

designum, ↗

revue dizajnu 05/2005
cena za číslo 65,- Sk / Kč 5,- Eur



9 771335 034008

 www.sdc.sk

Lubica Hustá Zaujímajú ma skutočné hodnoty Rozhovor s Mariánom Laššákom	02	Štart / Start
Lubica Paulovičová Súťaže na slovenské poštové známky	04	
Promosedia Udine 2005	06	
Jana Oravcová Austrian fashion week 2005	18	Inbox / In Box
Julie Džambazovič Tag je rýchly a to sa mi páči	20	
Lucia Luptáková Nová krv	31	
Rôznorodosť projektov obohacuje každý ďalší projekt Rozhovor s Petrom Biľákom	08	Reál / Real
Margita Michlíková Národná cena za dizajn 2005	11	Téma / Topic
Lubica Hustá Reálny dizajn je aj kompromis Rozhovor s Ericom Jourdanom	16	
Lubica Hustá Písmo v meste	23	Sentimental / Sentimental
Zdeno Kolesár K dejinám grafického dizajnu XV, Art deco	27	Seriál / Serial
Hal Foster Abeceda súčasného dizajnu 1. diel	34	Teória / Theory
Design factory alebo je industriálny priestor len módnym trendom?, Otvorené dvere, Iný pohľad na grafický dizajn	36	Elixír / Elixir
		English Summary



Milí čitatelia,

Nad Slovenským centrom dizajnu sa začalo čudne zmrákať. To momentálne najviac zamestnáva naše myšlienky. Ak to neviete, Ministerstvo kultúry SR chce Slovenské centrum dizajnu od januára 2006 zrušiť. Bojujeme proti tomuto rozhodnutiu, lebo máme pocit, že naša práca má zmysel a že sa ju snažíme robiť poctivo. Sme jediná inštitúcia s priamou štátnou podporou, ktorá sa venuje problematike dizajnu na Slovensku. Jej zánikom by slovenský dizajn prišiel aj o tú malú inštitucionálnu striešku nad hlavou, ktorú má. Prečo teraz? Nevieme. Prečo práve dizajn? Tiež nevieme. Zaráža to o to viac, že všetky svetové vyspelé krajiny, ako aj všetky štáty EU dnes svoj dizajn masívne podporujú. Prečo tak robia, je zrejmé. Dizajn je budúcnosť. Má úžasný potenciál ako kultúrny, tak aj hospodársky. Čo nás v týchto dňoch naopak naozaj veľmi, veľmi teší, je podpora zo strany slovenských dizajnérov, pedagógov aj študentov dizajnu. Rovnakú podporu dostávame aj od partnerských zahraničných inštitúcií. To všetko dáva našej práci zmysel. V novembri sa rozhodne. Viac informácií o tom, ako sa situácia vyvíja, nájdete na našej webovej stránke www.sdc.sk.

Lubica Hustá

Lubica Hustá

askan



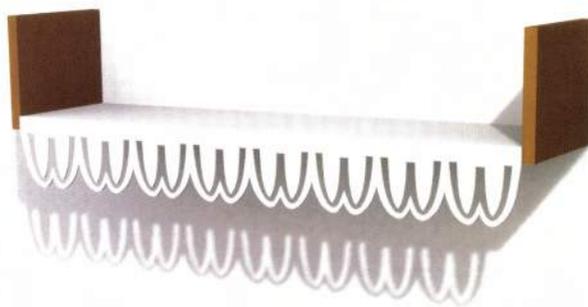
(drawer is a simple way
how to exploit space under
the seat: it is combination
of two archetypes which
create together new thread.)

(chair with a drawer)

Vítazná stolička Askan
z Promosedie v Udine, 2005.



Zaujímajú ma skutočné potreby



Marián Laššák je študent 6. ročníka produkt dizajnu na VŠVU v Bratislave. V ateliéri, ktorý vedie František Burian, vytvára produkty, ktoré sú jasne artikulované a väčšinou doplnené netradičnou funkciou navyše. Jeho rukopis smeruje k jednoduchým, zbytočne neštylizovaným tvarom. V septembri získal druhú cenu v medzinárodnej študentskej súťaži na veľtrhu Promosedie v Udine za stoličku Askan.

Mám pocit, že vo svojej doterajšej tvorbe sa ubieram najmä smerom k nábytkovým solitérom a bytovým doplnkom.

Áno, táto téma je mi najbližšia. Hlavne preto, že sú v nej jasné pravidlá, vzťahy a súvislosti. Asi je to určené aj tým, že nemám rád, keď sú vnútri predmetov schované mechanizmy – technológie, ktorým nerozumiem. Tvrdý priemyselný dizajn ide mimo mňa.

Ak nie technika, tak je ti blízka forma?

Forma tiež nie. Podľa mňa nie je až taká dôležitá. Forma musí spĺňať určité estetické kritériá. Aké sú, to závisí od toho, čo chceme

pomocou nej dosiahnuť. Ja sa snažím vcítiť do kože ľudí, do toho, čo by asi v súčasnosti pre svoj život naozaj, ale naozaj potrebovali. Zaujímajú ma skutočné a nie marketingovo vytvorené potreby. Pod marketingovými mám na mysli tie, ktoré vznikajú na základe potrieb firiem – teda preto, aby im priniesli zisk. Často sú to samoučelné produkty, ktoré v podstate nikto nepotrebuje, a keď áno, tak na veľmi krátky čas. Ľudia ani nevedia, ako ľahko sú manipulovateľní, a kúpia si produkt len na základe presvedčivého tvrdenia výrobcu a reklamy. Sú akoby leniví premýšľať nad tým, čo vlastne skutočne potrebujú. Berú to, čo sa im ponúka ako prvé. Podliehajú modným trendom – podobne ako forma. No a z tohto pohľadu pre mňa forma nie je dôležitá. Predmet nemusí byť pekný, mal by nás zaujať, a to je dôležité. V dnešnom svete samých pekných a dokonalých vecí, tak ako sú nám servírované v médiách, je dokonca výhodou, keď niečo nie je pekné. Dôležité je, aby produkt niesol v sebe nejaký kód, ktorý sú ľudia schopní rozlúštiť. Napríklad nejaká spomienka z detstva,

nejaký emocionálny, sociálny zážitok, nejaké spoločné kultúrne zázemie atď.

Kódy v dizajne, vo veciach okolo seba, ako ich ty osobne dešifruješ?

Predmety by mali hovoriť za seba. Často za nich však hovorí marketing, možno preto, že nemajú čo povedať, a naopak, je tu množstvo produktov, ktoré hovoria samy za seba, no chýba im dobrý marketing. Dobrý produkt osloví človeka hneď, no spotrebiteľ a produkt sa musia stretnúť na správnom mieste. Neexistuje dizajn pre všetkých, takisto ako nie každý je schopný rozumieť rovnakým kódom. Snažím sa dešifrovať kódy predmetov okolo nás a zároveň vkladám kódy do svojich produktov. Tým nemám na mysli, že by som chcel robiť dizajn len pre úzku skupinu vzdelaných ľudí, ktorý bude prezentovaný len v galériách. Myslím si, že človek nemusí študovať na to, aby v predmetoch rozpoznal určité odkazy, ktoré sú blízke práve jeho životu a súvisia s ním. Každý si podvedome ukladá tieto kódy počas svojho života a môže byť príjemne prekvapený, keď zistí, že niekto, kto navrhoval predmet, ktorý používa, sa pozerá na svet jeho



očami, pozná jeho tajné túžby, práania. A k tomu by som chcel dospieť. Chcel by som skúmať skutočné potreby.

Ktorý z tvojich doteraz navrhnutých produktov podľa teba skúma skutočné potreby?

Od určitého času sa o to snažím pri všetkých produktoch, ako sa mi to darí neviem. No je ťažké to povedať. Mám pocit, že napríklad stoličky, ktoré som vytvoril v poslednom čase. Popri primárnej funkcii, ktorou je sedenie, zapájam odkazy na rôzne známe motívy, ktoré nás v živote obklopujú. Sú to odkazy intimného či erotického charakteru, sú to hravé odkazy, odkazy na momenty či situácie z nášho života. Popri primárnej potrebe, ktorou je sedenie, sa snažím pomocou týchto odkazov uspokojiť aj inú, napríklad emocionálnu potrebu. Pri stoličke Askan som vytvoril obyčajnú stoličku so zásuvkou. Pri navrhovaní som vychádzal zo základného typu stoličky, v podstate z archetypu. Stoličiek s odkladacím priestorom pod sedákom je veľa, spĺňajú podobnú funkciu ako tá moja, dá sa na nej sedieť a pod sedák sa ukladajú knihy, atď. Sú to v podstate stoličky s rôznymi otvormi

na tieto predmety. Ja som sa snažil tento otvor zadefinovať, a to v podobe zásuvky. Pri navrhovaní sa usilujem hľadať podstatu, určitú esenciu a tú nachádzam prostredníctvom odbúravania nánosov, vyčistením od zbytočného. V konečnom dôsledku som dospel k tomu, že na odkladanie potrebujeme zásuvku a na sedenie stoličku. Ich kombináciou dostávame produkt do nových súvislostí, ktoré súvisia s našimi potrebami.

Rád k svojim produktom pridávaš vždy netradičnú funkciu navyše. Prečo?

Pretože keď sa niečo robí a dá sa to urobiť naraz, tak prečo nie. Niekedy sú dve funkcie lepšie ako jedna. A ľudia to môže navyše prekvapiť, pobaviť, zaujať. Sú zvyknutí, že lampa je iba lampa. A keď svieti nejako inak alebo sa dá ňu niečo zavesiť, je to posun dopredu. Chcem narúšať stereotypy vnímania. Archetypy foriem, tak ako sa vyvíjali dlhý čas, by sme si mali vážiť. No zároveň sú vhodným objektom na experiment. Usilujem sa pridávať nové funkcie práve týmto archetypom. Tá forma je niekde zakódovaná, ak chcete, aby deti nakreslili lampu, stoličku alebo stôl, tak

to všetko nakreslia takmer rovnako. A to ľudia očakávajú aj od trhu, že tam nájdu niečo, čo už poznajú. Ja sa ich snažím prekvapiť. Aj keď dnes je to už takmer nemožné.

Si v diplomovom ročníku. Čomu si sa rozhodol venovať?

Tomu, o čom sa rozprávame. Nemám zatiaľ predstavu, čo by malo byť výsledkom mojej práce, no mám predstavu, čím sa chcem zaoberať. Téma sa volá – „poetika bežného dňa“ a bude o hľadaní poetiky v každodennom živote ľudí a výsledok sa pokusím premietnuť do dizajnu. Mala by to byť kolekcia vecí, ktorá zhmotní výsledky môjho premýšľania o ľuďoch a ich potrebách.

Zaujal ťa v poslednom čase nejaký produkt?

Nedávno som si pozrel stránku Droogdesignu a po dlhom čase sa tam objavili nové produkty. Tie ma zaujmú vždy. Tiež ma zaujali produkty dizajnérok skupiny Front, ich kolekciu som videl na výstave v Udíne.

Čo ti naposledy urobilo naozaj radosť?

Najväčšiu radosť mi robia dobré správy o mojich blízkych a priateľoch. V poslednom čase ich bolo niekoľko, a to mi urobilo naozaj radosť.

Čo vás v poslednom čase potešilo a, naopak, čo rozladilo v slovenskom dizajne?

Marek Škripeň, dizajnér

áno

Prisľub, že sa ako členovia profesijnej skupiny dokážeme dohodnúť na principiálnych otázkach bez vnášania osobných a skupinových záujmov. Predsa len je nás na takéto plytvanie silami málo.



nie

Ako účastník diskusie na MK SR o SCD som sa naživo dotkol hlúposti a arogancie štátnych úradníkov. Kto to nezažije, neuverí, kto to zažije, aj tak nebude môcť uveriť, že niečo také je skutočne možné. Drzosť a hlúposť štátnych úradníkov je zrejme skutočne večná a nezničiteľná.

Karol Pichler, dizajnér

áno

Entuziasmus v slovenskej dizajnerskej obci: Okrem toho, že sa stretávam stále častejšie s menami a prácami slovenských dizajnérov ako na stránkach odborných časopisov, tak i na výstavných podujatiach po celej Európe, potešila ma pri mojej poslednej návšteve Slovenska akcia „Čerstvý dizajn na trhu alebo Made in Slovakia“. Tento projekt netradičnou a provokatívnou formou, ale i s veľkou dávkou entuziasmu sprístupnil a priblížil minivzorku slovenského dizajnu tomu najširšiemu publiku. Imciovali ho tri mladé kurátorky – Viera Kleinová, Sylvia Jokelová a Ľubica Husťá a potešil ma aj preto, lebo ohlasuje nástup novej kurátorskej generácie v oblasti dizajnu, (kde my, dizajnéri, pociťujeme veľký deficit) s odvahou k novým stratégiám jeho prezentovania.



nie

Entuziasmus proti slovenskej dizajnerskej obci: Pri mojej poslednej návšteve Slovenska som bol prekvapivo nútený sa konfrontovať s entuziasmom nasmerovaným proti slovenskému dizajnu. Najhoršie na celej veci je to, že sa jedná o zradu z vlastných štíkov a s odstupom času, ak sa tento zámer podarí, ho budú nasledujúce generácie klasifikovať ako lacný gól do vlastnej bránky. O čo sa jedná? Z neznámych dôvodov začalo prekráčať Slovenské centrum dizajnu vo vládných kruhoch, konkrétne na MK SR, pod ktoré spadá. V celej Európe je pritom význam a dôležitosť centier dizajnu evidentná: napríklad v Nemecku má dokonca skoro každé spolkové mesto od 80. rokov svoje centrum dizajnu, dotované príslušným krajským ministerstvom. Ako dôležitá strategická zložka v hospodárstve krajiny je úloha centra dizajnu neodmysliteľná, i keď nie čitateľná v prvom pláne. Len na Slovensku, namiesto aby znásobil podporu tejto inštitúcie, získava navrch krátkozrakosť a proti logike vývoja ohlasujú ukončenie činnosti inštitúcie, alebo jej prekvalifikovanie na úroveň dobrovoľného spolku. Táto neústretná situácia žiaľ iba prezrádza a odmaskováva nekompetentnosť „kompetentných“, za ktorú by mohla spoločnosť draho platiť úroky.



Vítazná známka, súťaž Imigranti očami mladých ľudí, Martin Mistrík



Vítazná známka, súťaž Pltníci na Dunajci, Zuzana Hyrává

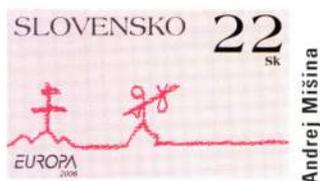


V novej situácii po prechode vydavateľských kompetencií slovenských poštových známok z Ministerstva dopravy pošt a telekomunikácií SR na Slovenskú poštu vznikla prirodzená potreba doplniť autorskú základňu. Slovenská pošta si na prvý pohľad zvolila jednoduchú cestu – pri realizácii vybraných emisií sa rozhodla, že formou súťaží osloví najmladšiu generáciu – poslucháčov a čerstvých absolventov vysokých škôl umeleckého zamerania. Hlavným cieľom a motiváciou takého konania bolo rozšíriť pomerne uzavretý okruh výtvarných umelcov, ktorí sa venovali známokovej tvorbe.

Prvá súťaž, ktorá sa uskutočnila na prelome rokov 2003/2004, bola venovaná spoločnému slovensko-poľskému vydaniu známky Pltníci na Dunajci. Námet známky bol stanovený na základe rokovania oboch poštových správ rovnako ako aj to, že každá strana predloží vlastný výtvarný návrh známky a po vzájomnej dohode bude jeden určený na realizáciu spoločného vydania.

Slovenská pošta vtedy oslovila Katedru grafiky a grafického dizajnu VŠVU a Katedru grafiky Akadémie umení v Banskej Bystrici a niekoľko mladých autorov, ktorí mali blízko k známokovej tvorbe. Záujem poslucháčov vysokých škôl bol pomerne nízky. Prvú cenu získala študentka Katedry grafického dizajnu VŠVU Zuzana Hyrává. Jej výtvarný návrh bol odporúčaný na realizáciu a postúpil do súťaže s návrhom Poľskej pošty. Po konfrontácii s návrhmi poľskej strany bol nakoniec vybraný a realizovaný návrh poľského dizajnéra Jaceka Brodowského, ktorý zvolil prístup v tradičnom duchu.

Ďalšia súťaž bola vypísaná na realizáciu poštovej známky z emisného radu EUROPA, ktorý každoročne vydávajú poštové správy podľa spoločne vypísanej témy, ktorou bola na rok 2005 podľa nášho názoru pomerne



Andrej Mišina

Karol Prudil



Martin Mistrík



Jana Némethová



Jana Némethová

Súťaže na slovenské poštové známky

príťažlivá gastronómia. Známky tohto emisného radu patria medzi zberateľmi k najžiadanejším a každoročne aj prebieha medzinárodná súťaž o najkrajšiu známku EUROPA.

Súťaž sa uskutočnila na jeseň roku 2004. Vzhľadom na panujúcu rozdielnosť názorov na techniku tlače poštových známok bola oslovená Katedra grafického dizajnu VŠVU – ateliér grafického dizajnu pod vedením docenta Pavla Chomu, ďalej Katedra grafiky AU v Banskej Bystrici a niekoľko starších výtvarníkov – ilustrátorov. Súťaže sa napokon zúčastnili len študenti Pavla Chomu. Poštová známka bola jednou zo semestrálnych zadaní ateliéru a výsledky bolo možné vidieť aj na zimnom prieskume VŠVU. Tentoraz bolo rozhodovanie komisie ťažšie vzhľadom na to, že študentské práce mali vyrovnanú úroveň. Na rokovani realizáčnej komisie známkovej tvorby pri Slovenskej pošte, ktorá hodnotí a garantuje výtvarné návrhy známok, bol nakoniec na realizáciu vybraný návrh študenta ateliéru Pavla Chomu Karola Prudila. Autor predložil pomerne jednoduché riešenie odvodené z najznámejších symbolov slovanskej pohostinnosti – chleba (z ktorého vyformoval tvar Slovenska) a soli. Znáмка s jeho návrhom bola vydaná 22. apríla 2005. Karol Prudil bol zároveň autorom sprievodných produktov k tejto emisii – obálky prvého dňa vydania a nálepného listu.

Pedagóg VŠVU Pavol Choma na tému súťaží na výtvarné návrhy známok uviedol: „Privítali sme možnosť vytvoriť niekoľko grafických návrhov na známku EUROPA – Gastronómia. Chceli sme vytvoriť nezvyčajné riešenie, preto sme si neurčili obmedzujúce faktory. Aj čas určený na prácu bol krátky. Spontánne vzniklo slušné množstvo študentských návrhov, ktoré postúpili do súťaže. Naše zhodnotenie výsledkov práce nekopirovalo výsledok poroty, o čo vlastne v tomto prípade ani nešlo. Z hľadiska atelié-

rovej výučby to bola výborná skúsenosť najmä preto, že študent K. Prudil bol poverený vypracovaním definitívneho návrhu na realizáciu“.

Tretia súťaž na výtvarný návrh poštových známok bola práve uzavretá. Ide o rovnaké, spoločné vydanie európskych poštových správ ako v predchádzajúcom roku – emisný rad EUROPA. Tohtoročná téma súťaže bola „Imigranti očami mladých ľudí.“ Výber účastníkov bol vzhľadom na termín vyhlásenia súťaže – letné prázdniny, pomerne obmedzený. Na oslovenie reagovala iba malá časť študentov docenta Chomu a niekoľko mladých výtvarníkov. Aj z tohto dôvodu sa Slovenská pošta na základe odporúčania svojej odbornej komisie rozhodla termín súťaže predĺžiť o mesiac. Študenti mali viac času na prípravu svojich súťažných návrhov a do posledného kola dostali možnosť prihlásiť sa aj ďalší záujemcovia. Tohtoročným víťazom súťaže sa stal poslucháč VŠVU Martin Mistrík, ktorého výtvarný návrh komisia uprednostnila pre jeho výrazovú čistotu a znakovú čitateľnosť. Znáмка by mala byť vydaná v máji 2006.

Slovenské poštové známky majú svoju nepopierateľnú tradíciu a množstvo medzinárodných ocenení, ktoré získali, by sa mali stať povzbudením aj pre najmladšiu generáciu. Tvorba poštovej známky má svoje úskalia – veď dokázať zosúladiť na malej ploche tie najpodstatnejšie textové informácie so samotným „obrázkom“ je často ťažkou výzvou aj pre skúsených výtvarníkov. Preto treba dúfať, že táto oblasť grafického umenia bude schopná postupne prijímať nové, mladé podnety. Slovenská pošta, ktorá študentom a nakoniec aj samým pedagógom vysokých škôl umeleckého zamerania dáva formou súťaží možnosť zapojiť sa do procesu jeho formovania, je postavená pred neľahkú úlohu: dodržať vysokú latku postavenú v minulosti a zároveň pripravovať budúcu modernú podobu slovenskej poštovej známky. x mf,lp

Vífazná stolička Boogie, dizajn **Daniel Rode**Lazy Mary, dizajn **Monica Graffeo**

Už tradičný veľtrh stoličiek Promosedia je v Udine sviatok. Asi aj preto, že toto mesto leží v strede regiónu Friuli, ktorý je známy rozvinutým drevárskym priemyslom. Hlavným sortimentom, ktorý drevársky priemysel v okolí produkuje, sú stoličky.



Dokonca až 33 % celosvetovej produkcie stoličiek vzniká práve tu. A to je obrovské množstvo stoličiek. Tradičný a renomovaný veľtrh preto láka najmä tradičných domácich výrobcov. Na veľtrhu nájdete len malé percento výrobcov zo zahraničia. A je dobre, že medzi nimi nechýbali výrobcovia zo Slovenska. Konkrétne Tatra nábytok Martin a Kodreta Group s.r.o. Dobré je to hlavne preto, že napriek menšiemu počtu zahraničných vystavujúcich účastníkov je veľtrh dobre navštevovaný záujemcami o tento typ sortimentu. A to nielen európskymi.

Na veľtrhu sú kvalitne zastúpené aj najnovšie

dizajnérske produkty v tejto oblasti. Svoj sortiment stoličiek tu vystavuje výrobca Moroso, ktorý spolupracuje so súčasnou nábytkárskou dizajnérskou špičkou. Jeho výnimočné postavenie potvrdzuje aj samostatný pavilón nazvaný Geometria prírody. Ich inštalácia bola však oproti milánskemu veľtrhu menej divadelná. Celkovo na Promosedii ale prevažuje stredný nábytkársky prúd. Je logické, že pri prevahe talianskych výrobcov prevláda aj taliansky dizajn. Prehľad o jeho najlepších súčasných stoličkových výstupoch zrkadlila súťaž TOP TEN CHAIR. V nej sa vedľa seba ocitli podľa poroty tie najzaujímavejšie súčasné produkty. Boli rôznorodé, ale

v niečom aj príbuzné. Celkovo vystihujú smery, akými sa súčasný dizajn stoličiek v Taliansku uberá. Na jednej strane neodškriepiteľné nadviazanie na osvedčenú klasiku a tou je v Taliansku ľahká, dynamická a čistá silueta so zaujímavým detailom a potom druhá cesta a tou je experimentálne hľadanie nových foriem. Najvýraznejšia v tej druhej množine bola stolička – alebo skôr hybrid medzi ležadlom a stoličkou Lazy Mary. Nám pripomínala vyplazený jazyk zo slávneho loga Rolling Stone. Porotu zaujala aj barová stolička Arod so sedákom tvarovaným presne na pozadie človeka – tú ponúkali vo viacerých verziách – kovovej i plastovej a je pozi-

Arod, dizajn **Studio Archirivolto**Stinger, dizajn **Jan Sabro**Glove, dizajn **Daniel Rode**

tívne, že výrobca nemyslel len na pozadia modeliek. Efektný bol aj tvar otáčajúcej stoličky Glove, ktorá svojím tvarovaním pripomínala presne vykrojený fragment z elipsového potrubia. Zvíťazila stolička Boogie z prvej skupiny, ktorá zaujala aj nás vďaka elegantne vyriešenému sedáku a operadlu. Stolička jemne pružila a určite preniesla zaujímavý posun v tomto type technologického spracovania nábytku.

Z ponúkaných aktuálnych kolekcií významných výrobcov bolo zrejmé, aký typ stoličiek momentálne najviac lahodí. Sú to jednoduché, ľahké, skôr hranaté siluety, väčšinou bez podrúčok. Z materiálov víťazí drevená lepená preglejka

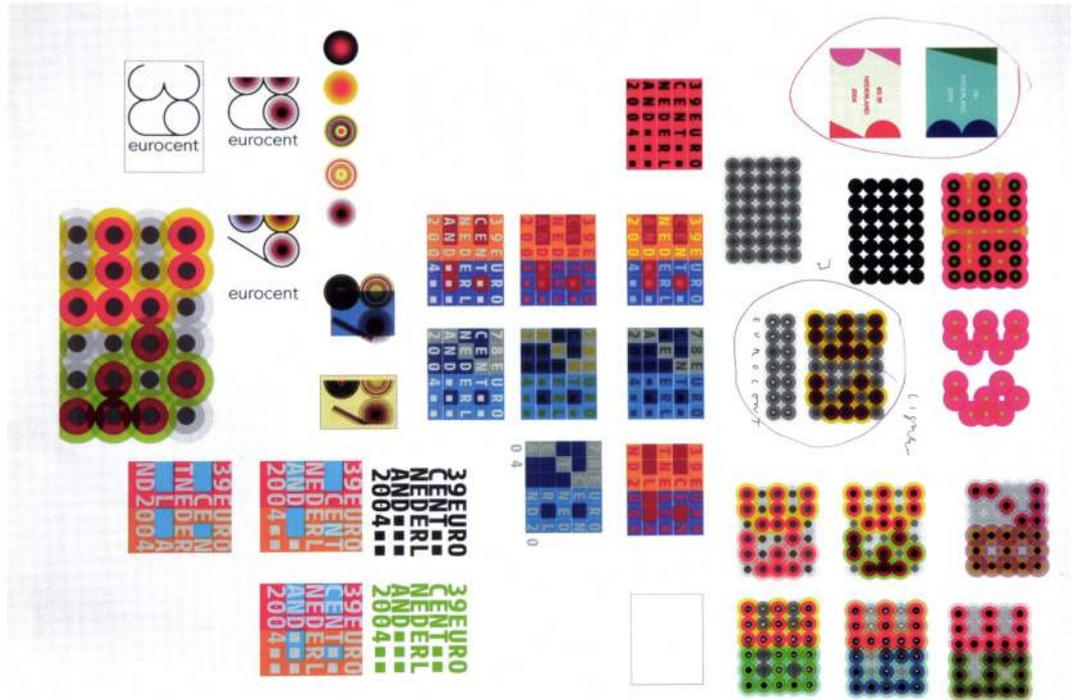
s exkluzívnou povrchovou úpravou – dyha či koža. Stále vizuálne príťažlivé a súčasné sú plasty v žiarivej farebnej škále.

Čo bolo v Udine zaujímavé, to sú najmä paralelné výstavy. Nás najviac potešila medzinárodná súťaž Promosedia design Competition Caiazza Memorial Challenge určená študentom. Témou bola súčasná reinterpretácia klasickej formy drevenej stoličky. Potešila nás najmä preto, že druhé miesto získal slovenský študent Marián Laššák za svoju stoličku Askan (rozhovor s ním aj víťaznú stoličku nájdete v rubrike štart). Víťazom sa stal Christophe Bourban, študent z Ecal v Lausanne, ktorého stolička Norma

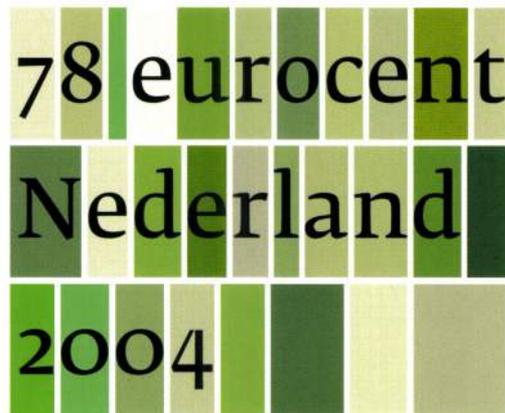
podľa poroty najlepšie riešila problematiku štruktúry a estetiky drevenej stoličky.

Zaujímavým bola aj výstava Sekcia na pozvánku v pavilóne Budúcnosť v prítomnosti, kde organizátori oslovili trojicu uznávaných svetových dizajnérov, aby vybrali svojich obľúbených mladých dizajnérov. Konstantin Grcic vybral rakúsku skupinu dizajnérov Polka a nemecko-americkú dvojicu Clemens Weisshaar a Reed Kram. Jasper Morrison vybral Nemca Klausu Hackla a Andreho Klausera a Marco Romanelli vybral Talianku Donatu Parucchi a skupinu švédskych dizajnérov Front. Práve v tejto sekcii pre nás vial najosviežujúcejší závan dizajnu.

Rôznorodosť projektov obohacuje každý ďalší projekt



Škice ku známke



Známka pre Holandskú poštu



Rozhovor s Petrom Biľakom nielen o realite grafického dizajnéra, ktorému sa podarilo presadiť aj v zahraničí. Odbornú verejnosť zaujal najmä ako tvorca písma. Jeho fonty Eureka či Edra sa úspešne presadili medzi súčasnými typmi písem. V svojom dizajnérskom štúdiu v Haagu (v Holandsku žije už osem rokov) sa venuje rôznym projektom. Okrem písma navrhuje webové stránky, typografiu kníh, spolupracuje aj s inými umeleckými oblasťami, spolupracoval napríklad na choreografii súčasného tanca. Pôsobí aj ako pedagóg na Kráľovskej akadémii

umení v Haagu a na Umeleckej akadémii v Arnheime. Založil a edituje aj odborný časopis dot dot zameraný na grafický dizajn. Je držiteľom viacerých významných ocenení. Viac informácií o ňom aj na www.peterb.sk

Ako sa presadzuje slovenský grafický dizajnér v zahraničí?

Každá krajina má svoje špecifiká, čo je potrebné rozpoznať a využiť. Posledných osem rokov je Holandsko základňou mojej práce. Aj keď veľké percento práce robím aj mimo Holandska, je to,

myslím, práve táto krajina, ktorá mi ponúka možnosti pracovať so širším svetom.

Holandsko na jednej strane ponúka vynikajúcu úroveň školstva aj všeobecnej vizuálnej kultúry, na druhej strane veľké percento dizajnérov na počet obyvateľov spôsobuje saturovanosť profesie. Slovenskí dizajnéri tu majú rovnaké možnosti ako hocikto iný, je tu určitá absencia diskriminácie, čo je skutočnou výhodou, a zároveň to znamená, že človek je zodpovedný hlavne sám za seba. Hľadať externé dôvody je vedľajšie. No ale ako to chodí všade, potrebné je aj šťastie.



Ako sa snažíš vyvážiť komerčné a nekomerčné projekty vo svojej práci?

Delenie práce na komerčnú a nekomerčnú vedie k tomu, že väčšinu pracovného času človek venuje platenej práci a iba po večeroch sa dostane aj k tej osobne zaujímavej. Ja som sa však rozhodol robiť prácu, ktorú mám rád, v priebehu dňa a nečakať do večera. U mňa je to trochu jednoduchšie, keďže skoro polovicu projektov, na ktorých pracujem, iniciujem sám. Drvivá väčšina mojej práce je zameraná kultúrne, skoro všetky projekty, na ktorých pracujem, sú však prirodzene komerčné. Sú to knihy alebo fonty, ktoré sa predávajú, výstavy, ktoré sú navštevované, časopis, ktorý je distribuovaný. Mám aj zopár nekomerčných aktivít, no sú to väčšinou osobné výskumné projekty, ktoré môžu neskôr slúžiť ako základ pre iné projekty. Čo doteraz najviac ovplyvnilo tvoj pohľad na veci okolo seba?

Všetko okolo mňa ma ovplyvňuje ako osobu, a teda aj ako dizajnéra. Väčšina mojej inšpirácie nepochádza z kníh, z výstav, ani z manuálov, ale z jednoduchých životných skúseností – preto dúfam, že tento zdroj je v podstate nevyčerpa-



teľný a prehľbujúci sa každou chvíľou môjho života. Čo ma ešte tiež výrazne obohacuje a inšpiruje, je práca s ľuďmi.

Ktorý z tvojich doterajších projektov ťa uspokojuje najviac?

Nemám žiaden projekt, ktorý by výrazne vyčnieval nad ostatné. Čo ma najviac uspokojuje na mojej práci, je celková rôznorodosť projektov, na ktorých pracujem. Moja práca pozostáva z mnohých aspektov, kde sa prelínajú disciplíny a médiá. Z posledných projektov môžem spomenúť napríklad návrh dizajnu výstavy v holandskom architektonickom centre, spolupráca na

choreografii moderného tanca, organizácia a kurátorstvo výstav, ale i klasickejšie dizajnérske projekty, ako dizajn webstránok, kníh a plagátov. Popritom ešte učím a píšem do rôznych časopisov.

Ak by som si mal predsa len vybrať, čo robím najradšej, tak je to práve tá kombinácia rozličných projektov, čo je pri úzkej špecializácii nemožné. To, že píšem, spôsobuje, že inak pristupujem k úprave textu, to, že navrhujem písma, sa odzrkadľuje na úprave kníh, to, že sa podieľam na organizačnej práci, rozširuje môj pohľad na dizajn, a tak rôznorodosť projektov obohacuje každý ďalší projekt.

Na prednáške v Bratislave (v rámci výstavy e-a-t na VŠVU, pozn. red.) si hovoril o zaujímavom projekte poštových známok pre holandskú poštu. V čom je takýto typ zákazok výnimočný? Výnimočnosť toho projektu je hlavne v meradle – už prvá edícia týchto známok je vytlačaná v množstve skoro 9 miliónov kusov. Dodnes sa tieto známky dotlačali už niekoľkokrát. Typ známok, na ktorých som pracoval, sú tzv. štandardné poštové známky. Sú na rozdiel od špeciálnych edícií reprodukované vo veľkých sé-

Súťaž Národná cena za dizajn má dlhoročnú tradíciu a je jedinou platformou, ktorá dlhodobo sleduje vývoj dizajnu na Slovensku. Vypisuje ju Slovenské centrum dizajnu v spolupráci s Ministerstvom kultúry SR od roku 1993 bienálne v každom nepárnom kalendárnom roku. Je najvyššou formou ocenenia v tejto oblasti.



Národná cena za dizajn 2005



Siedmy ročník NCD v roku 2005 zaznamenal v histórii organizovania tohto podujatia niekoľko výrazných zmien. Vstupom Slovenska do EÚ sa vytvorila nová situácia pre našu krajinu, a preto sme sa rozhodli koncepciu súťaže prispôbiť týmto zmenám. Dizajn v EÚ má významné postavenie. Bez neho nie je možná inovácia produktov, ktorá pôsobí ako hybná sila na vytváranie konkurenčného prostredia. Dizajn a inovácie patria ku kľúčovým slovám Lisabonskej stratégie a v nadväznosti na ňu mali by sa stať významnými cieľmi Programu konkurencieschopnosti pre Slovensko. Sme presvedčení, že aj súťaž Národná cena za dizajn môže prispieť k presadzovaniu tejto stratégie do praxe. Z týchto dôvodov sme zainteresovali do účasti na hodnotení dizajnu aj rezorty školstva a hospodárstva.

Zmena koncepcie sa odrazila v novom štatúte a v nových súťažných podmienkach: súťaž má tri kľúčové kategórie: produktový, komunikačný a študentský dizajn. Rozšírením o študentský dizajn získala súťaž široký záber a možnosť sledovať úroveň dizajnérskeho vzdelávania, ale hlavne poskytla spoločnú kontaktnú platformu pre výrobcov a budúcich profesionálov. V tomto roku mohol byť prvýkrát účastníkom súťaže aj zahraničný dizajnér, ak spolupracoval so slovenským výrobcom, alebo zahraničný výrobca, ak realizoval návrh slovenského dizajnéra.

Okrem tradičných dvoch hlavných Národných cien za dizajn 2005 za produktový a komunikačný dizajn, dvoch nových Cien ministra školstva SR za študentský produktový a komunikačný dizajn a desiatich uznaní má súťaž novinky – Zvláštnu cenu ministra kultúry SR pre osobnosť za mimoriadne aktivity v oblasti dizajnu a Zvláštnu cenu ministra hospodárstva SR pre firmu s úspešnou stratégiou uplatňovania dizajnu. Súťaž získala väčšiu prestíž a je dôkazom, že dizajn je komplexný a zasahuje do viacerých rezortov – do kultúry, školstva i hospodárstva.

Národná cena za dizajn 2005 v číslach ■ Celkovo prihlásených 118 prác, z toho v kategórii produktový dizajn 36, v kategórii komunikačný dizajn 36, v kategórii študentský produktový dizajn 35 a 11 v kategórii študent-

ský komunikačný dizajn. Medzi produktmi bol najpočetnejšie zastúpený nábytok a bytové doplnky (20). V porovnaní s predchádzajúcim ročníkom bolo v súťaži viac strojov a zariadení (7), odevy (4) a najmenej bolo prístrojov a spotrebičov (2).

V kategórii komunikačný dizajn prevažovali prezentačné materiály a katalógy (13), riešenia loga a vizuálneho štýlu (11), periodiká a časopisy (7), najmenej bolo výročných správ (2).

Medzinárodná porota, v ktorej boli odborníci zo Slovenska, z Českej republiky, Francúzska a Rakúska, posúdila súťažné práce v dňoch 7. – 8. septembra 2005 v Bratislave.

Na základe rozhodnutia poroty boli udelené najvyššie ceny – dve Národné ceny za dizajn 2005, dve Ceny ministra školstva SR a desať uznaní. Porota navrhla aj nominácie na zvláštne ceny, o ktorých rozhodovali príslušní rezortní ministri.

Zloženie poroty ■ Miroslav Debnár, dizajnér, pedagóg VŠVU ■ Severin Filek, Rakúsko, riaditeľ Design Austria ■ Katarína Hubová, riaditeľka SCD ■ Sylvia Jokelová, dizajnérka, asistentka v ateliéri produkt dizajnu na VŠVU ■ Eric Jourdan, Francúzsko, dizajnér pedagóg na Ecole des Arts v Sant Etienne ■ Zdeno Kolesár, teoretik dizajnu, pedagóg na VŠVU ■ Dagmar Koudelková, teoretička a kurátorka dizajnu, pôsobí v Českom centre dizajnu ■ Pavel Masopust, dizajnér, asistent v ateliéri transport dizajnu na VŠVU ■ Ivan Petelen, dizajnér, pedagóg na STU ■ Stanislav Stankoci, dizajnér, vedúci Katedry grafického dizajnu na VŠVU ■ Tibor Uhrín, dizajnér, pedagóg na Katedre dizajnu STU v Košiciach

Víťazné produkty bude môcť verejnosť vidieť v rámci výstavy Dizajn na Slovensku 1990 – 2005 v Dvorane MKSR v Bratislave od 3. do 30. novembra 2005. K Národnej cene za dizajn sa vrátíme ešte v nasledujúcom čísle. V tomto čísle vám na nasledujúcich stranách predstavíme jej víťazov.

x Margita Michlíková

Martin Mistrík, Fotografická správa o stave sídliska Petržalka
Cena ministra školstva SR v kategórii študentský komunikačný dizajn

Čo pre vás znamená víťazstvo v NCD?

Len teraz som skončil bakalárske štúdium a mám iba pár rokov praxe, preto je to pre mňa prinajmenšom veľmi excelentná spätná väzba. Môžete nám rozpovedať krátky príbeh o vzniku víťazného produktu?

Všímavosť + zvedavosť + radosť z objavovania. Istým spôsobom som sa snažil vyrovnať s priestorom, v ktorom žijem už od svojich dvoch rokov. Vytvoril tak niečo, čo ukáže tú obrovskú rozmanitosť, ktorú by ste od obyčajného sídliska nečakali. Pripomenúť to nespočítateľné

množstvo zdrojov, z ktorých môže grafický dizajnér neustále čerpať, posilniť vnímanie detailov. A popritom vyrobiť bakalársku prácu, pri ktorej tvorbe sa budem zabávať.

Ako vnímate súčasnosť slovenského dizajnu? Z malého nemluvnáťa začína pomaly vyrastať zdravé a silné dieťa, ktoré už na seba dokáže upozorniť.

Prečo máte rád dizajn a prečo si myslíte, že je dizajn dobrý pre život?

Dizajn je predovšetkým zábava, hra, niečo ako Lego pre veľkých. Máte stavebné prvky a neob-

medzené možnosti. Môžete stavať podľa návodu, ale o čo väčší prínos je vymyslieť si vlastne najlepšie jednorazové „stavebnice“.

A keď sa vám podarí preniesť celú túto radosť z tvorby aj na užívateľa, vtedy je podľa mňa dizajn dobrý aj pre život.

Čo vás v poslednom čase potešilo mimo vašej práce?

Potešila ma vízia, že pri prechádzke po Bratislave ma o 10–15 rokov privíta veľmi krásne, moderné mesto a pevne verím, že aj adekvátne inšpiratívne.



Andrea Krajčíková, kolekcia batohov ViBeau Cena ministra školstva SR v kategórii študentský produktový dizajn

Čo pre vás znamená víťazstvo v rámci NCD?

Predovšetkým som to vôbec nečakala a bola som do značnej miery šokovaná. Je to pre mňa veľká pocta, pretože som nikdy nepredpokladala, že v oblasti dizajnu nejakú cenu vyhrám. Mimochodom, toto bolo po prvý raz, keď som dala svoj dizajn do súťaže. Zároveň je to pre mňa určitým spôsobom česť porovnať sa so slovenskými dizajnérmi a vyhrať.

Môžete nám rozpovedať krátky príbeh o vzniku víťazného produktu?

Kolekcia batohov ViBeau vznikla ako moja praktická aj teoretická diplomová práca. Vybrala som si tému Body design teda dizajn priamo na telo. Tento fenomén ma zaujal z dôvodu, že telo muža i ženy svojou psychickou, ale aj fyzickou originalitou otvára stále nové možnosti na inovatívne využitie dizajnu oblečenia a predmetov nositeľných na tele. Body design chápem ako označenie všetkých spôsobov prispôbovania sa ľudského tela módnym trendom, ale aj ako potrebu človeka umiestňovať na svoje telo predmety.

Rovnako pod tým chápem aj vytváranie náhradných priestorov na tele so zámerom ukladať, respektíve prenášať potrebné predmety alebo prispôbovať telo novým funkciám pomocou sofistikovaných inteligentných zariadení. V druhej fáze, keď už som zhruba vedela, akým smerom sa budem uberať, rozposlala som množstvo e-mailov spoločnostiam zaoberajúcim sa textilnou a módnou tvorbou s ponukou na spoluprácu. Ozvala sa mi spoločnosť Hansa sport & motion, s.r.o. z Prievidze. ...A tak sa to začalo... Ako vnímate súčasnosť slovenského dizajnu? Tvorba slovenských dizajnérov je na veľmi vysokej úrovni. Odzrkadľuje sa to hlavne na rôznych súťažiach, ale aj v tom, že slovenský dizajn sa v zahraničí vysoko cení. Mala som možnosť osobne to zažiť na štáži vo Francúzsku, kde sme ako slovenskí študenti boli voči ostatným študentom z iných štátov považovaní za „hviezdy“. Čo ma mrzí, je, že slovenský dizajn je navonok akoby neprebudený. Myslím, že zväčša za to

môžu výrobcovia, ktorí majú pocit, že dizajn je pre ich výrobky nepotrebný, alebo jednoducho využívajú copyright známych svetových dizajnérov či dizajnérskych firiem.

Prečo máte rada dizajn a prečo si myslíte, že je dobrý pre život?

Rada komunikujem s ľuďmi, vnímam ich pocity a riešim ich problémy. Dizajn je pre mňa najlepšia cesta, ako zlúčiť tieto moje dve charakteristiky – umenie a komunikáciu. S dizajnom sa človek stretáva dennodenne, od rána do večera, dokonca aj keď spí. Tak prečo nemôže byť dokonalý?...

Čo vás v poslednom čase potešilo mimo vašej práce?

Keďže manžel mojej sestry nemohol prísť na pôrod svojho dieťaťa, stala som sa jeho náhradníkom. Príchod môjho malého synovca som prežívala bezprostredne. Aj napriek tomu, že som sa tejto pocty bála, bola som najšťastnejšou z toho dôvodu, že som sestre mohla podať pomocnú ruku a že moja osoba bola maximálne užitočná.



Milan Bíroš, Výškovo nastaviteľná nájazdová brzda, výrobca Knott, s.r.o. Modra
Národná cena za dizajn v kategórii produktový dizajn

Čo pre vás znamená víťazstvo v NCD?

Pre mňa je to ocenenie kreativity a praktickej využiteľnosti víťazného produktu, a to z hľadiska nie iba funkčnej, ale i estetickú hodnotu, ktorá je pri dnešnom vnímaní nových produktov neodmysliteľnou súčasťou hodnôt moderného človeka.

Môžete nám rozpovedať krátky príbeh o vzniku víťazného produktu?

Firma KNOTT je svetoznámy výrobca ťažných zariadení a brzdomových systémov sklbených do podvozkových celkov na rôzne využitie v súkromnom i hospodárskom sektore. Je priekopníkom v nekonzervatívnom riešení zdokonalenia funkčnosti výrobkov s dizajnovým riešením, pričom výsledkom je súhra jednotlivých dielcov vo vyváženom celku. Táto firma sa rozhodla vo svojom novom rade výrobkov zmeniť nielen technickú stránku, ale i celkový estetický dojem. Po oslovení na spoluprácu pri nových produktoch som začal spolu s vývojovým oddelením hľadať spoločné črty nového dizajnu, v ktorých by dominovala racionalita a elegancia, a originálny dôvtip tvarov, ktorý by odrážal progresívny prístup riešení tejto značky.

Ako vnímate súčasnosť slovenského dizajnu?

Nechcem hodnotiť slovenský dizajn, pretože zahŕňa mnoho odvetví, z ktorých každé má svoje špecifiká a tie je nutné poznať skôr, ako niečo o tom povieť. Z môjho pohľadu môžem čo-to povedať o stave dizajnu v strojárstve na Slovensku, pretože v tomto odvetví sa už roky snažím pôsobiť. Situácia nie je ružová – firiem, ktoré sú ochotné investovať do vývoja, je ako šafranu, a tomu zodpovedá aj úroveň dizajnu. Dnes u nás ešte stále nie je doba na to, aby ľudia brali dizajn vážne pri výrobnom procese a ak áno, tak vo veľmi skreslenej podobe.

Prečo máte rád dizajn a prečo si myslíte, že je dizajn dobrý pre život?

Či je dizajn dobrý pre život? Myslím si, že odpoveď na túto otázku, ak nie každému, tak aspoň väčšine, je úplne jasná a nie je potrebné ani zdôvodňovať prečo. Čo vás v poslednom čase potešilo mimo vašej práce? Čo ma v poslednom čase potešilo mimo práce? Skôr, čo nepotešilo. Sú to problémy okolo bytia Slovenského centra dizajnu, zvlášť keď táto inštitúcia začala v poslednom období fungovať tak, že naplňa ciele, s ktorými bola založená.



Martin Žilinský, Logo Bratislava a vizuálny štýl mesta, klient Hlavné mesto SR Bratislava Národná cena za komunikačný dizajn

Čo pre vás znamená víťazstvo v NCD?

V prvom rade mám radosť. Z toho, že zvíťazila moja práca, aj z toho, že mesto, v ktorom žijem väčšinu života, bude, dúfam, komunikovať v jednotnom štýle a na slušnej úrovni. V druhom rade je to pre mňa argument pre klientov, že pracovať na vizuálnom štýle ako súčasť CI má význam a že sme pre nich dobrým partnerom.

Môžete nám rozpovedať krátky príbeh o vzniku víťazného produktu?

Na začiatku bolo logo Bratislava. Mal som pred súťažou pár vecí, ktoré sa mi príliš nepozdávali a tento nápad bol posledný. Mal som pocit, že toto by mohlo byť to pravé. A asi nielen ja, keďže logo vyhralo v súťaži. Nasledovala možnosť pracovať na jednotnom vizuálnom štýle. Spolupráca s magistrátom je fajn, mám potrebnú voľnosť a dokážeme sa vždy dohodnúť. Ako vnímate súčasnosť slovenského dizajnu?

Sú tu šikovní ľudia, osobne vnímam dizajn najmä prostredníctvom grafiky a interiérov a veľa vecí sa mi páči. Nie je tu ale toľko možností, malý dopyt po dizajnerskej práci zo strany zadávateľov je daný asi

šťastí nedôverou a neochotou alebo nemožnosťou zaplatiť ho. Ak výrobca alebo predajca bude chcieť uspieť so svojím produktom v silnej konkurencii, nebude záležať len na cene, ale aj na tom, ako produkt vyzerá, ako je zabalený, propagovaný, ako sa s ním žije. Takže teoreticky by mal byť dizajnér vyhľadávaný. Aby som spomenul aj grafický dizajn, vidno, že firmy začínajú dbať na svoju komunikáciu. Hoci stále je dosť takých, pre ktoré je dôležitejšie mať vizitky za tri koruny, ako to, čo je na nich.

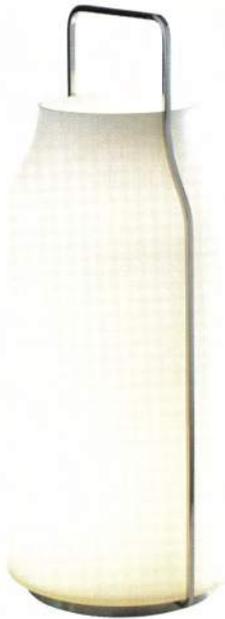
Prečo máte rád dizajn a prečo si myslíte, že je dizajn dobrý pre život?

Dobry dizajn okrem toho, že neobmedzuje technickú stránku výrobku, dáva predmetom dušu. Používať peknú a praktickú vec (napríklad aj pri práci) alebo sa na ňu len pozeráť – to prináša radosť. Radosť je dobrá pre život, takže...

Čo vás v poslednom čase potešilo mimo vašej práce?

Mimo práce potešia aj maličkosti. Nedávno sme mali obľúbenú diskusiu s kamarátmi pri pohári červeného, v stredu som si dobre zahral futbal. V sobotu nebudem skoro vstávať...





Do Bratislavy pricestoval Eric Jourdan na pozvanie Slovenského centra dizajnu a Francúzskeho inštitútu. Prišiel ako jeden zo zahraničných porotcov v slovenskej súťaži Národná cena za dizajn.



Reálny dizajn je aj kompromis



Viem, že nie ste v Bratislave prvý raz. Čo upútalo vašu dizajnérsku pozornosť pri terajšej návšteve?

Vždy, keď sa sem vraciam – naposledy som tu bol pred tromi rokmi –, sa to tu veľmi dynamicky mení. Mesto, architektúra, budovy. Je to pozoruhodné, progresívne a je tu naozaj cítiť pohyb. Keď to porovnám napríklad s Parížom, odkiaľ pochádzam, tam sa nič nemení. Je to stále to isté mesto, nič sa tam v poslednom čase nestavia. Paríž, to je múzeum.

Pracujete pre rôznych významných svetových výrobcov, za svoj dizajn získavate významné ocenenia. Čo je pre vás v súčasnom dizajne najdôležitejšie?

Pracujem pre veľké aj malé firmy a nerobím v tom rozdiel. Pre mňa je najdôležitejšie, aby sa veci, objekty, ktoré robím, dostali čo najviac

medzi ľuďmi. Aby ich zaujali, aby im spríjemňovali život, aby boli dostupné, to znamená, aby neboli veľmi drahé. Predtým to pre mňa nebolo až také dôležité, ale teraz áno.

Súčasťou dizajnu je aj komunikácia tvorca a výrobcu a dizajnér je často zo strany výrobcu vystavený silnému tlaku. Vznikajú kompromisy. Akú s tým máte skúsenosť?

Reálny dizajn je skutočne aj kompromis. Ak navrhnete nejakú vec a tá zostane len na papieri, tak je to iba pekný obrázok. Ale ak sa podarí a vy presvedčíte výrobcu, hoci za cenu nejakých kompromisov, a vec reálne vznikne, tak až potom je to skutočný dizajn. Mám pocit, že neexistuje produktový dizajn bez kompromisu. Ak áno, je to už umelecké dielo. Naozaj ťažké je naučiť sa zachovať svoj návrh, a pritom zohľadniť typ výroby. Nemôžete prísť k výrobcovi

a povedať, tak toto je môj návrh a vy ho musíte zrealizovať. Treba poznať možnosti, ako môže výrobca danú vec vyrábať, a to treba rešpektovať, pretože výrobca má zamestnancov, ktorí musia zarábať. Existuje veľa príkladov dizajnérov, ktorí predložili návrh, výrobca to vyrobil a nakoniec to nikto nekupoval. Ale sú aj opačné situácie. Obe strany sa musia vzájomne počúvať a rešpektovať, len tak to môže fungovať. Zladíť to je dnes takmer mágia.

Ktorý z vašich projektov vás doteraz najviac uspokojil?

V súčasnosti je to spolupráca s Ligne Roset, pretože je to skutočne veľký výrobca súčasného nábytku. Pracujem pre nich asi štyri roky a je to vzrušujúce. Vďaka ich technologickému zázemiu môžem vymýšľať veľa vecí. Pokračujem aj v projektoch, ktoré robím pre verejný priestor. Veľmi



Informačný systém, Internationale Universitaire v Paríži

rád uvažujem nad tým, ako vytvorím pre konkrétne miesto orientačný systém alebo externý mobiliár. Je to príjemný pocit, keď môžem vidieť, ako ľudia reagujú na to, čo som vytvoril, a ako to využívajú. Naopak, čo ma v poslednom čase neoslovuje, je práca s galériami.

Cítite ako dizajnér pri tvorbe zodpovednosť za to, čo pustíte do sveta?

Samozrejme, hlavne keď robím ako práve teraz úpravy miestnych exteriérov alebo orientačné značenie. Tam je obrovská zodpovednosť za službu, lebo ja ako tvorca v takých prípadoch vlastne slúžim verejnosti. Zodpovednosť je v tom, že ľudia musíte navigovať čo najlepšie, aby sa mohli napríklad v parku skvele orientovať a cítiť. Keď robíte kreslo, beriete to menej vážne. Vo verejnom sektore je viac zodpovednosti, a navyše sú to verejné peniaze, sú to peniaze krajiny, naše peniaze.

Máte pri tvorbe nejaké rituály?

Počúvam hudbu. Viete, ja som už starší, takže hlavne hudbu svojej doby – Led Zeppelin, The Cure, skrátka rock.

Boli ste porotcom Národnej ceny za dizajn 2005. To znamená, že ste mali možnosť vidieť to najnovšie, čo tu v dizajne vzniklo. Aké sú vaše bezprostredné pocity zo súčasného slovenského dizajnu? Rôzne, predovšetkým je ťažké to zhodnotiť za

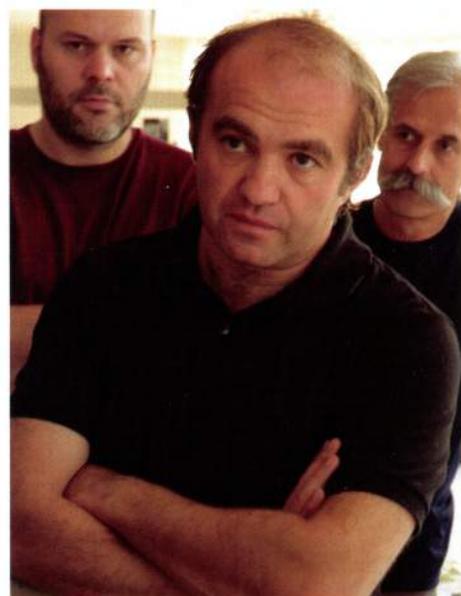
taký krátky čas. Ale čo som zatiaľ pochopil, je, že na Slovensku je veľmi vyspelá kultúra grafického dizajnu a, naopak, produktový dizajn sa ešte len formuje. Napríklad grafický dizajn je oveľa uvoľnenejší a inovátorskejší ako vo Francúzsku. A to najmä študentský. Ale celkovo aj čo sa týka produktov som mal pocit, že tie študentské sú zaujímavejšie ako tie od profesionálov. A to je určite dobre pre vašu budúcnosť.

Dlhodobý dizajn aj vyučujete. Mohli by ste na základe toho, čo ste videli, porovnať slovenských a vašich študentov?

U vás cítim oveľa silnejšiu energiu ako vo Francúzsku, čo je však prirodzené, pretože ste mladá krajina... Zdá sa mi, že francúzski študenti viac kalkulujú, myslia na kariéru... Tu je to viac energické, trochu ako v Spojených štátoch, kde poznám niekoľko univerzít. Vo Francúzsku je to väčšmi blázoované, ľudia si priveľmi uvedomujú, akú majú bohatú kultúru, a to im niekedy zabráňuje, aby boli väčšmi energickí.

Je niečo, čo by ste chceli povedať slovenským dizajnérom?

Obráťte sa na výrobcov. To je jediný spôsob, ako dizajnerská scéna ožije. Netreba čakať a hovoriť, že podniky mlčia a nemajú záujem. Treba sa prekonať a presvedčiť ich. Viem, je to ťažké.



V svete dizajnu sa Eric Jourdan preslávil najmä svojím nábytkom. Získal viacero prestížnych ocenení. Naposledy v roku 2004 najvyššie ocenenie v rešpektovanej nemeckej súťaži Red Dot za sedací nábytok Snowdonia pre Ligne Roset. Veľmi priaznivý ohlas majú aj jeho realizácie vo verejnom priestore – napríklad úprava nábřežia Seiny v Paríži či verejný orientačný systém pre Národný park Chevreuse.

Sofa Snowdonia, vyrába Ligne Roset



Vo viedenskom MuseumsQuartier sa v dňoch 16. – 24. 9. 2005 konal Rakúsky týždeň módy 2005, ktorý už po štvrtý raz zorganizovala asociácia súčasnej módy Unit F. Austrian Fashion Week 2005 priniesol najaktuálnejšie trendy v módnom dizajne s dôrazom na spôsoby jeho prezentácie. Viedeň sa tak stala na týždeň mekkou módy, čo je však potešujúce (a v našom prostredí celkom nezvyčajné), podujatie sa konalo v jednom z najväčších stánkov súčasného umenia v Kunsthalle Wien.

Austrian Fashion Week 2005



Organizátori pripravili na celý týždeň naozaj bohatý program zostavený z niekoľkých prehliadok, koncipovaných ako samostatné „fashion shows“, prezentujúcich tvorbu módnych dizajnérov nielen z Rakúska, ale aj z ďalších krajín Európy. Z programovej „skladačky“ si návštevníci mohli zvoliť päť rôznych programov, ktoré apriori neupozorňovali na konkrétneho tvorca (ako sme zvyknutí v haute couture), ale za rôznymi titulmi večerných šou sa skrývalo napr. aj niekoľko sponzorov, ktorí jednoducho podporu kultúry, umenia, módy či dizajnu majú vo svojom programe, a teda zaslúžia si náležitú pozornosť rovnako ako aj o podporu sa uchádzajúci umelci. Okrem samostatného projektu Dresscode, ktorý v tanečnej performancii reflektoval myšlienku tela a odevu, boli ďalšie predstavenia realizované na báze voľnej fashion šou zaštitené názvom partnera večera. Departure Fashion Night prezentoval tvorbu módnych dizajnérov podporenú fondovým programom Departure. Iný večer bol pomenovaný ako Erste Bank Fashion Night, teda podľa banky, ktorá si získala na Slovensku prostredníctvom Slovenskej sporiteľne renomé aj v mene podpory umenia a kultúry či umeleckej iniciatívy Tranzit. Vďaka jej programu zameraného na stimuláciu umenia v krajinách strednej, východnej a juhovýchodnej Európy sa tento večer niesol v znamení módnych dizajnérov z Českej republiky, Litovska, Macedónska, Poľska a zo Slovinska. Prehliadka priniesla zaujímavé prístupy v oblasti dizajnu módy. Od jednoduchých modelov založených na konceptuálnom ladení kolekcie (Ania Kuczyńska) cez odvážnejšie pánske modely (Marjan Pejovski) až po decentnú kolekciu slovinského návrhára tvoriaceho pod značkou October. Záver festivalu patril oceňovaniu módnych tvorcov v troch rôznych kategóriách. Cena Fashion Award of the Art Division of the Federal Chancellery je určená mladým, začínajúcim dizajnérom. Získala ju čerstvá absolventka oddelenia módy na viedenskej Universität für angewandte Kunst Wien, Slovenka Stina Křivaková, s ktorou pri príležitosti získania tohto ocenenia prinášame rozhovor.



Stina Kriváková

Na Austrian Fashion Week ste dostali prestížne ocenenie Preis des Bundeskanzleramts. Za akú kolekciu, resp. za čo vám bola cena udelená?

Cenu rakúskeho premiéra udeľuje Bundesministerium – Kunst sektion (štátne ministerstvo – sekcia umenia) na základe výberu poroty zloženej z renomovaných medzinárodných odborníkov z oblasti módy a umenia. Ročne sa na túto cenu prihlási asi päťdesiat módnych návrhárov so svojimi prácami a s portfóliom. Ocenenie som dostala za diplomovú kolekciu, záverečnú prácu na Hochschule für angewandte Kunst Wien (atelier módy), kde ma viedli profesori ako Vivien Westwood, Jean-Charles de Castelbajac, Viktor and Rolf a v závere Raf Simons. Kolekcia pozostáva zo šestnástich siluet asi štyridsiatich piatich kusov oblečenia a zo šestnástich párov autorsky vyrobených topánok. Na Austrian Fashion Week sa vaše meno objavilo v súvislosti s ocenením. Nik iný sa zo Slovenska neprezentoval ani v rámci Erste Bank Fashion Night. Myslíte si, že v tom zohráva úlohu vaše pôsobenie v zahraničí, kde je relatívne väčší predpoklad, že si vás ľudia z „brandže“ všimnú?

Úroveň módného dizajnu u nás možno len ťažko porovnať so svetom. Tento veľký rozdiel som cítila najmä pri príchode do Viedne. Aj keď máme dostatok talentovaných ľudí, akosi nevieme „naskočiť na vlak“. Myslím si, že pri pôsobení v zahraničí máte možno väčší prehľad o akciách, ktoré sa konajú, ale nikto si vás nevšimne ani tu, pokiaľ nie ste výnimočný, tvrdo nepracujete a nebijete sa o to každý deň.

Študovali ste viac rokov v zahraničí, módu vo Viedni. Môžete porovnať štúdium na Slovensku a v cudzine?

Ako som už uviedla, študovala som módu vo Viedni a grafický dizajn v Londýne na Guildhall University. Na Slovensku som sa po skončení Odevnej priemyslovky v Trenčíne (odbor módne návrhárstvo, kde mimochodom učí množstvo fundovaných odborníkov a škola mi dala nezaplatiteľný základ) prihlásila na VŠVU v Bratislave, odbor móda. Paradoxne som sa dostala len do nultého ročníka, v priebehu ktorého som zistila, že mi atelier módy absolútne nemá čo dať, a rozhodla som sa odísť do sveta. Ak mám porovnať štúdium len so susedným Rakúskom, technické vybavenie je na oveľa ľahšej úrovni, čo je, samozrejme, aj vďaka rozdielnym finančným pomerom. Prístup k študentom je neporovnateľný. Tu je profesor pre vás, „vstupuje do vášho sveta“, pracuje s vami a pomáha vám. Napríklad spôsob, akým sa vedie atelier – každé dva roky je tu iný svetový módny návrhár, s ktorým na projektoch úzko spolupracujeme. Aj vďaka tomu máme možnosť nahliadnuť do sveta módy, zúčastniť sa, pomôcť na ich prehliadkach... Každý rok máme vlastnú módnú šou na profesionálnej úrovni a prezentáciu – výstavu, ktorú predvádzame porote pozvaných odborníkov z medzinárodnej módnej brandže: módnym návrhárrom, žurnalistom, riaditeľom svetových galérií a nákupcom módy z Paríža či Tokia. Myslím, že toto je najväčší bonus. Ich ohodnotenie a kritika vám dajú na konci roka nezaplatiteľný „feedback“ a posunú vás ďalej.

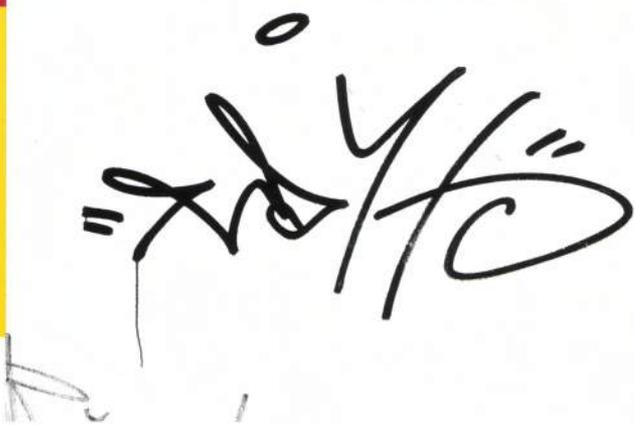
Ste čerstvou absolventkou módného dizajnu, ktorým smerom sa budú uberať vaše cesty v najbližšej budúcnosti?

Momentálne som skončila školu, ktorá bola časovo a najmä finančne veľmi náročná, pretože všetky materiály si študenti hradia sami. Štúdium som bola nútená niekoľkokrát prerušiť a pracovať ako módna návrhárka, vizážistka či stylistka. V týchto dňoch zvažujem dve ponuky – jedna je z módného domu Prada v Miláne pozícia junior dizajnér, a druhá od Husseina Chalabyana v Londýne ako creati dizajnér. Popri tom predávam kolekciu pod svojou módnou značkou Kristy Krivak.

Foto: Unit F



Vítané modely Stiny Krivákovéj alias Kristy Krivak



Medzi bakalárskymi prácami katedry grafického dizajnu na VŠVU vyvolala vlnu šumu (pozitívneho aj negatívneho) práca abcba Juraja Sukopa. Jeho noviny (náklad 6 000 ks, vydal Atrakt Art) s fotografiami ním vybraných tagov – podpisov na graffiti, zozbieraných v rôznych lokalitách Bratislavy, boli provokatívnou pripomienkou tejto špecifickej formy typografie. Autor jej vzdal hold a zároveň otvoril na akademickej pôde otázku jej vzťahu k „vážnemu“ grafickému dizajnu. Provokatívne sa vám možno budú zdať aj jeho názory.

Tag je rýchly a to sa mi páči (o graffiti, tagoch, stickeroch a stencils)



Akým spôsobom si sa dostal k tagom ako ku grafickému materiálu, na aký podnet práca vznikla? Tagy sú dobré. Zistil som to asi pred dvoma rokmi a bol som z toho taký nadšený, že som chcel o nich spraviť knihu. Ako fanúšik, ktorý zbiera čokoľvek, aby mohol potom každému ukázať svoju skvelú zbierku. Bonus bol v tom, že veľa ľudí si myslí, že sú to len trápne čarbanice. Pre nich to mal byť akýsi dôkaz, že sa mylia. Navyše mladí ľudia majú strašne málo času, tak mi prišlo celkom vhod, keď som na záver štyroch rokov štúdia potreboval tému. Zároveň som si chcel vyskúšať, čo to znamená spraviť reálnu publikáciu, teda zohnať materiál, peniaze, spraviť dizajn, produkciu. A v neposlednom rade, v čase keď abcba vznikalo, nadobudol platnosť nový a podľa mňa zlý zákon o graffiti. Mesto dalo štyri milióny korún na, myslím si, nezmyselné premaľovanie Nového mosta, namiesto toho, aby ich dalo napríklad na podporu aktuálnej kultúry.

Vybral si do svojej práce „zvlášť vydarené kúsky“? Podľa akých kritérií prebiehala tvoja dokumentácia tagov?

V prvom rade som chodil po Bratislave a vyberal, ktoré tagy vôbec odfotím. Tých zaujímavých bolo viac než tisíc. Prebežne som aj menil formu, ako ich odprezentovať. Knihu som vymenil za noviny s určitým počtom strán, tzn. mal som miesto pre 46 tagov. Ďalšie kritériá boli zhruba dve. Pri pohľade na tag sa dá asi ľahko povedať, či jeho autor aj trochu porozmýšľal, čo a ako napíše, či ovládal ťahy, alebo išlo skôr o náhodu, a či jeho ruka už nejakú tú fixku zadržala. Štýl možno nie je to správne slovo... A priťahujú ma aj také, ktoré sú nestále, divoké, nenacvičené, nové, čerstvé, mladé, neohrabané, také, aké robia vychádzajúce hviezdy. Na druhej strane, je mi vlastne jedno, či sú kvalitné, alebo nie, s tým nech si lámu hlavy „writeri“. A ak nie sú, tak je to v prvom rade ich chyba.

Prečo práve tag, aké je podľa teba jeho špecifikum?

Tag je rýchly, to sa mi na ňom páči asi najviac. Rýchly znamená, že rýchlo vzniká, nemusí vydržať dlho a že sa jeho rýchlosť, to znamená gesto, dá aj spätne prečítať. Páči sa mi, že sa nedá opraviť, jediná možnosť, ako ho vylepšiť, je zahodiť ho a urobiť nový. Dobré je aj to, že ide zároveň o tvorbu písma, o typografiu – v grafickom dizajne vec nie až taká bežná. Mimochodom, spomínaná rýchlosť bola aj dôvodom rozhodnutia pre médium novín.

Aké boli reakcie na tvoju prácu a aký je podľa teba vo všeobecnosti postoj komunity grafických dizajnérov k problematike graffiti?

V zásade som sa tešil podpore. Zopár ľudí mi vskutku urobilo radosť, v škole som dostal B a nikto ma nechcel zbiť. Často ma nabádali, aby práca mala pokračovanie – akokoľvek – a sám som o tom uvažoval. A asi jedna z naj-



častejších pripomienok bola, aby som pridal aj nejaký doplnujúci, resp. vysvetľujúci text. Bez toho, aby som zabiehal do detailov, môj názor je, že by som textom veľa nevysvetlil a ešte by som to aj zriedil. A možno je ešte zaujímavé, že napriek tomu, že som doteraz rozdal približne 5 000 kusov, som nedostal ani jeden mail – nie že by mi to bolo ľúto, len ma to prekvapilo. Čo sa týka toho postoja, moja skúsenosť je, že komunita dizajnérov drží palce a želá veľa úspechov komunitě wrieterov.

Ako reflektuješ stále aktuálnu polemiku o tom, či je graffiti umenie alebo vandalizmus?

Ak mám byť úprimný, dosť ma nudí. Na jednej

strane rozumiem, že niekto môže byť vyslovene proti písaniu po jeho vlastnom majetku, na druhej strane nie som si istý, kam by sme sa takto dostali. Graffiti je jednoducho časť kultúry a celkom mi uniká zmysel potlačať ho. Písať po starých budovách je nielen v poriadku, ale dokonca potrebné – kvôli dnešku. O legálnych stenách mám teda isté pochybnosti, lebo niekto by mohol ľahko nadobudnúť pocit, že všetky ostatné sú ilegálne. Takže umenie a vandalizmus.

Kde je podľa teba citlivá hranica, ktorá oddeľuje graffiti (a tag) a „vážne umenie“?

Nikde.

Ako vnímaš ostatné (v podstate grafické) prejavy street artu, ako sú nálepky (sticks) a šablóny? Prispôbovať si ulice a vylepšovať si mesto, doslova v ňom žiť, je určite výborné. Pre mňa sú stikery dosť nudné. Niektorí si v pokoji domova vyrobí milión stickerov a potom stále dookola hovoria ten istý vtip... A takisto neviem, prečo to najzaujímavejšie, vlastný proces tvorby, má ostať v detskej izbe. Čo to má spoločné s ulicou? Šablóny sú na tom lepšie. Je veľmi dôležité mať skúsenosť s drzým a divkým. S nepokojným mestom. Naozaj, zahodte poznámkové bloky a neskicujte si sami doma v pokoji a pomaly. Neskicujte.



Wanda



Čo to je:

Takmer každý, kto žije v tzv. urbánnom prostredí, sa denne stretáva s prejavmi umenia ulice – street artu. Neprijímame ho jednoznačne – niekedy s pohoršením, inokedy s pobavením či s obdivom. Jeho kontroverznosť však spôsobuje, že zostáva málokedy bez povšimnutia. Street art je formou seberealizácie a najmä verejným prejavom vlastnej identity istej skupiny ľudí, ktorí si pestujú vlastnú kultúru so špecifickými prejavmi a so špecifickým jazykom. Prostredníctvom graffiti, tagov, stickers (nálepiek) alebo stencils (šablón) využívajú mesto ako komunikačné médium, ktorého neoddeliteľnou súčasťou sa postupne stali. Diela sú „vystavené“ výlučne na verejných priestranstvách – v podchodoch, na múroch, stĺpoch, mostoch, výškových budovách alebo v priestriedkoch verejnej dopravy. Tento relatívne čerstvý druh zásahu do urbánnych exteriérov na Slovensku vyvoláva čoraz viac diskusií a súčasne sa jeho formy začínajú presadzovať a uplatňovať aj vo „vážnejších“ umeleckých disciplínach. Prítom nejde o nové prejavy komunikácie, sú známe z minulosti, ibaže vtedy boli nápisy a nálepky využívané a zneužívané predovšetkým na politické účely a osobné názory. Nové používanie foriem umenia ulice sa zameriava skôr na umenie, módu, popikony a životný štýl. Street art je mladší brat graffiti. To zažilo svoju inštitucionalizáciu už v 70. rokoch minulého storočia, keď ho organizácie ako United Graffiti Artists a National Organisation of Graffiti Artists legalizovali ako formu umenia. Začali sa organizovať výstavy, tvorilo sa na zákazky a na verejné účely, writeri a ich diela sa stali žiadaným tovarom pre obchodníkov s umením, produkovali graffiti na objednávku, vznikli publikácie Subway Art (1984) a Spraycan Art (1987). Mnoho európskych writerov sa pripojilo k vtedajšej galerijnej scéne, k už známym americkým menám (Haring, Basquiat a Scharf). Len čo si začali prejavy street artu raziť cestu z pôvodných urbánnych lokalít do galérií, zdvihla sa mohutná vlna diskusií o tom, či je graffiti naozaj iba vandalizmus, alebo nie. Je nesporné, že autori – writeri používajú pseudopodpisy, kódy a symboly a štylizujú ich do estetického systému, a tým sa street art stáva určitou umeleckou formou a expresívnym médium. Vytvárajú svoj vlastný vizuálny slang, pričom pracujú s klasickými lineárnymi písmenami.

Zaujímavým a asi najosobitejším prejavom graffiti je tag. Štítok, visačka, etiketa, cedulka, menovka, pútko – je writerovým podpisom. Cieľom writera je označovať tagom čo najviac verejných miest, aby ho videlo čo najviac ľudí. Tagy sú asi najkontroverznejšie z hľadiska polemiky o vandalizme, pretože sa vyskytujú najpočetnejšie a nie sú zakomponované v esteticky príjemnej obrazovej podobe, ale využívajú akúsi štylizovanú typografiu a sú väčšinou málo čitateľné.

Ako novšia forma umenia ulice sa čoraz častejšie objavujú na verejných priestranstvách aj stickers (nálepky) – väčšinou s typizovaným figuratívnym obsahom, niektoré s textovým posolstvom. Na podobnom princípe ako graffiti sú založené aj stencils (šablóny), texty alebo štylizované figúry striekané sériovo cez šablóny priamo na vybrané plochy. Tagy, sticky a v konečnej podobe aj stencils sú špecifické tým, že ich umiestnenie na vytypované miesta si nevyžaduje takú časovú náročnosť ako graffiti, nepotrebujú špecifický priestor a sú umiestňované prakticky všade. Svojou sériovosťou a charakterom odosobnenosti tieto prejavy ideálne odzrkadľujú anonymné prostredie mesta a súčasne pomáhajú vytvárať jeho tvár tým, že narušajú jeho homogenitu a uhladenosť. Street art nezostáva bez odozvy, grafickí dizajnéri jeho princípy často využívajú, či už programovo, alebo len ako formu expresie, nakoľko samotný vizuálny prejav street artu je grafickému dizajnu blízky svojím vizuálnym slangom, použitím skratky, typizácie a štylizácie, ikony či znaku.

Na vizuálny štýl street artu pohotovo reaguje aj módný, hudobný priemysel či vizuálne médiá, pričom šikovne reflektujú potreby a predstavy najmä cieľovej skupiny mladých ľudí. Typizované graffiti či tagy sa používajú ako módný artikel – nápisy na tričkách, texty na plagátoch, CD obaloch alebo v knihách. Tým sa stávajú súčasťou životného štýlu širokej skupiny, ako aj marketingových stratégií mnohých firiem.

Pozrite:

www.artincities.com
www.woostercollective.com/
www.ekosystem.org/
www.eltono.com
<http://www.stencilrevolution.com/>
<http://www.ukgraffiti.com/>
<http://www.outsideinstitute.com/>
<http://www.stencilgraffiti.com>
<http://www.urbanhautecouture.net/>
<http://www.scrawlcollective.co.uk>

A slovenské:

www.streetart.sk
www.aerosolart.sk/teo/
www.bomb.sk/arush/
<http://www.artattack.sk/>
<http://www.deforma.sk/>

Písmo v meste

Kino Nádej, Bratislava – Rača, 60. roky 20. storočia



Kúpele Centrál, Trnavské mýto, Bratislava,
koniec 80. rokov 20. storočia



Tržnica, Trnavské mýto, Bratislava,
rok 1978 – 81 (arch. Ivan Matušik)





Predajňa potravín, Šancová ulica,
Bratislava, 70. roky 20. storočia



Predajňa Kozatex, Dunajská ulica, Bratislava,
80. roky 20. storočia



Vlaková zastávka Bratislava – Vinohrady,
70. roky 20. storočia



Holičstvo, Záhradnícka ul., Bratislava,
začiatok 60. rokov 20. storočia



V našej rubrike sa usilujeme zviditeľňovať slovenské dizajnérske realizácie z doby ešte nedávno minulej. Doteraz to bol hlavne dizajn v štýlových interiéroch. V tomto čísle prišla na rad ulica. K vizuálnej pamäti tých, ktorí už majú viac ako 15 rokov života za sebou, patria určite reklamné a označujúce nápisy z našich miest. Sú výrazným atribútom svojej doby a ešte sa kde-tu nájdu. Pozor, začínajú byť ohrozeným druhom. Rozhodli sme sa priblížiť vám tie, ktoré lahodia nášmu pohľadu. Pozornosť pútajú nielen z hľadiska sentimentu a odkazov na bizarnosť tej doby, ale aj z hľadiska kultúry verejného typografického prejavu. Dnes je táto dlhodobo pestovaná kultúra, bohužiaľ, pričasto valcovaná samozvanými tvorcami písem a pc grafickými dizajnérmi, ktorí bez okolkov zamorujú najmä obchodné ulice miest. Nápisy, ktoré sme vybrali, sú z Bratislavy. A písmna na nich odkazujú na dobové trendy v typografii.



Diétna reštaurácia, Laurinská ul., Bratislava,
70. roky 20. storočia

Hotel Dukla, Dulovo námestie, Bratislava,
okolo roku 1973

Knihy, Dulovo námestie, 80. roky 20. storočia

Vináreň Zbrojnoš, Zamočnická ul, Bratislava,
začiatok 80. rokov 20. storočia

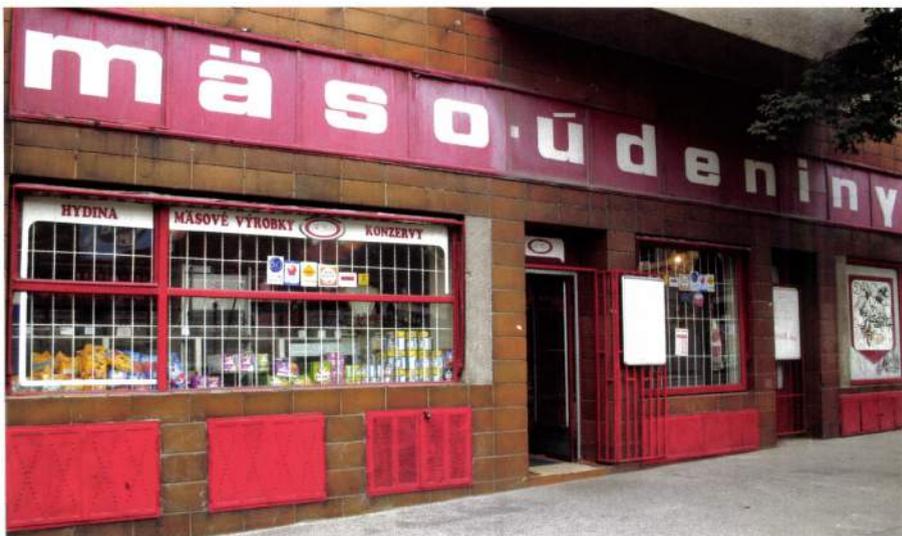




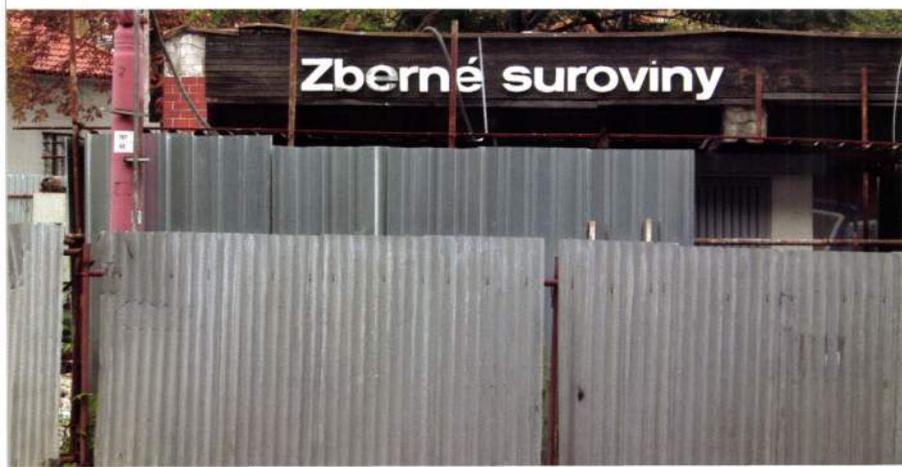
Továreň Gumon, Košická ul., Bratislava,
50. roky 20. storočia



Hotel Kyjev, Špitálska ul., Karol Rosmány, 1969 – 73



Mäso údeniny, Šancová ul., Bratislava,
80. roky 20. storočia



Zberné suroviny, Šancová ul. Bratislava,
80. roky 20. storočia



Cassandre: Plagát pre noviny, 1925.

K dejinám grafického dizajnu XV



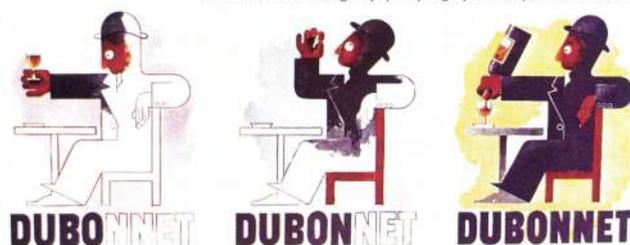
Paralelne s funkcionalistickým modernizmom sa v medzivojnovom období formoval prúd art deco. Zahŕnul rôznorodé tendencie, ktoré v dvadsaťročnom období prešli vývojovými premenami, takže je problematické presne definovať jeho kontúry. Art deco v mnohom nadviazalo na secesiu, predovšetkým na jej geometrickú vetvu, ktorá sa odkláňala od kvetnatého dekoratívizmu a vlnivého ornamentu. Na rozdiel od radikálneho modernizmu nepohrdalo inšpiráciami zo vzdialenejších historických období ani z exotických krajín, ale chrbtom sa neobracovalo ani k výtvarným modernému svetu. Uprednostňovalo pestrú farebnosť, hravosť, luxus. Využívalo najrôznejšie motívy: florálne, figuratívne i abstraktné. Často spodobovalo ženu, no na rozdiel od zadumanej či naivnej ženy secesie ženu modernú, energickú a sebavedomú.

Termín art deco je odvodený od parížskej medzinárodnej výstavy Exposition des Arts Décoratifs et Industriels Modernes (Výstava moderných dekoratívnych a priemyslových umení) z roku 1925. Na tej síce Le Corbusier predstavil svoj zhmotnený manifest modernej architektúry – pavilón L'Esprit Nouveau, ocenenie získali konštruktivistické Rodčenkove plagáty, no celkove

dominoval dekoratívizmus obracajúci sa do minulosti. Paríž nezastával radikálne názory ruských či nemeckých umelcov, pre ktorých bola tvorba nástrojom na vybudovanie spravodlivejšieho sveta. Francúzska metropola sa celkom prirodzene stala centrom šarmantného, „lahšieho“ prúdu v medzivojnovom grafickom dizajne, ktorý však vo svojej šírke obsiahol i závažnejšie tóny, niekedy až prekvapujúco blízke tvorivým postupom avantgardnej moderny. Najlepšie to možno ilustrovať na tvorbe populárnych „troch C“ – trojice parížskych grafických dizajnérov, ktorých priezviská sa začínali na toto písmeno.

Syn francúzskeho otca a ruskej matky Adolphe Jean-Marie Mouron, ktorý svoje práce podpísal Cassandre, prišiel do Paríža v roku 1915 z Ukrajiny. Študoval maliarstvo a stal sa obdivovateľom Picassovho kubizmu. V roku 1923 vytvoril svoj prvý plagát. Nasledovali stovky ďalších a do roku 1936, keď sa tejto oblasti prestal venovať, sa etabloval ako jeden z najvýznamnejších afišistov 20. storočia. Rozvíjal techniku litografie, bežnú v plagátoch od chéretovských čias. Posunul ju však do výrazovej polohy, ktorá sa vzdialila staromilstvu Belle Époque a vyrovnala krok s potrebami moderného života. Ak český kubista Emil Filla chcel byť „Picas-

Cassandre: Plagáty propagujúce aperitív. 1932.



Art deco

som pre chudobných“, Cassandre mal podobný plán, lenže médiom na šírenie kubizmu medzi bežných ľudí bol preňho plagát. Jeho úsilie sa stretlo s úspechom a skutočne sa stal spojnicou medzi avantgardným umením a bežným obecnstvom. Okrem kubizmu (predovšetkým jeho syntetickej periódy) ho inšpiroval futurizmus, Corbusierov a Ozenfantov purizmus a niektoré postupy geometrickej abstrakcie. Cassandre síce používal aj tónové odstupňovanie farby, no dominantnou plošnosťou bez priestorovej ilúzie, strohou geometrickou štylizáciou a uprednostňovaním elementárnych foriem kruhov, horizontál, vertikál a diagonál sa blížil k reduktívnemu výtvarnému jazyku radikálnej moderny. Zároveň bol majstrom integrácie obrazu s písmom, ako to vidno už v jeho včasnom diele – plagáte pre noviny L'Intrigue z roku 1925. Ženský profil je na ňom redukovaný do geometrického znaku a litery tvoria jeho organickú súčasť. Cassandreove plagátové písma svojou jednoduchosťou a „strojovým vzhľadom“ potvrdzujú príslušnosť k modernej dobe, litografická technika mu však zároveň umožnila z písma vytvoriť rovnocenný pendant obrazu a premenlivou farbou písmových znakov dotvárať farebnú skladbu plagátov.



Cassandre: Plagát pre železnicu. 1928.

Mnohé plagáty vytvoril Cassandre pre železničnú a lodnú dopravu. Jeho obdiv k rýchlym lokomotívam a obrovským zaoceánskym parníkom ho i v námete tvorby približuje k mentalite modernistov, pre ktorých boli stroje kľúčovým civilizačným fenoménom. V plagáte propagujúcom reštauračný vagón (1932) dokonca použil fotografiu, ktorú pre objektívnu obrazovú výpoveď uprednostňovali funkionalisti. Inak však ostával verný kreslenému obrazu a písmu, hoci často na nerozoznanie od fotografie a strojovej písmovej sadzby.

Osobitnú pozornosť si zaslúži Cassandrov seriálny plagát pre výrobcu aperitívov Dubonnet (1932). Prípomína dynamickú filmovú sekvenciu v troch obrazoch. Základom „scenára“ je vtipná slovná hračka, v ktorej sa názov produktu postupne objavuje ako „Dubo“ (du beau s rovnakou výslovnosťou vo francúzštine znamená „niečo pekné“, „Dubon“ (du bon je „niečo dobré“) a napokon Dubonnet. Na obrázkoch sa jednoduchá figúrka postupne naplňa nápojom a blažene pritom krúti očami. Cassandrov Dubonnet neskôr mnohí napodobňovali, no genialitu jeho jednoduchého riešenia nedosiahol nikto.

Vzhľadom na kvalitu autorských písem a prehľadné kompozičné usporiadanie boli úspešné i tie Cassandrove plagáty, v ktorých použil výhradne písmo. Atypickým postupom zo svojich plagátov odvodil niekoľko akcidenčných písmovejších typov pre tlačiareň Deberny & Peignot (Bifur, 1929, Acier, 1930 a d.). Grotesk-antikva Peignot (1937) sa stala priam erbovým písmom art deco a bežne sa používa dodnes. Ide o sans-serif s diferencovanou hrúbkou ťahov. Odvážna je najmä jeho minuskula so zaoblenými ťahmi, v ktorej niektoré písmená (a, e, m, n, q, r, t, u) majú formu majuskuly a znak „h“ má zvláštnu



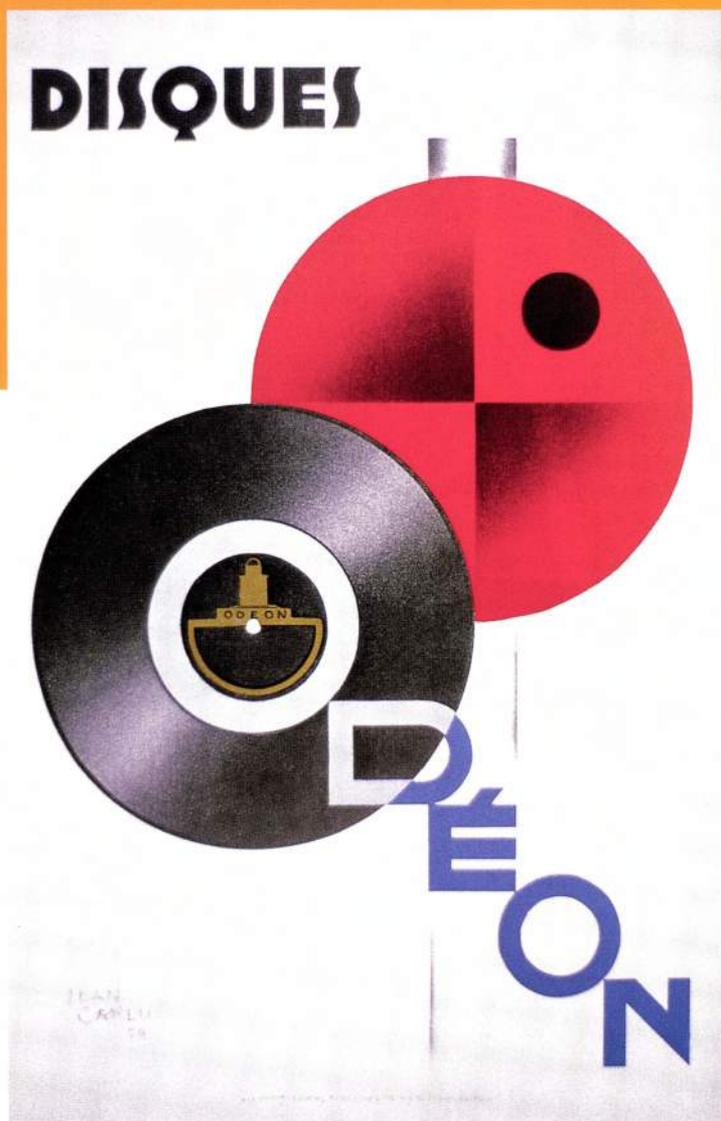
Paul Colin: Plagát pre muzikál. 1925.

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZ
0123456789

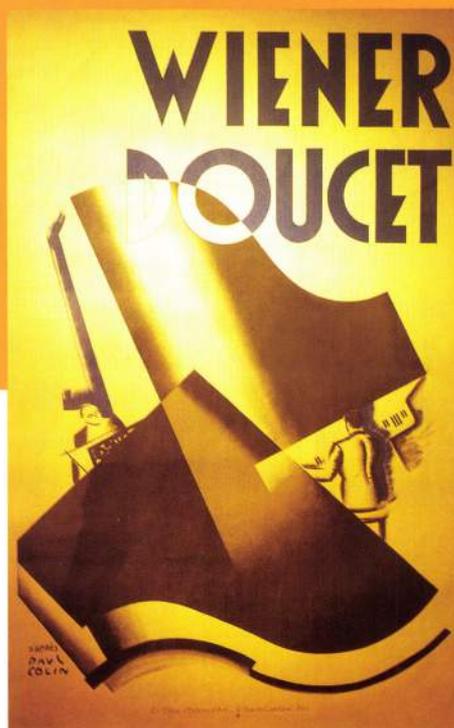
Cassandre: Písmo Peignot. 1937.



Edward McKnight Kauffer:
Plagát pre londýnske metro. 1930.



Jean Carlu: Plagát pre hudobné vydavateľstvo. 1929.



Paul Colin: Plagát pre výrobcu hudobných nástrojov. 20. roky.

Niklaus Stoecklin:
Plagát propagujúci
ladové cukríky. 1937.

podobu kombinujúcu charakteristické formy veľkej a malej abecedy.¹

Ďalší z trojice najvýznamnejších francúzskych grafických dizajnérov art deco Jean Carlu bol pôvodne študentom architektúry, no po nehode, v ktorej prišiel o ruku, sa začal venovať grafickému dizajnu. I on obdivoval kubizmus a v niektorých plagátoch (napríklad v tom, ktorý v roku 1929 vytvoril pre vydavateľa gramofónových platní Odeon) dospel ku geometrickému nepredmetnému výrazu. Podobne ako Cassandre i Carlu žil niekoľko rokov v USA a s úspechom využil svoj výtvarný štýl na propagáciu renomovaných firiem ako Container Corporation of America alebo Pan Am. Najlepším americkým plagátom roku 1941 bol zvolený Carluov plagát „America's Answer – Production“ (1941), ktorý lapidárnym obrazom ruky s pracovným nástrojom nabáda k zvýšeniu výroby ako prostriedku vojenského víťazstva.

Tretí z „veľkých C“, Paul Colin najviac nadväzoval na tradíciu parížskeho litografického plagátu 19. storočia. Po štúdiu maľby začal v roku 1925 spolupracovať s Théâtre des Champs Elysées a počas dlhoročnej spolupráce preň vytvoril stovky plagátov a divadelných výprav. Hneď prvý plagát pre černošskú tanečnicu Josephine Bakerovú „La Revue Nègre“ ho preslávil a neskôr tan-

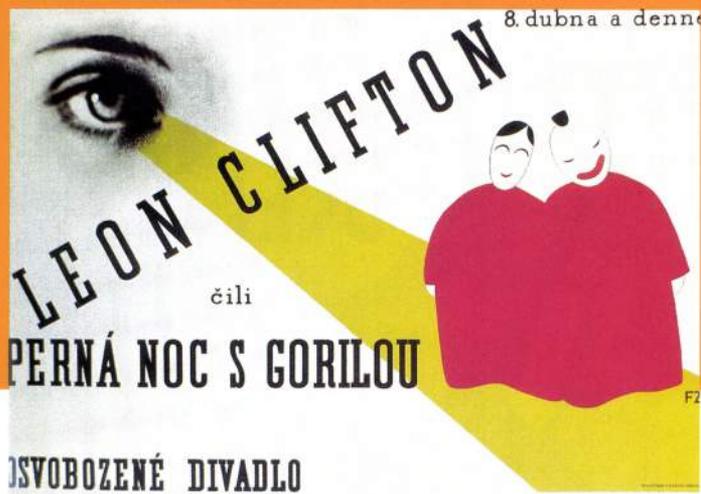
dem Colin – Bakerová zaznamenal podobný úspech ako tridsať rokov predtým Alfons Mucha so Sarah Bernhardtovou. V porovnaní s Cassandrom a Carluom je Paul Colin tradičnejšou figuratívnou štylizáciou a dekorativizmom viac spätý s dedičstvom secesie, hoci i on sa v niektorých prácach (napríklad v reklamnom plagáte na koncertné krídla Wiener Doucet) približoval k položám geometrickej abstrakcie.

V predchádzajúcej časti nášho seriálu sme spomínali, že pre funkcionalistickú modernu sa akosi „bibliou“ zhŕňajúcou základné princípy tvorby stala Tschicholdova kniha Die neue Typographie. Podobnú úlohu pre európske art deco zohrala kniha parížskeho tlačiara Alfreda Tolmera Mise en Page (Tvorba sadzby) vydaná v roku 1929. Už o dva roky bola preložená do angličtiny² a jej vplyv bol porovnateľný s ohlasom Tschicholdovej knihy. Tolmer sa už kriticky vyjadroval k obmedzujúcemu rámcu funkcionalistických postupov, keď tvrdil, že: „...publikum musí dostať to, čo sa v milostnej terminológii nazýva šíp osudu: v záujme dosiahnutia slobodnejších variácií možných kombinácií je nevyhnutné opustiť horizontálno-vertikálnu schému a rozvinúť alternatívu diagonál a kriviek.“

Najvýznamnejším britským grafickým dizajnérom

prúdu art deco bol Edward McKnight Kauffer. Narodil sa v Spojených štátoch, kde ako študent Art Institute v Chicagu „objavil“ kubizmus a futurizmus. Obdiv k týmto avantgardným smerom ho v roku 1914 zaviedol do Európy a v roku 1915 začal tvoriť svoju impozantnú sériu plagátov pre londýnske metro. Obsiahla dovedna 141 diel svedčiacich o obdive ku konštruktívnym smerom avantgardného umenia, osobitne k dielu „tubistu“ Fernanda Légera.³ S geometrickou štylizáciou obrazu Kaufferových plagátov vynikajúco korešpondujú jeho podobne formované písma. Od princípov funkcionalistickej moderny tieto práce vzdaluje bohatšia farebnosť, hravosť a istá dávka dekorativizmu, ktorá im zabezpečila obľubu u bežného publika. V medzivojnovom období okrem londýnskeho metra Kauffer pracoval i pre ďalších prominentných klientov, napríklad pre noviny Daily Herald a pre ropnú firmu Shell. Svoje skúsenosti zhrnul v knihe Umenie plagátu (1924).⁴

Výnimočnú podobu nadobudol grafický dizajn v medzivojnovom období vo Švajčiarsku. Táto krajina mala bohaté kontakty s Francúzskom, kam mnohí výtvarníci chodili získavať skúsenosti. Na formovaní Art Nouveau sa v Paríži zásadným spôsobom podieľali dvaja rodáci zo



František Zelenka: Plagát pre Osvobozené divadlo. 1931.

Poznámky

- 1 Pozri aj Muzika, F.: Krásné písmo. Praha 1958, s. 508 – 511.
- 2 Tolmer, A.: The Theory and Practice of Lay-out. London 1931.
- 3 Fernand Léger sa pod vplyvom Cézannovej maľby usiloval dopracovať k elementárnym obrazovým formám. Na rozdiel od ortodoxného kubizmu pracujúceho s hranatými plochami a objemami (termín kubizmu je odvodený od francúzskeho cube – kocka) boli Légerove diela okolo roku 1913 zostavované z rúrovitých prvkov (tubes). Odtiaľ označenie „tubizmus“.
- 4 Kauffer, E. McKnight: The Art of the Poster. London 1924.
- 5 Pozri aj Kroutvor, J.: Poselství ulice. Z dějin plakátu a proměn doby. Praha 1991.

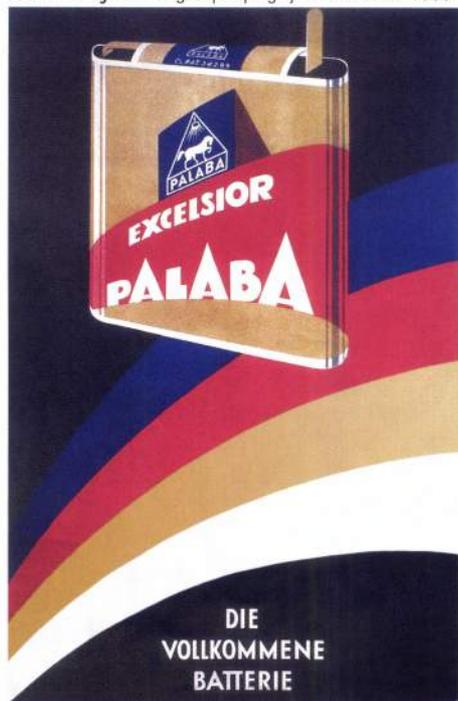
Otakar Štafl: Plagát pre Vysoké Tatry. 1927.



Švajčiarska Eugéne Grasset a Théophile Steinlen. V medzivojnovom období už najvýznamnejší švajčiarski grafickí dizajnéri pôsobili v domácej krajine, hoci vplyv Francúzska a postupne Nemecka bol evidentný. Otto Baumberger, Ernst Keller, Niklaus Stoecklin a ďalší vytvorili diela v kultivovanej a výtvarne presvedčivej polohe art deco. Herbert Matter, Walter Herdeg a Hans Neuburg tento prúd obohatili inovatívnou prácou s fotografiou, ktorá v tej dobe nemala v medzinárodnom kontexte obdobu.

I Matter absolvoval svoje štúdiá v Paríži. Študoval u Fernanda Légera a začiatkom 30. rokov pracoval v tlačiarňi Debergny & Peignot, kde sa podieľal na vzniku niekoľkých Cassandrových plagátov. V roku 1932 sa po návrate do Švajčiarska začala jeho spolupráca s Národným turistickým úradom. Plagáty, ktoré preň vytvoril, boli založené na mimoriadne kreatívnej práci s fotografiou. Fotografie ako základné zobrazovacie médium uprednostňovali v grafickom dizajne aj funkcionalisti. Matter sa však vo svojich montážach odklonil od

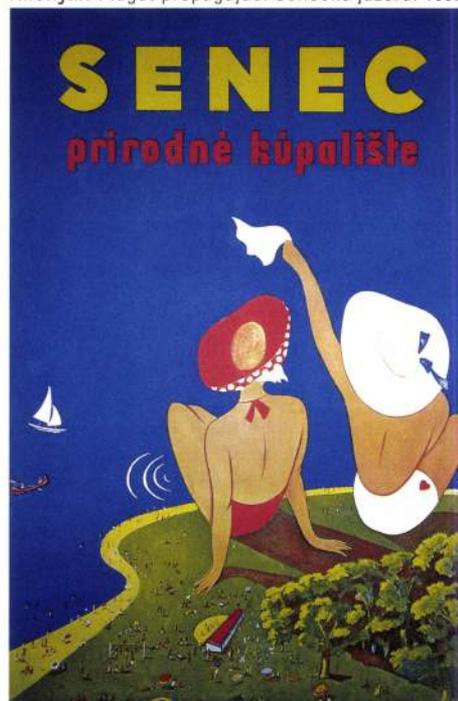
Zdeněk Rykr: Plagát propagujúci batérie. 1935.



objektívnej práce s fotografiou. Extrémnymi kontrastmi mierky, až surrealistickou skladbou priestorových plánov a farebným dotváraním čierno-bielej fotografie s diagonálne umiestneným písmom vytvoril neobyčajne dynamické kompozície, v ktorých sú rôznorodé prvky podriadené jednotiacemu konceptu.

Walter Herdeg po polovici 30. rokov vytváral grafické materiály pre turistické stredisko St. Moritz. Dokázal syntetizovať zdanlivo protikladné vyjadrovacie prostriedky: fotografickú montáž a kaligraficky chápanú typografiu. Hans Neuburg sa vo svojich reklamných plagátoch založených na priamociarejšom využití fotografie najviac blížil k charakteristike medzinárodného moderného hnutia. Ešte pred druhou svetovou vojnou sa však nielen Neuburg, ale aj Matter a Herdeg odklonili od pôvodných východísk tvorby, späť s francúzskym art deco. Herbert Matter v USA a Walter Herdeg a Hans Neuburg vo Švajčiarsku sa stali kľúčovými postavami druhej vlny ortodoxného modernizmu.

Anonym: Plagát propagujúci Senecké jazerá. 1937.



V súvislosti s prúdom art deco v grafickom dizajne sa nakoniec zastavme i v Československu. Živé kontakty Prvej republiky s Parížom sem privioli už krátko po roku 1918 noblesného aj frivolného ducha francúzskeho grafického dizajnu. Hospodárska prosperita najmä v Prahe vytvorila priestor na jeho široké uplatnenie.⁵ Objavili sa osobnosti, ktoré tvorili protipól funkcionalisticky orientovaným tvorcom. Grafickým dizajnérom parížskeho „strihu“ bol Zdeněk Rykr, ktorý vytvoril množstvo plagátov, no napríklad i obaloviny pre čokoládovňu Orion. František Zelenka plagátmi a ďalšími grafickými materiálmi vybudoval nezameniteľnú vizuálnu identitu Osvobozeného divadla Voskovca a Wericha, spájajúcu pozoruhodným spôsobom hravosť art deco s racionalizmom funkcionalizmu. Aj tie najbežnejšie komerčné plagáty, vytvorené dnes už neznámymi výtvarníkmi (Jiří Solar, Jan Ziegloser, Otakar Štafl a d.), svedčia o vysokej výtvarnej kultúre prvej republiky, porovnateľnej s najvyššími krajinami.



Nová krv

Vážení páni, vážené dámy,
predstavujem vám dvoch čerstvo vyštudovaných, z davu
vytrčajúcich mladých dizajnérov. Obidvaja sú absolventmi
Gerrit Rietveld Academie v Amsterdame v Holandsku,
kde boli ich projekty predstavené verejnosti na tradičnej
záverečnej výstave absolventov v júni 2005.



Eiko Ishizawa ■ Narodená: 1981, Nara, Japonsko.

Štúdium: 2000 – 2005, Gerrit Rietveld Academie, Katedra odevného dizajnu.

Konceptuálna (abstraktná) móda Eiko Ishizawa nesie názov Život na tapete s podtitulom Čo dokáže povrch. Je to projekt, ktorý skúma hranice medzi módou a voľným umením a provokuje k ich prekročovaniu. Pozostáva z kolekcie odevov a sérií tapiet.

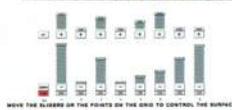
Ishizawa o svojej inšpirácii hovorí: „Vždy keď sa vraciam domov, do Japonska, som svedkom toho, ako ďalšie a ďalšie nádherné lesy a kopce musia uvoľniť miesto civilizácii. Veľmi ma to rozčuluje, som z toho smutná a nahnevaná. Nemusím nikomu pripomínať, že všade na svete je človek strojcom skazy. Na dosiahnutie nášho „pokojného a pekného civilizovaného života“ sa stávame slepými a vytvárame čoraz väčší nátlak na prírodu. Prečo sa nezastavíme? Mám pocit, že sú okolo nás neviditeľné steny, ktoré nám zabráňujú pocítiť túto krízu, a my sa ďalej tvárime, akoby sa nič nedialo. Pravdepodobne je to štandardný spôsob, akým naša spoločnosť funguje. Vidíme iba to, čo chceme vidieť, a ozajstné fakty schovávame za zástenu. Vytvorili sme si veľa predstieraných povrchov, ktoré nám umožňujú žiť v ilúzii.“

„Život na tapete“ sa zaoberá povrchnosťou týchto povrchov. Tapety ukazujú nádherné obrazy prírody. Vytvárajú fingované prostredie a zastierajú realitu, ale podľa Ishizawy tiež skladajú poklonu prírode. S cieľom vytvoriť drámu v tomto prostredí sa do perfektného obrazu vkradol minimalistický rušivý prvok. Pripomína nám krízu a ohrozenie našej budúcnosti. Muchy.

Ishizawa ich používa ako symbol. Muchy sú najčastejšími zvieracími návštevníkmi ľudských príbytkov. Žiaľbohu, sú v tragickej pozícii, pretože nie sú pre nás užitočné, a tak ich jednoducho likvidujeme. Ishizawa pripodobňuje muchy k ľuďom, aby ukázala, akou krehkou a drobnou súčasťou prírody sú. Najintímnejšou vrstvou ľudskej pretvárinky je oblečenie. Móda nám pomáha vytvárať ilúzie priamo na našom tele. Časť kolekcie Život na tapete je potlačená takým istým vzorom ako tapeta, časť je navrhnutá tak, aby premenila ľudí na zabitú alebo ešte živú muchu.



Janis Pönisch ■ Narodený: 1979, Starnberg, Nemecko.
Štúdium: 2000 –2005, Gerrit Rietveld Academie, Katedra architektonického dizajnu.
Stáž: 2004, Yens&Yens, Interaktívny a výstavný dizajn, Amsterdam.
Ocenenia: 2005, 1. cena Gerrit Rietveld Academie v kategórii Dizajn.



Vo svojom projekte Dynamický terén premenil Pönisch známe počítačové 3D simulácie na realitu. Vytvoril pružný architektonický robotický povrch, ktorý umožňuje zažiť splynutie digitálneho a fyzického priestoru. Tento povrch nemá pevný tvar, jeho podoba je virtuálna, čo znamená, že je premenlivá a zmažateľná. Dynamický terén demonštruje možnú budúcnosť interaktívneho systému, ktorý umožňuje tvarovať naše prostredie podľa rozhodnutí užívateľa.

Tvar dynamickej plochy je ovládateľný cez softvérovú styčnú plochu (interface). Deformovaním 3D modelu v počítači sa topografické informácie v tom istom okamihu odrážajú na reálnom, fyzickom

povrchu. Softvér vyrába výškové a rýchlostné hodnoty určených kontrolných bodov na ploche. Zvyšovanie a znižovanie týchto hodnôt tvaruje súradnicovú sieť. Nízky tlak vytvára kopec, vysoký tlak priehlbínu. Dotykové snímače umožňujú zrušiť softvérové polohovanie a vytvárať si prostredie pohybovaním kontrolnými bodmi priamo na samotnej ploche.

Pönischovi sa podarilo vytvoriť podmienky na plné pružné prostredie relatívne jednoduchou metódou. Dynamický terén je vyrobený z pružnej gummy, ktorá je naťahovaná kovovou konštrukciou pod povrchom. Konštrukciu poháňa osem vŕtačiek. Vŕtačky sú riadené mikrokontrolórmí, ktoré sú pripojené k počítaču.

Pönisch: „Dynamický terén chce byť tvorom, s ktorým sa hráme a s ktorým komunikujeme. V utópii tohto prototypu spolunažívame s architektonickými telesami...”



Obidva projekty sa zaoberajú povrchmi, ale príkladajú im úplne rozdielne významy. Je zaujímavé sledovať odlišný prístup k dizajnu a dizajnérskemu procesu, ako aj kultúrne rozdiely. Technické a utopistické. Šlachetné a ekologické. Kontrastujúce, ale aj futuristické.

Abeceda súčasného dizajnu*



Inštalácia Rema Koolhaasa
na 52. Bienále v Benátkach 2005,
materiál bambus.
Foto: Dušan Brozman

Autonómia: estetická autonómia vytvára dojem, že kultúra je rozdelenou sférou, v ktorej každé umenie stojí samostatne; je to zlé slovo pre väčšinu tých, ktorí vyrástli na postmodernej interdisciplinárnosti. Zvykneme zabúdať, že autonómia je vždy provizórna, je vždy definovaná diakriticky a situovaná politicky, vždy ostane semi. Osvietení myslitelia obhajovali politickú autonómiu s cieľom podrývať nescudziteľné záujmy ancién regime, zatiaľ čo moderní umelci obhajovali vlastnú autonómiu, aby odolali ilustratívnym významom a silám trhu. V tom prípade je „autonómia“ podobne ako „esencializmus“ zlé slovo, ale nie vždy musí byť aj zlou stratégiou, hlavne vo chvíli, keď sa z postmodernej interdisciplinárnosti stane rutinná záležitosť, nazvime to „strategická autonómia“.

Bonaventura: Frederic Jameson vo svojej pozoruhodnej analýze postmoderného priestoru v „Cultural logic of late capitalism“ použil obrovské átrium hotela Bonaventura v Los Angeles (architekt John Portman) ako symptomatický príklad nového druhu architektonickej premeny: vzniká akýsi nový druh hyperpriestoru, ktorý rozkladá našu zmyslovú výbavu. Jameson berie toto priestorové delírium ako konkrétny príklad všeobecnej neschopnosti porozumieť svetu neskorého kapitalizmu, nemožnosti ho nejakou kognitívne spracovať. Je zvláštne, že to, čo Jameson ponúka ako kritiku postmodernej kultúry, mnoho architektov (medzi nimi hlavne Frank Gehry) vníma ako ideál: vytváranie extravagantných priestorov, ktoré prevalcujú subjekt, neo-barokové katedrály na slávu Korporácie (ktorá sa tak stáva Cirkvou našich čias). Je to, ako keby títo architekti netvorili v rozpore s „kultúrnou logikou neskorého kapitalizmu“, ale v súlade s jej špecifikami.

Carcassonne: Carcassonne je obľúbená turistická destinácia v južnom Francúzsku, stredoveké mestečko plné starých zámkov, kostolov a pevností. Viollet-le-Duc v 19. storočí opravil mestské veže a vežičky a mesto tak získalo lesk nereálna: je to historické mesto zmenené na tematicky park so stenami vybielenými ako zuby nejakej televíznej hviezdy. Američania aspoň zvykli robiť svoje Disneylandy narýchlo. Táto „carcassonnizácia“ – kánonizácia mestskej zdochliny (angl. carcass) – však čoraz viac prevláda aj v amerických mestách. Napríklad liatinové budovy v SoHo sa teraz môžu pyšiť leskom komodity – artefaktu. Ako Viollet-le-Duc, tak aj súčasní „developéri“ robia tieto kozmetické úpravy v mene zachovania historického – no s cieľom finančného – bohatstva. A rovnako ako obeť kozmetickej chirurgie aj tieto fasády môžu pri maskovaní skutočného veku napomáhať rozkladu pamäti.

Design: dnes sa všetko – od architektúry a umenia cez džínsy až po gény – berie ako záležitosť dizajnu. Starí hrdinovia priemyselnej moderny, umelci – inžinieri a umelci – výrobcovia sú dávno preč – dnes udáva tón postindustriálny dizajnér. Už nemusíte byť boháčom na to, aby ste sa stali dizajnérom a dizajnovaným zároveň, nech už je tým produktom váš domov alebo kancelária, vaša ovisnutá tvár (chirurgický dizajnér)

alebo spomalený vývoj (chemický dizajnér), vaša historická pamäť (dizajnér múzei) či budúcnosť vašej DNA (dizajnér detí). Žeby bol tento „dizajnovaný subjekt“ éry konzumu nechceným potomkom „konštruujúceho subjektu“ postmodernej? Jedna vec sa zdá istá: dizajn dnes uzatvára ten takmer ideálny kruh produkcie a konzumu.

Environment (prostredie): Svet ako „total design“ je starým snom modernizmu, ktorý sa vo svojej perverznej podobe uskutočňuje už v našej celokapitalistickej prítomnosti. V postfordovej ére výroby môžu byť výrobky vyladené a trhy preskúmané, takže výrobok sa môže masovo vyrábať, ale zjavovať sa pritom na osobnej adrese. O túžbe nemožno samozrejme hovoriť len v súvislosti s výrobkami, tie sú však v istom ohľade špecifické: k doprosovaniu dochádza pri katalógoch a online obchodoch takmer automaticky. Do značnej miery práve toto nekonečné profilovanie výrobku spôsobuje súčasnú „predizajnovanosť“. Ale čo potom, ak sa tento stroj na výrobky pokazí, keď sa rúcajú trhy, obchodníci vzdorujú, alebo sa to len vyčerpávajú prostredia?

Finitude (konečnosť): Ranná podoba sveta ako „total design“ našla svoj výraz v Art Nouveau s jeho záľubou v ornamente. Tomuto Štýlu 1900 tvrdo oponoval Adolf Loos a útoky naň adresoval vo viacerých svojich textoch. Jeden z týchto útokov mal podobu alegórie o „chudákovi boháčovi“, ktorý od dizajnéra vyžaduje, aby vložil umenie do každej jednej veci: „Architekt vôbec nič neopomenul. Nechal vyrobiť popolníky, príbor aj vypínače, úplne všetko.“ Tento Gesamtkunstwerk však spôsobil viac než len kombináciu umenia, architektúry a remesla; zlúčil subjekt s objektom: „individualita vlastníka bola vyjadrená v každej ozdobe, v každej forme, do posledného detailu.“ Pre dizajnéra Art Nouveau je výsledkom dokonalosť: „Teraz ste hotový!“ exaltovane pochvaľuje klienta. Ale klient si nie je až taký istý; viac než útočisko pred moderným stresom nachádza vo vlastnom interieri len ďalšie jeho potvrdenie. „Šťastný muž odrazu niekde hlboko pocíti smútok...Znemožnili mu všetko budúce úsilie, jeho túžby i ďalší rozvoj. Napadlo ho, že presne tak to vyzerá, keď umierame zaživa. Áno, naozaj. Je hotový!“ Dizajnér Art Nouveau považuje práve toto celkové uskutočnenie za zjednotenie života s umením, ktoré odstraňuje všetky poukazy na smrť. Loos považoval toto triumfálne prekročenie limitov za katastrofu – spôsobuje totiž stratu objektívnych obmedzení nevyhnutných na definovanie „všetkého budúceho úsilia, túžob a možností rozvoja.“ Ďaleko od transcendencie smrti je strata limitov a konečnosti „umieraním za živa.“

Gesamtkunstwerk (umenie ako ucelené dielo): po 11. septembri vyzerá metaforická reč mŕtvol cudzo a splynutie medzi umením a životom je ešte väčšie. Pripomeňme si poznámky Karla Stockhausena o útoku na svetové obchodné centrum: „To, čo sa tam stalo – teraz si všetci musia preorganizovať mozgy – je najväčšie umenie v dejinách: keď postavy dokážu v jednom momente priniesť to, o čom my v hudbe nemôžeme ani len sní-



Hal Foster, vlastným menom Townsend Martin, profesor umenia a archeológie na Princeton University a editor časopisu *October*. Je autorom publikácií *The return of the Real: The Avant-Garde at the End of Century*, *Compulsive Beauty, Design and Crime (and Other Diatribes)* a editorom napr. *The Anti-Easthetic: Essays on Postmodern Culture, Discussions in Contemporary Culture*.

vať; tie postavy šialene cvičia desať rokov, úplne, fanaticky, len pre ten jeden koncert a potom umierajú. To je najväčšie umenie v celom vesmíre. Ja by som to nedokázal. Oproti tomu sme my, skladatelia, ničím.“ Nemožno prehliadnuť takéto videnie avantgardy: ako doposiaľ nikdy teroristi rozbúrali náš symbolický poriadok tými najjednoduchšími prostriedkami. Ale toto videnie je zároveň kameňom úrazu takej avantgardy: splnutie umenia so životom napomáha spojeniu symbolického previnenia s masovou vraždou. Je to už dávno, čo sme ešte mohli predísť krypto-fašistickej myšlienke vznešenosti. ■

High-rise (vežiak): V *Delirious New York* (1978), v „retrospektívnom manifeste pre Manhattan“, publikoval Rem Koolhaas starý, kolorovanú pohľadnicu siluety mesta z 30. rokov. Sú na nej Empire state, Chrysler a ďalšie významné budovy tej doby s vizionárskym prvkom: na vrchole Empire state building je riadiace centrum pre vzducholode. Je to výraz mesta 20. storočia ako javiska nového turizmu, no samozrejme aj ako utópia o nových priestoroch – o ľuďoch voľne sa pohybujúcich od ulice smerom hore na strechu vežiaku až k oblohe a potom naspäť dolu. (Tento výraz nie je striktno kapitalistický: utopické prepojenie mrakodrapu a vzducholode nájdeme aj na revolučných plagátoch v Rusku z 20. rokov.) Útok na svetové obchodné centrum – dve lietadlá vletiace do dvoch budov – je dystopickou perverzitou modernistického sna o voľnom pohybe ľudí v urbánnom priestore. Vízia o meste plnom mrakodrapov utrpela veľkú ujmu a rovnako tak aj New York ako hlavné mesto tohto sna. ■

Indiscipline (neodbornosť): viacero týchto hesiel sa točí okolo jednej tézy: súčasný dizajn je súčasťou pomsty, ktorú vykonáva pokročilý kapitalizmus na postmodernej kultúre – odškodnením za kríženie umení a disciplín je zovšednenie jej previnení. Vieme, že autonómia, aj semiautonómia, je fikcia, ale použiteľnosť tejto fikcie sa opakovane vracia, dokonca je potrebná, tak ako bola v čase najvyššej moderny za Adolfa Loosa a spol. pred sto rokmi. Rovnako opakovane sa však môže stať aj obmedzujúcou, dokonca smrtiacou, tak ako k tomu došlo pred niekoľkými desaťročiami, keď vďaka neskorému modernizmu ochabla špecifickosť jednotlivých umeleckých médií a postmoderna sľubovala interdisciplinárnu otvorenosť. Ale už to nie je tak. Nastal čas opätovného postihnutia zmyslu politickej situovateľnosti jednak umeleckej autonómie a rovnako jej slabých miest, zmyslu historickej dialektiky disciplinarity a jej protikladu. ■

Jewel box (šperkovnica): v modernej architektúre niet dôležitejšieho pojmu než „transparentnosť“. Podľa Sigfrieda Giediona nástup „transparentnosti“ predpovedal už rozvoj technológií výroby materiálov ako oceľ, sklo, železobetón, ktoré umožňujú priehľadnú expozíciu architektonického priestoru. Pre Lászla Moholyho-Nagya to na odplatu architektom dovoľuje integrovať rôzne „transparentnosti“ iných médií – ako napríklad fotografie či filmu. Moholy, ktorý sa viac než priestorom zaoberal pro-

blémami svetla, považoval túto integráciu viacerých prvkov za základnú pre „novú víziu“ modernej kultúry vo všeobecnosti. Táto vízia však trvá aj po skončení vojny (2. svetovej – pozn. prekl.). Colin Rowe a Robert Slutzky v texte „Transparency: literal and phenomenal“ (1963) devalvujú význam priznanej transparentnosti a zdôrazňujú význam jej fenomenálnej stránky, v ktorej „kubistické“ tvary „do seba prenikajú bez toho, aby sa vzájomne rušili“. Toto precenenie jednej stránky na úkor druhej prichádza vo chvíli, keď sa vyjadrenie plochy opäť raz stáva rovnako dôležitým ako vyjadrenie priestoru, keď porozumenie povrchu je rovnako dôležité ako porozumenie štruktúre. Inými slovami, oznamuje diskurzívny príchod postmodernej architektúry v jej dvoch hlavných podobách: na jednej strane architektúra ako scénografická plocha pre hru symbolov (ako ju môžeme nájsť v ozdobnej postmoderne Roberta Venturiho) a na druhej strane architektúra ako autonómna transformácia foriem (ako v dekonštruktivisticko-postmoderne Petra Eisenmana). Mnoho prominentných architektov ako Koolhaas, Herzog, de Meuron či Richard Gluckman dnes nezapadajú presne ani do jedného z týchto táborov: priznávajú transparentnosť aj v situácii, keď konštruujú jej fenomenálnu formu v podobe žiarivo priehľadného povrchu. Niekedy, samozrejme, takéto povrchy len mýlia a spôsobujú zmätky a architektúra sa tak stáva osvetlenou sochou, žiarivým šperkom. Môže to byť nádherné, ale aj veľkolepé v negatívnom zmysle slova, o ktorom hovorí Guy Debord – druh tovaru – fetiš vo veľkom, mysteriózny objekt, ktorého výroba je zahalená rúskom tajomstva. ■

Kool House: „Vzťah tejto architektúry k veľkomestu je rovnako blízky ako vzťah surfistu k morským vlnám,“ poznamenal raz Koolhaas o mrakodrapoch na Manhattane. O jeho posledných realizáciách v globálnom meste možno povedať to isté a nebude to znieť len ako chvála. Čo znamená dnes pre architekta surfovať na vlnách veľkomiest – bude to vyladovanie jeho kriviek alebo rozširovanie mestskej trajektórie? A nech je architekt dostatočne nadaný na to, aby sa o to pokúsil – nemôže viac než len stroskotať na brehu? ■

Life style: V svojom katalógu *Life Style* (2000) nás kanadský dizajnér Bruce Mau vyzýva premýšľať o dizajne ako o „spôsobe života“ vo filozofickom zmysle podľa vzoru starých Grékov, Nietzscheho alebo Foucaulta, a teda premýšľať o jeho etickom rozmere. No samotný štýl jeho katalógu má bližšie k Marthe Stewart – obhaja premenu „prírodného života s jeho systémom pokus-omyl“ na „nadizajnovaný život“. Takýto štýl neformuje náš charakter, ako tvrdí Mau vo svojom katalógu; oveľa viac prispieva k prehlbovaniu rozporu medzi sebarealizáciou a stratou identity. ■

Text bol publikovaný v jarnom čísle magazínu *OCTOBER*, 2002, MIT Press. Preložil Fedor Blaščák.

Pokračovanie v *Designum* 6/2005.

* Tento text vznikol v októbri 2001 ako príloha (čiastočne slovník, čiastočne sprievodca) k mojej knihe *Design and crime (and other Diatribes)* (Londýn a New York: Verso, 2002).



Foto: Patrik Safko

■ Design Factory alebo je industriálny priestor len módnym trendom?

V priemyselnej zóne v blízkosti bratislavského mosta Apollo pribudol nový priestor na prezentáciu dizajnu, architektúry a umenia pod názvom Design Factory. Priemyselná zóna v blízkosti Starého Mesta z roka na rok oživa aj vďaka rekonštrukciám priľahlých opustených industriálnych priestorov, ktoré sa postupne menia na užitočné kultúrne stánky. Do tejto časti Bratislavy sme si časom zvykli chodiť na výstavy dobrého dizajnu do výstavných priestorov Techo, Inspiro alebo na súčasné umenie do galérie Veža.

Napriek tomu, že kultúrny svet ešte stále zažíva boom veľkolepých muzeálnych stavieb alebo premien industriálnych priestorov na galerijné inštitúcie, Slovensko naďalej zápasí s nedostatkom výstavných priestorov. Kým napríklad londýnska Tate Modern sa pred piatimi rokmi usídlila v rekonštruovaných priestoroch bývalej elektrárne a v susedných Čechách pred nedávnom „sprevádzkovali“ na prezentáciu súčasného umenia priemyselné haly v pražskom Karlíne, na Slovensku je takýchto priestorov s podobným zámerom ako šafránu. Paradoxne sa u nás rekonštrukcie a prevádzky industriálnych stavieb ujímajú architekti a dizajnéri. Ich počin súvisí s určitou dávkou odvahy, skúseností, ale predovšetkým s finančným zázemím, ktoré ponúka napr. aj biznis svetových výrobcov a autorov kvalitného dizajnu z oblasti nábytku a nábytkových doplnkov. Design Factory vzniklo na základe spoločného projektu firiem ADOM.MSTUDIO, s. r. o., a M STUDIO, s. r. o., Interiéry, pôsobiace v oblasti architektúry a dizajnu „s cieľom vytvoriť novú kreatívnu základňu na podporu a rozvoj architektúry, umenia a dizajnu nadčasových hodnôt“. Jeho prvoradou ambíciou sa teda nestanú len aktivity vychádzajúce z výstavných prezentácií dizajnu, ale v širších súvislostiach chce Design Factory zaujať miesto významného kultúrno-vzdelávacieho centra. Programovú náplň budú preto tvoriť výstavy, prednášky, workshopy, súťaže, výchovno-vzdelávacie programy s cieľom posilniť význam dizajnu ako dôležitého nástroja formovania vkusu, kultúrneho čítania a životného štýlu smerom k širšej verejnosti. Pod hlavičkou nadácie Pontis je zriadený nadačný fond Design Factory na podporu verejnoprospešných aktivít súvisiacich so vzdelávaním a osvetou v tomto areáli. Design Factory sa teda stáva novou platformou prezentácie dizajnu práve v priestore, ktorý predstavuje príkladnú a citlivú symbiózu súčasného a historického. Pod vedením trojice architektov Martin Paško, Zuzana Zacharová a Zoran Michalčák dostala bývalá stavomontážna hala z obdobia 50. rokov novú podobu. Zuzana Zacharová hovorí: „Myslíme si, že táto budova, relikvia obdobia komunizmu, je veľmi dobrá, zaujímavá a kvalitná. Treba na nej vyzdvihnúť to, čo je priťažlivé, využiť jej kapacitu a potenciál. Pri rekonštrukcii sme sa snažili zachovať industriálny charakter priestoru. Časť na poschodí sme museli logicky upraviť na kancelárie, aby sme tu mohli existovať. Dve veľké haly v prízemí sú zjednotené veľkými presklenými priečkami, ktoré zabezpečujú výhľad z jednej výstavnej haly do druhej. Celý interiér je riešený vo veľmi decentných farbách, aby vynikli práve vystavené diela.

Veríme, že Design Factory sa nestane len obľúbeným miestom obchodných a pracovných rokovaní, ale miestom stretania sa širokej verejnosti s tvorivým umom.

× Jana Oravcová

■ Otvorené dvere – ako bývame my a ako bývajú iní?

Putovná výstava fotografií a pôdorysov bytov spolu s textami a rozhovormi s ich obyvateľmi je švajčiarsky projekt, ktorý vznikol v spolupráci s vysokými školami v strednej a východnej Európe. Výstava vznikla na základe spolupráce šiestich tímov z rôznych krajín a v týchto krajinách bude aj predstavená: v Poľsku, na Slovensku, v Rumunsku, Litve, Bielorusku, Rusku a nakoniec vo Švajčiarsku. Zahájenie putovnej výstavy zaujímavej sociálne kultúrne sondy prebehlo 26. októbra v poľskom meste Wrocław. Od 3. novembra bude prístupná vo foyeri technickej univerzity vo Zvolene, neskôr v rumunskom Klausenbergu a v roku 2006 aj v ostatných zúčastnených krajinách. Ďalšie informácie: www.tuerenauf.ch

Beáta, Michaela, Martina, Anna a Daniela študujú sociálnu prácu a bývajú spolu v dvoch malých izbách na internáte v Levicech. Ako bývajú, ako trávia svoj čas, aké majú záujmy a životné sny – aj to sa môžete dozvedieť na výstave „Otvorené dvere“.



■ Iný pohľad na grafický dizajn

Grafický dizajn nie je elitárske médium v zmysle existencie jediného originálu, tak ako je to pri iných médiách. Jeho produkty si k nám často nachádzajú cestu prostredníctvom nosičov masového charakteru: knihy, katalógy, bulletin, logá. Sú veľmi ľahko dostupné, a popritom sa v nich spája funkčnosť s estetickými kritériami. Príťažlivosť grafického dizajnu spočíva i v existencii viditeľnej či latentnej interaktivity. Na vzájomnej komunikácii, čiže na interaktívnom základe je postavená výstava TAKE ME WITH YOU/MAKE ME BETTER Marcela Benčíka v Považskej galérii umenia v Žiline a na Stanici Žilina-Záriečie, ktorá nie je realizovaná klasickým „statickým“ spôsobom (divák sa díva na nainštalované – na stenu zavesené práce). Ťažiskom Benčíkovej prezentácie je priama fyzická dostupnosť jeho prác. Zároveň je táto výstava aj projektom, v ktorom autor predstavuje sumár svojich vybraných doterajších realizácií. Ich spektrum je naozaj široké: od tlačovín vydávaných Stanicou Žilina-Záriečie, v ktorých sa zameriava predovšetkým na funkciu a možnosti textu, cez práce, ktoré charakterom a spôsobom prezentácie hraničia s dizajnom – napríklad diplomová práca Bankovky, až po tie, ktorými priamo komunikuje s divákom – užívateľom ako v prípade Mapy železníc SR. V na mieru „vydizajnovanej“ sieni PGU je návštevník nasmerovaný tak, aby si niektoré z autorových prác sám vyrobil prostredníctvom tlačových matric – pečiatok. Potom sa môže rozhodnúť, ako s nimi ďalej naloží, či si ich nechá, či ich zahodí, alebo s nimi urobí niečo iné. Výzva autora „VEZMI SI MA SO SEBOU“ tak má svoj pôvab – každý, kto ju poslúchne, symbolicky vynesie jeho tvorbu mimo galérie. Komunikácia s divákom s cieľom „UROB MA LEPSÍM“ na Stanici zas každému dáva možnosť autorove hotové vystavené práce zlepšiť priamymi zásahmi do nich v rozlične intenzívnych formách: od rázných negujúcich škrtov až po jemné korektúry. Okrem toho, že projekt predstavuje grafický dizajn interaktívnym spôsobom, kombinujú sa v ňom aj znaky rôznych výtvarných žánrov. Miešajú sa v ňom prvky umenia pečiatok (stamp art), akčnej kresby a jeho charakter, ktorý počíta s priamym vstupom diváka, z neho vytvára i osobitý happening.

■ Mira Putišová, kurátorka výstavy

Marcel Benčík | TAKE ME WITH YOU / MAKE ME BETTER | Považská galéria umenia Žilina 14. 9. – 23. 10. 2005
Stanica Žilina-Záriečie 14. 9. – 8. 10. 2005



Pečiatky Marcela Benčíka



Foto: Matej Sanitár



Pozvánky

Tibor Uhrín, Marcel Holubec, Michaela Luptáková
Byť /etno/ byt, Dizajn štúdio ULUV, Bratislava
4. 10. – 11. 11. 2005

Iveta Kopecká
Architektúra, detail a výtvarná forma
Galéria architektúry, Bratislava
5. 10. – 21. 10. 2005

Barlett School of Architecture
Galéria Medium, Bratislava
5. 10. – 6. 11. 2005

Ekoplagát
Medzinárodná prehliadka plagátu s ekologickou tematikou, Považská galéria umenia, Žilina
13. 10. – 27. 11. 2005

Majstri
Galéria ULUV, Bratislava
9. 11. – január 2006

Gabriela Verešová
Tapisérie, Považská galéria umenia, Žilina
27. 10. – 27. 11. 2005

Stefy Klemp, Bety K. Majerníková
Erika&Small Personal Gadgets
Výstava šperku, Tatranská galéria, Poprad
23. 9. – 5. 11. 2005

Focus Know-how
Medzinárodná cena za dizajn Baden-Württemberg a Cena Mia Seeger 2005
Design Center Stuttgart, www.design-center.de
14. 10. – 11. 12. 2005

Hussein Chalayan
Výstava módného dizajnéra
Kunstmuseum Wolfsburg, kunstmuseum-wolfsburg.de
15. 10. 2005 – 5. 2. 2006

Global Fashion/Local Tradition
Medzinárodná výstava módy
Centraal Museum, Utrecht, www.centraalmuseum.nl
17. 9. 2005 – 15. 1. 2006

Super! First Triennial for Contemporary Arts, Fashion and Design
Triennale súčasného umenia, módy a dizajnu
Hasselt, Belgicko, www.superhasselt.be
9. 9. – 13. 11. 2005

ExperimentaDesign 2005
Bienal de Lisboa, Portugalska
Medzinárodné bienále na tému The Medium is the Matter, www.experimentadesign.pt
15. 9. – 30. 10. 2005

Gwangju Design Biennale 2005
Gwangju, Korea, www.design-biennale.org
18. 10. – 3. 11. 2005

Nazan Pak, Florale geometrie
Výstava tureckého šperkára, Galerie V&V, Viedeň
Október 2005

Carol Christian Poell
Public Freedom, výstava jedného z najdôležitejších predstaviteľov súčasného subverzívneho a sociálno-kritického módného dizajnu, Mak, Viedeň
26. 5. – 24. 11. 2005

Furniture design 1945 – 1955
výstava viedenského nábytku v medzinárodnom kontexte, Dvorný depozit, Viedeň
11. 5. – 6. 11. 2005

Viac informácií o výstavách, súťažiach a iných aktuálnych podujatiach na webovej stránke SCD www.sdc.sk
Aktualizácia vždy k 25. v mesiaci!

Real design is about compromises

Interview with Eric Jourdan

p. 08

It is not your first visit to Bratislava, is it? Did you notice anything special, as a designer?

Every time I come back to Bratislava (I was here three years ago last time) I see new things. City, architecture, buildings. I am from Paris and when you compare Bratislava and Paris, Paris is the museum with no new buildings and Bratislava is the city experiencing rapid construction boom.

You have worked for major international producers and have been awarded for your designs. What is your concept of contemporary design?

I have developed designs for various companies, small or big. What is important for me is when my designs are among people. When they feel good with them and are not too expensive to buy. Taking into account people using my designs is new aspect to me. I did not have same feelings before.

Communication between designers and manufacturers is sometimes difficult. Designers are under enormous pressure and must find a middle way between two extremes – a compromise. Have you experienced similar situations?

Real design is about compromises. When you develop design and cannot put it into production you have nothing but a nice picture. On the other hand, when you convinced a manufacturer to produce your designs, arriving at several compromises, what you have in your hands is real design. There is no product design without compromises. Without compromises, it is work of art. It is hard to keep your designs untouched and take into account a respective type of production. You cannot approach manufacturer and say "this is my design and you have to produce it". It does not work that way. Manufacturers have certain production limits and have employees to pay. Both parties have to communicate and respect each other. To find balance is the hardest thing.

Which of your projects is the most rewarding to you?

I develop designs for Ligne Roset, a major furniture manufacturer. I have worked for them for four years and it is an exciting cooperation. Their up-to-date technologies help me to design new things. Besides, I design public areas. To develop orientation systems and exterior design is fun. It is exciting to see how people respond to what I did. I have lost interest in working for galleries.

Do you feel responsible for your designs?

Of course. Particularly, when I do orientation plans and exterior designs for public purposes. I am responsible for good orientation and how people feel in parks, for example. With chair, it is not so serious. You have more responsibility when you use public funds.

Do you perform any rituals when designing?

I listen to music. I am an older man, so I listen to the music of my generation – Led Zeppelin, The Cure, rock music.

You were in the panel of judges for the National Prize for Design 2005. You saw the best design we have. What do you think of contemporary design in Slovakia?

I have mixed feelings. I did not have enough time to think about it properly. What I know is that you have very good graphic design and underdeveloped product design. Your graphic design, particularly developed by students, is more fun and innovative than graphic design in France. Designs developed by students were in general more interesting than professional design. It is a good prospect for future.

You are a long-term lecturer. Could you compare students in Slovakia and France?

I feel more energy in Slovakia. It is natural. You are a young country. French students are more career-focused... Your energy is similar to what I have experienced in USA. People in France are very well aware of strong cultural background and their culture sometimes is an obstacle for being more flexible.

Would you like to say something to Slovak designers?

Go to manufacturers. It is the only way of reviving design. Do not wait. Do not say that companies do not approach you. Go and convince them. I know it is hard.

National Prize for Design 2005

p. 11

The National Prize for Design is a competition with long history and is considered the only platform concentrating on development of design in Slovakia. The Slovak Design Centre and the Ministry of Culture have jointly invited competitors to participate in the competition since 1993. The event occurs every odd year. It is considered the premier design award in Slovakia.

Seventh annual of the event organized in 2005 experienced several remarkable changes. Given the fact that Slovakia is a EU member country since 2004, we face new challenges and therefore we came to decision that it is necessary to adjust our competition to new situation. Design enjoys high reputation in the EU. Without such position, innovation of products, driving force for building a competitive environment, would not be possible. Design and innovations are among key terms in the Lisbon strategy and are expected to become key objectives for the Competitiveness for Slovakia Program. We are convinced that the National Prize for Design may encourage implementing the said strategy. Given the above reasons, we invited education and economy ministries to participate in assessing design.

Revised concept resulted in new statutes and competition requirements as follows: three key categories, product design, communication design and students design, have been formed. Newly announced category of students design expanded the scope of the competition, informed about level of current design education and, above all, opened a communication platform for manufacturers and young designers. International participants, designers cooperating with Slovak manufacturers and international manufacturers cooperating with Slovak designers, were allowed to register for the first time.

✕ **Margita Michlíková**

Martin Mistrík

Winner of the National Prize for Design for students graphic design

Are you happy with the award?

I have just completed my baccalaureate and have several years of work experience behind me. The award is a perfect feedback for my work.

Tell the story of the winning design.

Thoughtful eye + curiosity + joy from discovering. I have been discovering my neighbourhood since I was two. My intention was to uncover the variety of impulses that is in the blocks of concrete flats. To remind of many inspirations for graphic designers and have the graduation thesis that is fun to do.

What do you think of contemporary design in Slovakia?

It is a baby that grew into a healthy and strong child. **Why do you like design? And, why do you think design is good for life?**

Design is fun. It is a toy for grown-ups. You can play with the toy following the instructions or, make up your own rules. When you can share your joy from creation with users you can say design is good for life.

What made you feel delighted recently, apart from work?

I have a vision that Bratislava is a beautiful and modern city in some 10 or 15 years and that makes me feel delighted.

Andrea Krajčíková

Winner of the National Prize for Design for students product design

Are you happy with the award?

First of all, I did not expect that I would be awarded. I was shocked. It is great honour. I did not expect to win a design award at all. By the way, I registered for a design competition for the first time. And, it is honour to be competition for other Slovak designers and to win a prize.

Tell the story of the winning design.

ViBeau, the collection of backpacks is my graduation project. From several concepts, I selected body design, i.e. design on a human body. Female and male bodies, their physical and mental peculiarities, and numerous opportunities for designers developing clothes and other objects that a person could wear impress me. For me, body design is a common term for many ways how a human body can adapt to trends in fashion and how people put various things on their bodies. Also, it is the alternative method of storing or carrying things we need or adjusting body to new functions through intelligent devices we wear.

When I had prepared the concept I sent an email to clothes production companies inviting them to produce my backpacks. I received an answer from the statutory representative of Hansa sport & motion, s.r.o. from Prievidza.

...And the story began...

What do you think of contemporary design in Slovakia?

I appreciate Slovak designers very highly. They are successful at design competitions. Abroad, Slovak design is valued highly, too.

Of students from various countries I met when I was in France, Slovak students won the highest recognition. Anyway, design in Slovakia seems to be behind the times and I feel sorry about the situation. I think that producers are responsible for the situation. They do not need design for their products or they produce copyrighted designs of famous world designers of design studios.

Why do you like design? And, why do you think design is good for life?

After I had studied stone sculpturing at the Secondary School of Applied Arts in Bratislava, I decided to study design. I learnt about commercial aspects of fine arts. I have decided to study industrial design recently. But I have been close to visual arts since my childhood. I abandoned stone and decided to introduce works of art to ordinary people. Design is what I do now. I enjoy communication, understanding people's feelings and helping to solve their problems. Design is the best way to join my passion for art and communication.

Design is part of our daily life. Why not to make perfect design?...

What made you feel delighted recently, apart from work?

I stood by my sister when she was delivering her baby because her husband could not come. I was happy to help my sister. I felt delighted.

Austrian Fashion Week 2005

p. 18 Unit F, the association focusing on contemporary fashion, organized the Austrian Fashion Week in MuseumsQuartier in Vienna. The fourth annual took place from 16 to 24 September 2005. The Austrian Fashion Week 2005 introduced latest trends in fashion design and put special emphasis on presentation methods. Vienna became a fashion mecca for one week. Good thing is (very unusual for our environment) that the event was held in one of the biggest contemporary art venues in Kunsthalle Wien.

The festival ended with an award winning ceremony in three categories. The Fashion Award of the Art Division of the Federal Chancellery is usually bestowed to young designers starting their career. This year, the prize was awarded to this year's graduate at the fashion department at Universität für angewandte Kunst Wien, Slovak resident Stina Kriváková.

You were the only Slovak designer who presented herself as a winning designer at the Austrian Fashion Week. There were no Slovak fashion designers at the Erste Bank Fashion Night either. Don't you think that by studying abroad you had been more available to people in fashion business than your contemporaries in Slovakia?

You can hardly compare Slovak fashion design with international scene. I realized the difference when I came to Vienna. We have many talented designers in Slovakia, however, we have difficulties how to "get involved". When you are abroad you are closer to latest news. But, even when you are "right on spot" you must have something special in you, be a hard worker and fight for your place in the sun every day.

You have graduated as a fashion designer recently. What are you going to do next?

I have completed the school that was very demanding, in terms of time and money. Students have to pay all materials by themselves. I had to stop out several times to earn the tuition. During the breaks, I worked as a fashion designer, makeup artist and visual stylist. I have two offers at the table, one is to be a junior designer in Prada, Milan and another is for a creative designer for Hussein Chalayan in London. Besides, I have a collection branded Kristy Krivak in two Vienna stores: PARK mondscheingasse 5 and DAS STUDIO Kirchengasse.

x **Jana Oravcová**

Tag is quick which I like very much.

(about graffiti, tags, stickers and stencils)

p. 20 A student of graphic design Juraj Sukop and his work called abcb caused disturbance at the Academy of Fine Arts and Design. Sukop designed a newspaper layout and printed 6 thousands copies. The newspaper included a selection of several tags, autographs of graffiti painters, collected from various localities around Bratislava.

Why did you decide to involve tags into your project?

Tags are fun. I came across tags two years ago. I was so excited that I decided to collect them into a book. I changed into a person eager to collect things and display them. What I had in mind was to convince people that thought graffiti is rubbish that it is not. Having no time to prepare a new project, I just revised what I had collected during last four years and prepared the newspaper. Besides, I learnt how to raise funds, select materials, develop design and produce a printed publication. When I was in the middle of preparation, a new law on graffiti (a bad one, if you ask me) came into operation. City officials paid four millions for repainting graffiti-painted city bridge. The money would have done better service if granted to contemporary culture associations.

Did you choose some "very special pieces"? How did you select tags?

Firstly, I searched all over Bratislava and did a pre-selection. I found approx one thousand good tags. Then, I hesitated which form to choose. Finally, instead of a book, I decided to do a newspaper with 46 tags. Besides, I was looking for something special in tags... You may call it "style". And, I chose tags that were new, wild, fresh and clumsy. I do not care if "writers" would call tags I chose top standard or not.

Why did you choose tags, anyway?

Tag is quick which I like very much. Tag is quickly painted and quickly identified. You cannot re-paint tag. All you can do is to erase it and paint a new one. All in all, it is typography. Besides, I chose newspaper because it can be rather quickly revised and printed.

What do you think about never-ending quarrels about graffiti being art or vandalism?

Tell the truth, I am bored with the discussions. I understand that people get mad when you write on their property. On the other hand, graffiti is part of our culture and I do not understand why to ban it. It is good thing to write on old buildings. And, it is good for us. I am not happy with legal walls you can paint on. Somebody may come to conclusion that remaining walls are illegal.

Where is the line between graffiti (and tags) and „serious art“?

Nowhere.

How do you see other (graphic) street arts such as sticks and templates?

It is good to make streets and cities look better. But, I do not see much fun in stickers. People made thousands stickers and then repeat the same joke for ages... I do not understand why the creation process remains hidden in a children's room. There is no connection with street art. Templates are better. You have to experience rude, wild and restless city. Throw away notebooks and get outside.

x **Julie Džambazovič**

Fresh blood

p. 31 Ladies and gentlemen, Let me introduce two freshly graduated, outstanding young designers.

They both are graduates of the Gerrit Rietveld Academie in Amsterdam, the Netherlands and presented their projects at the graduate exhibition in June 2005.

Janis Pönisch

In his project called Dynamic terrain, Pönisch converted 3D simulations into real objects. Blending

digital and physical spaces, he made a flexible architectural robot surface. The surface lacks solid shapes. It is a virtual, flexible and erasable surface. The flexible terrain serves as a simulation of interactive systems allowing transformation of environments according to user's requirements. User is allowed to control the surface through software interface. 3D modelling helps to transfer computer information into a real-time surface. The software application can produce elevation and speed figures referring to check points located on the surface. Increasing and decreasing of above figures gives shape to a network of coordinates. Low pressure forms an elevation and high pressure forms a depression.

Contact sensors may cancel elevating activity. Moving check points along the surface helps to form a unique surface.

Pönisch developed a rather simple method for flexible surface modelling. The terrain is from rubber with metal construction under the surface. The construction is driven by eight drills. The drills are controlled and connected to computer by micro-controllers.

Pönisch: „The purpose of the Dynamic terrain is to be a creature we can play and communicate with.“

Eiko Ishizawa

Abstract fashion designs by Eiko Ishizawa are presented under the name Life with wallpaper or What surface can do. The project analyses limits fashion and free art have and provokes us into breaking the rules that had been set once. The project comprises a collection of clothes and a set of wallpapers.

Ishizawa about the inspiration: „Every time I return to Japan I see forests making way to civilization. I am annoyed and sad about it. People are the only living creatures ruining their environment. We want to live "peaceful and happy civilized lives" and are blind to what nature needs. Why do not we stop for a moment? I feel as if we were surrounded by invisible walls separating us from the world crisis around and we keep pretending that everything is o.k. I believe that it is how society exists – we hide from facts and live in fiction.“

„Life with wallpaper“ is the project referring to superficial character of surfaces.

Wallpapers on walls create superficial environment and mask real world. According to Ishizawa, they also pay compliments to nature.

An element, unfamiliar to the concept, violates the perfect picture to bring more drama. The disturbing element reminds us of current crisis and danger we face. Flies.

For Ishizawa, flies are symbols. Flies are the most frequent animal visitors to our homes. With no purpose for people, they are destined to die. Ishizawa compares flies and people and finds out that both species are very fragile and only small parts of Mother Nature.

Wearing clothes is the most intimate part of human disguise. Fashion helps us to put our illusions on. Wallpaper patterns are printed on several clothes from the Life with wallpaper collection. Other clothes are designed to remind of dead or living flies.

Both projects mentioned above deal with surfaces, attaching various meanings to them. They represent different approach to design and reflect different cultural backgrounds. Technical and fictional. Noble-minded and environmental. Contradictory and futuristic.

x **Lucia Luptáková, Amsterdam**

➤ Čo nájdete v čísle 6/2005

Pražský Designblok | 100 % design v Londýne | Čerstvý dizajn na trhu | Národnú cenu za dizajn a výstavu Dizajn na Slovensku 1990–2005 | Abecedu súčasného dizajnu 2

Staršie čísla časopisu Designum do roku 2002 si môžete objednať na adrese SCD alebo e-mailom

designum,

vychádza ako dvojmesačník | bimonthly

6 x ročne 44 strán vo formáte 280 x 215 mm | 6 times a year 44 pages in a format 280 x 215 mm

Cena pre SR | 65 Sk za jedno číslo | 330 Sk celoročné predplatné (55 Sk za číslo)

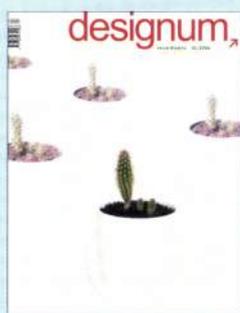
Cena pre ČR | 65 Kč za jedno číslo | 330 Kč celoročné predplatné + poštovné

Price for abroad | 5 Euro single issue | 30 Euro annual subscription (including postage)

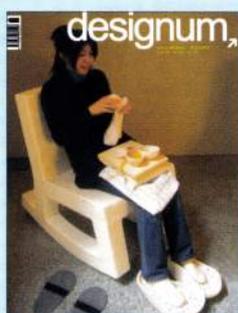
Voľný predaj vo vybraných galériách a kníhkupectvách v Bratislave: Artforum, Prospero, Reduta, predajňa Nova Design Store, Galéria Medium (VŠVU), X Gallery, Dizajn štúdio ÚLUV, v stánkoch Mediapress. | **Mimo Bratislavu:** Kníhkupectvo Artforum (Banská Bystrica, Žilina, Košice), Galéria J. Koniarka (Trnava), Pavel Strážay Christiania (Poprad), Christiania (Prešov), Kníhkupectvo a Antikvariát Pod Vrškom (Nitra), Šarišská galéria (Prešov), Galéria M. Bazovského (Trenčín), Slovenské technické múzeum (Košice). | **Mimo SR:** Kníhkupectvo Fraktály (Praha).

➤ Objednávky na časopis Designum | Orders for Designum review

Slovenské centrum dizajnu | P.O.Box 131 | 814 99 Bratislava | e-mail: husta@sdc.sk | www.sdc.sk



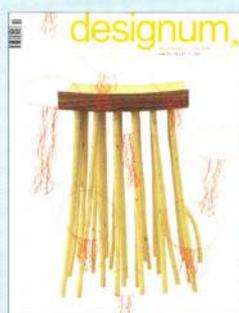
01/2004



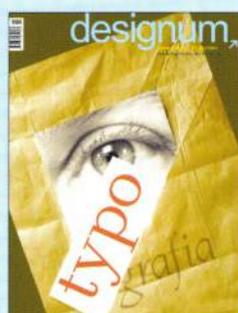
02/2004



03/2004



04/2004



05-06/2004



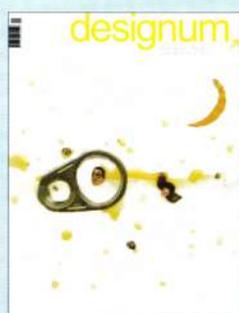
01/2005



02/2005



03/2005



04/2005



05/2005

Designum | revue dizajnu / design review | X. ročník / volume X | vychádza 6-krát ročne / a bimonthly | číslo 4/2004 / number 4/2004 | **Vydáva / Edited by** | Slovenské centrum dizajnu, Bratislava | Slovak Design Centre | **Vedúca redaktorka:** Ľubica Hústá | **Spolupráca na čísle:** Katarína Hubová, Adriana Pekárová, Jana Oravcová | **Jazyková redakcia:** Inge Hrubaničová | **Redakčný kruh / Editorial cooperators:** Dušan Brozman, Emil Drličák, Silvia Fedorová, Sylvia Jokelová, Zdeno Kolesár, Pavel Masopust, Mária Rišková, Marek Škrípeň, Lucia Luptáková (Amsterdam), Ľubica Pedersen (Kodaň), Jiří Pelcl (Praha), Karol Pichler (Paríž), Alan Záruba (Praha) | **Poštová adresa / Postal address:** Slovenské centrum dizajnu, redakcia Designum, P. O. Box 131, 814 99 Bratislava | Slovak Design Centre, Designum editorial office, P. O. Box 131, 814 99 Bratislava, Slovak republic | **Sídlo redakcie / Headquarter:** Jakubovo nám. 12, Bratislava, **Telefón / Phone** + 421 (0)2 5293 1564, fax: + 421 (0)2 5293 1838, **e-mail:** husta@sdc.sk, sdc@sdc.sk | Nevyžiadané rukopisy, fotografie, diapositívy, CD sa nevracajú | **Graphic Design:** Zuzana Chmelová | **Prepress:** Typocon Bratislava | **Tlač / Printing:** Uniprint, Považská Bystrica |

© scd | ISSN 1335-034x | Registrované MK SR č. 889/93

Materiály publikované v časopise Designum nie je možné uverejniť bez súhlasu redakcie | Distribuuje: L. K. Permanent, s. r. o., P.O. Box 4, 834 14 Bratislava, tel.: 02 4445 3711, fax: 02 4437 3311, e-mail: lkpermanent@lkpermanent.sk | **Objednávky a predplatné v SR a ČR prijíma / Subscription orders:** Slovenské centrum dizajnu | Cena jedného čísla pre predplatiteľov je 55 Sk, cena pre voľný predaj 65 Sk | Celoročné predplatné je 330 Sk / 330 Kč + poštovné | Price per one copy abroad: 5 Euro | Annual subscription abroad: 30 Euro including postage.

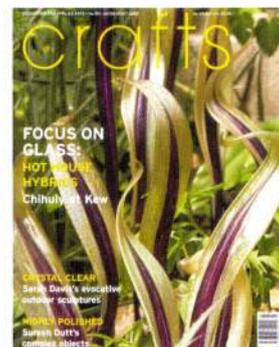
Na obálke | Cover foto: Martin Mistrík, Fotografická správa o stave sídliska Petržalka, pohľadnica tapeta

Pozvánka do knižnice SCD

Milí čitatelia,

od začiatku septembra sa mení systém výpožičiek v knižnici SCD. Dôležitou zmenou je, že sa knižnica automatizovala, tak ako to je normálne v moderných knižniciach. Čo to znamená pre používateľa knižnice? Knihy majú čiarové kódy, čitatelia dostanú nové čitateľské preukazy na čiarový kód a proces požičiavania a vrátenia kníh sa bude diať automatizovane cez počítač. Pribudla služba, na základe ktorej si používateľ môže z pohodlia domova na internete po zadaní svojho hesla nájsť internetový katalóg knižnice SCD (OPAC) a vyhľadať si knihu, rezervovať si ju, prípadne si nechať predĺžiť požičané knihy. Proces komunikácie s knižnicou sa urýchli a zjednoduší. Pre tých, ktorí nepohrdujú prostredím knižnice a uprednostňujú kontakt s pracovníčkou knižnice je k dispozícii knižnica a študovňa časopisov. Knižničný fond je rozdelený na príručku a voľne dostupný fond, tematicky rozdelený na ľahkú a účelnú organizáciu. V študovni je k dispozícii 64 domácich i zahraničných časopisov z oblasti dizajnu, architektúry a umenia. Aktuálne pribudli dva nové časopisecké tituly – anglický časopis Crafts zameraný hlavne na umelecké remeslo a dánsky odborný časopis o dizajne Design matters. Bezplatne sa dá vyhotoviť rešerš – súpis literatúry na určitú tému. Ponúkame rešeršovanie aj z databáz národnej produkcie SR a ČR. Prístup na internet je v knižnici možný na dvoch počítačoch a je bezplatný.

Viac informácií o knižnici, návštevné hodiny a kontakty nájdete na našej webovej stránke www.sdc.sk



RE: Dizajn na Slovensku 1990 - 2005

1 message

Slovenské centrum dizajnu <sdcc@sdcc.sk>

To: juraj sukop <juraj.sukop@gmail.com>

Ahoj, posielam ti ten text na náš plagát. Pripájam všetky logá. A urob to tak, aby to bolo pekné a aby si to ľudia všimli. Keby niečo, volaj alebo mailuj! J.

DIZAJN NA SLOVENSKU 1990 - 2005

NÁRODNÁ CENA ZA DIZAJN 2005

3. - 30. novembra 2005

Dvorana Ministerstva kultúry SR
Nám. SNP 33, Bratislava

70 dizajnérov, 120 dizajnov a 8 dizajnérskejších škôl

Organizátor a koncepcia výstavy: Slovenské centrum dizajnu
Pod záštitou Andreja Ďurkovského, primátora hl. mesta SR Bratislavy

Info: www.scd.sk

On 9/28/05, juraj sukop <juraj.sukop@gmail.com> wrote:

> cauko,
> mohla by si mi, prosim ta, poslat vsetky tie veci, co maju byt na plagate? co, kde, kedy, organizator,
> parteri, ... dikes.
> j

5 attachments — [Download all attachments](#) [View all images](#)

 Bratislava K 1 bw.eps
216K [Download](#)

 logo NARMSP_slovak.pdf
402K [Download](#)

 Logotyp DESIGN FACTORY 2005 1.EPS
87K [Download](#)

 NOC.bmp
98K [View](#) [Download](#)

 sdc_logo1.eps
241K [Download](#)