

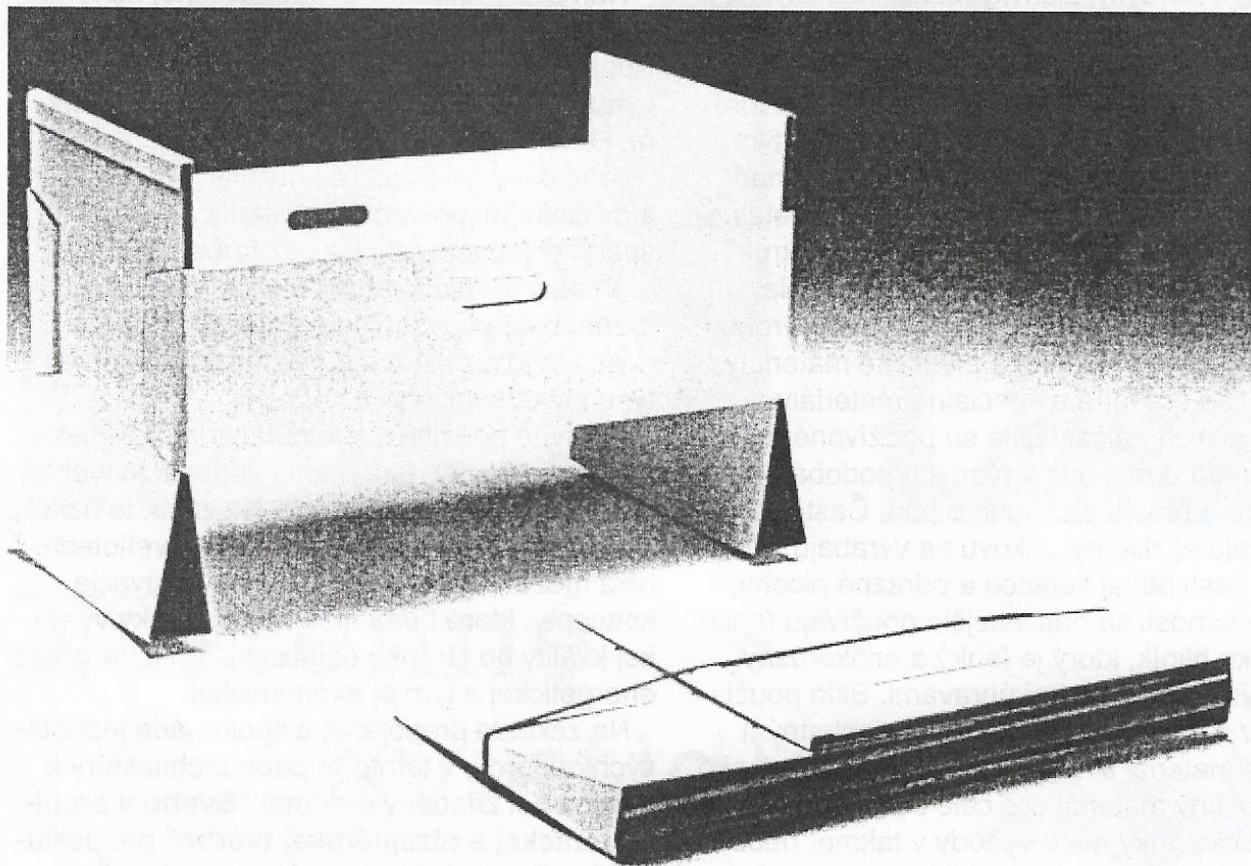
Ing. arch. Peter Daniel, PhD

MATERIÁL V DIZAJNÉRSKEJ TVORBE

Po jasne definovanom ideovom programe budúceho produktu je úlohou pre dizajnéra správna voľba materiálovej bázy. Vzhľadom na ich veľkú rôznorodosť z hľadiska objektívnych vlastností (fyzikálne, mechanické) ale aj výrazu (štruktúry, textúry, faktúry, farebnosti a pod.), ktorý v nemalej miere ovplyvňuje ich subjektívne vnímanie, je táto úloha kľúčová. Pochopením technológie výroby a spracovania, vlastností a konštrukčných možností materiálu si dizajnér vytvára obraz o jeho reálnom použití pre výrobu. Nezanedbateľnou súčasťou plnohodnotnej tvorby je aj poznanie doterajšej produkcie v kontexte historických a spoločenských udalostí.

Motiváciou dizajnéra, pre použitie konkrétnych materiálov v návrhu, sú v rôznej intenzite racionálne alebo emocionálne dôvody. Z hľadiska všeobecných kritérií, ktoré musí pri výbere zohľadniť sú najmä:

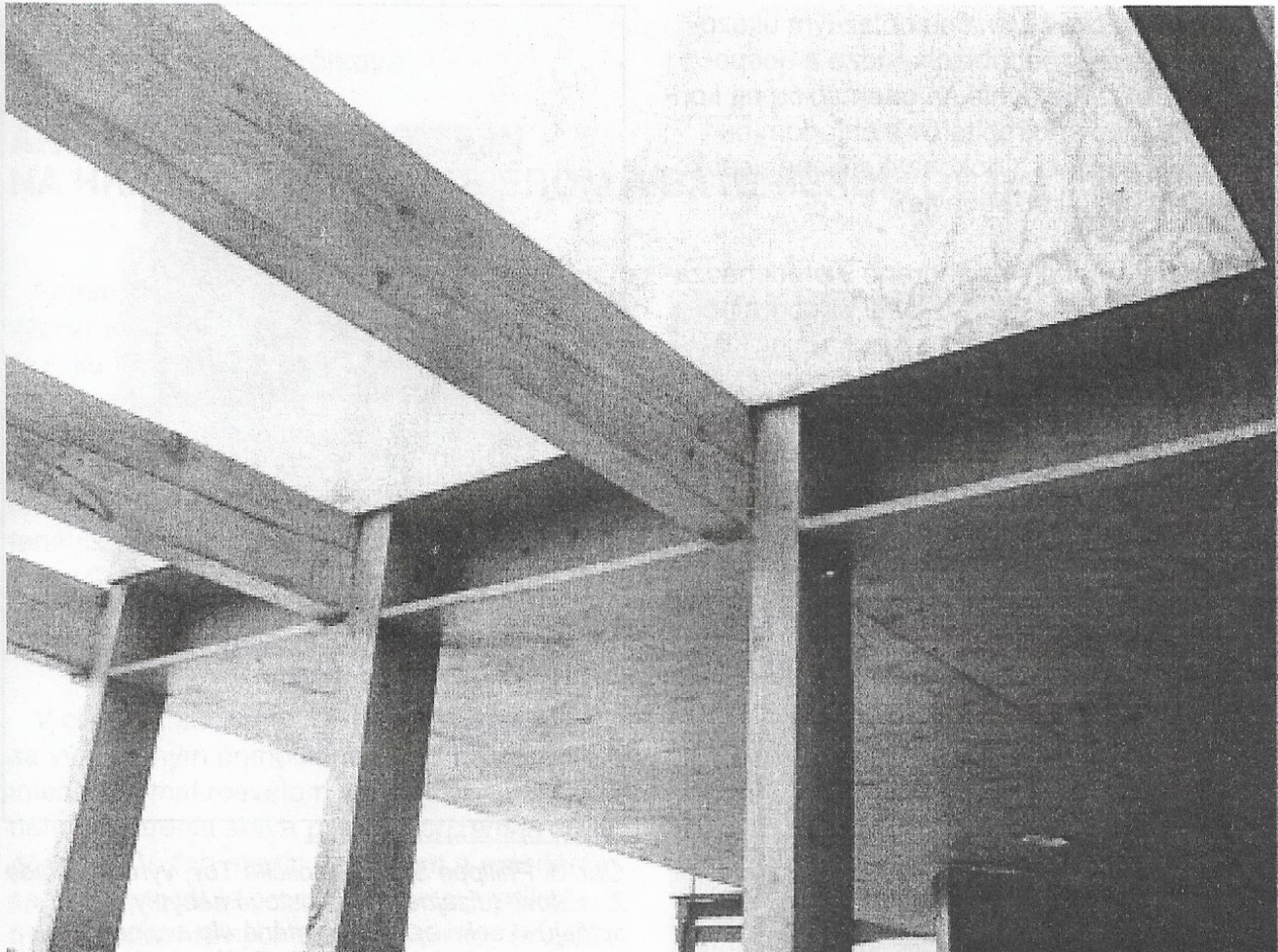
A. *Sociálne kritériá*, ktoré sú vyjadrované hlavne cenou. Tá je sumárom nielen materiálovo - technologických vstupov, ale je závislá aj od konkrétnej lokality (napr. v rôznych oblastiach je cena práce rozdielna). Predajná cena hotového produktu v mnohých prípadoch určuje dostupnosť alebo nedostupnosť rôznym sociálnym skupinám spotrebiteľov a stáva sa primárnym kritériom pri rozhodovaní o jeho kúpe.



Obr 1. Ole Glerløv Knudsen: Kolíska z vlnitej lepenky

Na jarnom Škandinávskom veľtrhu nábytku v Kodani v roku 1996 bola vystavená v rámci projektu S.E (Scandinavian Trade Mart). Po použití sa používa ako krabica alebo sa jednoducho vyhodí do zberu. Dobrý príklad toho ako môže v praxi vyzeráť naplnenie požiadavky programovanej životnosti.

B. *Funkčné kritériá* zohľadňujú oblasť posudzovania, ktorá má vzťah s racionálnymi, definovateľnými hodnotami. Do popredia vystupuje hlavne životnosť výrobku vo vzťahu k jeho funkcii. Táto požiadavka životnosti v celej štruktúre diela (od povrchovej úpravy až po nosnú konštrukciu), je priamo podmienená harmonicky zvolenou materiálovou bázou. Ide-



Obr.2. David Kopecký - Ján Studený: Rekreačná chata, Senec
 Opláštenie budovy je typickým príkladom vysokých požiadaviek kladených na materiál z hľadiska estetických aj funkčných. Nerešpektovanie materiálu a nadradenie výtvarnej stránky nad funkčný detail má za následok jeho degradáciu. "Je architektúrou chata, jež hnije (Senec)?" In: Vaško, I. – Zervan, M.: Slovenská architektúra: 1993-2003, Architekt 2/2003, str.27

álny spotrebný produkt je navrhnutý tak, že fyzické zastaranie je dopredu programované s ohľadom na funkciu. Vo funkčných kritériách je ďalej potrebné posudzovať nielen možnosti budúceho recyklovania (ľahká separácia jednotlivých komponentov), úspore energií počas životnosti, ale aj možnosť ľahkej opravy a údržby.

C. *Ergonomické kritériá* vystihujú vzťah k užívateľovi. Na jednej strane sú to hľadiská hygienické, antropometrické, fyziologické a psychofyziologické, ktoré sú meraniami objektívne vyjadriteľné a na druhej nemenej dôležité psychologické hľadiská. Práve táto emocionálna stránka hodnotenia produktu mapuje subjektívne pôsobenie na spotrebiteľa,

na jeho citovú a zmyslovú sústavu, nezávisle na jeho vedomí. Veci v našom svete sú čoraz väčšmi zaťažené znakovou hodnotou, stávajú sa symbolmi. Pomocou nich komunikujeme s inými a vymieňame si informácie o našich hodnotách a stave.

D. *Estetické kritériá* zohrávajú významnú úlohu, ale ich váha je vzhľadom na priemerného konzumenta najrelatívnejšia. Produkty musia mať schopnosť upútať pozornosť, dôležitú pri prvom kontakte a spĺňať estetické nároky. Práve táto, typicky subjektívna funkcia, má schopnosť zosilovať iné funkcie radosťou, ktoré v nás vyvoláva. Celkový výtvarný výraz musí byť založený na dôslednom vyriešení spolupôsobenia a harmónii technického riešenia a tektonického výrazu s uplatnením textúry, štruktúry a faktúry materiálu.

E. *Ekologické kritériá* sú v súvislosti s materiálom vyjadrené hlavne v úspore surovín a energií na výrobu a v neskoršej revitalizácii prípadne recyklácii. Výnimočne môže jeho použitie spĺňať aj osvetovú funkciu pre široké publikum a tým sa aktívne podieľať na ochrane životného prostredia.

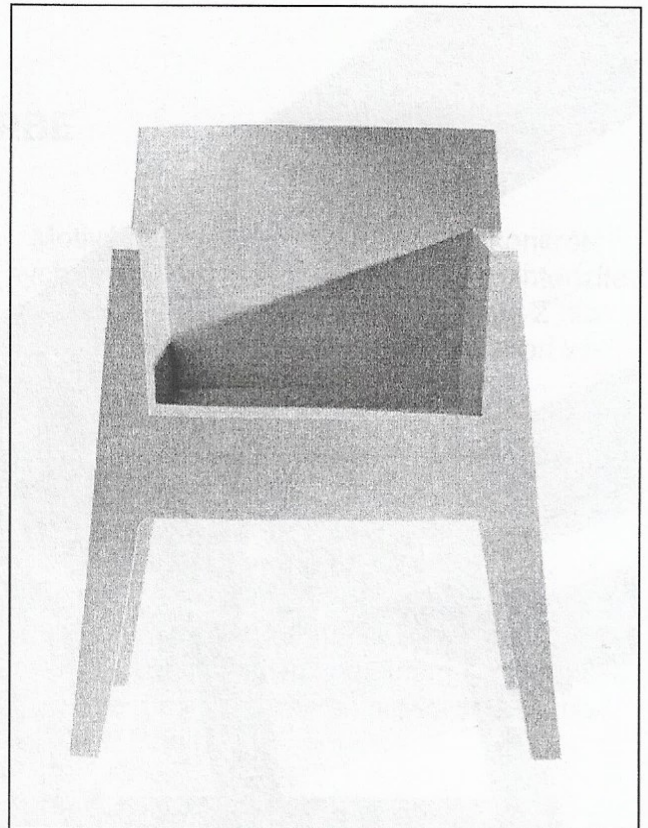
F. Ekonomické kritériá sú dôležitým ukazovateľom nielen v obdobiach núdze a hospodárskych kríz. Prejavuje sa orientáciou na konkrétnu skupinu spotrebiteľov s ohľadom na všetky jej špecifiká a dokonalé ciele uspokojenie všetkých jej požiadaviek.

G. Etické kritériá sú vyjadrené v predchádzajúcich kritériách a majú premenlivý charakter, pretože sa vždy vzťahujú na konkrétnu skúsenosť a podliehajú vývoju. V tejto súvislosti možno hovoriť o celkovom hodnotení výrobku o jeho akosti. Napĺňanie etických kritérií nie je len vecou samotného dizajnéra, ale postoj k produktu vyjadruje svojou kúpou aj samotný spotrebiteľ. Nevhodný návrh môže mať za následok vznik predsudkov o materiále až po jeho zatracovanie a spoločenskú neakceptovateľnosť.

Predpokladom spoločensky zodpovednej a ekonomicky efektívnej práce dizajnéra je včasný, čo najkomplexnejší a permanentný systém informácií o spotrebiteľovi. Čím je štruktúra záujmov v spoločnosti rôznorodnejšia a členitejšia, tým zložitejšia je jeho úloha nájsť účinné formy, ktoré by optimálne pôsobili na pozitívnu reakciu čo najširšieho okruhu spotrebiteľov.

O úspechu alebo neúspechu výsledného produktu rozhoduje aj celý komplex vnútorných subjektívnych podmienok myslenia a cítenia spotrebiteľov. Spotrebiteľ je navyše objekt s nehomogénnym názorom vzhľadom na rôznosť jeho záujmov, predstáv, návykov a nárokov, s videním predmetov očami svojich potrieb, predstáv a vedomostí, stále všetko porovnávajúci so svojim, vždy ideologicky akcentovaným, modelom sveta.

Pre plnohodnotný výsledok má význam poznanie a splnenie všetkých spomínaných kritérií s využitím predností materiálov, konštrukčných možností a výtvarnej sily. Len potom je šanca, že vznikne dizajnérske dielo, ktoré má rovnako kvalitne zvládnuté technické riešenie ako aj a výtvarnú stránku a je vyváženým a tvorivým spojením techniky a umenia. Každý jednostranný postoj, extrémne technokratický alebo umelecký, oslabuje alebo likviduje pozitívne šance uplatnenia sa v záplave spotrebných tovarov. Úlohou dizajnéra nie je len čo najobjektívnejšie zhodnotenie materiálu vo výrobku ale aj nájsť účinný spôsob jeho cesty k zákazníkovi..



Obr. 3. Philippe Starck: Stolička Toy, výroba Driade Značkové (dizajnérske) plastové nábytky, síce spĺňajú vysoké estetické kritériá ale svojou cenou sa stávajú nedostupné pre bežného spotrebiteľa. Naproti tomu, anonymná plastová stolička, vyrábaná v obrovských sériách, je vyjadrením funkčnosti za extrémne nízku cenu. Bohužiaľ spĺňa aj pochybné estetické nároky veľkej skupiny spotrebiteľov.

Literatúra:

- Petránsky, Ľ.: *Teória a metodológia designu*, Zvolen, Technická univerzita vo Zvolene, 1994
- Daniel, P.: *Papier a nábytková tvorba*, dizertačná práca, Bratislava, 2000
- Vaško, I. – Zervan, M.: *Slovenská architektúra: 1993-2003*, Architekt č. 2, 2003, str. 27
- Žižková, L.: *Pozvánka do Kodaně*, Bydlení č.2, 1997, str. 54-55
- Katalóg firmy Driade, júl 2000, str. 10-11