brodovitch – Billboard propagujúci pivo, 1933

Popri Švajčiarsku, ktorému sme venovali predchádzajúcu časť nášho seriálu, sa po 2. svetovej vojne najvýznamnejším ohniskom rozvoja modernizmu stali Spojené štáty. Táto krajina s bohatými tradíciami v oblasti tlače i reklamy sa spočiatku stavala k modernistickým tvorivým princípom nedôverčivo. Moderna bola v „Novom svete“ importom. Pôdu na jej prijatie pripravili začiatkom 30. rokov 20. storočia dvaja rodáci z východnej Európy. Syn tureckých rodičov žijúcich na Ukrajine Mehemed Fehmy Agha sa do USA dostal cez Paríž a Berlín. V roku 1928 sa stal vedúcim grafikom amerického vydania časopisu Vogue a postupne pre vydavateľa Condé Nasta upravoval aj ďalšie výpravné periodiká. V konzervatívnom americkom prostredí presadil bezpätkové písmo, asymetrické kompozície, veľké nepotlačené plochy a dôraz na fotografické reprodukcie. Vynikajúci kresliar Agha však na obálky Vogue, Vanity Fair a ďalších časopisov prinášal i eleganciu parížskeho art deco. Zároveň sa stal jedným z prvých reprezentantov profesie art direktora – výtvarného režiséra grafického produktu. Agha podľa vopred definovanej výtvarnej koncepcie najímал fotografov a výtvarníkov, časopis sa pod jeho dohľadom stával súdržným celkom



12 Mehemed Fehmy Agha – Obálka časopisu Vanity fair, 1929



13 Paul Rand



14 Bradbury Thompson – Písmo Monalphabet, 1945

pozostávajúcím z harmonicky komponovaných dvojstrán. Podobne komplexne spracovával časopisy ruský rodák Alexey Brodovitch, ktorý sa v roku 1930 dostal do USA po tom, čo skúsenosti získaval v Paríži. V časopise Harper's Bazaar (ako art direktor ho viedol od roku 1934) sa usiloval o dokonalú súhru písma s obrazom. S fotografiami súladili texty zalamované do zložitých útvarov pripomínajúcich experimenty futuristov a dadaistov.

Po svetobežníkoch Aghovi a Brodovitchovi sa do Spojených štátov priliata vlna politických emigrantov opúšťajúcich horúcu európsku pôdu, na ktorej sa schylovalo k 2. svetovej vojne. Patrili medzi nich i protagonisti radikálnej „bauhausovskej“ moderny László Moholy-Nagy a Herbert Bayer. Moholy-Nagy sa v Chicagu v roku 1937 pokúsil zriadiť Nový Bauhaus, ktorý síce čoskoro pre finančné problémy zanikol, no krátko nato založený Inštitút dizajnu v rámci chicagského MIT funguje podnes.¹ Finančne ho spočiatku podporoval najmä chicagský podnikateľ Walter P. Paepcke. Ako jeden z prvých amerických priemyselníkov docenil význam grafického dizajnu a osobitne jeho moderných foriem pre obchodnú expanziu. Paepckeho Container Corporation

of America má ústredné postavenie v dejinách corporate identity (firemného štýlu). Pracovali pre ňu Cassandre, Carlu, spomedzi exponentov moderny okrem Moholy-Nagya napríklad i Herbert Bayer, niekdajší kľúčový pedagóg Bauhausu.

Americké prostredie napokon prijalo modernistický „internacionálny štýl“, no do jeho racionálneho poriadku vnieslo viac farebnosti, energie a intuitívnych riešení. Oproti Európe zameranej viac na dokonalú formu, jednodu a čistotu výrazu, charakterizuje Spojené štáty pragmatickejší prístup k dizajnu zdôrazňujúci jeho komerčnú funkciu. Grafický dizajn sa dominantne viazal na reklamu a konečným meradlom kvality nebola formálna dokonalosť, ale predajnosť výrobku či služby. Dobrým príkladom môže byť tvorba zakladateľskej osobnosti americkej moderny – Paula Randa. Už včasná tvorba z konca 30. rokov uplynulého storočia dokumentuje jeho schopnosť suverénnej práce v rôznych výrazových polohách grafického dizajnu. Rand sa v obrazovom sprievode textu neobmedzil na modernistami preferovanú objektívnu fotografiu. Pracoval s fotomontážou, kolážou i maľbou, v ktorej sú čitateľné vplyvy európskych majstrov moderny (Matisse, Klee, Miró a d').



l5 Feliks Topolski – Plagát CCA z kampane Veľké myšlienky západnej kultúry, 50. roky



l6 Ralph Eckerstorm – Značka firmy Container Corporation of America, 1957

Racionalizmus temperoval bohatou farebnosťou a hravými kompozíciami textu narúšajúcimi modernistickú mriežku. Skúsenosti z prvej periódy svojej tvorby (pracoval vtedy najmä pre reklamnú agentúru Williama W. Weintrauba) zhrnul v knihe *Myšlienky o dizajne* (*Thoughts on Design*, 1946), ktorá výrazne ovplyvnila prvú generáciu americkej moderny.

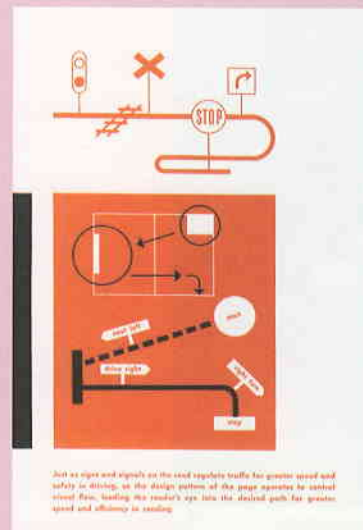
Základy amerického variantu moderny pomáhal klásť ešte pred 2. svetovou vojnou aj Bradbury Thompson.² Bezprecedentná séria publikácií propagujúcich tlačiarne Westwaco Inspirations (1939 – 1961) sa stala učebnicou pre tvorivú syntézu písma s obrazom. Thompson, podobne ako Rand, sa neobmedzoval na modernou „povolené“ výrazové prostriedky. Aktualizoval napríklad i včasné dejiny ilustrovanej kníhtlače. Modernistickú mentalitu však naplno potvrdil v návrhu písma Monalphabet z roku 1945. Nadviazal na radikálne riešenia Herberta Bayera z polovice 20. rokov. Bayer vtedy na Bauhause brojil za zrušenie veľkých písmen, ktoré podľa neho zbytočne nútili ľudí osvojovať si dva písmové kódy a finančne zaťažovali tlačiarne. Na skutočnosť, že po čase sa predsa len ukázal význam veľ-

kých písmen na vyznačovanie nadpisov a začiatkov viet, reagoval Thompson tak, že vytvoril dva proporčne rôzne varianty malých písmen, z ktorých jeden funkčne zastupoval písmená veľké. Napriek zaujímavému výsledku sa ani Thompsonova písmová reforma, podobne ako dvadsať rokov predtým Bayerova, v praxi neuplatnila.

Po druhej svetovej vojne sa Spojené štáty jednoznačne stali najvýznamnejšou svetovou ekonomickou veľmocou. Kapitalistická ekonomika dozrela a plne integrovala grafický dizajn do svojej štruktúry. Práca veľkej väčšiny dizajnérov sa viazala na reklamu v jej najširšom vymedzení. Dizajnéri pracovali sami, s asistentami, v rôznych zoskupeniach, v dizajnérskejších oddeleniach firiem či v reklamných agentúrach. Povoynové obdobie prinieslo potrebu využiť grafický dizajn na fungovanie veľkých organizácií so zložitou štruktúrou aktivít. Produkt práce grafického dizajnéra sa stával súčasťou širšieho systému, v ktorom často spolupôsobili viaceré médiá. K tlačným komunikačným prostriedkom a rozhlasu sa po 2. svetovej vojne pridával nový mediálny fenomén – televízia. Termíny ako súdržnosť programu, komplexnosť pôsobenia či programový



17 agentúra Doyle Dane BernBach – plagát propagujúci Volkswagen, 1960



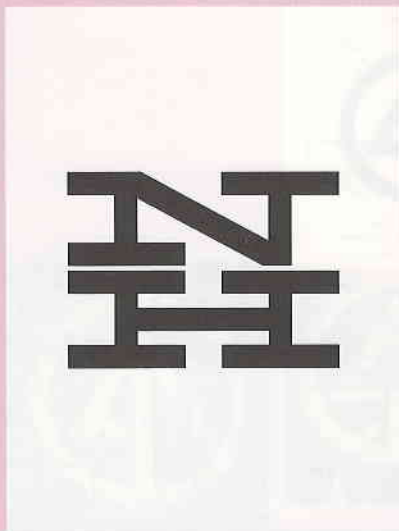
18 Ladislav Sutnar

koncept sa stávali kľúčovými nielen pre marketingových odborníkov, ale aj pre grafických dizajnérov. Dôraz v ich práci sa presúval na systémy vizuálnej identifikácie a firemnej identity.

Medzi prvé americké firmy, usilujúce sa dôsledne budovať súdržný obraz svojich aktivít, patrila už spomínaná Container Corporation of America. Popri preprave tovaru sa zamerala najmä na výrobu obalov z lepenky, ktoré presadila ako novinku oproti tradičným dreveným debnám. Firma, ktorú v roku 1926 založil Walter P. Paepcke, sa najmä po zriadení dizajnérskeho oddelenia (1936) vedeného Egbertom Jacobsonom stala príkladom spoločnosti dôsledne dbajúcej o jednotnú (nielen vizuálnu) identitu. Jacobson vytvoril novú značku, určil firemnú farebnosť a písmo. Spolupracoval so špičkovými dizajnérami a reklamnými agentúrami. Paepcke svoje impérium rozvíjal i počas vojny. Škatule na potraviny pre armádu propagovali napríklad plagáty Herberta Bayera. V roku 1950 začala CCA kampaň trvajúcu vyše 30 rokov. „Veľké myšlienky západnej kultúry“ sa stali jednou z najznámejších reklamných akcií v dejinách. Vyše 150 autorov vytvorilo plagáty, ktoré spájali výroky slávnych osobností s ilustráciami a so značkou CCA.

Vhodnosť využitia Einsteinovho citátu a jeho obrazu na propagovanie špeditárskej firmy je iste diskutabilná, no CCA takto prispela k formovaniu toho, čo neskôr dostalo označenie „nová reklama“ (new advertising). Namiesto prihlúplych idealizovaných obrazov šťastných zákazníkov a nabubrelých nesplniteľných sľubov ponúkala podnety na zamyslenie, dialóg s inteligentným klientom. Zrelým príkladom novej reklamy bola kampaň reklamnej agentúry Doyle Dane Bernbach pre automobilového výrobcu Volkswagen zo začiatku 60. rokov. Prinášala strohé čiernobiele obrázky „chrobáka“ doplnené vtipnými textami. Divák musel byť aktívny, na spojenie obrazu so zdanlivo nesúvisiacim textom vynaložil úsilie, za ktoré bol odmenený „katarziou“ či jednoducho zábavou. Reklamy Volkswagenu s heslom Think Small (Mysli v malom) rezonovali najmä u mladých, ktorí v malom aute videli symbol oslobodenia od prežitých hodnôt staršej generácie. 60. roky priniesli v USA zrod viacerých „garážových“ agentúr. Dynamickou tvorivosťou úspešne konkurovali toporným reklamným gigantom.

K formovaniu systémového prístupu ku grafickému dizajnu výrazne prispel český emigrant Ladislav Sutnar. Do New Yorku odišiel počas svetovej výstavy



19 Herbert Matter – Značka firmy New Haven Railroad, 1955



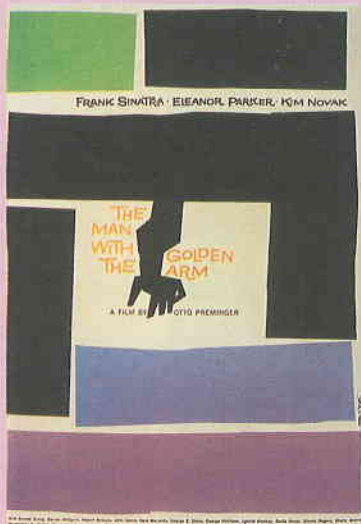
110 Paul Rand – IBM rébus, 1914

v roku 1939 zrušiť československý pavilón po rozpade republiky. Pavilón napokon ostal otvorený a Sutnar svoj život natrvalo spojil so Spojenými štátmi.³ V roku 1941 sa začala jeho dlhoročná spolupráca s firmou Sweets zameranou na oblasť stavebníctva a priemyslu. Sutnar navrhol jej novú značku, množstvo katalógov a ďalších materiálov. Svoj racionálny prístup k informačnému dizajnu založil na logickom a súdržnom štruktúrovaní informácií. Prehľadným systémom značiek, farieb, diagramov a máp redukoval objem textu. Svoje skúsenosti zhrnul v knihách *Catalog Design* (1944) a *Catalog Design Progress* (1950). Kódovanie a dekódovanie informácie má byť podľa Sutnara založené na logickom plynutí informačného toku. Základným stavebným kameňom systému je vizuálna jednotka (visual unit). Statickosť a uniformitu nahrádzajú dynamické informačné vzorce, jasná a racionálna organizácia. Okrem firmy Sweets Sutnar tieto zásady uplatnil v prácach pre kancelársku firmu Addox a mnoho ďalších klientov.

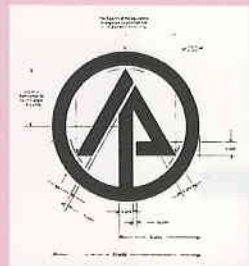
Priekopníkom systémového grafického dizajnu bol i Herbert Matter. V prvej polovici tridsiatych rokov vytvoril v rodnom Švajčiarsku rad turistických plagá-

to, pozoruhodných kreatívnu prácou s fotografiou. Po odchode do New Yorku (1936) pracoval pre módne časopisy aj CCA. V roku 1946 sa začala jeho dvadsaťročná spolupráca s nábytkárskou firmou Knoll. Jej vizuálnu identitu utváral až do roku 1966, keď ho nahradil ďalší exponent newyorského modernizmu Massimo Vignelli.⁴ Pozoruhodný dôkaz o moci corporate identity v modernej spoločnosti podal Herbert Matter prácou pre lokálnu železnicu východného pobrežia USA New Haven Railroad. Po tom, čo cestujúci opakovane vyjadrovali svoju nespokojnosť s úrovňou služieb, pristúpilo riaditeľstvo železnice k plánovaniu komplexnej inovácie. Matter navrhol novú značku a grafiku súprav. Dizajn interiérov vozňov vypracoval Marcel Breuer, vznikli aj projekty nových budov staníc atď. Pre nedostatok financií sa napokon realizovala len grafická časť projektu, no „kozmetické“ úpravy napodiv stačili k vyššiemu pocitu komfortu a spokojnosti zákazníkov.

Tvorbe firemnej identity sa v 50. rokoch venoval i zakladateľ americkej moderny Paul Rand. Vytvoril napríklad značky a prvky vizuálnej identity pre firmy Westinghouse, American Broadcasting Company a d’



11 Saul Bass – Filmový plagát



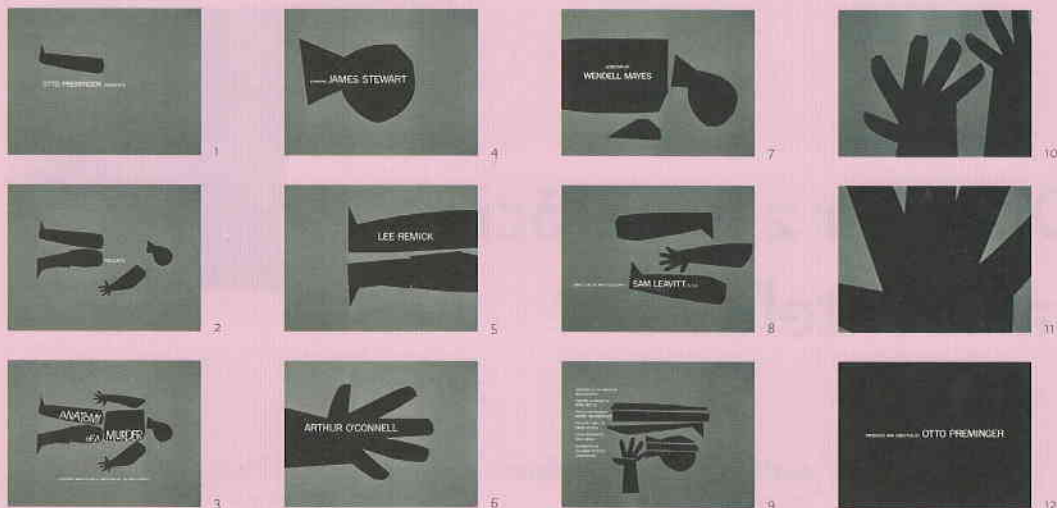
12 Lester Beall – International paper company, 1917

Najkomplexnejšia bola jeho dlhoročná spolupráca s firmou IBM. V roku 1956 pre tohto nadnárodného giganta navrhol značku z egyptienky City Medium (vytvoril ju v roku 1930 George Truemp). Neskôr ju viackrát redizajnoval, nakoniec i vo figuratívnom rébusovom variante.⁵ Plodom pokračujúcej spolupráce zahŕňajúcej napríklad i nóvum v prezentácii firiem – výročné správy – bol na konci 60. rokov „IBM Design Guide“. Išlo o jeden z prvých komplexných firemných dizajnmanuálov, dnes už nenahraditeľnú súčasť corporate identity. Obsahoval záväznú pravidlá používania značky, firemných farieb, písma a ďalších charakteristických znakov v rôzne špecifikovaných podmienkach. Paralelne s Random prvé dizajnmanuály tvoril aj Lester Beall (najobsiahlejšia bola jeho spolupráca s firmou International Paper Company) a ďalší dizajnéri.

Aktivity zamerané na tvorbu komplexných systémov grafického dizajnu zasiahli v povojnovom období v Spojených štátoch i oblasť kultúry. Najmä Saul Bass sa zaslúžil o to, že termíny ako vizuálna identita a konzistentná kampaň prenikli i do oblasti filmového priemyslu. Od čias komerčného rozmachu kina sa v hollywoodskych produkciách na propagáciu filmov používali tváre

filmových hviezd zachytené v kľúčových scénach filmov. Bass sa usiloval postihnúť podstatu filmu obrazovou metaforou, okolo ktorej budoval súdržný vizuálny systém, zjednocujúci tlačené materiály a filmové médium. Na viacerých filmoch spolupracoval s režisérom Ottom Premingerom. Prvý z nich – príbeh o narkomanovi Muž so zlatou rukou (1955) mal svoju „ochrannú známku“ v podobe pokrútenej ruky, ktorá symbolizovala životný osud hlavného hrdinu. Táto ruka sa namiesto tváří filmových hviezd objavovala na plagátoch, uličných pútačoch a iných materiáloch, bola i pointou Bassových animovaných titulkov k filmu. S Premingerom spolupracoval Bass i na ďalších filmoch (Anatómia vraždy, Exodus). Z titulkov vytvoril autonómnu oblasť filmového umenia, čo potvrdzoval aj spoluprácou s Alfredom Hitchcockom (Vertigo, Psycho, Na sever severozápadnou cestou). I tieto filmy mali vďaka Bassovi svoju špecifickú vizuálnu identitu, v centre ktorej stála „ochranná známka“.

Spojené štáty teda napriek úvodnému odporu prijali základné tvorivé princípy dizajnerskej moderny, no celkom ich zbavili sociálneho akcentu typického pre medzivojnovú európsku modernu. Duch racionalizmu



13 Saul Bass – titulky k filmu Anatomy of the murder (Anatómia vraha)

a formálne princípy moderny boli využité a azda i zneužitá (z pohľadu „otcov“ moderny) pre pragmaticky nasmerované úlohy hospodárskeho rastu. Z moderny sa v americkom prostredí stal jazyk veľkého biznisu, ktorý Spojené štáty spätne exportovali do Európy ako komerčný variant moderny.

Poznámky

¹ New Bauhaus v Chicagu existoval len v rokoch 1937–1938. V roku 1939 založil Moholy-Nagy School of Design v rámci Massachusetts Institute of Technology (MIT) v Chicagu. Po organizačných transformáciách existuje dodnes.

² Vzhľadom na dominantné miesto pôsobenia Randa, Thompsona a ďalších príslušníkov modernistického okruhu formujúceho sa tesne pred 2. svetovou vojnou býva zakladateľská generácia americkej moderny označovaná tiež ako „newyorská škola“. Pozri napr. Meggs, P.: History of Graphic Design. New York 1997, s. 337 a d’.

³ Pre komunistický režim bol aktívny antikomunista Sutnar (podieľal sa napríklad na vydávaní exilového časopisu Svědectví) nepohodlný, takže povojnová tvorba tohto medzinárodne uznávaného grafického dizajnéra bola u nás prakticky neznáma. Dlh splatila až retrospektívna výstava na Pražskom hrade a monografia v roku 2003.

⁴ Vignelli v druhej polovici 60. rokov vytvoril i informačné systémy metra v New Yorku a vo Washingtone. V 70. rokoch v spolupráci s manželkou Lellou pracoval pre ďalších prominentných klientov, pričom modernizmus ozvláštnil používaním Bodoniho klasicistického písma.

⁵ Pozri 2. časť seriálu.

Dizajnér z generácie zakladateľov



Ján Vikrut (1928) patrí do generácie slovenských dizajnérov, ktorú možno nazvať zakladajúcou. Na svojom dizajnerskom konte má dvanásť chránených vzorov. Cez Dielo¹ navrhol a zhotovil pre rôzne podniky 86 dizajnerských prác. Hudobná skrinka 757 z roku 1958 bola jeho prvým produktom.²

text Podľa rozprávania Jána Vikruta spracovala Eva Trilecová

foto Jana Hojstičová, archív Jána Vikruta

„50. a 60. roky boli obdobím realizácie, tvorivých výpovedí a spolupráce osobností, ako sú Igor Didov, Václav Kautman, Ján Čalovka, Karol Hološko, Viktor Holešák-Holubár, František Jiráček, ktorých neskôr doplnili Ján Ondrejovič, Jarolím Vavro, Tibor Herchl, Jaroslav Taraba, Jindřich Petřivý, Jindřich Šafařík,“ hovorí pre Designum Ján Vikrut. Toto obdobie bolo z jeho pohľadu „časom vysvetľovania významu dizajnu ako jedného z ukazovateľov kvality výroby“.

Rad prijímačov 220

V roku 1951 bolo založené vývojové oddelenie Tesla³ Bratislava, kde o štyri roky začali konštruovať prvé prístroje podľa návrhu akad. sochára prof. Ludvíka Havelku⁴ z Čiech a Jána Vikruta zo Slovenska. Prvé prijímače, ktoré išli do výroby, vzišli zo súťaže pod názvom 3 + 3.⁵ „Veľkosť reprezentovala obsah“, hovorí Vikrut. „Malé rovnalo sa veselé, nezáväzné, na počúvanie pop hudby. Rozmery veľké rovnalo sa vážne, dôležité, finančne náročnejšie.“ Po prvom prijímači nasledoval rad inovácií. „Prvé skrinky boli z bakelitu,“ spomína Vikrut. „Chýbali skúsenosti, prax s konštrukciou veľkého výlisku.

Vlastný prijímač sa zahrieval, pretože bol elektrónkový. Pri každej veľkostnej triede prijímačov sme navrhovali súčasne aj gramorádiá,“ dodáva. „Vyrábala ich Tesla Litovel a boli špecialitou Československa. Nikde nešli tak na odbyt, ako u nás.“

Ján Vikrut myslí ako dizajnér, ale základ tvorí jeho zručnosť a vedomosti konštruktéra, pretože na svojom úplnom profesionálnom začiatku sa venoval najmä konštrukčným riešeniam vnútra prístroja. Uvedomoval si, že súčiastky sa nedajú len tak ľubovoľne poprehadzovať. Cítil veľkú spojitosť a vzájomnú nadväznosť interiéru a exteriéru. Súčasťou každej práce, ktorú riešil, boli modely, prototypy, grafické riešenia návodu na použitie, obaly výrobku spolu s jeho logom.

Hudobné skrine

Spolupráca Jána Vikruta s nábytkármi umožnila rozvíjať v tom čase rodiaču sa kategóriu prístrojovej techniky. Nábytkárske vnímanie je pre spomínané obdobie charakteristické práve módnym „maskovaním“ technických prístrojov a bielej domácej techniky drevom či drevotrieskou. Vikrut sa usiloval zachovať jedinečnosť prístroja aj v jeho dizajne,



e2

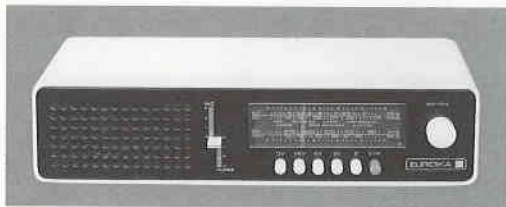
m1



m2



m3



m4



m5

JÁN VIKRUT študoval na Vyššej priemyselnej škole elektrotechnickej v Bratislave (1943 – 1947). Od roku 1958 pracoval v podniku Tesla Bratislava, pre ktorý navrhoval prijímače, gramorádiá, kalkulačky a bol jedným zo zakladateľov vývoja dizajnérskej skupiny.

Ako dizajnér pracoval pre všetky podniky Tesly v bývalom Československu – pre Teslu Vráble (mixážne pulty, hudobnícke prístroje, stoly, zosilovače), Teslu Litovel (gramofóny), Teslu Přelouč (magnetofóny), Teslu Orava (teleprijímače, vojenská technika, počítačová a výpočtová technika), Teslu Piešťany (polovodičová technika, CCD kamery), Teslu Liptovský Hrádok (telefóny), Teslu Valašské Meziříčí (prístrojová technika).

Externou formou ďalej pracoval pre Chemiku Bratislava (1979), pre ktorú navrhol cisterny na prenos tekutého plynu, pre Kovoplast Nitra (1983 – 1986) navrhol celú generáciu zväracích automatov a pre ZTŠ Dubnica (1984 – 1991) generáciu výrobkov elektronických zariadení na meniče a ovládače robotov.

nielen vo vnútornej konštrukcii. Napriek tomu sa nevyhol trendom a realizoval pre 50. a 60. roky typické a veľmi obľúbené kombinácie gramofónu s prijímačom, tzv. gramorádiá, ktoré fungovali spolu v jednej „nábytkovej“ skrinke. Je to „diskotéka“, ktorá po zakapotovaní všetkých prístrojov pôsobí ako časť nábytku. Všetky komponenty boli vymeniteľné za iný typ hudobného prístroja. Zaujímavosťou je zachovaná dobová fotografia hudobnej skrine, určenej ako dar od Poverenia drevárskeho priemyslu k 70. narodeninám prezidentovi Antonínovi Zápotockému.

„Vzťah medzi dizajnom a technikou,“ ako spomína Vikrut, „nie je jednostranný. Technický vývoj neurčuje to, čo výrobca vyrobí alebo dizajnér navrhne. Vzťah je vzájomný a ovplyvňovanie prebieha neustále. Spotrebiteľ, používateľ vstúpil do hry až v posledných desaťročiach. V bývalom Československu boli dizajn – priemyselné výtvarníctvo v spomienkach dizajnérov vždy spojené s výrobným procesom,“ dodáva. Vikrut vníma dizajn komplexne. Kvalita dizajnu sa preňho začína dokonalou remeselnou realizáciou modelu, neskôr prototypov a v neposlednom rade samého výrobku.

m1 rádio ako dar poverenia drevárskeho priemyslu prezidentovi Antonínovi Zápotockému, dizajn Ján Vikrut, celková kompozícia František Jiráček, architekt Karol Drexler, 1955

m2 prvý rozhlasový prijímač riešený vo vývoji Tesly v Bratislave, 1955

m3 jednorozsahový tuner VKV, 60. roky

m4 najmenšie a najpopulárnejšie rádio z Tesly Bratislava, 70. roky

m5 štúdia technickej kamery CCD, Tesla Piešťany, 1986

poznámky

¹ Dielo – podnik SFVU Bratislava, funguje od roku 1956.

² V roku 1958 bola zapísaná na Úrade pre normalizáciu a chránené vzory.

³ Tesla so sídlom v Bratislave bol koncern s názvom Spotrebná elektrotechnika, ktorý združoval koncernové podniky v celej bývalej Československej republike. Každý z podnikov vyrábal iný typ výrobkov a ich produkcia nebola od seba závislá.

⁴ Sochár prof. Ludvík Havelka (* 15. 10. 1908 Kladno, † 8. 10. 1963 Zlín) učil na Zlínskej škole umenia, a neskôr na SUPŠ v Uhorskom Hradišti.

⁵ Súťažné návrhy vylial v roku 1955 do sadry prof. Ludvík Havelka v Uhorskom Hradišti.

Uvoľnenie v ľahu



m

text Jana Oravcová

foto archív DC ČR

Freud a pohovka bez-pochyby patria k sebe. Sigmund Freud prevzal pohovku, gauč, sofú alebo akokoľvek nazveme tento druh nábytku z praxe hypnózy a používal ho ako súčasť svojej psychoanalytickej techniky liečenia. Je originálna práve tým, že pacienta ležiaceho na pohovke nevyrušuje v stave voľnej asociácie priamy pohľad na mimické reakcie analytika.

Freudove pohovky sa zapísali do povedomia v rámci lekárskej vedy a psychoanalýzy, ale aj v súvislosti s prostredím Viedne, kde známy psychoanalytik prežil väčšiu časť života a kde v tom čase žili slávni architekti Otto Wagner, Josef Hoffman, Koloman Moser, Adolf Loos či Josef Frank. Spolu so známymi rakúskymi firmami (Thonet, Kohn) navrhovali súkromné a verejné interiéry, pre ktoré realizovali interiérové doplnky, predmety bytovej kultúry, svietidlá a textílie. Ako príklad verejných stavieb odrážajúcich tvorivú atmosféru vtedajšej Viedne slúži sanatórium v Purkersdorfe a nemocnica Baumgartner Höhe. Viedenské prostredie tohto obdobia zohráva v dejinách významnú úlohu a s niektorými historikmi môžeme len súhlasiť, že „rakúska nábytková tvorba má dva základné piliere – Thonetove stoličky a Freudov gauč.“

Freud zasiahol svojou psychoanalýzou mnoho oblastí. Okrem lekárskeho predovšetkým filozofiu, sociológiu, ale aj literatúru, film a výtvarné umenie. Freudov odkaz sa prepletá neustále dejinami umenia a teórie, jeho pojmy sa dekodujú a analyzujú predovšetkým v postmodernom myslení. Hoci

sa objavenie psychoanalýzy chronologicky viaže so začiatkom moderny, postštrukturalistické metódy súčasného teoretického rámca spolu s postfeministickým myslením dekonštruujú Freudovu psychoanalýzu ako súčasť esencialistického chápania subjektu a identity. Jeho dielo neustále produkuje nové významy a pomáha odhaľovať kultúrne kódy spoločnosti.

Práve v tomto období je Freudovo meno skloňované v súvislosti so 150. výročím jeho narodenia. Okrem viedenského Múzea Sigmunda Freuda, ktoré pripravilo výstavu Pohovka: Premýšľanie v ľahu, si zaspomínala na moravského rodáka aj Praha. Presne na výročie narodenia zakladateľa psychoanalýzy pripravili mnohé inštitúcie výstavy, ktorých zámerom bolo ukázať, ako je Freudovo dielo reflektované v súčasnom vizuálnom umení a v dizajne.

Jednou z mnohých pripravených bola aj výstava Zmyslov plné pohovky pre Sigmunda Freuda v Prahe, ktorá nepriamo súvisela s výstavou Vyvolávači snov – Hommage à Sigmund Freud. Ak sa vrátíme späť k pohovke alebo ku gauču, ktorý predstavoval súčasť Freudovej



n2

liečiteľskej metódy, nevyhneme sa zároveň otázke, ako sa vlastne Freud dostal k tomuto kusu nábytku, ktorý podľa dobových dokumentov odkazoval na jeho záujem o tureckú kultúru a fascináciu divánom. Súviselo to s viacerými rodinnými a osobnými okolnosťami (napríklad utajovaný vzťah so švagrinou), ktoré prinútili Freuda upriamiť pozornosť na tureckú mentalitu, lokálne zvyky a tradície súvisiace s polygamiou, s obchodom so ženami a ktoré vzbudzovali v západnej časti Európy istú túžbu po poznání. Nemalú úlohu tu zohrali aj orientálne maľby, so sporo odetými odaliskami ležiacimi na diváne, pokrytom kobercom a vankúšmi ako ústrednom prvku háremu. Prvý orientálny koberec, ktorý spolu s vankúšmi pokrýval podlahu, steny a sofú vo Freudovej pracovni, daroval majstrovi psychoanalýzy vzdialený príbuzný, neskorší manžel jeho sestry Mitzi, svetobežník Moritz Freud.

Ako by stvárnil pohovku, na ktorej by dnes Sigmund Freud spovedal svojich pacientov, súčasní dizajnéri? Viac ako dvadsať autorov a firiem z Talianska, Rakúska a zo Spojených štátov realizova-

lo svoje predstavy o pohovke originálnym spôsobom.

Výstava predstavila prototypy alebo vyrábané produkty predstavujúce rôzne prístupy a koncepty, ktoré priamo pracovali s Freudovým odkazom, až po tradičnejšie formy, v ktorých však evidentne premieta partnerský vzťah terapeuta a pacienta založený na vzájomnom dialógu.

Pohovka Ta.Bu od Jana Čtvrtníka pripomína dve prepojené komiksové bubliny, jednu pacientovu a druhú terapeutovu. Spája ich mostík komunikácie medzi pacientovou a lekárovou časťou. Ako sám autor hovorí: „V komiksoch sa na uvedenie reči a na symbolické znázornenie zvukov, stonov a škrekov, ale aj na naznačenie mysleného, nevy povedaného používajú bubliny. Tie majú v obvode zasadený výčnelok, chvostík, mostík medzi postavou a jej rečou. Chcel som prepojiť a ukázať na chaise-longue Ta.bu túto interakciu dvoch subjektov, dvoch ľudí tvoriacich dialóg.“

Impulzom pre autorku pohovky R-otoman Miroslavu Krausovou boli tri dôležité životné okamihy a spomienky, ktoré ju priviedli k výslednej podobe jej



n3

práce. Anatolské orientálne koberce, perzián po babičke a biele nemocničné lôžko. Použitím kontrastu farieb a materiálu, ktoré využila v symbolickom dekóre, vytvorila autorské dielo plné ďalších rovín čítania osobných príbehov.

David Karásek a Radek Hegmon svoju sofú Vis à vis charakterizujú takto. „Pokúsili sme sa o vynesenie freudovského tajomstva z uzavretých priestorov ordinácie. Vtiahnutím do hry modré nebo, rozkvitnutú čerešňu, zamilovaný pletujúci hmyz, budú voľné asociácie hneď farebnejšie. Keď nám dá pán v bielom plášti pokoj, môžeme túto hru prebrať s nejakým pekným objektom túžby len tak v plavkách. Uvidíme si do tváre a nohami sa môžeme dotýkať...“.

Názov Kippa posteľ – pohovky Ivany Dombkovej môžeme preložiť ako „skupina“. Názvu zodpovedá funkcia pohovky, ktorá umožňuje skupinovú terapiu, dáva lekárovi rovnako ako pacientovi šancu ležať v rovnocennom horizontálnom vzťahu. Teda skupinová terapia nemusí prebiehať vždy len v kruhu neosobných nemocničných stoličiek.

Atmosféru podobnú kontrastom doby Sigmunda Freuda dopĺňali na výstave

závesné výšivky súčasných autoriek v duchu dobových vyšívaných kuchynských závesov. „Kým bohaté pacientky sa v polohe ležmo sponedali zo svojich problémov v prostredí noblesnej ordinácie či psychiatrickej liečebne, obyčajné ženy s rovnakými problémami vyjadrovali svoje predstavy a sny o domácom šťastí výšivkami, ktoré si samy alebo podľa predlôh vyrábali“.

Aj o takýchto kontrastoch bola výstava, od ktorej sme možno očakávali viac vzhľadom na prítlačivosť témy. Možno sa stačilo len pohrať s nápaditejšou formou inštalácie v galerijnom priestore Design centra, aby bol výsledok kreatívnejší a vtipný aspoň do takej miery, ako sa o to pokúsili niektoré pohovky pre Freuda.

n1 Jan Čtvrtník, Ta.Bu, 2006

n2 Miroslava Krausová,

R-otoman, 2006

n3 Pavel Šťastný, Miroslav Cikán,

Portrét panien I., II., 2006



Z kuchyne Zaha Hadid

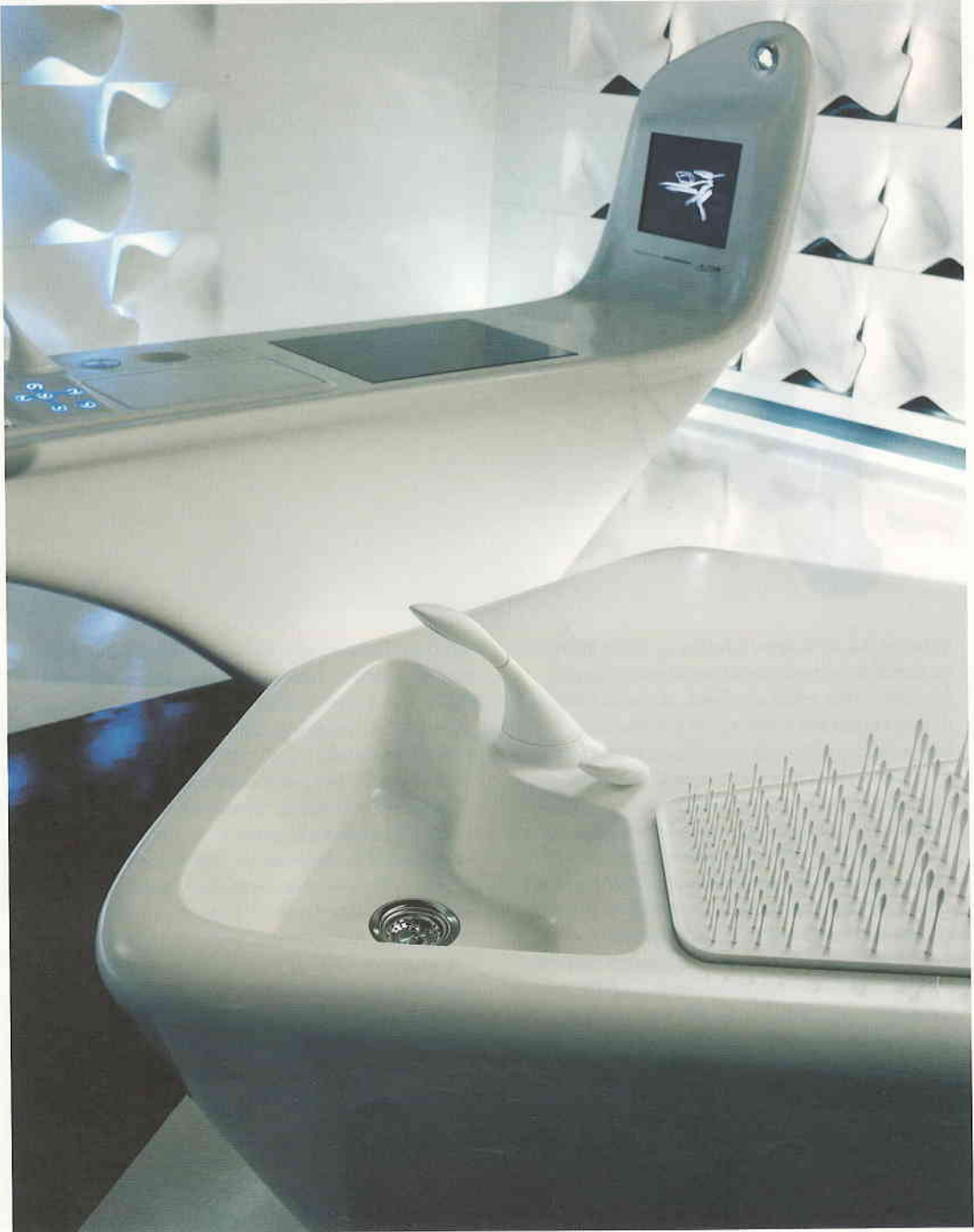
text Ľubica Hustá

foto archív

Britská architektka irackého pôvodu Zaha Hadid, držiteľka Pritzkerovej ceny z roku 2004, predviedla na tohtoročnom aprílovom Milánskom veľtrhu svoju predstavu kuchyne pre novodobé gazdinky.

Vytvorila ju z materiálov Corian® a DuPont, ktorých možnosti využitia v dizajne sa už viac rokov testujú. A výsledok bol pozoruhodný. Hadid veľmi rada experimentuje s definíciou priestoru – aj kuchyňu pochopila ako kompaktný priestor, nielen ako miestnosť klasicky zariadenú kuchynským nábytkom. Jej kuchyňa je inteligentné prostredie, schopné okrem základných funkcií, ktoré sa od kuchyne očakávajú, reagovať aj na túžby a stimulovať zmysly. „Živé“ zvukovo-svetelné steny a multimediálna výbava s centrálnym, na dotyk ovládaným panelom a obrazovkami umožňujú surfovať na internete, počúvať hudbu, naprogramovať si k vareniu po namáhavom dni upoko-

jujúcu, alebo naopak energickú svetelnú náladu. Najprogresívnejšie na kuchyni je však jej tvarovanie. O architektúre Hadid je známe, že ignoruje pravé uhly. To sa premietlo aj tu – vlastnosti použitých materiálov tomu skvele vyhovujú. Pracovné prostredie, ktoré umiestnila do centra, tvoria plynulo, a pritom extravagantne tvarované pracovné pulty, tak, aby boli prístupné z každej strany. Jej šporák, výlevka, či batérie sú úplne iné. Odliate. Výsledný dojem je podobný prostrediu kozmickej lodi. Až je ťažké predstaviť si, že v tak sofistikovanom priestore čistíte zemiaky, klepete rezne či vykrajujete vianočné medovníky. Ale ako sa hovorí, všetko je len vec zvyku.



designum 3 - 2006

S MOBILOM DO OPERY

text Andrea Kópernická

foto archív



Doba je taká, že mobilné telefóny už dlhšie figurujú na zozname módnych doplnkov. Mobil ako prejav životného štýlu, mobil ako šperk, ako módný doplnok, dokonca mobil ako prejav spoločenského statusu. Snažia sa maximálne vyhovieť zákazníkovi a dostať telefón do priestorov, kde sa doteraz považoval skôr za rušenie bontónu, napríklad v opere, motivovala firmu BenQ Mobile, aby zorganizovala súťaž pre študentov šperku a textilu VŠVU v Bratislave. Cieľom bolo „obliecť“ mobilný telefón tak, aby výsledok bol nielen funkčný, ale aj estetický a nápaditý. Ocenené boli tri študentky z Katedry textilnej tvorby. Katarína Zórádová ako jedna z mála myslela aj na pánske odevy, a zaujímavo a vtipne zakomponovala mobily do vrecúšok v kravate či motýliku. „Viazanka ako pánsky doplnok do spoločnosti je podľa mňa najvhodnejšie miesto na umiestnenie mobilného telefónu. Vytvorila som varianty viazaniek, pri ktorých som sa inšpirovala šnúrkou na mobil.“ Dagmar Hrnčárová vypletla krehké sieťky zo zlatej priadzze – nežné kabelky pre jeden predmet, ktorý v jej podaní neskrýval svoj dizajn, ale podtrhával výraz. „Svojou prácou som chcela dosiahnuť ele-

gantný priehľadný obal na vloženie telefónu s možnosťou ovládania prístroja v puzdre, bez zbytočného zakrývania dizajnu telefónu. Technika krosienkovania je variabilná a poskytuje prispôbenie pleteniny na rôzne veľkosti telefónov.“ Víťazkou sa stala Andrea Kvasnicová. Porotu zaujala elegantným čiernym hodvábnym puzdrom so Swarovského kryštálkami, so šnúrkami z perál a s priadzou so strapcami priamo pre konkrétny exkluzívny dámsky mobilný telefón. Cieľom súťaže bolo okrem iného aj podporiť domáci trh a povedomie o kvalite domácich dizajnérov a ich produktov. Je pozitívne, že si nadnárodný výrobca všima takýto autorský potenciál. Na otázku, či výsledok spolupráce zostal iba pri výstave, ktorá sa konala v bratislavskej Galérii X a v donorskom akte, firma BenQ-Siemens pre Designum uviedla: „S výrobou v blízkej budúcnosti zatiaľ predbežne nepočítame, nakoľko predaj limitovanej edície telefónov pre ktoré bola súťaž určená sa už pomaly končí. Spolupráca so študentmi však pripadá do úvahy s príchodom novej edície v budúcom období.“

eL TETRIS / MESTSKÁ OBÝVAČKA

text Barbara Zavorská, Nora Vranová – organizátorky

foto archív



Katedra architektonickej tvorby VŠVU v Bratislave prezentovala počas letného Prieskumu 2006 pred budovou školy na Hviezdoslavovom námestí netradičný mestský mobiliár eL tetris. Vytvorili ho študenti počas workshopu M 1:1. V zadaní bolo navrhnuť a v reálnej mierke aj realizovať objekty – bez technickej podpory dielne. Výsledkom boli dočasné architektonicko-dizajnérske objekty slúžiace mestským činnostiam (relax, gastro, Wi-Fi pripojenie, práca a pod.). Katedra architektúry je z hľadiska priestorového vybavenia poddimenzovaná. Absentuje napríklad dôležitá dielňa na opracúvanie materiálov. Aj preto sa vďaka podpore TCHAS, s.r.o. premenil počas jedného víkendu školský dvor na dielňu. Študenti navrhli a realizovali dvanásť objektov v jednotnom tvare L z opracovaného polystyrénu a MDF dosky s fasádnou povrchovou úpravou. Objekty fungovali samostatne a zároveň umožňovali rozmanité kombinácie. Možnosť absolvovať celý proces „výstavby“ – od návrhu až po svojpomocnú realizáciu objektu – je pre študentov cenná skúsenosť. V zadaní M 1:1 sa pokúsili riešiť viac problémov súčasne. V prvom rade išlo o zažitie procesu vzniku ob-

jektu v reálnej mierke a ambíciou bolo posunúť hranice vnímania tradičného mestského mobiliáru. Výsledkom mal byť „mestský interiér“ s interaktívnymi prvkami, ktorý oslovuje okoloidúcich a zlepšuje kvalitu života na námestí. Exteriérové objekty musia byť použiteľné aj v interiéri ako príležitostný výstavný systém. Samozrejme, išlo aj o živú propagáciu možností architektúry na verejnosti. eL tetris, odskúšali vo verejnom priestore tí najspontánnejší užívatelia – deti. Počas Medzinárodného dňa detí opustili nafukovacie hrady a aktívne reagovali na našu výzvu „Buď kreatívny! Postav si vlastnú mestskú obývačku.“ Dokázali poskladať nečakané zoskupenia so špecifickým pomenovaním (larva, tank, vlak, parník, stonožka). Inštalácia trvala len štyri dni, no dva týždne po tejto prezentácii bol eL tetris opäť na verejnosti. Do konca júna sa využil ako interiérový výstavný systém na prehliadke Diplomových prác v Spolku architektov Slovenska. Projektu sa zúčastnili Martin Antal, Tomáš Augustín, Jakub Kaušitz, Jakub Liška, Ján Kohút, Dana Daubnerová, Matej Unrín, Martina Boháčová, Štefan Šovčík, Jakub Viskupič, Martin Šichman a Michal Sládek.

ZA VEĽKOU MLÁKOU

text Alan Záruba

foto Barbara Hucková



slávne logo Milтона Glasera

Na jar 2006 sa uskutočnila ďalšia z poznávacích ciest študentov a pedagógov Ateliéru grafického dizajnu a vizuálnej komunikácie VŠUP v Prahe. Po Viedni, Berlíne, Paríži a Tokyu mali študenti možnosť konfrontovať svoje predstavy o premenách vizuálneho jazyka v jednom z hlavných centier konzumnej kultúry západného sveta. Prinášame z nej krátky riport a aj rady na čo sa v NY zamerať ak vám grafický dizajn nie je ľahostajný. ¶ Vďaka tomu, že katedra má priateľské väzby na niektorých grafických dizajnérov a NY umelecké školy bol program oživený priamymi návštevami a stretnutiami. Vďaka možnostiam Českého centra v NY sme zároveň mohli predstaviť aj našu ateliérovú tvorbu a nový vizuálny štýl ČR prednáškou. Stretli sme sa so Stevenom Hellerom z The School of Visual Arts, ktorý vedie postgraduálny program štúdia MFA spolu s jednou z popredných dizajnérok newyorskej pobočky Pentagramu – Paulou Scher. Výučbu dopĺňajú špeciálne semináre rešpektovaných osobností z odboru, ktorí v NY pracujú: napr. Bonnie Siegler, Howard W. Reeves, Milton Glaser alebo Stefan Sagmeister. Ten nás pozval aj do svojho štúdia. NY je pre grafického dizajnéra

skvelý priestor. Objavy sa ponúkajú na každom kroku. Ak teda grafický dizajnér navštívi NY nemal by napríklad minúť najväčšie newyorské kníhkupectvo The Strand (828 Broadway), kde sa nachádza celé poschodie venované grafickému dizajnu, dizajnu a architektúre a kde je aj antikvariát, v ktorom sme objavili aj knihy Ladislava Sutnara z jeho amerického obdobia. Zaujímavý bol aj malý obchodík Zakka (147 Grand Street v Soho), ktorý sme vyhodnotili ako najlepší bookshop s grafickým dizajnom v NY. Nezabudnuteľnou bola aj návšteva novej budovy MoMa a to nielen pre výnimočnú kolekciu moderného umenia, ale aj pre jej progresívny systém interaktívnej vizuálnej komunikácie s návštevníkom, ktorú vytvorili v známom interdisciplinárnom štúdiu Imaginary Forces <www.imaginaryforces.com>. Zaujalo nás aj American Museum of Natural History (Central Park West 79 Street), kde sú príroda a vesmír vymodelované takým presvedčivým spôsobom, že vás ani nenapadne, že je to všetko umelé. Dôležitou zastávkou pre grafického dizajnéra je určite AIGA – galéria a centrum americkej asociácie grafického dizajnu (164 Fifth Avenue).

NAVŠTÍVTE KNIŽNICU SCD



Otváracie hodiny počas letných mesiacov

10. 7. – 3. 8. 2006 – zatvorená (možnosť vrátiť knihy)

7. 8. – 21. 8. 2006 – otvorená v čase od 8.00 – 16.00 okrem piatkov

od 21. 8. 2006 otvorená podľa pôvodného výpožičného poriadku

Knižnica SCD je jediná knižnica špecializovaná na dizajn na Slovensku. Okrem toho poskytuje literatúru aj z príbuzných odborov ako sú architektúra, dejiny umenia, či história. Fond je zložený z rôznych typov dokumentov: encyklopédie, monografie, obrazové publikácie, príručky, prehľady, slovníky, učebnice, domáce a zahraničné časopisy, katalógy výstav, či cd. Používatelia knižnice majú k dispozícii študovňu s 3 PC a s bezplatným pripojením na internet.

www.sdc.sk, hudecova@sdc.sk, knižnica@sdc.sk

Oddelenie dizajn a tvarovanie dreva ŠÚV J. Vydru
Dizajn štúdio ÚĽUV,
Bratislava
27. 6. – 28. 8. 2006

G-design
Galéria . objekt umenia,
galéria – objekt pre umenie
Galéria P. M. Bohúňa,
Liptovský Mikuláš
18. 5. – 12. 7. 2006

Trienáľe plagátu, Trnava
Galérie J. Koniarka, Trnava
13. 9. – 10. 12. 2006

22. medzinárodné biennále grafického dizajnu Brno 2006
Moravská galéria, Brno
13. 6. – 15. 10. 2006

Airworld
design and Architecture for Air Travel
Stedelijk Museum,
Amsterdam
22. 7. – 5. 11. 2006

Communication
Od brka po počítač
Design Museum, Gent
8. 7. – 26. 11. 2006

Bořek Šípek
Sklo, dizajn, architektúra
Stedelijk Museum,
Amsterdam
8. 7. – 24. 9. 2006

Yves Klein
Air Architecture
Architektonické projekty a koncepty
Mak, Viedeň
15. 3. – 24. 9. 2006
www.mak.sk

Re-interpreting Nature
Design Forum Finland,
Helsinki
16. 6. – 10. 9. 2006

20. medzinárodné biennále plagátu
Múzeum plagátu,
Wilanow
3. 6. – 24. 9. 2006

Catherine Zask
Výber z tvorby držiteľky Grand Prix biennále 2002
Design centrum, Brno
13. 6. – 17. 9. 2006
www.designcentrum.cz

Grafický dizajn v bielej kočke
Moravská galéria,
Pražákov palác, Brno
13. 6. – 15. 10. 2006

Milan Grygar
Moravská galéria,
Pražákov palác, Brno
13. 6. – 10. 9. 2006

Storočia s hodvábom
5000 rokov čínskeho textilu
Národné múzeum, Praha
do 31. 7. 2006
www.nm.cz

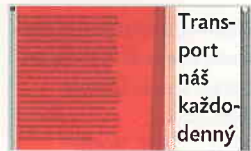
Sci-fi Stories
MuseumQuartier, Viedeň
4. 7. – 20. 8. 2006
www.mqw.at

Formula One
The Great Design Race
História dizajnu F1
Design Museum, London
1. 7. – 29. 10. 2006



KRISTÍNA HRONČEKOVÁ
FEATURING + 1 p.12
 Kristína Hrončeková has been a special, although quiet participant of Slovak jewellery design community for several years. She is not limited by a strict definition of jewellery. Kristína works with boundaries in art and communication. Her jewelleryes are both silent and talkative. They disclose fine and fragile stories of her life. Kristína called the object an automated first-aid box and put special bandage jewelleryes into it. A collection of finger-covers and muffs comes from the same creative period. Kristína hides further meanings and opportunities in them. Muffs cover secret games hands can play and finger-cover are for changing rings. Kristína developed the NU collection of soft and nice jewellery under the Liči brand that is active since 2005. The jewellery tells the story of interactive approach and creative engagement of persons wearing it. The Liči brand introduced an idea of travelling exhibition cabinet that searches future owners for the jewellery and presents them to public in bizarre exhibition venues such as between tables in a coffee shop. Juraj Balogh entered her life as +1. He is a recognised graphic designer and illustrator. They were searching for a common creative expression and found textile and wool.

EVERYDAY TRANSPORT p. 20
 text Maroš Smidt
 Everyday life on four wheels. Techno-cult of bright colours. A kinetic rephrasing of a trendy studio flat. It convinced us very quickly that walking is not a trendy style anymore. It is a controversial, polarising, disregarded and celebrated thing. A passenger car. It is out-break of industrial revolution fascinating us regularly with new appearances. It is unbelievable that people have produced this never-ending transformation of a single item. Designers. Designum have conducted an interview with four recognised foreign designers and



teachers of transport design and one of successful graduates of the Transport Design department at the Academy of Fine Arts and design in Bratislava.

Prof. Othmar Wickenheiser
 Professor of Transport Design, Vice-Dean of Fachhochschule, Munich
An ordinary means of transport for some or a dream life style embodied into a car for others. Where is the place of a car in your life? A car plays a major role in my life. It is definitely a product of major importance to society that is procured for certain purposes. As for its price, it is a commodity comparable to real estates and as for style it is a product similar to clothes. Therefore, it is comprehensible why I concentrate on cars. To work as an industrial designer, it is necessary to acquire a wide scope of knowledge and experience in various fields such as sociology, ergonomics, visual art and technologies. On what does a designer in a renowned motor car production company focus, free style or economically effective work? 2. As for shapes, technical requirements and quality, an established car manufacturer borrows from its tradition and heritage. It is a problem, not a benefit to be a motor car manufacturer without history. To have a car that is possible to produce is certainly an important thing, but shape and size is in the centre of our creative efforts. You definitely need fantasy for creative presentation of new ideas. However, a designer must not ignore a brand and expectations clients have towards such brand. Look at Porsche, Audi or Mercedes. The design teams would be lost if developing creative ideas without historical context. People often say that what makes the difference between various cars are not numerous details but a symbol on a front mask. How much effort do you need to put into car design to produce a creative solution? Is it necessary for car design to stick to current trends? Car industry sets trends in various sectors. Of all industries, it is particularly car in-

dustry that has contributed to the welfare of Germany. Every fourth job is related to car industry, directly or indirectly. Car design sets trends in design innovations, not often promoted product design. We have to understand the difference between a shaver and a middle class car. Passenger traffic is a significant burden to environment. When developing designs, a designer is responsible for not causing visual pollution of environment. Compare today's cars with the cars produced ten, fifteen or twenty years ago. Current designs are miles away from historical shapes. We have made significant progress in formal distinction and put more emphasis on details. It is certainly a brand or symbol on a front mask that makes the difference but a strong design is what helps brands. Brands support design, but design is the most important message of the brand. Interconnecting functionality and aesthetic values, motor vehicles are among the most popular industrial products of our times. Referring to troubles in economy, crude-oil production and environmental issues, there are complaints emphasizing continuous crisis of car industry. How do you see the future of passenger transport? Passenger transport and cars allowing moving, anytime and anywhere, are on the increase. Cars are here for some 120 years announcing that we will reach dead end, sooner or later. Since the invention of a car, there are warnings that passenger transport is in crisis and that the end is near. What I do not understand is where it would occur. I believe that the future of car industry has only started. All then-minor products such as Mini Van, SUV, MPV or Crossover have established their position at the market. Customers require custom-made and personalised designs. I am convinced that custom-made cars are on the increase.

A car is an emotional product
 Nikolaus Vidakovic
 Chief Designer
 Interior Design – Ford, Cologne

An ordinary means of transport for some or a dream life style embodied into a car for others. Where is the place of a car in your life? For me, a car in an emotional product with functionality and quality as basic prerequisites. I, as a personality, must identify with aesthetic statement of the car. To work as an industrial designer, it is necessary to acquire a wide scope of knowledge and experience in various fields such as sociology, ergonomics, visual art and technologies. On what does a designer in a renowned motor car production company focus, free style or economically effective work? Both. To acquire balance between both aspects is essential. Car design is not a „one-man-show“, it is team work. People often say that what makes the difference between various cars are not numerous details but a symbol on a front mask. How much effort do you need to put into car design to produce a creative solution? Is it necessary for car design to stick to current trends? Taking into account expected trends, a car designer must develop a new DNA for the design that would represent, together with brand image, an irresistible product for customers. A designer should focus on achieving the position of leader in the sector and set trends. Interconnecting functionality and aesthetic values, motor vehicles are among the most popular industrial products of our times. Referring to troubles in economy, crude-oil production and environmental issues, there are complaints emphasizing continuous crisis of car industry. How do you see the future of passenger transport? I am convinced that passengers' transport will survive. Our mission is to continue developing unique designs.

Passengers' transport will never come to an end
 Klemens Rosnagel
 Head of Concept Design
 Audi Brand Group, Munich
 An ordinary means of transport for some or a dream life style embod-

ied into a car for others. Where is the place of a car in your life? For me, a car is not only a means of transport. It is a source of joy, interest, emotions, personal charm and mission. In a way, a car is a piece of art. To work as an industrial designer, it is necessary to acquire a wide scope of knowledge and experience in various fields such as sociology, ergonomics, visual art and technologies. On what does a designer in a renowned motor car production company focus, free style or economically effective work? Efficiency cannot survive without fantasy. With familiar procedures, you do not necessarily need fantasy. Despite that we seek to develop innovative and new solutions. You always need fantasy to develop special designs. Both designer and technical engineers need to employ creative approach. It is them we can thank for better driving and visual qualities of our cars. People often say that what makes the difference between various cars are not numerous details but a symbol on a front mask. How much effort do you need to put into car design to produce a creative solution? Is it necessary for car design to stick to current trends? That all cars look similar is an incorrect opinion. You can say that all horses look similar and a horse's owner would find his horse among hundreds of other horses. Or, you can say that all Chinese are similar. It is clear that we are not sensitive enough to identify differences. Unique appearance and character play an important role in design. You would sell a car that a customer can distinguish from other cars. A symbol on a front mask is not a sufficient element. However, I cannot deny that cars are sometimes very much alike. There are few car producers take or copy certain elements from successful models. Despite the latter trend, we have an unparalleled variety of shapes and concepts at our disposal. Cars in 1940s and 1950s were more alike than it is today. Interconnecting functionality and aes-

thetic values, motor vehicles are among the most popular industrial products of our times. Referring to troubles in economy, crude-oil production and environmental issues, there are complaints emphasizing continuous crisis of car industry. How do you see the future of passenger transport? Passengers' transport will survive forever. Even public transport, currently on increase, cannot be a challenge to it. An only critical thing is that there are problems with oil prices and pollution. Cars faced many challenges in history and we certainly can successfully face the challenges of our times. I believe that cars will stay with us forever, powered by an electromotor or in different sizes. Cars will survive with people.

To be more creative and original
Peter Balko, Designer, Interior design – Research & Development, Volkswagen, Wolfsburg

An ordinary means of transport for some or a dream life style embodied into a car for others. Where is the place of a car in your life? For me, a car plays a role as it plays for other drivers. Less fuel, less sympathy for my car. Anyway, I cannot imagine my life without a car. I commute to work by car. 40 km each day – 30 thous. km in a year. I cannot walk to work. To work as an industrial designer, it is necessary to acquire a wide scope of knowledge and experience in various fields such as sociology, ergonomics, visual art and technologies. On what does a designer in a renowned motor car production company focus, free style or economically effective work? A designer must not forget that they are here to produce valuable and original solutions improving technical environment around us. Point is that designers face many technical, economic and other burdens and limitations. We have to put more creative and original energy to enforce our solutions in such a demanding environment. People often say that what makes the difference between various cars are not numerous details but a sym-



bol on a front mask. How much effort do you need to put into car design to produce a creative solution? Is it necessary for car design to stick to current trends? When an original design has a capacity to attract customers, a car producer will buy it. There is no space for free style experiments with no solid background in the development of a technically complicated and expensive product as cars are. Car design is one of the most conservative designs. In other words, what customer can pay and accept is the level of car design. Interconnecting functionality and aesthetic values, motor vehicles are among the most popular industrial products of our times. Referring to troubles in economy, crude-oil production and environmental issues, there are complaints emphasizing continuous crisis of car industry. How do you see the future of passenger transport? Mineral resources on Earth are limited. If the lack of resources does not put up prices, our behaviour and habits will, I am afraid to say, not change.

AUTOBOOM (SK) p. 36
text Tomáš Andrejčík

Autoboom is not an exhibition of top car design or latest trends. It is a story of a special man with open mind, a designer and teacher breaking boundaries between possible and impossible things. These are not empty words when talking about Štefan Klein. The words would be without meaning if flying car prototype Aeromobil I (produced as the graduation thesis in 1991) and its second phase from 2004 would be considered the design average. These two items are not from a dreamland. They represent real world Klein lives in, combined with childlike joy from work and stubbornness in enforcing his opinions. It is Klein's addiction for futurism combined with ability to bring projects to a successful end that motivates his students. It is perhaps the addiction and not his gift as an artist that motivates his students. Dur-

ing 15 years of his teaching career, Klein has substantially improved Slovak academic design. It was hard to believe that students in the post-communist era would work in renowned design centres of Volkswagen, Audi, Bugatti and Ford. It was not impossible for Klein whose enthusiasm and vision introduced the transport design department into the world of professional design in mid 1990s. Autoboom is the exhibition presenting projects (e.g. Juraj Mitro and Ján Kameništiak in 1996) that the department developed in collaboration with Volkswagen. The exhibition presents further developments of the department such as Poliak's futurist Audi-inspired sport coupe NOU7ON, origami-style coupe Manga from Kišantal and Čulík's retromonopost Ferrari. These projects are full of creative energy, sometimes with more creativity than in older Klein's industrial projects. Technically and historically limited projects and visionary cars (electric car LEA for WUSAM Zvolen, golf cart for Maalex and two mini-bikes for ZMV Kolárovo) are equal parts of Klein's career. You cannot avoid a question whether it is Klein as a teacher or Klein as a designer who dominates the exhibition. Anyway, it is not important. The important thing is that Klein has poisoned his students with open mind and creativity without limits. Čulík's visualisation of H3COPTER, a flying one-seat car is a perfect example of the approach. The story of a dreamer dreaming of flying to work in a flying machine continues. The concept of the exhibition lacks a detailed explanation of exhibited projects without which it is only a mix of displays without any logical links. A visitor, even if a design enthusiast, attending the exhibition may feel lost between a futurist aero-vehicle, laminated electric vehicles and futurist sport coupes.

SCUMBOY p. 44
Jerzsy Seymour (1968) has disturbed shallow waters of classical



understanding of design product for several years. He is radical and uncompromising in defending his way of doing design. His radical approach did not fall on deaf ears and won recognition in the professional community. Seymour is being invited to work with renowned universities, galleries and progressive producers. Despite given circumstances, Seymour does not behave as a celebrity. Instead, he stays out of commercial lifestyle. He came to Bratislava upon the invitation of Clubovka. Seymour presented his earlier and current work in the car park of the Átrium shopping mall (refusing trendy presentation premises) standing behind a waste bin serving a DJ and speaking desk. Scum was a word used frequently in the speech. Scum is a polyurethane foam Seymour is currently testing with remarkable results. Suddenly you realize that the potential of material ends with the boundaries of imagination. Nad the boundaries are not specified. ❖ How do you like Bratislava? Did you find anything inspiring for your work and research? Bratislava was nice. I experienced interesting situations here. I like the city, the architecture of Hotel Kiev, Slovak National Gallery and Slovak Radio. How did you like Petržalka? I want to know because your scum research covers various urban areas. Yes, I often find inspiration at neglected places and in broken things. I saw only a bit of Petržalka. The lecture I had was organised in a building near Petržalka concrete blocks of flats. We stopped by a nearby refreshment stand after the lecture and liked it very much. Your lecture at Clubovka focused on scum. When did you start your scum research and why? Six years ago, I participated in a glass workshop in Murano, Italy. It was an inspiring and important experience for me. When working with glass or scum, you have to be quick. It takes four minutes to produce an item from glass. You do not have much time to hesitate. You have to master the material and handle



several things at once. All activities are of equal importance for the final product. Glass is running, its temperature is changing, etc. Then I realised that freestyle work is what I like. You have to be quick and ready to improvise. It is the only way of achieving genuine and avoiding average results. You have called the material you work with as the „serum“ against consumer lifestyle. Do you believe that enhancements in mass production allow designers to “heal” people with design? I did not really think of serum as a medicine. It is more an attitude. I certainly do not believe in scum healing people (laughing). It is impossible. What I had in mind was that you could see design from various perspectives, not limited by business strategies. Designers must think about the meaning of what their work. I prefer projects without limits and boundaries set out by industrial requirements. Design does not need to be a commodity. Design must live a life of its own. Design depends only on experience and knowledge.

MODERN STYLE IN THE AFTER WAR PERIOD 2

Notes from the history of graphic design XVIII p. 54
text Zdeno Kolesár

In addition to Switzerland, we covered in the previous part, the USA were very important centre of Modern style after the World War II. The country of famous tradition in printing and advertising did not trust the Modern style. The “New World” approached the style as an imported commodity. Two natives of Eastern Europe broke new ground for the Modern style in the early 1930s. Son of Turkish parents Mehemed Fehmy Agha lived in Ukraine and moved to the USA through Paris and Berlin. Agha was promoted to a head graphic designer in Vogue in 1928 and was developing graphic designs for other magazines under publisher Condé Nast. Agha introduced no-serif face, asymmetric compositions, large empty spaces

and photographs into a conservative American environment. Perfect drawing artist Agha introduced the art deco style from Paris on the covers of Vogue, Vanity Fair and other magazines. And, working as an artistic director of graphic products, he was among first art directors in the industry. Agha specified visual concepts and hired photographers and artists to develop designs for him. Agha redeveloped the magazine into a complex and harmonic two-page units. Native of Russia Alexey Brodovitch employed a similar approach. After apprenticing in Paris, he moved to the USA in 1930. Brodovitch sought a perfect harmony of writing and visual concept while working for Harper's Bazaar (as an art director, since 1934). Text layouts combined with photographs produced complicated shapes reminding of Futurist and Dadaist experiments. ❖ After Agha and Brodovitch, many political refugees from Europe moved to the USA escaping the horrors of the WWII. Representatives of Bauhaus László Moholy-Nagy and Herbert Bayer escaped to the USA with many others. Moholy-Nagy established a new Bauhaus in Chicago in 1937. The school did not survive financial problems. Soon after, the Design Institute was established and have worked successfully under the MIT (Chicago) until today.¹ Chicago-based businessman Walter P. Paepcke financially supported the institute in its beginnings. Paepcke was among the first American industrialists who recognized the importance of graphic design, particularly modern style, for the expansion of business. His Container Corporation of America play major role in the history of corporate identity. Many renowned Modern style artists, among them Cassandre, Carlu, Moholy-Nagy and Herbert Bayer used to work for the Container Corporation of America. ❖ Finally, the USA accepted the “international style” introduced by Modern style artists and added more colours, energy and intuition into it. Europe concentrates



on a perfect form and unified and clear appearance. Graphic designers in the USA put the accent on commercial character of design. Graphic design was developed for advertising purposes and commercial success of a product or service, not formal proficiency, was the ultimate criterion. The work of co-founder of American Modern style Paul Rand is a perfect example of above mentioned approach. His early work (1930s) proved that Rand is a designer able to develop various expressions of graphic design. Later, Rand went beyond the objective photography enforced by the Modern style designers. Inspired by the Modern style in Europe (Matisse, Klee, Miró, etc.), he used photomontages, collages and paintings in his designs).

JÁN VIKRUT – A DESIGNER OF RADIO SETS, CALCULATORS AND TELEPHONE SETS p. 62

Ján Vikrut (1928) belongs to the founding generation of Slovak designers. He is an author of twelve protected patterns. Under state-owned Dielo, Vikrut developed designs and produced 86 designs for various companies. His music box 757 from 1958 was his first product.

The 220 receivers

A development department of Tesla Bratislava was formed in 1951. Four years later, first receivers designed by prof. Ludvík Havelka and Ján Vikrut were produced. The receivers were produced after the 3 + 3 competition. „Size represented message“, says Vikrut. „A small receiver was for fun and for music. Large receivers were for serious, important messages and were financially demanding.“

Ján Vikrut thinks as a designer, but he is a skilful and experienced engineer. He was aware that components could not be mixed without reason. He believed in harmony between inner and outer parts. Vikrut developed a complex package – models, prototypes, graphic designs for use instructions, packages and logos

PREDPLATNÉ DESIGNUM NA ROK 2006

PREDPLAŤTE SI ČASOPIS A UŠETRÍTE.
ROČNÉ PREDPLATNÉ: 330,- SK/ KČ.

MOŽNOSTI PLATBY

POŠTOVOU POUKÁŽKOU – BANKOVÉ SPOJENIE: ŠTÁTNA POKLADNICA, Č. ÚČTU: 7000070238/8180, VS: 2006123456, KS: 0308, ADRESA: SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU, JAKUBOVO NÁM. Č. 12, 814 99 BRATISLAVA

BANKOVÝM BEZHOTOVOSTNÝM PREVODOM – BANKOVÉ SPOJENIE: ŠTÁTNA POKLADNICA, Č. ÚČTU: 7000070238/8180, VS: 2006123456, KS: 0308 – PO ZASLANÍ ÚHRADY BANKOU JE POTREBNÉ PRE IDENTIFIKÁCIU PLATBY NAHLÁSIŤ ADRESU PREDPLATITEĽA NA HUSTA@SDC.SK, ALEBO GABRIZOVÁ@SDC.SK

ŠPECIÁLNA PONUKA!

PONÚKAME ODBERY ČASOPISU DESIGNUM Z ROKOV 2004/ 2005 ZA MIMORIADNE VÝHODNÉ CENY

PRI NÁKUPE CELÉHO ROČNÍKA 2004

ZAPLATÍTE LEN 180,- SK

PRI NÁKUPE CELÉHO ROČNÍKA 2005

ZAPLATÍTE LEN 240,- SK

CENA ZA NÁKUP JEDNOTLIVÝCH ČÍSIEL

Z ROKU 2004 – 35,- SK

CENA ZA NÁKUP JEDNOTLIVÝCH ČÍSIEL

ČÍSIEL Z ROKU 2005 – 45,- SK

INFORMÁCIE O PREDAJI STARŠÍCH

ČÍSEL A INÝCH PUBLIKÁCIÍ SDC

WWW.SDC.SK, ALEBO SDC@SDC.SK,

HUSTA@SDC.SK

ŠPECIÁLNA PONUKA!

ČASOPISY DESIGNUM Z ROKOV 2004/ 2005
ZA MIMORIADNE VÝHODNÉ CENY



Jigsaw

Typotheque

text Johanna Bil'ak-Balušíková foto archív autora

Nápad navrhnuť Jigsaw vznikol v roku 1998, keď ma prijali na parížsky postgraduál zameraný na typografiu „Atelier National de Recherche Typographique“. Dala som si za cieľ vytvoriť „humanizovaný sans serif“, ktorý mal mať menej prísny ráz ako napr. Helvetica, a zároveň niesť geometrickú jednoduchosť Futury či ladnosť Syntaxu. Vznikol monolineárny sans serif s takmer vyrovnanou šírkou ťahov pôvodne navrhnutý ako Multiple Master font. Táto technológia bola použitá netypickým spôsobom, na vytváranie postupne meniacich sa rezov medzi verziami Jigsaw Stencil a Jigsaw Solid. Tvarová jednoduchosť písma bola podmienená jeho funkciou meniť sa na stencil. Od roku 2004 Johanna spoluorganizuje česko-slovenský projekt putovnej výstavy „e-a-t: experiment a typografia“.

Odkedy sa formát fontov Multiple Master stal menej používaný, pôvodná myšlienka generovania mnohonásobných verzií ostala iba v polohe experimentu. Následne sa prvé verzie stali základom pre rozšírenie písmových rodín Jigsaw Stencil a Jigsaw Solid o nové rezy Regular, Medium a Bold. Spomedzi znakov vyniká nekonvenčne tvarované písmeno „g“. Písmo Jigsaw bolo úspešne použité v architektonických riešeniach. Má stabilný a vyvážený charakter aj v textových veľkostiach.

<http://www.johanna.sk>



Skice pri navrhovaní písma Jigsaw z roku 1998. Písmená boli najskôr nakreslené na pauzák a neskôr zdigitalizované v programe Fontographer.

Štúdio Typotheque z holandského Haagu sa zaoberá tvorbou písma. Vytvára a predáva originálne latin-kové a nelatinkové písmové typy. Ich zameraním je pokračovať v tradíciách nezávislých tvorcov písom a svojím dielom prispieť k histórii tvorby písma. Vytvárajú kvalitné písma, ktoré odrážajú našu dobu a jej potreby.

<http://www.typotheque.com>

**KLASICKÉ
PROPORCIE**
dve rôzne verzie
šablónkové
a regulárne prísne
geometrické
ocenené 1. miestom
JIGSAW PUZZLE

designum

MAGAZÍN DIZAJNU / DESIGN MAGAZINE
ROČNÍK / VOLUME – XII
VYCHÁDZA 6-KRÁT ROČNE / A BIMONTHLY
ČÍSLO / NUMBER – 3 – 2006

designum 3

2006

VYDÁVA / EDITED BY –

SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU – BRATISLAVA
SLOVAK DESIGN CENTRE

VEDÚCA REDAKTORKA / EDITOR :

LUBICA HUSTÁ – HUSTA@SDC.SK

REDAKTORKY / STAFFERS

JANA ORAVCOVÁ – ORAVCOVA@SDC.SK
ANDREA KOPERNICKÁ – KOPERNICKA@SDC.SK

JAZYKOVÁ REDAKCIA / PROOF READER:

INGE HRUBANIČOVÁ

REDAKČNÝ KRUH / EDITORIAL COOPERATORS:

DUŠAN BROZMAN – PRAHA
SILVIA FEDOROVÁ
MÁRIA RIŠKOVÁ
LUCIA LUPTÁKOVÁ – AMSTERDAM
LUBICA PEDERSEN – KODAŇ
JÍŘÍ PELCL – PRAHA
KAROL PICHLER – PARÍŽ
ALAN ZÁRUBA – PRAHA
SYLVIA JOKELOVÁ
MAREK ŠKRIPEŇ
ZDENO KOLESÁR

VIZUÁLNA KONCEPCIA, LAYOUT,
GRAFICKÝ DIZAJN / VISUAL
CONCEPT, LAYOUT, GRAPHIC
DESIGN –

PALO BÁLIK
MARCEL BENČÍK
EMIL DRLIČIAK
JÁN ŠICKO

SADZBA / TYPESETTING –

JURAJ BLAŠKO, JÁN FILÍPEK

OBÁLKA / COVER –

MARCEL BENČÍK, KRESBA AUTA:
PETER KIŠANTAL

TLAČ / PRINTING –

X LINE, BRATISLAVA

@ COPYRIGHT –

SCD, ISSN 1335-034X
REGISTROVANÉ MK SR Č. 889/93
MATERIÁLY PUBLIKOVANÉ
V ČASOPISE DESIGNUM NIE JE
MOŽNÉ UVEREJNIŤ BEZ SÚHLASU
REDAKCIE NEVYŽIADANÉ RUKO-
PISY, FOTOGRAFIE, DIAPOZITÍVY,
CD SA NEVRACAJÚ

SÍDLO REDAKCIE / HEADQUARTER –

SDC, JAKUBOVO NÁM. 12, 814 99 BRATISLAVA
SLOVAK REPUBLIC

TEL: + 421 (0) 2 5293 1564

FAX: + 421 (0) 2 5293 1838

E-MAIL: HUSTA@SDC.SK, SDC@SDC.SK

WEB: WWW.SDC.SK

DISTRIBÚCIA / DISTRIBUTION –

L. K. PERMANENT, S. R. O., P.O. BOX 4
834 14 BRATISLAVA

TEL: + 421 (0) 2 4445 3711

FAX: + 421 (0) 2 4437 3311

E-MAIL: LKPERMANENT@LKPERMANENT.SK

OBJEDNÁVKY A PREDPLATNÉ / SUBSCRIPTION

ORDERS – SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU,
DESIGNUM, JAKUBOVO NÁM. 12, P.O. BOX 131
814 99 BRATISLAVA, SLOVAK REPUBLIC

TEL: +421/2/5293 1564, FAX: +421/2/5293 1838

E-MAIL: SDC@SDC.SK,

HUSTA@SDC.SK

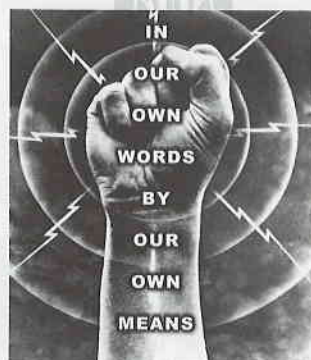
INZERCIA INFO – WWW.SDC.SK, HUSTA@SDC.SK

INFO O PREDPLATNOM ZO ZAHRANIČIA NA WEB
STRÁNKKE / INFO ABOUT ABROAD ANNUAL SUBSC-
RIPTION – PRICE FOR ABROAD – 5 € SINGLE ISSUE,
ANNUAL SUBSCRIPTION – 30 € (INCLUDING POSTA-
GE) – WWW.SDC.SK.

VOĽNÝ PREDAJ – V STÁNKOCH MEDIAPRESS A ME-
DIAPRINT KAPA, KNÍHKUPECTVÁ A GALÉRIE, BRATI-
SLAVA – ARTFORUM, PROSPERO, REDUTA, GALÉRIA
MÉDIUM (VŠVU), X GALÉRY, DIZAJN ŠTÚDIO ÚLUV,
MIMO BRATISLAVY – ARTFORUM (BANSKÁ BYSTRICA,
ŽILINA, KOŠICE), GALÉRIA J. KONIARKA V TRNAVE,
CHRISTIANIA (POPRAĐ, PREŠOV), KNÍHKUPECTVO
POD VŔŠKOM V NITRE, STM KOŠICE | ČR – KNÍHKU-
PECTVO FRAKTÁLY PRAHA

ČO NÁJDETE V DESIGNUM 4/2006

TÉMOU ČÍSLA BUDE GRAFICKÝ
DIZAJN V GALÉRIÁCH – KONKRÉT-
NE SA SÚSTREDÍME NA PREBIE-
HAJÚCE BIENÁLE GRAFICKÉHO
DIZAJNU V MORAVSKEJ GALÉRII
V BRNE, ALE AJ NA TRIENÁLE
PLAGÁTU TRNAVA, KTORÉ ŠTAR-
TUJE V SEPTEMBRI. OKREM TOHO
PREDSTAVÍME TVORBU DADAISTU
A GRAFICKÉHO DIZAJNÉRA JOHNA
HEARTFIELDA ČI TVORBU
DEZIDERA TÓTHA.



plagát Johna Heartfielda



**Neschádza vám z mysle.
Nové Audi A6 allroad quattro.**

Nová éra výkonu pochádza z hĺbín vašej mysle: len raz zazriete nové Audi A6 allroad quattro a získa si vás navždy. Působivý dizajn opantá vašu predstavivosť a prenikne do vašich myšlienok. A na ceste? Permanentný pohon všetkých štyroch kolies quattro® a nový elektronický stabilizačný program ESP prinášajú vyššiu stabilitu a bezpečnosť na ceste, vďaka novému modusu offroad teraz aj v náročnom teréne. Vyskúšajte si nové Audi A6 allroad quattro – na tento zážitok nikdy nezabudnete.

