

# Podzim ve znamení moderního designu

Markéta Ševčíková

Psychologové a sociologové zkoumali, že v dobách krizí a politického bezčasí nosí ženy delší sukně, muži přecházejí z cigaret na doutníky a všichni společně pak mají tendenci obklopovat se krásnými věcmi. Krize ekonomická i politická už nastala, takže dojde-li na slova odborníků, čeká nás podzim ve znamení vysokých podpatků, zahalených kotníků a oblak dýmu kubánské provenience. A také moderního designu. Jeho tvůrci a módní návrháři jako by to předvíдали a rozhodli se připravit podzimní designové menu hned o několika chodech.

Jako předkrm výstava s kulinářsky laděným názvem „Čerstvé! Fresh!“, představující od 1. října v pražském Uměleckoprůmyslovém muzeu kolekci skla, porcelánu, módy, nábytku a grafického designu, kterou stvořili naši nejzajímavější tvůrci během

uplynulých deseti let, jako hlavní chod pak přehlídka Designblok 09, představující tvorbu designérských špiček v ještě větší a ucelenější šíři, jako jeden ze zákusků pak např. prezentace zlínského design-centra ve Veletřním paláci.

Voilá – český moderní design je zde a nastává čas jeho žní, kdy milcům krásných věcíček zbytní zážitky a zeštíhlí bankovní účty. Slavné kousky i slavná jména – to vše bude v Praze v říjnu k vidění. Přitom se jedná o fenomén několika posledních let, krátce po revoluci totiž zajímal moderní design jen pár zasvěcených a tuzemský vkus určovaly valnou měrou maximálně tak německé katalogy s konfekcí a švédský nábytkářský koncern Ikea. V posledních letech se ale karta obrátila. Češi v sobě znovuobjevili cit pro estetično a začali se o moderní design čile zajímat.

A hlavně jej nakupovat a zkoumat, kdo je nejkreativnější a nejzajímavější. Proto začala být pravidelně udílena cena Czech Grand Design, proto začal velmi progresivně fungovat Design Kabinet CZ, který pod vedením ředitelky a teoreticky designu Lenky Žižkové dopomohl k mediální proslulosti řadě tvůrců, takže dnes každý ví, co je to Olgoj Chorchoj, Whitefruits či Studio Najbrt a kdo je Jiří Pelcl, Daniel Pirš, Bára Škorpilová, Rony Plesl či Maxim Velčovský. Právě s tvorbou jich samotných i s díly jejich kolegů se v rámci říjnového designového víření v Praze můžete seznámit důkladněji, ať kráčíte s dobou, protože český moderní design je dnes prostě „trendy, sexy a cool“. Jací jsou ale ti, kdož jej tvoří? Většinou velmi mladí (převážně narození kolem roku 1980), zcestovalí, vzdělaní a novátorští.

Ondřej Václavík je jedním z nich. A o tom, co je doopravdy „trendy, sexy a cool“ má zcela jednoznačnou představu:



*Proč jsou Češi v posledních letech tak posedlí moderním designem? Je to jen módní vlna, nebo přirozený vývoj?*

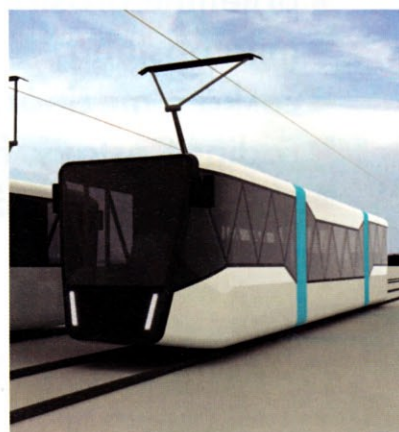
Před pár lety u nás o designu nikdo nevěděl, proto také nikoho nezajímal. Velkou roli v této oblasti jistě sehrála média, různé lifestyle časopisy a publikace o bydlení, které přinášejí čerstvé novinky ze světa designu. Zdůrazňují

ale, že tato osvěta se týká spíše nábytkového designu, šperků a módních doplňků. O design předmětů, které nás obklopují v každodenním životě, se lidé už tolik nezajímají. I ve sféře průmyslového designu je ale patrný výrazný vzestup, a to především u výrobců, kteří rozpoznali design jako jednu z důležitých zbraní marketingu. Hospodářská krize jeho význam pravděpodobně ještě umocní.

*Je onen „úsvit designu“ také znamením toho, že Češi coby národ po letech začínají mít vkus? Nejméně dvěma generacím ho totiž vymazal z hlavy minulý režim a směr nejdřív udávaly pouze německé módní časopisy a katalogy a po revoluci zase švédská Ikea...*



Myslím, že vkus mají Češi stále stejný, mají dnes jen více možností, jak ho prezentovat. Je to nutný vývoj, který souvisí se společenskými změnami posledních 20 let. Lidé rádi užívají slovo design a obklopují se pěknými věcmi, které jim pomáhají dotvářet vlastní osobnost. Myslím ale, že v západních zemích není design



tak elitářský a výjimečný jako u nás. Dostává se více mezi obyčejné lidi a ti ho berou jako samozřejmou věc. Což je nejmáramnější například ve skandinávských zemích, tam moderní design vnímají jako samozřejmost už děti v mateřských školách.

*Když už zmiňujete Skandinávii, zůstaňme ještě u koncernu Ikea, protože právě ten se stal na českém trhu určitým fenoménem a krátce po revoluci výrazně ovlivnil estetické vnímání spousty obyvatel. Proč zažila na našem trhu tak gigantický boom právě skandinávská nábytkářská firma, založená z velké části na filozofii „udělej si sám“?*



Myslím, že Ikea umožnila a umožňuje lidem pokračovat v tradičním českém kultuře, proto má v Čechách takový úspěch. Lidé mohou nakupovat zábavnou formou, mohou se procházet ve svých vysněných kuchyních a koupelnách. Ikea prezentuje svým zákazníkům design jako nutnou součást svých produktů. V tom vidím její největší přínos.

*Designové velmoci, soustředěně především na severu a na jihu Evropy, prezentují naprosto odlišná pojetí přístupu k designu. Ten skandinávský byl vždy spíše jednoduchý, strohý, s čistými liniemi, naproti tomu italský zase vzletný, rozšafný, zdobný... Jaký je současný vývojový trend? Přeje současná doba více purismu, nebo spíše ornamentu?*

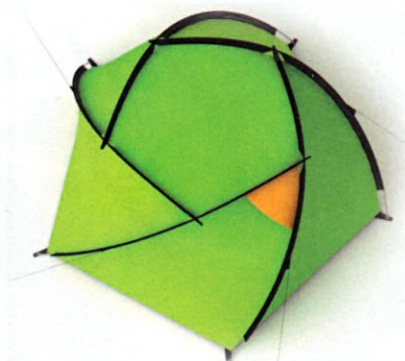


### **MgA. Ondřej Václavík (1982)**

Vystudoval VŠUP v Praze a The National College of Art & Design v irském Dublinu. Je autorem designu pet lahví pro firmy Poděbradka a Dobrá voda, tvůrcem interiéru Městské knihovny v Ostravě, pro firmu Husky vytvořil turistický stan Branch, pro Rotary International speciální pokladničku Razer, umístěnou na ostravském letišti. Navrhoval speciální lázeňské pantofle pro hotel Imperial v Karlových Varech, prezentační stánek pro firmu ASUS či kavárenské doplňky pro firmu Mattoni. Na VŠUP v Praze působil i jako odborný asistent. Je držitelem několika mezinárodních ocenění v oblasti moderního designu.

Stačí si zajít na Designblok nebo jeden ze světových veletrhů designu. Uvidíte obrovské množství barev, materiálů, tvarů a nových technologií, které není možné přiřadit ke konkrétnímu proudu nebo stylu. Hranice mezi kulturami a zeměmi se vytrácejí. To má jistě dopad i na design. Výraznou roli hraje také internet, který prolíná odlišné myšlení různých lidí.

*Jaké období českých dějin bylo pro vývoj designu u nás nejzásadnější?*



Jednoznačně pád komunismu a začátek tržního hospodářství. Až od této doby můžeme mluvit o designu v pravém smyslu toho slova.

*Má i designér vašeho stylu nějaké designérské vzory a favority?*

Blízká je mi práce finského designéra Ilkky Suppanena. Navrhuje jednoduchý a vtipný nábytek, který zaujme i bez prvoplánových designérských „vtípků“. Myslím, že právě jeho design si zachovává pevné vazby ke skandinávské tradici. Velice se mi líbí také moskevské studio ART LEBEDEV. Jejich tým se skládá z mladých lidí s různými přístupy k designu. To se pozitivně odráží i na dynamice práce a svěžesti věcí, které dělají. Mají obrovský záběr témat (od vtipného kolíčku na prádlo až po moderní mikrovlnnou troubu). Na jejich webové prezentaci najdete jak futuristické koncepty, tak sériové výrobky všeho druhu. Takhle si osobně představuji produktový design.

*V úvodu jsme zmínili, že moderní design je dnes trendy, sexy a cool. Co je ale trendy, sexy a cool pro designéra?*



Pro mě je design především práce i zábava v jednom, což může každý posoudit na [www.vaclavik-design.com](http://www.vaclavik-design.com). Ale k vaší otázce: trendy je pro mě cestování, sexy je zpěvačka Roisin Murphy a cool je divoká alpská řeka Salza, kterou jsem v září sjížděl na raftu.

INZERCE



## **WORLD PRESS PHOTO 09**

**18. 9. – 11. 10. 2009 10–18 hod.**  
**Karolinum, Ovocný trh 3, Praha 1**

[www.wpppraha.cz](http://www.wpppraha.cz)