

Budoucnost designu

The Collection

Sborník

The Future of Design

Alice
Rawsthorn
Radka
Machalická
Karolína
Vráňková
Jeremy
Myerson
Helen
Hamlyn
Centre
for
Design
Anežka
Adamíková
Guy
Julier
Helena
Koenigsmarková
Jonathan
Ball
Ludmila
Boháčová
Pavel
Bělobrádek
Design
Council
Casper
Boks
André
Liem
Tore
Gulden

Riikka
Talman
Andreas
Wegner
Lukáš Bob
Marvan
Lars
Wallentin
Jan
Činčera
Kamila
Matějková
Olgoj
Chorchoj
Milan
Pekař
Gabriel
Vach
Kateřina
Přidalová
Zdeno
Kolesár
Jozef
Kovalčík
Jiří Hanek
Jana
Vinšová
Michael
Vasku
Richard
Vodička
Darina
Zavadilová



Poselství do budoucnosti
/ A note for the future

**Budoucnost
designu
The Future
of Design**

**Sborník
The Collection**

**Budoucnost
designu
The Future
of Design**

**Sborník
The Collection**

**30 českých
a zahraničních
odborníků se
zamýšlí nad
budoucností
designu**

**30 Czech and
Foreign Experts
Reflecting on
the Future
of Design**

008—009 Úvodem	<u>Design vs. současná společnost</u>	<u>Digitální design</u>	008—009 Editorial	<u>Design vs. Contemporary Society</u>	<u>Digital Design</u>
010—010 Budoucnost designu v číslech	044—049 Guy Julier: Design, který vypráví příběhy	082—087 Andreas Wegner: Budoucnost digitálního designu	011—011 The Future of Design in Numbers	136—141 Guy Julier: Design That Tells Stories	164—169 Andreas Wegner: The Future of Digital Design
012—012 O CZECHDESIGN	050—053 Helena Koenigsmarková: Uměleckoprůmyslové museum v Praze	088—091 Lukáš BoB Marvan: UX design v české praxi	012—012 About CZECHDESIGN	142—143 Helena Koenigsmarková: Museum of Decorative Arts in Prague	170—171 Lukáš Bob Marvan: UX Design in Czech Practise
013—013 O projektu			013—013 About the Project		
<u>Design v každodenním životě</u>	<u>Inovace designem</u>	<u>Design obalů</u>	<u>Design in Everyday Life</u>	<u>Design Innovation</u>	<u>Packaging Design</u>
020—025 Alice Rawsthorn: Where design meets life	056—061 Design Council: Design thinking v praxi	094—099 Lars Wallentin: Budoucnost obalového designu	118—123 Alice Rawsthorn: Where Design Meets Life	144—147 Design Council: Design Thinking in Practice	172—177 Lars Wallentin: The Future of Packaging Design
026—027 Radka Machalická: Český design online	062—065 Ludmila Boháčová: České firmy vs. design	100—101 Jan Činčera: Český obal včera a dnes	124—125 Radka Machalická: Czech Design Online	148—151 Ludmila Boháčová: Czech Companies vs. Design	178—179 Jan Činčera: Czech Package Yesterday and Today
028—029 Karolína Vránková: O design žurnalistice	066—067 Pavel Bělobrádek: Design a inovace	<u>Island vs. Česká republika</u>	126—127 Karolína Vránková: About Design Journalism	152—153 Pavel Bělobrádek: Design and Innovation	<u>Iceland vs. Czech Republic</u>
<u>Design pro lidské potřeby</u>	<u>Design a udržitelnost</u>	104—107 Kamila Matějková: Islandská zkušenost	<u>Design for Human Needs</u>	<u>Design and Sustainability</u>	180—183 Kamila Matějková: Icelandic Experience
032—037 Jeremy Myerson: Design vs. stárnutí	070—075 Norská inspirace: Design pro udržitelné chování	<u>Budoucnost českého designu</u>	128—133 Jeremy Myerson: Design vs. Ageing	154—159 Norwegian Inspiration: Design for Sustainable Behavior	<u>Future of Czech Design</u>
038—041 Anežka Adamíková: Helen Hamlyn Centre for Design	076—079 The Swedish School of Textiles: Smart Textiles	110—115 13 odborníků diskutuje o budoucnosti českého designu	134—135 Anežka Adamíková: Helen Hamlyn Centre for Design	160—163 The Swedish School of Textiles: Smart Textiles	184—188 13 Experts Discuss About the Future of Czech Design



Jana Vinšová
CZECHDESIGN



Kamila Matějková
CZECHDESIGN

Publikace je součástí projektu
Budoucnost evropského designu
a užitého umění, který realizoval
CZECHDESIGN v letech 2014—2016
za finanční podpory Fondu EHP.

The publication is the inherent part
of the project The Future of European
Design and Applied Arts implemented
by CZECHDESIGN from 2014 to
2016 thanks to financial support
of the EEA Grants.

Úvodem

Design je ve své podstatě navrhováním naší budoucnosti. Název publikace, kterou jste právě otevřeli, stejně jako název více než ročního cyklu přednášek a workshopů zahraničních designérů a teoretiků, jež má tato publikace shrnout, je v tomto světle trochu paradoxní. Lze vůbec mluvit o budoucnosti designu?

Více než 30 českých a zahraničních odborníků, kteří se spolu s námi na projektu Budoucnost designu podíleli, nás přesvědčilo, že jde o téma nanejvýš aktuální. Jak jinak ovlivnit vývoj této disciplíny, než že o designu budeme znovu a znovu přemýšlet a diskutovat?

Motivací pro realizaci projektu i této publikace byla pro nás především možnost, dát budoucnosti oboru, kterému se CZECHDESIGN věnuje již více než 13 let, směr, jež považujeme za správný. Současnost stále více nazírá na design ne jako na otázku životního stylu, ale jako na otázku naplňování potřeb člověka. Designéři by v tom měli velkou měrou pomáhat.

V České republice se stále potýkáme s pojetím designu, který má pramálo společného s neustále se měnícím světem kolem nás. Jsme více než rádi, že jsme díky podpoře grantem z Islandu, Lichtenštejnska a Norska mohli pozvat odborníky, kteří českému publiku ukázali nové cesty, jak k designu přistupovat. Pomohlo nám to nezaspat dobu a věříme, že díky tomu nezaspí dobu ani český design!

Editorial

Design is essentially designing our future. The name of the publication which you just opened, as well as the name of more than a year-long cycle of lectures and workshops of foreign designers and theoreticians which this publication summarizes is in this light somewhat paradoxical. Can we talk at all about the future of design?

More than 30 Czech and foreign experts who are involved with us on The Future of Design project convinced us that this is a topic of utmost importance. How else are we to influence the development of this discipline if we will not think and discuss about design again and again?

Our motivation for the project and this publication was first of all the possibility to give the future to the discipline, of which CZECHDESIGN has been devoted for more than thirteen years, the direction which we consider to be correct. The present increasingly sees design not as a matter of lifestyle, but as a question of fulfilling human needs. Designers should largely help in this.

In the Czech Republic we are still struggling with the concept of design, which has little in common with the constantly changing world around us. We are more than pleased that thanks to support through grants from Iceland, Liechtenstein and Norway we could invite experts who showed new ways how to approach design to the Czech audience. It helped us to stay up-to-date and we believe that thanks to it even Czech design will not miss the chance!

Budoucnost designu v číslech

16

zahraničních
designérů
a odborníků

2

publikace

23

členů
realizačního
týmu

1 054

posluchačů

11

spolupracujících
vysokoškolských
pedagogů

14

českých
designérů
a odborníků

95

účastníků
workshopu

6 186

lidí se podílelo
na budoucnosti
designu

17

přednášek

14

videozáznamů
přednášek

5

workshopů

26

článků
a rozhovorů

1

diskuzní
večer

1 423

zhlédnutí
přednášek
ze záznamu

10

setkání českých
a zahraničních
odborníků

3 756

fanoušků
na sociálních
sítích

strana
010

The Future of Design in Numbers

16

Foreign
Designers
and Experts

2

Publications

23

Members of
the Implementation
Team

1 054

Spectators

11

Cooperating
University
Teachers

14

Czech Designers
and Experts

95

Workshop
Participants

6 186

People
Participated
in the Future
of Design

17

Lectures

14

Video
Lectures

5

Workshops

26

Articles and
Interviews

1

Discussion
Evening

1 423

Views of the
Video Lectures

10

Meetings
of Czech
and Foreign
Experts

3 756

Fans at Social
Networks

page
010

CZECHDESIGN Centrum českého designu

CZECHDESIGN — centrum českého designu, je nezávislá výzkumná a vzdělávací organizace podporující a rozvíjející český design od roku 2003. Její tým tvoří odborníci z oblasti designu, design managementu, vzdělávání, teorie a historie designu. Cílem CZECHDESIGN je učinit český design a český průmysl prostřednictvím designu konkurenceschopným. V rámci svých aktivit pomáhá designérům i podnikatelům, firmám a státním institucím najít společnou řeč.

Informace, výstavy, vzdělávání

Vydáváme webový portál o designu s nejdelší tradicí v ČR, vedeme vlastní galerii v centru Prahy, poskytujeme poradenství firmám, vzděláváme designéry, firmy i veřejnost.

Inspirace ze zahraničí

Budoucnost designu je projekt, který jsme připravili z dlouhodobé potřeby uvádět český design do kontextu zahraničního dění. Sborník, který právě držíte, má shrnout více než roční cyklus přednášek, workshopů a diskuzí, a obohatit ho o pohledy českých odborníků.

Děkujeme

Za podporu a spolupráci děkujeme partnerům projektu: Fond EHP, Vysoká škola umělecko-průmyslová v Praze, Fakulta multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta umění a designu Univerzity J. E. Purkyně v Ústí nad Labem, Švédská ambasáda v Praze, britský Design Council, Iceland Design Centre, PROTEBE live, Asten Hotels, Designreader, Design Cabinet CZ, Insidecor, Designportal, DesignMagazin, Artikl, Radio 1 a Lidovky.cz.

web / website czechdesign.cz
facebook CZECHDESIGN.CZ
twitter @czechdesign
instagram CZECHDESIGN.CZ

CZECHDESIGN The Centre of Czech Design

CZECHDESIGN — the centre of Czech design is an independent research and educational organisation that has been supporting and developing Czech design since 2003. Its team is comprised of the experts in design, management of design, education, theory as well as history of design. The objective of CZECHDESIGN is to make the Czech design and Czech industry competitive by means of design. As part of its activities it helps designers and entrepreneurs, companies and state institutions to find common ground.

Information, Exhibitions, Education

We have launched and run a website dedicated to Czech design with the longest tradition in the Czech Republic, we have also our own gallery in the city centre of Prague, provide advice to companies and educate designers, companies as well as the public.

Inspiration from Abroad

The Future of Design is a project that we prepared as part of the long-term need to put Czech design into an international context. The Collection you are currently reading is supposed to provide an overview of a more than one-year series of lectures, workshops and discussions and enrich it with the opinions of Czech experts.

Thank you

For their support and cooperation, we thank our project partners: EEA Grants, the Academy of Arts (AAAD), Architecture and Design in Prague; Faculty of Multimedia Communications of Tomas Bata University in Zlín; Faculty of Art and Design at J. E. Purkyně University in Ústí nad Labem, Swedish embassy in Prague, British Design Council, Iceland Design Centre, PROTEBE live, Asten Hotels, Designreader, Insidecor, Designportal, DesignMagazin, Design Cabinet CZ, Artikl, Radio 1 and Lidovky.cz.

O projektu Budoucnost evropského designu a užitého umění

Cyklus přednášek a workshopů

Projekt, jehož součástí je tento sborník, představil více než roční cyklus přednášek a workshopů, které se zabývaly problematikou oboru designu, jeho současným postavením a budoucími výzvami. Jeho cílem bylo rozvinout odbornou diskuzi v této oblasti a uvést ji do celoevropského kontextu.

CZECHDESIGN a Norsko

Projekt Budoucnost evropského designu a užitého umění realizovalo v letech 2014—2016 centrum českého designu CZECHDESIGN v partnerství s the Norwegian University of Science and Technology za podpory Fondu EHP.

Sociální aspekty, budoucnost a výzkum

Předmětem jednotlivých přednášek a workshopů byla témata, jako je sociální role designu a jeho vztah ke společnosti, budoucnost jednotlivých designérských disciplín nebo role výzkumu v designu.

Ve spolupráci se zahraničními experty a českými univerzitami

Přednášky, workshopy a diskuze vedli přizvaní zahraniční designéři a osobnosti z oblasti designu pro studenty designu, designéry i veřejnost, a to ve spolupráci s českými univerzitami: Vysokou školou uměleckoprůmyslovou v Praze, Fakultou multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, Fakultou umění a designu Univerzity J. E. Purkyně v Ústí nad Labem a dalšími.

Publikace

V rámci projektu byly také vydány dvě publikace. Kromě sborníku, který právě čtete, je to publikace s názvem „Co je to? Výzkum a design“ zabývající se vztahem designérské práce a výzkumných principů.

About the Project Future of European Design and Applied Arts

A Series of Lectures and Workshops

The project this collection is integral part of has presented an extended annual series of lectures and workshops that dealt with the field of design, its current status and future challenges. The aim was to develop expert discussions in this area in the pan-European context.

CZECHDESIGN and Norway

The Future of European Design and the Applied Arts Project was run in the years 2014—2016 by the Czech design centre, CZECHDESIGN, in partnership with the Norwegian University of Science and Technology and with support of EEA Grants.

Social Impacts, the Future and Research

The subjects of the individual lectures and workshops were topics such as the social role of design and its relationship to the society, the future of design disciplines or the role of research in design.

Partnerships with Foreign Experts and Czech Universities

Lectures, workshops and discussions were led by invited international designers and personalities from the field of design for design students, designers and the public, in cooperation with the Czech universities; the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague; Faculty of Multimedia Communications of Tomas Bata University in Zlín; Faculty of Art and Design at J. E. Purkyně University in Ústí nad Labem and others.

Publications

Within the project two professional publications has been released. Apart from the collection you are reading at the moment, it is a publication called „What Is It? Design and Research“ dealing with relationship of the designing work and research principles.

Manažerka projektu / Project manager

Jana Vinšová

Program projektu / Project Program

Kamila Matějková, Jana Vinšová, Ludmila Boháčová, Radka Machalická, Kate Spacek, Filip Dědic, Anežka Adamíková a Michaela Juřenčáková

Produkce projektu / Production

Radka Machalická

Propagace a PR / Promotion and PR

Karolína Matějková

Grafický design / Graphic design

Markéta Steinert

Grafická spolupráce / Graphics cooperation

Tomáš Melichar, Linda Matějovská,
Helena Jakoubě, Karolina Kučerová

Produkční tým / Production team

Jindřich Oukropec, Veronika Rukriegelová,
Daniela Binarová, Karolína Matějková,
Michaela Birtusová, Lucie Nohejlová
a Adam Piškula





Design v každodenním životě

**Alice
Rawsthorn:
Designu se
vždycky nejvíc
dařilo v érách
velkých změn.
V jedné
takové právě
žijeme...**



Design žurnalistika na světové úrovni
Novináře, kteří se dlouhodobě
a soustavně zabývají designem, bychom
v českých denících pohledali. Nechme
se inspirovat novinářkou, která hodnotí,
vysvětluje, kritizuje a zamýšlí se nad
designem v tisku světového formátu.
Alice Rawsthorn píše o designu
v International New York Times, který
publikuje její čtivé sloupky po celém
světě. Tato členka „Board of Trustees“
londýnské Whitechapel Gallery je
zároveň fejetonistkou pro uznávaný
britský časopis o umění a kultuře Frieze.

**Světově uznávaná
novinářka a kritička
Alice Rawsthorn
se na design dívá
tak, jako málokdo.
Představit si pod
tímto pojmem
luxusní sedačku
nebo výstavní
kousek do vitríny
je však to poslední,
co by ji napadlo.**

video z přednášky budoucnostdesignu.cz
web alicerawsthorn.com
instagram [alicerawsthorn](https://www.instagram.com/alicerawsthorn)
twitter [@alicerawsthorn](https://twitter.com/alicerawsthorn)
kniha Zdravím, světe: Jak design vstupuje
do života, 2014 (Kniha Zlín)

**strana
022**

**23
09
2015
přednáška
UMPRUM
Praha**

**strana
023**

Design, hybatel změn
„Hello World: Where Design Meets Life“ (v českém překladu Zdravím, světe: Jak design vstupuje do života) je jedna z posledních publikací, ve které se Alice Rawsthorn reflexi designu jako oboru věnuje. Nejde však o laickému publiku nepřístupné čtení. Ve třinácti kapitolách představuje design od základů. Odpovídá na fundamentální otázky „Co to je design?, Kdo je designér?, Jak se pozná dobrý design?, Proč je design důležitý?“, přičemž je kniha nabitá zajímavými informacemi, jmény, fakty, výzkumy, příběhy a rozebírá i aktuální témata jako ekologie, dlouhodobá udržitelnost, vztah umění a designu nebo proč všichni touží být „novým Apple“. Design považuje za velmi vlivný nástroj, který ovlivňoval společnost jak v minulosti, tak v přítomnosti a bude mít čím dál větší společenskou úlohu i do budoucna.

Máte o světě současného designu široký přehled. Kde vnímáte „epicentrum“ designu? Kde myslíte, že bude v budoucnu?

Nemyslím si, že se v současnosti dá mluvit o geografickém epicentru designu. Naopak, má-li být design dynamickou disciplínou pro budoucnost, musí být stále rozmanitější a rozpínavější. To znamená reflektovat rostoucí geo-politickou a hospodářskou sílu Jižní Asie, Latinské Ameriky a Afriky, a zároveň v těchto regionech objevit co nejvíce talentů. Dá rozum, že pokud máme plně těžit ze schopnosti designu měnit naše životy k lepšímu, potřebujeme co nejlepší designéry. Nebudeme je mít, pokud budou přicházet pouze z určitých zemí nebo určitých demografických vrstev.

Často kritizujete design, který je zamýšlen pouze pro „top 10 %“ populace. Z našich zkušeností je design asociován s luxusem a nedostupnými cenami velmi často. Zaznamenala jste v posledních letech v přístupu k designu nějakou změnu?

Ano, dle mého názoru došlo v přístupu k designu k radikální změně. Od průmyslové revoluce byl design formován a profesionalizován, ale také omezen pouze na svou komerční roli, často jako pouhá záležitost stylu. Naše chápání designu se v posledních letech stává čím dál víc eklektickým a expanzivním. Stará klišé o designu stále převažují, ale je také stále více vnímán jako účinné řešení široké škály problémů. Od zefektivňování sociálních služeb k rozvoji účinných a přístupných vzdělávacích nástrojů, které mohou pomoci „těm zbývajícím 90 %“ — neprivilegované většině světové populace — naplnit svůj potenciál.

V čem vidíte největší překážku pro uplatňování kvalitního a funkčního designu? Je to otázka výroby nebo spíše jeho umístění na trh?

I přes změny v přístupu k designu jsem přesvědčená o tom, že jednou z největších překážek je stále mylná představa o designu jako nástroji komerce a stylu. Pokud společnost nerozpozná sílu designu v odlišných kontextech, nebude schopná z něj těžit. Jistou analogií by mohla být nemocnice, kde by pacientům léčili jen fyzické nemoci a ignorovali ty psychické. Stejně — jako by pacienti nedostávali celou škálu léčby, kterou potřebují — tak společnost nevyužívá všechny možnosti, které nám design nabízí.

Jak vidíte budoucnost designu jako disciplíny? Jaké materiály, produkty nebo témata budou relevantní v následujících letech i ve vzdálenější budoucnosti?

Podíváme-li se zpět do historie, designu se vždycky nejvíc dařilo v érách velkých změn. V jedné takové právě žijeme. Pro design připravila nespočet výzev a příležitostí. Zrychlení pokroku ve vědě a technice. Eskalace environmentální krize. Prohlubující se propast mezi bohatými a chudými. Bolestné poznání faktu, že řada institucí a systémů, které regulovaly naše životy ve 20. století, už nejsou vhodné svému účelu. To jsou pouze některé z nich...



Alice Rawsthorn během přednášky na pražské UMPRUM, 23. 9. 2015
/ Alice Rawsthorn during her lecture at AAAD in Prague, 23. 9. 2015
Foto: Jan Hromádka

bio Teoretička a publicistka designu se narodila v Manchesteru a absolvovala dějiny umění na Cambridge University. V letech 1985—2001 působila jako novinářka ve Financial Times, kde byla průkopnicí tématu kreativních průmyslů. V roce 2006 se stala sloupkařkou pro zmiňovanou globální edici deníku New York Times. V jejím profesním životopise najdeme takové důležité posty, jako předsedkyně poradního orgánu britského Design Councilu, nebo významná ocenění, jako je OBE, ocenění britského království pro zvláštní přínos na poli kultury a umění z roku 2014. Kromě zmiňované publikace „Hello World“ je také autorkou uznávané biografie módního designéra Yves Saint Laurenta.



bio Radka Machalická je absolventkou grafického designu na Vysoké škole uměleckoprůmyslové v Praze. V organizaci CZECHDESIGN působí od roku 2009, kde od počátku pracuje na projektech na podporu a rozvoj designu z pozice profesionála v oboru. Je šéfredaktorkou odborného portálu o českém designu CZECHDESIGN.CZ a manažerkou mezinárodní designérské soutěže zabývající se obalovým designem Young Package. V roce 2015 založila novou značku pohlednic, na kterých spolupracuje s českými ilustrátory Send with Fox.
Foto: Matěj Stránský, Respekt

Radka Machalická: Českému designu chybí odborná kritika

šéfredaktorka
magazín
CZECHDESIGN.CZ

[web czechdesign.cz](http://web.czechdesign.cz)
[web dezeen.com](http://web.dezeen.com)
[web designboom.com](http://web.designboom.com)
[twitter @czechdesign](https://twitter.com/czechdesign)
[facebook CZECHDESIGN.CZ](https://facebook.com/CZECHDESIGN.CZ)
[instagram CZECHDESIGN.CZ](https://instagram.com/CZECHDESIGN.CZ)

strana
026

Magazín CZECHDESIGN.CZ se zabývá českou designérskou scénou od roku 2003, kdy byl jako nejstarší české online médium zaměřené na design založen. Přináší aktuální informace ze světa designu, představuje nové talenty, informuje designéry o pracovních příležitostech a soutěžích a sdílí se čtenáři know-how v oblasti zavádění designu do praxe. Jak se na českou žurnalistiku zaměřenou na design dívá jeho šéfredaktorka Radka Machalická?

Co české žurnalistice v oblasti designu chybí?

Obecně zde nefunguje kritika designu. Teoretici a kurátoři se věnují výstavám a publikační činnosti, redaktoři psaní povrchních článků. Není zde nikdo, kdo by se odborné kritice oboru soustavně věnoval. Deníky a týdeníky publikují o designu velice málo. Často to vypadá, že v České republice navrhuje jen pár zaběhlých jmen a ti ostatní zřejmě nejsou tak dobří, nebo jejich práce není důležitá. Designové výstupy se pouze chválí, ale chybí někdo, kdo by se zvládl podívat pod povrch. Velké množství designérů se proslaví i v zahraničí, ne uměleckými objekty, ale navrhováním, které posouvá funkčnost každodenních předmětů. Čtenáři se o tom bohužel často ani nedozví. Chybí tu také srovnání se zahraničím. Design je zde často brán spíše jako lifestyle a chybí tu popularizace jeho druhé části, která řeší problémy jeho uživatele.

My se snažíme design veřejnosti zpřístupnit. Autorské právo, nastavení efektivní spolupráce nebo ceny za designérskou práci, to jsou témata, která se spolupráce s designéry týkají, a my se je snažíme podrobně zpracovat. Věřím tomu, že firmy ale i profesionálové z oboru je při své práci ocení a je dobré mít je kde dohledat. Webové stránky jsou pro to nejlepším místem.

Co českou veřejnost v designu zajímá?

Asi je to stejné jako v ostatních oblastech. Většina se zajímá o témata, která se jich týkají osobně a která aktuálně řeší. Náš nejčtenější článek za poslední měsíc představoval svatební šaty od českých návrhářů. Dalším čteným tématem je design zaměřený na děti. Současní designéři v poslední době úspěšně navazují na českou tradici a navrhují autorské hračky pro nejmenší. Používají při tom lokální, nezávadný materiál a zaměřují se i na správně navržené hračky — ty které pozitivně ovlivňují motoriku dítěte. Objevuje se stále více rodičů, kteří přemýšlejí nad tím, co kupují, a takovým poskytneme odbornější informace.

Hledáte témata u zahraničních médií? U jakých organizací se inspirujete?

Čerstvé novinky i rozhovory, které přinášejí vhled do práce designéra, nové postupy, trendy a technologie na online portálech DEZEEN a Designboom. V otázce vnímání oboru jsou nám velkou inspirací články britské novinářky Alice Rawsthorn. Zkušenosti od zahraničních organizací se sbírají nejlépe osobně. Jedna z našich redaktorek Kamila Matějková se právě vrátila z dvouměsíční stáže z Iceland Design Centre a myslím, že nám teď její nadhled pomáhá vidět věci trochu z jiného úhlu. Zároveň tak můžeme čtenářům nabídnout relevantní informace o islandském designu i o fungování designérské praxe v odlišném prostředí.

Jaké jsou další plány s webovým portálem CZECHDESIGN.CZ?

Kromě designérů a absolventů bychom se rádi zaměřili ještě na uchazeče o studium designu. Přehled škol a ateliérů by jim měl lépe pomoci s výběrem jejich budoucího studia. Chystáme se také obnovit adresář designérů, kde budou mít autoři šanci prezentovat své práce. Je to dobrá příležitost pro mladé designéry, kteří si zatím nestihli vytvořit vlastní webové stránky. Bude to ale také prostor, kde budou portfolia designérů na jednom místě a to by mělo ulehčit i cestu k nim ze strany klientů.

720
strana



Karolína Vránková: Ne každý design si zaslouží úctu

novinářka
časopis Respekt

bio Karolína Vránková je jedna z mála českých novinářek, která se dlouhodobě zabývá designem a architekturou a píše o ní pro širokou veřejnost. V současnosti působí v časopise Respekt, kde připravuje pravidelnou rubriku Styl. Na Radiu 1 moderuje spolu s Adamem Štěchem pořad Degustace designu. V minulosti publikovala v odborném periodiku Era 21, má za sebou redakční zkušenost z časopisu Týden nebo spolupráci s Českou televizí. Z témat ji nejvíce zajímá bydlení, zejména svépomocné a sdílené.

Foto: Matěj Stránský, Respekt

magazín budoucnostdesignu.cz
magazín T Magazine (The New York Times)
magazín Zeit Magazin
web dezeen.com
web freundevonfreunden.com
pořad Degustace designu (Radio 1)

strana
028

Českých novinářů, kteří by se kriticky vyjadřovali k současné designérské scéně, je jako šafránu. Karolína Vránková, novinářka působící v časopise Respekt nebo na Radiu 1, je bezpochyby jednou z nich. Co považuje za symbol funkčního designu a jaká zahraniční média doporučuje ke sledování?

Co českou veřejnost v oblasti designu a architektury zajímá?

Tuzemská veřejnost byla roky důsledně mystifikována, a nejvíce se na tom podíleli lifestyleviny novináři; přiznávám svou část viny. Jako design předkládali nové slánky do kuchyně, jako architekturu pak rodinné domy. Tohle pojetí designu a architektury jako egocentrické stylizace osobního prostoru už se ale přežilo. Myslím, že hlavně co se týče architektury, je laická veřejnost stále poučenější. Uvědomuje si možný přínos architektury také pro veřejné stavby a prostory kolem nich, pro fungování měst.

Médií, pravidelných rubrik či online portálů, které by se zabývaly designem z jiného než lifestylevého úhlu pohledu, u nás moc nemáme. Vypadá to, že o architekturu je v tomto směru větší zájem. Jak se na situaci díváte vy? Čím si to vysvětlujete? Co české žurnalistice v oblasti designu podle vás chybí?

Je pravda, že design zůstává nadále zapsán jako trochu dekadentní obor, zaměřený na produkci drahých zbytečností. Ve své nejlepší kondici přitom nabízí řešení komplexních problémů: jak produkovat levněji, udržitelněji, jak věci ovládat intuitivněji, jak je snáze opravovat a tak dále. V Česku ovšem takových mentálních výkonů moc nevidíme, nejsou pro ně ani zákazníci, protože výroba téměř vymřela. I umělecký design, tedy malosériová výroba pro náročné zákazníky, má různou úroveň. Novináři to však moc nerozlišují. Myslím, že jim chybí zkušenost a přehled; a to mluvím i o sobě, také nejzdím každý rok na Design Week do Milána. Navíc se o designu referuje mimořádně nekriticky. Jako by již samo slovo design budilo úctu — často nezaslouženou.

Jak vidíte budoucnost designu z pozice novinářky? Jaká témata budou stále více aktuální?

Netroufám si věštit. Udržitelnost produkce je určitě nejvážnějším problémem k řešení. Nové materiály, nové postupy výroby a recyklace, tady může designér sehrát svou zásadní roli. Také design jako kvalitně zpracované užitékové předměty pro náročné zákazníky bude mít dál svůj význam — tím spíš, že masová produkce a tlak na cenu degraduje řemeslnou práci a nedá se čekat rychlý obrat.

Jaká zahraniční média či autory byste doporučila sledovat těm, kteří chtějí být v oblasti designu v obraze?

Můj favorit je dezeen.com. Líbí se mi, že je dobře informovaný, a není přeuctivý. Magazíny New York Times T Magazine a Zeit Magazin, to je prostě stará dobrá kvalitní žurnalistika. Z nových médií mám ráda FreundevonFreunden — dobrý nápad, který vyšel.

Jaký produkt považujete za symbol dobrého, funkčního designu? A jaký český designérský kousek máte nejradši?

Mám ráda škodovky. Myslím, že to je přiměřená kvalita pro všechny, spolehlivý vůz, design, který se nevytahuje a důstojně stárne. Ano, trochu mu chybí „X faktor“, ale věřím, že i moje Fabie bude jednou cool. Je dost věcí, které spojují koncept a kvalitu.

Například džbánky od značky Whitefruits, jemně ironická připomínka nádobek na mléko v pytlíku z doby socialismu. Můj se rozbil, značka zanikla, nelze ho koupit a zůstane tak raritou. Autentická vzácnost je v době neomezené produkce také docela vzácná.

629
strana

Design pro lidské potřeby



Jeremy Myerson: Namísto designu pro lidi navrhujte design s lidmi

Design pro lidské potřeby Výzkumná činnost a univerzity patří k sobě. Často se tak v zahraničí setkáváme se symbiózou výzkumných center různého zaměření, které se k univerzitám přidružily či na nich přímo vznikly. Výjimkou nejsou ani umělecké a uměleckoprůmyslové školy. Zvláštním případem je pak výzkumné centrum Helen Hamlyn Centre for Design, které vzniklo při Royal College of Art v Londýně. Jeho fungování pro univerzitu znamená cennou interakci s praxí, státní správou i veřejným prostorem.

**Cítíme, že vzrůstá
zájem o design,
který neplní
pouze stránky
časopisů, ale
dokáže efektivně
řešit problémy
společnosti,
zejména pak
globální trend
stárnutí populace.
Jak může
probíhat výzkum,
do kterého se
zapojují studenti,
firmy, orgány
státní správy
i obyvatelé města,
přijel představit
Jeremy Myerson.**

video z přednášky budoucnostdesignu.cz
web hhc.rca.ac.uk
organizace Helen Hamlyn Centre for Design
kniha Selwyn Goldsmith:
Designing for the Disabled, 1963
kniha Victor Papanek:
Design for the Real World, 1973
kniha Danish Design Centre:
Design: The Problem Comes First, 1983
kniha Jeremy Myerson, Philip Ross:
21st Century Office, 2003

**strana
034**

**10
11
2015
přednáška
UMPRUM
Praha

11
11
2015
workshop
pro studenty
Ateliéru
produktového
designu
UMPRUM
Praha**

**530
strana**

Design, který je pro všechny
Jeremy Myerson je zakládajícím členem Helen Hamlyn Centre for Design (HHCD) při Royal College of Art v Londýně. Toto centrum bylo založeno z iniciativy a díky finanční podpoře filantropky a módní návrhářky Lady Helen Hamlyn v roce 1999. Vzniklo jako jeden z logických vyústění mezinárodního hnutí za přístupný design, které postupně nabíralo na síle od 60. let dvacátého století. Zejména od války ve Vietnamu, kdy se v západní společnosti začalo počítat s raněnými válečnými veterány, kteří přežili díky modernější zdravotní péči a helikoptérám přivážejícím je z válečného pole. Společnost již nemohla připustit, aby z ní byli tito handicapovaní váleční hrdinové vyloučeni kvůli svým zraněním. V roce 1963 vyšla kniha Selwyn Goldsmith „Designing for the Disabled“, v roce 1971 pak ikonické dílo Victora Papanka „Design for the Real World“.

Design vs. stárnutí
Na začátku 80. let rozvířila vlny americká designérka Patricia Moore, která strávila několik měsíců cestováním po Severní Americe v převlečení za starou ženu. Čelila mnohé diskriminaci a své zážitky popsala v knize „Disguised“ (1985). Poukázala na fakt, že vyčlenění ze společnosti zažívají i zcela zdraví, avšak staří lidé a v rámci své kariéry průmyslové designérky se snažila najít vhodná řešení, jak této exkluzi zabránit. Na její zkušenosti navázala právě i Helen Hamlyn, která v Londýně uspořádala převratnou výstavu „Design for Old“ (1986). V 90. letech pak Helen poskytla prostředky pro založení studijního oboru a následně i výzkumného centra při Royal College of Art, které se zpočátku věnovalo zejména zkoumání a navrhování pro čím dál tím rychleji stárnoucí populaci. Helen Hamlyn Centre for Design nyní své poslání chápe širěji a směr designu, kterým se ubírá, pojmenovává slovem „inclusive“, tj. design, který začleňuje.

Design, který osloví co největší trh
Zásadním a v současnosti stále aktuálnějším tématem pro Jeremyho Myersona a tým designérů v HHCD zůstává navrhování prostředí, ve kterém mohou rovnocenně fungovat lidé všech věkových kategorií. Ať již se jedná o interiéry britských sanitek či strukturu a vybavení velkých kanceláří, vždy je potřeba při navrhování mít na prvním místě jednotlivce, který tento prostor využívá. Design, který pomůže vyřešit problém jedné konkrétní osoby, totiž může napomoci mnoha dalším. Tento princip, vycházející z konkrétních problémů konkrétních lidí, je velmi populární také ve skandinávských zemích, proslulých jak zodpovědným přístupem k designu, tak jeho estetickou kvalitou. Přístupnost a estetické hodnoty se totiž mohou naprosto prolínat, jak dokazuje např. publikace dánského design centra „Design: The Problem Comes First“ (1983). Stejně tak se organicky pojí i s vyšší ekonomickou výnosností pro výrobce, neboť produkty přístupného designu logicky osloví větší trh.

Helen Hamlyn Centre for Design
Hlavním tématem výzkumného centra je inclusive design — tedy design pro nejširší skupinu uživatelů. V této oblasti je skutečným světovým leadrem. Aktivita centra se dělí do tří základních oblastí. Age & Ability Lab se zabývá tématem stárnutí a designem pro přístupnější společnost bez ohledu na schopnosti a specifické potřeby.

Healthcare Lab se věnuje bezpečnějším a kvalitnějším službám ve zdravotnictví a zdravotní péči. Sekce Work & City provádí výzkum v oblasti měnících se potřeb pracovního prostředí a městského života. Nově vzniká Social Innovation Lab pak pohlíží na inovace jako hybatele změn v sociálním prostředí. Mezi nejzajímavější projekty centra patří například spolupráce s National Health Service, během které došlo ke změně interiéru sanitek a principu fungování záchranné služby nebo spolupráce se Samsungem, která změnila jejich přístup k designu výrobků a digitálních služeb. V současné době se pracuje na novém londýnském taxi nebo tématu aut bez řidiče. HHCD založil novinář Jeremy Myerson, nyní jej vede designér Rama Gheerawo.

Workshop: senioři a průmysloví designéři

Velkým zážitkem pro všechny zúčastněné byl praktický workshop s názvem „Designing for people's need“, který Jeremy Myerson připravil pro studenty Ateliéru průmyslového designu na Vysoké škole uměleckoprůmyslové v Praze. V rámci něj studenti navrhovali řešení pro potřeby konkrétních uživatelů se specifickými potřebami. Na návrhu pracovali společně se seniory z organizace Elpida — dámami Hanou Hejdovou a Evou Hrazděrovou, a pány Emanuelem Krásou a Josefem Rejzkem. Design bezpečnější autobusové zastávky, hra pro cvičení paměti, řešení pro bezbolestné ranní vstávání nebo projekt na zvýšení povědomí o potřebách fyzické blízkosti seniorů — to vše přinesly výsledky celodenní týmové práce. Ukázalo se, že řešit podobu výrobku či služby v úzké spolupráci s těmi, kterým je určena, je princip, který studentům nejen pomáhá, ale také je baví: „Více takových workshopů! Bylo to naprosto skvělé!“



Workshop „Designing for people's need“ pro studenty Ateliéru průmyslového designu, se seniory z organizace Elpida pod vedením Jeremyho Myersona, 11. 11. 2015, UMPRUM
/ Workshop “Designing for people's need” for students of Industrial Design studio, with seniors from Elpida organization led by Jeremy Myerson, 11. 11. 2015, AAAD
Foto: Lucie Nohejlová

bio Jeremy Myerson stál u zrodu výzkumného centra. V roce 1999 se stal jeho prvním ředitelem, kterým byl do roku 2015. Absolvent Royal College of Art začínal svoji profesionální dráhu jako novinář a zakladatel britského časopisu Design Week, který dnes funguje jako webová platforma. Jako aktivista a publicista v oblasti designu se zaměřuje na design pro lidské potřeby a na roli designu v sociálním, demografickém a technologickém vývoji. Jeho specializací je design prostorů pro práci. V roce 2003 na toto téma vydal publikaci „21st Century Office“.



bio Anežka Adamíková se k CZECHDESIGN připojila v roce 2014. Z měsíční stáže se stala dvouletá spolupráce, během které se ujala komunikace a marketingu celé organizace. Její zázemí leží právě v těchto oborech, které vystudovala na Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Během té doby spolupracovala například na výstavě PopUpShow zlínských studentů na Milan Design Weeku nebo byla jednou z hlavních organizátorek výstavy Digitální design: Pohled za pixely, za kterou stojí CZECHDESIGN a Asociace UX. Na jaře 2016 strávila tři měsíce na pracovní stáži v Helen Hamlyn Centre for Design, kde pod vedením jeho ředitele Ramy Gheerawo studovala téma inclusive designu a roli výzkumu v design procesu.

**Anežka
Adamíková:
Design už se
netočí jen kolem
produktů**

**CZECHDESIGN
komunikace
a marketing**

**strana
038**

web hhc.rca.ac.uk
organizace Helen Hamlyn
Centre for Design
twitter @HHCDesign
instagram hhcdesignrca

**Helen Hamlyn
Centre for Design**

Helen Hamlyn Centre for Design je pro aktivity CZECHDESIGN velkou inspirací. Po návštěvě Jeremyho Myersona zůstáváme v kontaktu. Anežka Adamíková, členka našeho týmu, dokonce vyrazila do této uznávané výzkumné instituce na tříměsíční stáž. Co si odtud přivezla?

Jaký byl Váš první dojem z Helen Hamlyn Centre for Design? Co Vás nejvíce zaujalo?
Helen Hamlyn Centre for Design dělá velké věci, ale je velmi skromné. Jak v prezentaci, tak i lidé, kteří v centru pracují. Všichni jsou velmi nezávislí a sebevědomí ve své práci. Často jsou mimo kancelář, přesto tam však panuje i zřejmá struktura a hierarchie. Tým je v zásadě mezinárodní, složený z absolventů nejrozličnějších disciplín designu a architektury. Zaujalo mě, jak důležitý je výzkum a pojetí designu v rámci témat, kterým se centrum věnuje: tedy stárnutí, zdravotní péče, pracovní prostředí a městský život. V první řadě jde vždy o výzkum, o proces zkoumání, zjišťování, objevování. Jejich projekty vždy něco mění — ať už je to nový fyzický produkt jako takový nebo služba, změna myšlení nebo přístupu. Myšlenka přístupného designu je tedy všudypřítomná.

Který z již dokončených nebo i rozbíhajících se projektů Vám přišel nejzajímavější z hlediska společenské prospěšnosti?

Jedním z největších a mediálně nejviditelnějších je určitě projekt redesignu interiéru britských sanitek. Na tomto projektu spolupracoval tým výzkumníků z National Healthcare Service a záchranné služby. Výzkumný projekt trval celých šest let. Na začátku šlo o to, jak řešit problém okamžité péče, aby využití kapacit záchranných jednotek bylo efektivní. Během zkoumání se ukázalo, že jde o celý systém poskytování okamžité zdravotní péče, fungování zdravotnických týmů i vnitřní uspořádání sanitek. Právě na to se pak začali soustředit. Ve spolupráci s dalšími partnerskými zdravotnickými organizacemi například z Dánska, Portugalska nebo Holandska pak na základě důkladného výzkumu navrhli nový interiér sanitek. Díky novému uspořádání plní sanitky standardy pro 21. století, celkově se zkracuje doba ošetření pacienta a zdravotní personál může lépe využívat prostor v extrémních situacích. Další projekt, který stojí za pozornost, je mobilní aplikace SloMo, která pomáhá lidem bojovat s paranoidními stavy a depresí. Zamýšlené využití aplikace je jednak při terapeutických setkáních, tak doma, v práci, nebo kdekoliv se pacient pohybuje.

Co by mohlo být z aktivit HHCD pro české prostředí v oblasti designu inspirací? Co by mohlo fungovat v našich podmínkách?

Myslím si, že v českém prostředí je stále potřeba vzdělávat širší veřejnost, jak vnímat design. Rozšíření vnímání designu z toho „fyzického světa“ produktového a průmyslového designu do designu služeb, design-thinkingu, inclusive designu, people-centred designu, sociální inovace, design managementu, digitálního designu, UX designu. Posun od výsledku k řešení. HHCD je sice akademická instituce, ale umí své projekty dobře prodat komerčním subjektům. Umí se velmi dobře pohybovat ve světě byznysu, spolupracuje na projektech s orgány státní správy i s dalšími neziskovými organizacemi. Myslím, že v Čechách se mezioborové spolupráci máme ještě hodně co učit. A jako každá spolupráce je i tato o komunikaci, o přístupu ke sdělení a o komunikačním procesu. Pro mě osobně je to velmi zajímavé a aktuální téma.

**630
strana**

Jaký nejdůležitější poznatek nebo dovednost si ze stáže přivážíte zpět do ČR?

Design už se netočí jen kolem produktů, ale na služby se zaměřuje víc než kdy dřív. Design a inovace totiž nejsou dvě rozdílné věci — design a designové metody jsou nedílnou součástí jak technologické, tak sociální inovace. Zároveň to, že když lidé chtějí inovovat, neznamená, že chtějí věci měnit. Inovace přináší nové možnosti, změna přináší problémy a konec starých pořádků a lidé neradi něco mění. I s tím je potřeba počítat. Uvědomila jsem si, že design a výzkum mají k sobě svými metodami a přístupem velmi blízko a lze je uplatňovat napříč specializacemi — od zdravotnictví, přes design vozidel, prostorové uspořádání pracovišť, bezpečnost v ulicích až po sociální péči na JIP nebo ve vězeňství. Také mi přijde, že výsledek nemusí být vždy to nejdůležitější. Proces, který přispěje k uvědomění si problému a touze po jeho řešení, může mít mnohem větší váhu a trvalejší hodnotu. Nakonec je to určitě síla kvalitního vhledu — ponořit se do problému, pochopit principy fungování dané tematiky nebo oboru, dívat se na věci v souvislostech, odhodit předsudky, vystoupit z vlastní komfortní zóny, dívat se za hranice oboru, nenechat se svázat bariérami a konvencemi. Kvalitní vhled vám otevře oči a mysl v tom, co lidé potřebují a proč.

Helen Hamlyn Centre for Design

Hlavním tématem výzkumného centra je inclusive design — tedy design pro nejširší skupinu uživatelů. V této oblasti je skutečným světovým leadrem. Aktivita centra se dělí do tří základních oblastí. Age & Ability Lab se zabývá tématem stárnutí a designem pro přístupnější společnost bez ohledu na schopnosti a specifické potřeby. Healthcare Lab se věnuje bezpečnějším a kvalitnějším službám ve zdravotnictví a zdravotní péči. Sekce Work & City provádí výzkum v oblasti měnících se potřeb pracovního prostředí a městského života. Nově vzniklá Social Innovation Lab pak pohlíží na inovace jako hybatele změn v sociálním prostředí. Mezi nejzajímavější projekty centra patří například spolupráce s National Health Service, během které došlo ke změně interiéru sanitek a principu fungování záchranné služby nebo spolupráce se Samsungem, která změnila jejich přístup k designu výrobků a digitálních služeb. V současné době se pracuje na novém londýnském taxi nebo na tématu aut bez řidiče. HHCD založil novinář Jeremy Myerson, nyní jej vede designér Rama Gheerawo.



Prototyp redesignu sanitky
/ Ambulance redesign prototype
Foto: Helen Hamlyn Centre for Design

Design vs. současná společnost



Guy Julier: Současnost zajímá design, který vypráví příběhy

Design vs. finanční krize Jak řekl Winston Churchill: „Nepromarni dobrou krizi“. Design je, v kontextu ekonomických a politických událostí, od 80. let minulého století na svém vzestupu. Jeho role v tomto procesu souvisí s potřebou inovovat, nebo zavádět úsporná opatření. Na pozadí těchto motivů zastává design dvojí funkci: první je nakrmit trh objekty a službami, druhou je signalizace změn. Vztah designu a ekonomické krize byl tématem pražské přednášky Guye Juliera.

**Proč jsou čínský
Šen-čen, keňské
Nairobi nebo Accra
v Ghaně aktuálními
epicentry designu?
Jaké místo má
současný design
v muzeích a galeriích?
To a mnohem více
jsme se dozvěděli od
Guye Juliera, který
vede výzkumné
aktivity v oblasti
současného
designu v jedné
z nejprestižnějších
institucí zabývajících
se designem —
Victoria and Albert
Museum v Londýně.**

video z přednášky budoucnostdesignu.cz
web designculture.info
twitter @guyjulier
organizace Victoria and Albert
Museum v Londýně
kniha Guy Julier: The Culture of Design, 2013

**strana
046**

**26
11
2015
přednáška
UMPRUM
Praha**

**047
strana**

Máte za sebou obrovský kus práce na výzkumných a výstavních projektech. Jaké místo má v současnosti design v rámci muzeí a galerií? Od konce 20. století do nedávna byly v muzeích a galeriích prezentovány převážně technologické a estetické přednosti designu. V současnosti přistupují výstavní instituce k designu spíše antropologicky: vystavují designové artefakty, které jsou součástí sociálního, kulturního i ekonomického světa, ve kterém žijeme — věci, které mohou vyprávět zajímavé příběhy. Victoria and Albert Museum v Londýně, kde působím, začalo v tomto ohledu velmi rychle reagovat sbírkotvornou činností.

V akademické sféře jste etabloval obor zvaný „Design Culture“. V České republice tato oblast studia chybí. Můžete vysvětlit, čím se zabývá a čím přispívá k rozvoji designu jako celku?

Ve zkratce, „Design Culture“ se zabývá designem v kontextu současné společnosti. Snaží se o pochopení ekonomických dopadů práce designéra a definici procesů spojených se vznikem produktu: výrobou, zprostředkováním a distribucí, ale i tím, jak je spotřebováván či jak funguje v rámci občanské společnosti. Je nesmírně důležité zkoumat a pochopit vzájemné působení mezi těmito procesy. A role designu je zde nenahraditelná.

Ve Vašem současném výzkumném projektu se zabýváte vztahem mezi ekonomickou a politickou situací a designem. Design — díky finanční krizi — zažívá bezprecedentní růst. Myslíte si, že je v současnosti na svém vrcholu?

Finanční krize ještě rozhodně není na svém vrcholu. Ekonom maďarského původu George Soros předpověděl, že bude trvat nejméně 20 let. Nejde však jen o finanční krizi. Jde také o krizi prostředí, bezpečnosti, správy věcí veřejných, pohybu obyvatelstva, zdrojů a mnoha dalších věcí. Vše je zároveň vzájemně propojeno. Design hraje v těchto procesech klíčovou roli. Ale nezmůže všechno sám.

Kde v současnosti cítíte nejsilnější centrum designu a kde je vidíte v budoucnu?

Vnímám velké množství epicenter, nejde jen o jedno. Každé je důležité z jiného důvodu. Čínský Šen-čen — pro otevřenost k inovacím a rychlou výrobu. Kodaň — pro design, urbanismus a tvorbu nových strategií. Dozvěděl jsem se také, že Accra v Ghaně je významným centrem pro robotiku. Stejně, jako je například keňské Nairobi centrem pro nové technologie. Zmínil bych ještě globálního hráče Transition Towns Movement, jenž nepředstavuje centrum, ale významnou mezinárodní síť.

Jak vidíte budoucnost designu obecně? Jaké materiály, produkty nebo témata budou relevantní v následujících letech nebo i vzdálenější budoucnosti?

Sotva rozumíme současnosti, natož abychom byli schopni spekulovat o budoucnosti. Víme, že design je — jako profese a objekt zájmu — na vzestupu. Myslím, že jeho vzestup bude pokračovat, ale soudě podle změn, které se již dějí v tuto chvíli, čeká nás hned několik zajímavých „budoucností“ designu.

Který produkt považujete za symbol dobrého, funkčního designu?
Symbolem funkčního designu je pro mě Curitiba's Transmilenio, což je rychlý systém veřejné dopravy v Brazílii, který mimo jiné inspiroval podobný projekt v Bogotě v Kolumbii. Je to takový kříženec mezi autobusovým a železničním systémem, který představuje levný způsob poskytování rychlé městské veřejné dopravy, bez nutnosti budovat podzemní systém metra nebo tramvajových linek. Kdo zažil dopravní zácpu v Bogotě, ví, jak je tam obtížné dostat se na určité místo včas.



Curitiba's
Transmilenio,
systém veřejné
dopravy v Brazílii
/ Public transport
system in Brazil
Foto: Morio



Přednáška Guye Juliera na
pražské UMPRUM,
25. 11. 2015
/ Guy Julier lecture at
AAAD, Prague, 25. 11. 2015
Foto: Jan Hromádka

bio Guy Julier je profesorem University of Brighton a výzkumným pracovníkem v oblasti současného designu a užitého umění ve Victoria and Albert Museu v Londýně. Tématem jeho výzkumu je disciplína nazvaná „Design Culture“, která zkoumá roli designu v kontextu současné společnosti. Po absolvování studia historie designu na Royal College of Art v Londýně působil jako konzultant Londýnského Design Muzea a dalších institucí. Jako odborník se zabýval současným španělským designem i situací designu a řemesel v Maďarsku. V posledních letech je také aktivistou v oblasti sociálního designu. Otázka kritické role designu v současné společnosti je častým tématem jeho debat, které pořádá pod hlavičkou Victoria and Albert Musea. Je autorem knihy „The Culture of Design“, která se dočkala tří vydání.



bio Helena Koenigsmarková vede Uměleckoprůmyslové museum v Praze od roku 1990. Před nástupem do funkce ředitelky zde pracovala jako kurátorka ve sbírce nábytku a kovů se specializací na cín, později také na historické hračky. Odborně se dlouhodobě zabývá středověkými cínovými poutními odznaky. V současné době probíhají v Uměleckoprůmyslovém museu dva rozsáhlé investiční projekty: stavba centrálního depozitáře, který byl zpřístupněn v dubnu 2016 a rozsáhlá rekonstrukce historické budovy muzea a příprava na jeho znovuotevření v druhé polovině roku 2017.

Helena Koenigsmarková: Musíme posílit sebevědomí českého designu

ředitelka Umělecko- průmyslového musea v Praze

web upm.cz
organizace Uměleckoprůmyslové
museum v Praze
kniha Milena Lamarová: Signum design
(Český design 1980—1999), 1999
kniha Lada Hubatová-Vacková:
Tiché revoluce uvnitř ornamentu, 2012

Uměleckoprůmyslové museum v Praze bylo založeno Pražskou obchodní a živnostenskou komorou v roce 1885. V roce 1900 z pražského Rudolfinu přesídlilo do novorenesanční stavby podle návrhu Josefa Schulze, ve které sídlí dodnes. Kromě hlavní budovy tato instituce spravuje také Muzeum textilu v České Skalici, Galerii Josefa Sudka v domě U Luny na Praze 1, expozici porcelánu na Zámku Klášterec nad Ohří a Zámek Kamenice nad Lipou, kde je umístěna expozice hraček a sbírka nábytku 19. a 20. století. Helena Koenigsmarková vede muzeum od roku 1990. Jaký je pohled jeho ředitelky na roli designu v současné společnosti a které publikace o českém designu byste neměli vynechat?

Jak vnímáte budoucnost designu — jako oboru — z pozice ředitelky významného muzea designu a užitého umění?

Já s oblibou říkám, že pokud se týká designu, musí muzea našeho typu reflektovat současnost ve vztahu k minulosti a zachovávat ji pro budoucnost. Design jako obor byl a bude...

Role designu a jeho vliv na společnost se neustále mění. Klasické disciplíny, jako produktový a grafický design, doplnily disciplíny nové, jako například odvětví digitálního designu. Jaké místo má podle Vás design v rámci muzeí a galerií v současnosti? Jak tradiční muzejní instituce může reflektovat tyto aktuální proměny?

Platí to, co jsem odpověděla na první otázku. Až otevřeme nové expozice a výstavy ve zrekonstruované historické budově, což by mělo být ve 2. polovině roku 2017, bude zde pro prezentaci designu dostatek prostoru, abychom si mohli roli designu v našem životním stylu uvědomovat skutečně v průběhu času. Především pak srovnáním, jaké designérské práce byly inovativní a jaké se časem ukázaly jako nepřinášející žádné nové hodnoty.

Jaký produkt považujete za symbol dobrého, funkčního designu?
Přesně tyto požadavky vztahují na design židle.

Kdybychom se nemuseli ohlížet na omezené prostředky, co byste pro podporu a rozvoj českého designu udělala? Co české designérské scéně chybí, nebo co je naopak třeba ještě více podpořit?

Velmi důležité je posílit naše sebevědomí. Mnoho našich tvůrců získává úžasná ocenění v zahraničí, pracují pro zahraniční firmy, mnozí dosahují skvělých výkonů i doma, ale jakoby to pořád nestačilo. Spíše tu chybí společná solidarita a uznání toho, co bylo vykonáno. Věřím také, že se podaří obnovit státní podporu účasti na důležitých designových přehlídkách, jako bylo například Triennale v Miláně.

Co Vás v posledních letech v oblasti designu skutečně potěšilo?

Je pro mne satisfakcí, že snad i díky takovým akcím, jako jsou ceny Czech Grand Design, se dostává povědomí o kvalitním designu ve spektru svých oborů i k širšímu publiku díky televizním přenosům. Byť tyto nemohou úplně zprostředkovat atmosféru samotného aktu — uprostřed všech těch oceněných, doufajících, zklamaných, ale hlavně připravených sdílet úspěch ostatních. Je skvělé, že se české firmy, ale také zahraniční, stále častěji obracejí na české designery. Velmi dobře funguje líheň UMPRUM, Zlína a dalších škol.

Mohla byste doporučit 3 publikace, které by čtenáři, kteří chtějí mít povědomí o českém designu, měli znát?

Za důležitou publikaci považuji katalog Mileny Lamarové, *Signum design (Český design 1980—1999)*, v níž zúročila alespoň část svých znalostí prostředí českého designu. Všem bych také doporučila publikace Lady Hubatové-Vackové, např. knihu *Tiché revoluce v ornamentu*. Též očekávám, že kompendium o institucích designu ve 20. století v naší zemi, které Uměleckoprůmyslové museum v Praze po několikaletém výzkumu a nyní v redakční práci připravuje k vydání v tomto roce, se stane základní příručkou pro každého s tímto zájmem, ale i třeba obecně historickým.

**„Velmi důležité je posílit
naše sebevědomí.**

**Mnoho našich tvůrců
získává úžasná ocenění
v zahraničí, pracují pro
zahraniční firmy, mnozí
dosahují skvělých výkonů
i doma, ale jakoby to
pořád nestačilo.“**



Z výstavy Český
kubismus v Domě
u Černé Matky Boží
/ From the exhibition
Czech Cubism at the
House at the Black
Madonna
Foto: archiv musea
/ museum archive

Inovace designem

strana
054

strana
055

Design Council: Design thinking v praxi



Design thinking v praxi Jonathan Ball a Kate Zechner, odborníci z britského Design Council, jednoho z nejefektivnějších design center na světě, přijeli do Prahy přednášet na téma Design thinking v praxi. Součástí programu byl i workshop v Karlových Varech, který pomohl nastartovat rozvoj designu v tomto regionu. Design Council, který nazývá tento proces „Democratising Innovation“, nám prostřednictvím svých odborníků prozradil, jak aktivně přispívat ke kreativě, designu a inovacím v rámci pracovního týmu nebo celé firmy.

**Zástupci jednoho
z nejefektivnějších
design center na
světě zavítali do
Karlovarského
kraje, aby
tu společně
s firmami, zástupci
státní správy
a neziskovými
organizacemi
připravili strategii
pro rozvoj
kreativních
inovací.**

video z přednášky budoucnostdesignu.cz
web designcouncil.org.uk
web supermarketwc.cz
projekt Design For Europe
twitter @designcouncil

**strana
058**

**26
01
2016
přednáška
UMPRUM
Praha**

**26
01
2016
workshop
Karlovy
Vary**

**650
strana**

Design Council

Světově známé centrum designu bylo založeno již v roce 1944, aby demonstrovalo hodnotu industriálního designu v poválečné Británii. Jeho role se v průběhu let proměňovala, dodnes je však jeho cílem zvyšování kvality života skrze zapojování designu, což činí za veřejné podpory, ale také díky soukromým sponzorům z řad britských firem. Svými aktivitami tak Design Council podporuje kreativní inovace, které na základě rozsáhlých výzkumů stimulují růst podnikání, transformují veřejné služby a zkvalitňují život ve městech i v regionech. Kromě výzkumné činnosti poskytuje konzultace v oblasti designu malým a středním podnikům a pomáhá státní správě zkvalitnit služby a zpřístupnit je veřejnosti.

Jonathan Ball

Jonathan Ball je jedním ze společníků britského Design Councilu. Působí v oblasti implementace designu, který je zaměřen na potřeby člověka a který pomáhá organizacím a firmám dosáhnout nového stupně inovace. V britském design centru působí jako programový stratég, stará se o portfolio společností, podílí se na výzkumu a službách pro veřejné instituce. Vedle Design Councilu Jonathan také působí jako programový ředitel a vedoucí instruktor v Institutu LUMA v Pittsburghu (USA). Účastnil se rovněž prvního klientsky zaměřeného evropského programu Innovation by Design.

Workshop pro Karlovarský kraj

Celodenní workshop zaměřený na rozvoj kreativity v Karlovarském kraji, pořádal CZECHDESIGN ve spolupráci s organizací PROTEBE live s cílem přenést nejlepší zkušenosti z Velké Británie do Karlovarského kraje a seznámit místní aktéry s tím, jak mohou kreativní inovace podpořit růst firmy, města či celého regionu. Jonathan Ball a Kate Zechner z britského Design Council připravili program zaměřený na efektivní využívání designu pro inovace a kulturní rozvoj v kraji. Workshopu se zúčastnilo 24 významných aktérů z celého karlovarského kraje, z měst Karlovy Vary, Sokolov nebo Mariánské Lázně. Výstupem celodenní společné práce byly 4 strategie na podporu kreativity v kraji. PROTEBE live v současné době koordinuje další postup a funguje jako mediátor další spolupráce všech zúčastněných.

**„Výsledky workshopu
předčily má osobní
očekávání.
Dodalo nám to odvahu
do dalších aktivit.“**

PROTEBE live

Karlovarská organizace PROTEBE live je sdružením designových aktivistů a patriotů, za kterým stojí především grafičtí designéři Tereza Bredlerová a Jiří Hanek. Již deset let budují image Karlových Varů jako kulturního a občansky aktivního města. Jejich snahou je žít v „živém“ městě a kraji. V tomto snažení jim pomáhá galerie designu SUPERMARKET wc, kde organizují celoroční výstavní program, přednášky, workshopy, dílny a networkingová setkání. Projektem Life-netdesigning, na kterém se podílel i CZECH-DESIGN, podpořili vzdělávacími akcemi a publikacemi řadu mladých designérů při získávání praxe.



Workshop pro významné
aktéry Karlovarského kraje
pod vedením Jonathana Balla,
26. 1. 2016
/ Workshop for the key players
of Karlovy Vary region led by
Jonathan Ball, 26. 1. 2016
Foto: Aleksandra Chytrá



bio Ludmila Boháčová působí v organizaci CZECHDESIGN od roku 2011. Věnuje se zde poradenským službám pro firmy, které hledají ten nejvhodnější způsob jak zapojit design. Zároveň podporuje a prezentuje český design na celostátní úrovni různými aktivitami, přičemž zohledňuje a upozorňuje na jeho sociální rovinu jako nástroje pro vytváření přístupného prostředí a produktů bez bariér. Organizuje soutěže pro designéry a propaguje přístupnou vizuální komunikaci v městském prostředí. Je absolventkou dějin umění na Karlově univerzitě, v rámci studia dlouhodoběji působila také ve Vídni a Hamburku.

web czechdesign.cz
organizace CZECHDESIGN
kniha CZECHDESIGN,
PROTEBE live: Proč design?, 2013
kniha PROTEBE live:
Neviditelná strana designu, 2013

Ludmila Boháčová: Firmy vs. designéři. Jak najít společnou řeč?

CZECHDESIGN
manažerka
služby
Design Lab

strana
062

Zájem o design ze strany českých firem neustále roste. Jedním z míst, které slouží jako inkubátor spolupráce designérů a komerčních zadavatelů, je organizace CZECHDESIGN se svou poradenskou službou Design Lab. Jak spolupráce designéra a firmy probíhá? Co si od ní firmy slibují a jak jsou na ni mladí čeští designéři připraveni?

Jak jsou na tom české firmy s designem? Jsou kreativní spolupráci otevřené?

Skoro by se mohlo zdát, že se s českým designem roztrhl pytel — zájem firem o design je skutečně velký. Roste zájem o organizaci otevřených soutěží pro designéry, stejně jako o uzavřené tendry. Zároveň mají firmy více nástrojů jak k dobrému designu dospět — mohou žádat o inovační vouchery, účastnit se programu CzechTrade. Jenž propaguje design jako konkurenční výhodu, či využít konzultantské služby, které firmám pomohou odpovědět na otázky, jak na design a jak se k němu nejlépe dostat. Každý měsíc se na nás obrací více a více firem s žádostí o konzultace, ale viděno v evropském měřítku, pořád jsme, co se spolupráce firem s designéry týká, daleko za evropskou špičkou. Společností, které využívají design pouze na úrovni vzhledu vizitek či jej vůbec nezohledňují, je v Čechách stále většina.

Jaká je jejich motivace pro spolupráci s designérem? Jaké jsou naopak jejich největší obavy ze zapojení designu?

Většina firem, se kterými se v naší praxi setkávám, cítí, že potřebují „dohonit dobu“. Tuší, že zapojení designu může mít pro firmu ekonomický přínos, a chápou, že design představuje způsob, jak předstihnout konkurenci. V některých případech jde zadavateli kromě autorské práce designéra také o efektivní PR, které nabízí například forma otevřené soutěže pro designéry.

Největším problémem se mi při spolupráci kreativce a firmy jeví vzájemná komunikace. Jazyky businessu a kreativity jsou velmi rozdílné a proto je v prvotní fázi spolupráce důležitý určitý mediátor — nezávislá strana, která ohlídlá férové zacházení na obou stranách a nastolí ihned na počátku spolupráce jasná pravidla. Klasickou počáteční bariérou v jednání mezi firmou a designérem je například finanční otázka — klient v mnoha případech vůbec netuší, kolik design stojí, ani jakou formou může designérovi zaplatit. Mám na mysli například tantiémy z prodeje či success fee, což jsou vhodné nástroje zejména pro firmy, které nechtějí na designu šetřit, zároveň však nemají potřebnou částku hned na začátku. S designérem proto mohou společně uzavřít dohodu, kdy se část jeho odměny odvodí z konečného zisku firmy. To jsou právě situace, ve kterých je zkušený mediátor nejvíce potřeba — může předejít případným nedorozuměním a předložit na jednání stůl všechny možnosti.

Co je největší překážkou pro zavádění designu do praxe? Co tomu naopak nejvíce pomáhá?

Velké firmy velmi dobře chápou, že design se vyplatí — každá chce být druhým Apple. Malé a střední podniky však často nemají potřebné kapacity ani možnosti zapojit design efektivně. Právě pro ně jsme nastavili náš konzultační servis, jehož největší devízou není pouhé doporučení „grafika od vedle“ pro nové vizitky, ale komplexní uchopení směřování firmy. Vzejde tak od nás návrh, jak proces zapojení designu do praxe každé konkrétní firmy nastartovat, a dále úspěšně vést. Sám klient často neví, co chce — dokud to neuvidí. Z toho důvodu doporučuji firmám nechat si vypracovat skicu od více designérů. Vyhnou se tak situaci, že po náročném procesu tvorby zadání a výběru designéra z nepřeberného množství českých designérů, se dočkají návrhu, který absolutně nesplňuje jejich očekávání.

Pokud však nastane situace, že ani jedna ze skic od více designérů neodpovídá představám — což v případě uzavřeného tendru mohou zjistit v jednom krátkém čase — není možná chyba v designérech, ale v samotném zadání — design briefu. Právě přípravu design briefu by firmy neměly podcenit. Definují v něm designérovi nejen jeho úkol. Pečlivá příprava design briefu manažery donutí zasadit design do struktury firmy, zamyslet se nad jeho prová-

390
strana

děním a v neposlední řadě definovat si, co od designu očekávají. Osobně tvorbu design briefu pro klienty často mentorují, neboť tato zdánlivě nepodstatná záležitost je skutečně klíčová pro úspěšnou spolupráci s designérem.

Jsou mladí čeští designéři na spolupráci s firmou připraveni?

Neustále narážím na nepřipravenost absolventů designu pro svoji budoucí praxi. Na umělecko-průmyslově zaměřených vysokých školách jsou studenti často po celou dobu studia v jednom ateliéru vedeni jedním pedagogem. Závisí tak převážně na něm, zda svým studentům zprostředkuje již během studia kontakt s praxí či nikoliv. Otázky autorského práva, ochrana průmyslovými a užitnými vzory či hodnota reálné designérské práce jsou pro mnohé absolventy designu stále španělskou vesnicí. Nabízet studentům pomocnou ruku pro orientaci v praxi je jednou z podstatných aktivit naší organizace. Organizujeme přednášky, workshopy, výstavy, vydáváme publikace, přivádíme zahraniční odborníky. Další možností pro studenty, jak se lépe připravit pro budoucí praxi, je účast v otevřených soutěžích. Za dobu naší třináctileté existence jich na svém kontě máme 37 a nebojíme se, že by o ně v budoucnu firmy přestaly mít zájem. Otevřené soutěže totiž vysílají báječnou zprávu o svém vyhlášovatelci — jakožto o firmě, která podporuje mladé české designéry.

Jsou rozdíly mezi designéry v rámci různých oborů? Na co se mají firmy připravit?

Rozdíly jsou, i když ne tak velké, jak by se mohlo zdát. Klasickým společným jmenovatelem všech kreativních lidí napříč obory je jistá bohémnost, která se projevuje například v nedodržování deadlinů. U grafiků pak narážím na velké ego — každý by chtěl dělat krásné knihy a tištěné plakáty pro kulturní instituce. Chybí pokora a respekt ke komerčnímu klientovi a jeho zakázce, i když za ni dostane zaplacené stejně jako za zakázku pro galerii či divadlo. U produktových designérů to tak není, neboť pro ně je největší motivací mít něco ve výrobě — tedy navrhovat pro klienta, který něco vyrábí. Obecně — velké ego českých designérů, kteří jsou vzdělávání spíše jako umělci, je pověstné. Působila jsem také v Rakousku a Německu a v těchto zemích designéři daleko lépe chápou, že design je pro firmu zejména nástrojem pro rozvoj — umí lépe vyjít se svým klientem, neboť táhnou za stejný provaz, a neočekávají, že jejich dílo bude vystavováno v galeriích, ale naopak, že bude sloužit svému zadavateli.

Překvapilo Vás něco v dosavadní praxi? Co Vás potěšilo?

Člověk by si mohl myslet, že implementace designu do firmy je vcelku jednoduchý proces. Tak tomu bohužel v realitě vůbec není. Je to běh na dlouhou trať a první hmatatelné výsledky se mohou objevit třeba až po dvou třech letech. V samotném procesu je tolik třecích míst, kdy se může cokoliv pokazit, že zde ani není prostor všechny vyjmenovat.

Úspěšná spolupráce klienta s designérem je tak občas malý zázrak. Mám pocit, že mladší ročníky studentů designu se stále více zapojují do designérských soutěží a berou tyto příležitosti velmi zodpovědně. Takovým příkladem je například soutěž Luhačovický lázeňský pohárek, ke které se všichni její účastníci i finalisté postavili naprosto profesionálně. Nebo soutěž Funerální design, která zvedla obrovskou vlnu zájmu a natukla téma, které dalece přesahuje hranice běžně vnímaného designu. Tyto přesahy mi činí největší radost — například, když se do soutěže přihlásí designérka s návrhy skříněk do školky pro nevidomé děti či autoři obalového designu, kteří citlivě vnímají problematiku stárí a specifické nároky, které s sebou přináší. S tímto zodpovědným přístupem designérů se setkávám stále častěji a věřím, že mu patří budoucnost designu.

Porota soutěže 3M Design Innovation Award, kterou CZECHDESIGN pořádá v roce 2015 / The jury of 3M Design Innovation Award organized by CZECHDESIGN in 2015
Foto: Anna Kazanova



Luhačovický lázeňský pohárek, který vzešel z designérské soutěže organizované CZECHDESIGN a městem Luhačovice v roce 2015, autorka: Adéla Chorá / Luhačovice Spa Cup which emerged from the design contest organized by CZECHDESIGN and Luhačovice city in 2015, author: Adéla Chorá
Foto: archiv soutěže / contest archive





info Sekce pro vědu, vývoj a inovace vznikla při Úřadu vlády ČR s cílem koordinovat a řídit systém vědy a výzkumu. V čele sekce stojí místopředseda vlády pro vědu, výzkum a inovace Pavel Bělobrádek, který je zároveň předsedou vládní Rady pro výzkum, vývoj a inovace a Rady pro konkurenceschopnost a hospodářský růst. Podpora vědy a výzkumu je vnímána jako významná součást konkurenceschopnosti České republiky, proto do portfolia činností sekce patří také zlepšování spolupráce mezi akademickou a podnikatelskou sférou a popularizace vědy a výzkumu. Design spadá do strategie rozvoje kulturních a kreativních průmyslů (KKP).

**Pavel
Bělobrádek:
Přeji České
republice,
ať designéři
a firmy najdou
společnou řeč**

**místopředseda
vlády ČR pro
vědu, výzkum
a inovace**

web vyzkum.cz
facebook Věda, výzkum, inovace
twitter @Vedavyzkum
twitter @PavelBelobradek

Design je v České republice stále nedostatečně využitým potenciálem pro zvýšení konkurenceschopnosti českých firem na mezinárodním trhu. Se zvýšením zájmu o tzv. kulturní a kreativní průmysly však můžeme očekávat čím dál více příležitostí pro rozvoj designu, který je jejich součástí. Jak se na současnou i budoucí roli designu pro český průmysl dívá místopředseda vlády pro vědu, výzkum a inovace Pavel Bělobrádek?

Jak se staví česká vláda k inovacím založeným na designu? Jak podporuje spolupráci firem s designéry?

Vláda má podporu tzv. kulturních a kreativních průmyslů (KKP), mezi které design patří, jako jednu z priorit ve svém programovém prohlášení. Vytvořili jsme také speciální výbor v rámci Rady vlády pro konkurenceschopnost a hospodářský růst, který se systematickou podporou KKP zabývá a hlavně se nám podařilo začlenit KKP do Národní politiky výzkumu, vývoje a inovací na léta 2016—2020. Tuto podporu v únoru schválila česká vláda. To znamená, že podpora designu se ocitla po boku „velkých“ sektorů — jako je strojírenství, energetika nebo automobilový průmysl. A programy zaměřené na financování výzkumu, vývoje a inovací, budou klást důraz také na potřeby KKP. Podle mě to je historický obrat ve vnímání kreativních oborů, který tu v minulosti nebyl.

Co myslíte, že je třeba pro to, aby české firmy začaly uvažovat o designu jako o inovaci, která jim může přinést konkurenceschopnost?

Předně si myslím, že Česká republika má obecně dlouhodobě velký problém v neschopnosti prezentovat se navenek. A to se týká nejen státu, ale i podniků, které podceňují roli vlastní prezentace, roli designu a roli „měkkých“ oborů na pomezí umění. Vidíme sice, že se blýská na lepší časy, ale výraznou změnu přinese jediné neustálá kultivace podniků v tomto ohledu a důraz na autenticitu nebo jedinečnost. Stále víc výrobců vidí, že autenticita produktů je jednou z velkých konkurenčních výhod na tvrdém globálním trhu.

Jak vidíte budoucnost a potenciál designu v České republice?

Česká republika má v tomto ohledu obrovský potenciál. Stačí se podívat, jak fantastické a progresivní věci dokázala vyprodukovat a nabídnout světu v první polovině 20. století. A i přes politicko-ekonomické „utažení šroubů“ po druhé světové válce, zůstalo bývalé Československo v určitých oborech etalonem kvalitního designu. To zůstává v DNA země a jejích obyvatel. Navíc země bez nerostného bohatství mají jedinou možnost jak se dnes globálně prosadit a tou možností je využití bohatství intelektuálního. A design bezpochyby tuto přidanou hodnotu má. Proto by se naši designéři měli aktivně zapojovat do diskuse o budoucnosti České republiky, do diskuse o vizi naší země a o tom, jak k ní mohou přispět. Budoucnost designu u nás je bytostně spojena s budoucností jak průmyslu, tak s budoucností naší kultury a identity. A právě designéři mohou být jakýmsi médiem k propojování zdánlivě vzdálených světů, jako je umění a průmysl nebo byznys. Přeji České republice, ať najdou společnou řeč.

Design a udržitelnost

strana
068

strana
690



Norská inspirace: Design pro udržitelné chování

Norská inspirace Norsko je zemí, která ve svém přístupu k udržitelnosti nad jiné vyniká. Jedním z důvodů je i zvýšená pozornost zaměřená na výzkum v této oblasti a na vzdělávání směrem k udržitelným řešením na uměleckoprůmyslových školách. Design pro budoucnost přijeli představit profesori katedry produktového designu z Norwegian University of Science and Technology a Oslo and Akershus University College of Applied Sciences, kteří na pražské UMPRUM přednášeli o designu a udržitelnosti. Na toto téma společně vedli také praktický workshop pro studenty Ateliéru produktového designu.

**Proč vytvářet design pro stále nové a nové věci?
Jsou opravdu potřeba? Možná si tuto otázku jako designéři kladete při své práci i vy.
O designu, udržitelnosti a odpovědnosti přednášeli designéři a pedagogové z The Norwegian University of Science and Technology.**

video z přednášky budoucnostdesignu.cz
organizace The Norwegian University of Science and Technology
kniha Rebecca Proctor:
The Sustainable Design Book, 2015
kniha Rob Thompson:
Sustainable Materials, Processes and Production, 2013

strana
072

**13
10
2015
přednáška
UMPRUM
Praha

14
10
2015
workshop
pro studenty
Ateliéru
produktového
designu
UMPRUM
Praha**

073
strana

Nepřijímat prostředí takové, jaké je
Všichni tři hosté — Casper Boks, André Liem a Tore Gulden — působí na univerzitách vědecky a technicky zaměřených. Jejich praxe a metody jsou tedy uplatňovány v průmyslovém prostředí, které je vždy jako celek větší než jednotlivci. Rozhodně to ale neznamená, že by zde nebyl prostor pro úvahy nad směřováním oboru, ekologickou udržitelností nebo mezikulturní výměnou.
„Učíme se sice metodám, které jim mohou pomoci v jejich kariérách průmyslových designérů, ale měli by je vždy umět přizpůsobit aktuální situaci a potřebám,“ komentuje prof. Casper Boks.

Udržitelnost není jen pro idealisty
Hranice mezi idealismem a pragmatismem je možná mnohem tenčí, než se na první pohled zdá. Nemusí se totiž jednat pouze o metody takzvaného kritického designu, protože řada společností hledá nové cesty z čistě pragmatických důvodů a finanční úspory mohou obsahovat i pozitivní dopady na životní prostředí. Příkladem může být úsporný obalový design nebo efektivní logistické služby.

Rozhodnutí je na vás
„Studentům by měl být vždy umožněn přístup ke všem možným metodám, nástrojům a perspektivám. O tom, co budou dělat a jak, by ale měli studenti rozhodovat sami“, doplňuje Casper Boks.
„Pokud chtějí dělat novou generaci mobilních telefonů, protože ta původní je tři měsíce stará, je to na nich, ale musí vědět, jaké má jejich počínání důsledky,“ dodává Boks.

Navrhujte řešení, ne produkty
Proč vytvářet design pro stále nové produkty, jsme intenzivně řešili na workshopu společně se studenty produktového designu na Vysoké škole uměleckoprůmyslové v Praze. Projekty, na kterých jsme ve skupinách pracovali, se moc nepodobaly běžným zadáním na českých uměleckých školách. Cílem bylo navrhnout řešení nadprodukce aut, povzbudit sociální komunikaci v hromadných dopravních prostředcích nebo přijít na to, jak mají uměleckoprůmyslové školy lépe připravovat studenty na tvrdou praxi.

A designéři?
Norská návštěva a její témata se odvíjela převážně v rovině metodologie a širokého pojetí designu jako oboru, který propojuje kultury, rozdílné cíle a záměry a především lidi a sociální skupiny v různých situacích.
A designéři? „Přestože se mění prostředí i cíle naší práce, stále bychom měli být těmi, kdo — na rozdíl od ostatních profesí — přemýšlí vizuálně,“ poznamenal ve své přednášce profesor Tore Gulden.
„K původnímu estetickému nebo výtvarnému vidění a cítění se přidává například schopnost vidět, zobrazovat a popisovat složité systémy. Tím můžeme být — jako designéři — užiteční všem ostatním lidem a profesím,“ doplnil.

Workshop pro
studenty Ateliéru
produktového
designu, UMPRUM,
14. 10. 2015, Praha
/ Workshop for
Product Design
Studio students,
AAAD, 14. 10. 2015,
Prague
Foto: Jan Hromádka



bio

Casper Boks: Trvale udržitelní designéři, firmy i uživatelé

Prof. Boks je vedoucím katedry produktového designu a jeho výzkumná a lektorská práce, kombinující interaktivní design, technologie, environmentální psychologii a průmyslový design, se zaměřuje na vývoj udržitelných produktů a vzdělávání v této oblasti. „Design for sustainable behaviour“ bylo také tématem jeho pražské přednášky. Předmětem výzkumných aktivit prof. Bokse a jeho studentů jsou nástroje, které usnadňují designérům a firmám objevovat v procesu vývoje produktů příležitosti vedoucí k respektování životního prostředí a k trvale udržitelnému přístupu, a to v kontextu jejich komerčních zájmů. Bez pozornosti nezůstávají ani samotní uživatelé, kteří mají být samotným produktem motivováni k jeho udržitelnému užívání.

Tore Gulden: Vizualizace pro komplexní systémy

Prof. Tore Gulden působí na Oslo and Akershus University College of Applied Sciences. Předmětem jeho výzkumných aktivit je design, kultura a udržitelnost, přičemž se zabývá takovými tématy, jako je design pro zdraví, design hraček nebo životnost produktů. Do Prahy přijel s přednáškou „Gigamapping: Visualisation of Complex Systems“ o progresivním designérském oboru zvaném Systems Oriented Design, jež je designérskou odpovědí pro systémové uvažování o řešení nejrušnějších problémů. Gigamapping je jedním z nástrojů této disciplíny, kterou si vytvořili designéři pro svoji práci.

André Liem: Design a kultura

Docent katedry produktového designu norské univerzity — André Liem — zaměřuje svoji profesionální dráhu na design procesy a metodologii, inovace produktů pro průmyslovou výrobu a vzdělávání v oblasti designu. Jako docent průmyslového designu také působil na National University of Singapore. V Praze představil přednášku „Culture in Design and Innovation“ o designu a jeho vztahu ke kultuře a inovacím.

Zleva / From the left:
André Liem, Casper
Boks, Tore Gulden
Foto: Jan Hromádka





bio Riikka Talman je doktorandka z The Swedish School of Textiles in Borås, která se zabývá výzkumem z oblasti designu textilu ve Smart Textiles Design Lab. Své bohaté zkušenosti v oblasti textilu využívá v současné době při výzkumu taktilních vlastností textilií a fázemi jejich stárnutí. Zkoumá způsoby, jak pracovat s měnící se kvalitou textilu v čase. Zabývá se textiliemi s různými délkami života a jejich významem pro udržitelnější budoucnost módního průmyslu.

Riikka Talman: Udržitelná budoucnost skrze textilní průmysl

**21
04
2016**
přednáška
UMPRUM
Praha

**22
04
2016**
workshop
pro studenty
Ateliéru textilní
tvorby
UMPRUM
Praha

**strana
076**

video z přednášky budoucnostdesignu.cz
web hb.se
organizace The Swedish School of Textiles

The Swedish School of Textiles

Univerzita byla založena v roce 1866 a patří k nejprestižnějším vzdělávacím institucím specializujících se na textil a módní průmysl. Je součástí University of Borås, která se nachází v jižní části Švédska. Hlavním zaměřením jejich mezinárodních výzkumných aktivit je udržitelnost, a to jak z hlediska chování spotřebitelů, globálního trhu a recyklace, ale také nových způsobů zpracování textilu. Studenti švédské univerzity mají k dispozici zázemí několika výzkumných center — Textile Fashion Centre, Fashion Incubator a Smart Textiles Design Lab.

Na čem je založen koncept Smart Textiles?

Pojem Smart Textiles představuje textilie či oděvy, které v sobě nesou vylepšené vlastnosti a nové funkce. Těch je dosaženo díky elektronice zasazené do textilií či textilních produktů. Dále se jedná o vyvíjení nových typů materiálů a produktů, které ve své podstatě předávají určité dynamické vlastnosti a funkce. Textilie obsahující elektroniku, jsou také často označovány jako e-textiles, ale pojem smart textiles je jasnější a toto označení zahrnuje všechny typy inteligentních funkcí a vlastností v textiliích či textilních produktech. Pojem zahrnuje například látky, které čistí vodu a jako zdroj energie používají pouze slunce. Nebo oděvy umožňující měřit tělesné funkce, například funkce mozku nebo srdeční frekvence, což může být využito pro lékařské účely.

Vaše výzkumná práce se soustřeďuje na zkoumání procesů stárnutí textilií, které mohou představovat i výhodu daného materiálu. Můžete uvést příklad?

Existuje již řada designérských projektů, které jsou založené na tématu stárnutí a opotřebení materiálu. Např. Jonathan Chapman přišel s myšlenkou navrhování textilií a oděvů tak, aby se postupem času samy vylepšovaly. Např. džíny, které uživatel neustálým nošením vytvaruje přesně podle svých proporcí. Nové džíny v tomto případě nejsou konečným výrobkem, ale majitel je musí používat delší dobu, aby mu ideálně padly. Můj vlastní výzkum se zaměřuje spíše na neustále se měnící vlastnosti, které lze implementovat do textilií pomocí kombinace materiálu a struktury. Jde například o to, že se textilie rozloží nebo znatelně změní charakter v procesu používání. Např. prostírání, které se po umytí nečekaně stane pytlíkem nebo textilie, které v průběhu času pomalu tvoří nový vzor. Nemyslím si, že pro textil existuje nějaká konkrétní správná délka „životu“, jde spíše o to, nalézt vhodnou délku životnosti a využít ji pro daný textil či produkt.

Jakým způsobem může textilní průmysl přispět k udržitelnosti módy?

Myslím, že na tuto otázku neexistuje jednoduchá odpověď. Z mého pohledu to má co do činění se snahou vidět v širších souvislostech dnešní spotřební vzorce. Klást větší důraz na hledání alternativních materiálů, které mají menší dopad na životní prostředí, nebo zlepšovat výrobní procesy, to jsou důležité kroky k udržitelnosti módního průmyslu. Nicméně skutečná výzva spočívá v tom, abychom se našim potřebám a spotřebě naučili porozumět.

Albert Borgmann tvrdí, že dnešní spotřeba se oddělila od kontextu výroby. Stručně řečeno, už nevíme, kde, jak a z čeho jsou naše oděvy vyrobeny, nebo jak skutečně pracují naše mobilní telefony, zatímco jejich nákup a následné používání je mnohem snazší než kdy předtím.

Výzvou pro textilní průmysl je otázka, jak nalézt vhodnou a více udržitelnou alternativu a přitom si udržet schopnost uspokojit stávající poptávku. To bude v budoucnu s největší pravděpodobností znamenat, že budeme muset radikálně změnit způsob, jakým vyrábíme a konzumujeme věci. Dnes se čistá bavlna a polyester zpracovávají do oděvů s nižší kvalitou, které buď dlouho nevydrží, nebo se rychle stávají vizuálně neatraktivními. Materiál, ze kterého jsou zhotoveny, je tedy trvanlivější než výsledný produkt. Pokud

**770
strana**

dnes oblečení slouží k neustálému formování identity každého z nás, možná by bylo vhodnější si je v budoucnu pronajímat, namísto jeho nepřetržitého nákupu. Nebo by snad mohly být textilie vyráběny z materiálů, které se po určité užitkové době samy rychle rozpadnou nebo budou zcela recyklovatelné.

Jak vidíte budoucnost textilního designu? Jaké materiály nebo témata budou mít v příštích letech největší význam?

Nepochybně přibude několik směrů, kterými by se textilní design v budoucnu mohl ubírat. Jedním z trendů, který už nejspíš můžeme pozorovat, je opětovné propojování textilu a hmatatelného a materiálního světa obecně. Jak designéři, tak studenti mají zájem o pochopení celkového dopadu volby materiálu už od počátku samotného procesu navrhování. Jaké vlastnosti jednotlivé materiály mají a jakou kvalitu následně předávají hotovým textiliím či oděvům, co se týká jejich funkce, projevu i celkového dopadu na životní prostředí a společnost. Je nepochybné, že hmatová stránka textilu — tedy to, jaký je na dotek a jak je příjemný během jeho nošení — je stejně důležitá, jako stránka vizuální. A pomalu se stává tím hlavním. Textilie jsou koneckonců často vnímány více než jedním smyslem současně. Možná, že by tento fakt mohl být akceptován jako protiváha přílišnému vizuálnímu zaměření se, které módě přinesla e-commerce a sociální média.

Postupně, jak jsou vyvíjeny nové materiály a metody využívající technologického pokroku, bude mít textil ve vzdálenější budoucnosti pravděpodobně více chytrých nebo interaktivních vlastností. Zajímavým příkladem tohoto vývoje je biologická látka vyvinutá MIT Tangible Media Group. Tato látka zpracovávaná laserem je potažena živou bakterií, která následně reaguje na změny teploty roztažením či smrštěním. To má za následek skutečnost, že laserem řezané větrací otvory v látce se kolísáním teploty otevírají a uzavírají a tím se reguluje teplota oděvu přímo na jeho nositeli. Předpokládám, že budeme stále častěji svědky podobné spolupráce vědců a inženýrů s designéry, při níž místo pouhého vkládání elektroniky do textilií bude při zpracování přímo využito vnitřních vlastností novodobých materiálů.

„Očekával jsem nové objevy na poli textilních materiálů a jejich využití v budoucnosti. To vše se naplnilo!“

„Možnost vyzkoušet si experimenty s materiály z University of Borås byla skvělá a velmi zajímavá“



Workshop pro studenty
Ateliéru textilní tvorby,
UMPRUM, Praha,
22. 4. 2016
/ Workshop for Textile
Design Studio students,
AAAD, Prague, 22. 4. 2016
Foto: Jakub Hrab

Digitální design

strana
080

strana
081



**Andreas
Wegner:
Digitální
design přináší
firmám nejen
intelektuální,
ale také
konkurenční
výhodu**

Andreas Wegner je živým příkladem digitální transformace. Vyzkoušel řadu designových odvětví — z role grafického designéra, specializovaného na tiskovou grafiku, přes animaci, motion grafiku a mobilní design, se postupně přeorientoval na experience design. Jako vedoucí designu v Iconmobile, jenž se zaměřuje na inovační a designové poradenství v Berlíně, pracoval na řadě projektů pro mezinárodní klienty od Orange, Bosch, Mercedes, Samsung po OSN. Andreas o designu přednáší na konferencích i na školách, je členem poroty Lovie Awards a přirozeně: tráví na internetu příliš mnoho času.

**Pro řadu lidí, ale
i profesionálů
v oblasti designu,
jde stále o jednu
velkou neznámou.
Digitální design
je už ale pěknou
řádku let součástí
našich životů.
Otevřte černou
skříňku a nechte
se zasvětit do tajů
této progresivní
disciplíny.**

video z přednášky budoucnostdesignu.cz
web iconmobile.com
organizace Asociace UX
kniha Donald A. Norman: Design pro
každý den, 2010 (Dokořán)
kniha Steve Krug: Web design: nenuťte
uživatele přemýšlet!, 2003

**strana
084**

**12
10
2015
přednáška
Paralelní Polis
Praha**

**580
strana**

Co pro Vás znamená design? Můžeš srovnat, jak vnímáte tradiční vs. digitální design a jaký je digitální přístup k designu?

Design se mění rychle. V minulosti většina klientů utrácela své rozpočty za design za účelem zvýšení prodeje produktů a služeb, nebo aby zvýšili zdání své profesionality. Proto je stále pro většinu lidí termín „design“ spojován s estetikou. Výjimkou je produktový a průmyslový design, u kterého je spotřebitelem prvotně vnímána funkčnost. Aby se vyřešily větší problémy — zejména pokud jde o zkušenost uživatele při interakci s daným produktem či službou — pracuje se s jednotným aspektem designu v celkovém kontextu. Tato oblast je často označována jako „uživatelská zkušenost“ (user-experience, zkratka „UX“). „Digitál“ nabízí neomezený potenciál přidané hodnoty — jak pro spotřebitele, tak i pro firmy — ale není to jediný aspekt, který popostrčil tuto disciplínu v rámci designu. Rozšířil totiž nezbytné pole působnosti. Také design thinking — user-centred design (zkráceně UCD) — jako nový úhel pohledu, filozofie a přístupu k řešení problémů, změnil způsob, jakým designéři přemýšlí o své profesi. Vyvinutý multi-kontextový panel nástrojů v rámci procesu navrhování (např. metody designu), vylepšené dovednosti ve vzájemné spolupráci (např. uživatelský výzkum a poradenství) a rostoucí sebeúcta designérů jsou jasnými indikátory pro jejich „nové sebepoznání“.

Problémy nacházíme všude. Nejen v komerční sféře, ale především na úrovni státních služeb. Proto dnes designéři nepracují jen pro agentury, start-upy nebo korporace, ale také pro neziskové organizace či vládu. Uplatňují tam své dovednosti, které napomáhají změnám v oblasti služeb, kultury a společnosti. Dnes nám tato situace připadá téměř běžná.

Jaké schopnosti by měli mít designéři budoucnosti? Které dovednosti jsou pro ně nezbytné? Na co by měli být připraveni?

Ať už se jedná o všestranného experta či cíleného specialistu, v ideálním případě by měl designér budoucnosti nabídnout pestrrou směsici rozdílných dovedností. Nejdůležitějšími jsou: „T-shaped skills“: Nezáleží na vzdělání nebo prostředí, ze kterého designér pochází (například grafický design, design interakce), designér potřebuje zejména pochopit proces navrhování v jeho celistvosti a chápat zásadní vztah mezi potřebou uživatele a potenciálním řešením. Rozumět potřebám lidí, vidět příležitosti a vytvářet nová řešení — to je podstata umění držet krok se změnami trhu.

„Sociální dovednosti“: Umění spolupráce je velmi důležité, proto musí být designér dobrým týmovým hráčem. Dobré týmové prostředí je soustředěno na co nejlepší výsledek a není zatíženo firemní hierarchií. Každý chce být „Stevem Jobsem“, proto bývá v dopravním, nebo produktovém designu přístup tohoto „designérského génia“ často následován. To však pro komplexní řešení UX není vhodné, neboť UX vyžadují patřičné dovednosti.

Jaké jsou podle tebe současné trendy v digitálním designu?

Trend — v designérských studiích a agenturách stejně jako v akademické sféře — vidím v holistickém přístupu slučování všech možných disciplín, a to se schopností produkovat

skoro všechno: myšlenky, koncepty i prototypy pro software a hardware. Vzhledem k množství různých projektů, produktů a služeb by novodobý „Bauhaus“ mohl být tou správnou cestou vpřed. V oblasti vzdělávání také „design služeb“ vypadá jako trend, který obstojí: takže, pokud vycházíte dobře s lidmi, je to oblast pro vás. Avšak celé to vychází spíše z analogického způsobu řešení problému než z digitálních artefaktů. Pro digitální design je vzdělávání v oblasti interakčního designu stále během na dlouhou trať.

Komu by měli lidé, zajímající se o digitální design, věnovat svoji pozornost?

Místo sledování jednotlivých designérů, je lepší dát se dohromady s lokální UX komunitou, kde se člověk setká se zajímavými lidmi přímo ve svém blízkém prostředí a může tak řídit své sebevzdělávání.

Pokud má někdo zájem spojit se mezinárodně, existují různé světové design konference, jako je „interaction 2016“ (IXDA), the Service Design Network Conference (SDNC) nebo různé UX campy. Všude jsou velmi otevření, příjemní a vstřícní lidé. A samozřejmě — některé rockové hvězdy najdete na každém koncertě.

Pokud nechcete opustit pohodlí svého domova, můžete se alespoň seznámit s firmami, příslušnými k této oblasti, jako např. frog design, Ideo, Transformator ap. Je to dobrý způsob, jak se dozvědět více o designu — jako strategickém nástroji nebo nástroji na řešení problémů.

Na co by se měli designéři, firmy a veřejný sektor zaměřit, pokud nemají mnoho zkušeností s digitálním designem? Jak by měli pochopit tuto — pro ně — zcela novou oblast?

Pokud se nějaká společnost či instituce běžně nesetkává s pojmy typu: digitální, mobilní nebo design, jako celostní disciplína, pak je tady pár věcí, které by jim toto téma mohly pomoci vyjasnit:

1. Čtete: Internet je plný informací o digitální transformaci a o konstrukčním myšlení a také o účincích s nimi spojených (viz: Fast Company, TechCrunch, atd.). Další možností jsou knihy — zabývající se digitálními změnami a příležitostmi, které se firmám aktuálně nabízí. Tyto publikace také vysvětlují roli, kterou v těchto změnách hraje design.

2. Otevřete černou skříňku: Nechte se zasvětit UX designérem (nebo agenturou) do úvodů UX, které vám demystifikují design jako „kreativní magii“. Vše uvidíte tak, jak to opravdu je: spolupráce na všech úrovních, soubor dovedností a zvládnuté řemeslo, dobrá filosofie a schopnost empatie. Pro klienta, který chce být v obraze, je asi nejlepší požádat si o workshop na míru, ve kterém designéři uplatní své metody přímo na jeho problém.

Vy sám jste příkladem proměny rolí: z grafického na experience designéra. Které zkušenosti pro tebe byly ty nejdůležitější? A proč ses přeorientoval na experience design?

Řekl bych, že do oblasti UX jsem se dostal čirou náhodou. Šel jsem s proudem, ale nakonec jsem si uvědomil, že mě baví

potkávat správné lidi. Inspiruji se a zkouším některé metody integrovat do nových projektů. Před tím jsem dělal věci vizuálně hezké, teď dělám věci funkční. Zejména se mi líbí, že moje práce je nyní užívána mnoha lidmi a po dlouhou dobu. Na to jsem dřív ani nepomyslel.

Kdo jsou klienti experience designu? A proč by se měly společnosti a designéři zaměřovat na tuto oblast?

Každá společnost, každý start-up, každá nezisková organizace nebo vláda by měla mít interního nebo externího konzultanta, který nezávisle nahlédne do jejích problémů. Co je pro mnohé klienty, ať už organizace, nebo jednotlivce, ještě stále velmi nezvyklé, to se pro jiné stává již běžně dostupnou službou. A ti, kteří ji vlastní, mají nejen intelektuální, ale i konkurenční výhodu.

Přednáška
Andreas
Wegnera
v Paralelní Polis,
Praha,
12. 10. 2015
/ Andreas
Wegner lecture
at Paralelní
Polis, Prague,
12. 10. 2015
Foto: Jan
Hromádka





Lukáš BoB Marvan: Digitální design je design jako každý jiný UX designér

bio Lukáš BoB Marvan je v současnosti zaměstnán jako UX designér AVG.com. Dříve pracoval 10 let pro Seznam.cz, nejprve jako webmaster, pak tester uživatelského rozhraní a nakonec jako vedoucí týmu designérů. Stojí za výstavou Digitální design: Pohled za pixely. Aktivní je ale i mimo Asociaci UX — např. v Asociaci pro mezinárodní otázky nebo při tvorbě filmového festivalu Jeden svět.

web asociaceux.cz
web czechdesign.cz/zapixely
organizace Asociace UX
twitter @BoBMarvan
kniha Steve Krug,
Nenuťte uživatele přemýšlet, 2010
kniha Petr Staníček,
Dobrý designér to všechno ví, 2016

strana
088

Kdo je digitální designér? Jaký potenciál obor digitální design má? CZECHDESIGN spolu s Asociací UX na podzim roku 2015 připravil výstavu s názvem Digitální design: pohled za pixely, která digitální design představila české veřejnosti. UX designér Lukáš BoB Marvan byl jejím iniciátorem a kurátorem.

Digitální design není v rámci české designérské scény zas tak běžnou disciplínou. Můžete tento obor krátce představit?

Digitální design je design jako každý jiný, není důvod se ho nějak extrémně obávat. Má ale svá specifika: většinou se jedná o interaktivní aplikace, které nabývají mnoha různých podob a tím, že se pohybujeme ve virtuální rovině, tak vyžaduje větší abstraktní představivost — hlavně na straně jeho tvůrců. Pokud je však vše provedeno dobře, na straně uživatelů digitálního designu by žádné zvýšené nároky vznikat neměly — v tom je právě to kouzlo — přiblížit ten neviditelný abstraktní svět algoritmů “za pixely” všem lidem tak, aby byl bez problémů srozumitelný, pochopitelný a použitelný.

Kdo je digitální designér?

Být digitálním designérem neznamena designovat na počítači. Digitální designér je člověk, který je schopen pomoci jím navržených digitálních služeb — a je jedno, zda jsou to weby, mobilní aplikace či jiný software — řešit problémy ostatních lidí a usnadnit a zpříjemnit jim tak život. A klidně může při návrzích digitálního designu používat obyčejnou tužku a papír...

Jak si obor digitálního designu stojí v českém prostředí? Jak velký je a jaký má potenciál?

Grafických designerů, kteří jsou schopni nakreslit „něco hezkého“ pro digitál už je v ČR vcelku dostatek. Horší je to ale s druhou skupinou designerů, bez kterých se moderní weby a aplikace neobejdou: UX (User Experience) designéři a interakční designéři jsou ti, kteří navrhují, jak se má daná digitální služba chovat k lidem, jaká má být struktura webu, jaké jsou jednotlivé interakce, prostě vymýšlí a diskutují „co se stane, když...“. Tato skupina designérů je v ČR zatím zastoupena odhadem pouze několika sty profesionály a opravdová špička je tak maximálně do 100 lidí. A teď si představte, že v jednu chvíli je na trhu otevřených dalších třeba 50 pozic. Může se to zdát málo, ale uvědomte si, prosím, že většina firem si naopak ještě ani neuvědomila, že by mohla služeb UX designérů pro svůj byznys využít. A jelikož dříve nebo později dojde k propojení s digitálním světem ve všech oblastech podnikání, je prostor pro rozvoj digitálního designu obrovský.

Co je předpokladem pro úspěšnou spolupráci designéra (produktového, grafického, průmyslového) a jeho klienta s odborníky z digitálního designu? Jak by taková spolupráce měla ideálně vypadat?

Předpokladem a základem ideální spolupráce je: vůbec ji navázat. Uvědomit si, že např. jako produktový designer jsem sice expertem na tvar / formu / ergonomii... produktu, ale pokud jde o jeho digitální „vrstvu“ (pokud existuje), měli bychom pozvat experta s příslušnou specializací, a takto to i vysvětlit klientovi. Zatímco fyzický produkt málokdy nabývá opravdu mnoha různých stavů, tak u digitálních produktů je to téměř základní podstatou jejich fungování — to, že se mění v čase a na základě interakce s uživatelem. Digitální designéři jsou na tuto “krutou realitu” připraveni a pomohou vám zmapovat a designovat jednotlivé stavy a interakce a to i v průběhu času. Z mých praktických zkušeností vím, že existuje mnoho kvalitních grafických designérů, kteří jsou např. schopni navrhnout unikátní, dobře rozpoznatelný a osobitý brand třeba pro hudební festival, ale bohužel pokulhávají v přípravě struktury a fungování jeho webových stránek. Tady nastupuje role digitálního designéra, který pomůže s přípravou tak, aby byly přehledné, pochopitelné a dobře použitelné pro

680
strana

návštěvníky tohoto festivalu. Je pochopitelné, že off-line i on-line obory designu se navzájem prolínají. A do budoucna se budou prolínat už jen a jen více, je tedy důležité si uvědomit, jaké jsou silné stránky členů designového týmu a podle toho jim rozdělit práci, případně tým doplnit. Tím se vracím zpět na začátek: Je důležité uvědomit si, s čím potřebuji pomoci a navázat spolupráci s těmi správnými lidmi, ale to není nic nového pod sluncem. To, co je nové, je relativní dostatek expertů na digitální design, takže v řešení problémů nemusíte být sami.

Jaká je budoucnost digitálního designu?

Já osobně si netroufnu předpovědět budoucnost oboru tak širokého, jako je digitální design, ale zkusím alespoň pronést jedno přání, které navazuje na předchozí myšlenky: Přál bych si, aby digitální obor jako samostatná specializace zanikl a jeho metody se staly nedílnou a automatickou součástí všech ostatních designérských specializací. Domnívám se totiž, že dříve či později přestaneme vnímat rozdíly mezi tím, co je on-line a co off-line a zkrátka nějakou tu digitální vrstvu bude obsahovat prakticky každý produkt či služba. A na tuto vizi budoucnosti by se měli všichni, kdo mají co do činění s jakýmkoliv designem, řádně připravit. Budoucnost je totiž digitální, tak ať vám neuteče.

„Domnívám se, že dříve či později přestaneme vnímat rozdíly mezi tím, co je on-line a co off-line a digitální vrstvu bude obsahovat prakticky každý produkt či služba. Na tuto vizi budoucnosti by se měli všichni, kdo mají co do činění s jakýmkoliv designem, řádně připravit.“



Výstava Digitální design: Pohled za pixely v GALERII CZECHDESIGN v roce 2015
/ Exhibition Digital Design: A Look Behind the Pixels at CZECHDESIGN GALLERY in 2015
Foto: Jakub Hrab



Design obalů

strana
092

strana
093



**Lars
Wallentin:
10
věcí
z praxe,
které
brzdí vývoj
obalů**

V oblasti obalového designu snad není povolanejší osoby než je Lars Wallentin. Proslulý obalový a grafický designér pracuje s vizí obalu jako prostředku komunikace. Jeho pražská přednáška se konala u příležitosti slavnostního vyhlášení vítězů mezinárodní soutěže Young Package, kterou pořádá společnost Model Obaly ve spolupráci s CZECHDESIGN. Článek Larse Wallentina vycházející z jeho praktických zkušeností s řešením obalů pro takové značky jako je Nestlé, Nescafé nebo Maggi nás přesvědčí, že je v obalovém designu stále co zlepšovat.

V obalovém designu je stále co zlepšovat

video z přednášky budoucnostdesignu.cz
web packagingsense.com
web young-package.com
kniha Lars G. Wallentin: Creativity Takes Courage! A book about designing packages and other media, 2015

strana
096

29 05 2015 přednáška Kino Aero Praha

Článek byl zveřejněn s povolením
pana Larse Wallentina. Převzato ze
stránky: packagingsense.com

60
strana

Obaly se dnes neustále zkvalitňují, a to jak po logistické, technické, materiální i ekologické stránce. Pokud se zaměříme na způsob, jakým obaly komunikují — tedy na to, jak podávají zprávy či poselství, jak přesvědčivé mohou být postranní texty a ilustrace nebo zadní strany obalů, vidíme malý nebo žádný pokrok, a to z těchto důvodů:

- 1 Společnosti jsou příliš vázané pravidly, které snižují kreativitu.
- 2 Brand manažeři mají potíže porozumět heslu „méně je více“.
- 3 Obaloví designéři nejsou příliš zdatní v typografii.
- 4 Nepracujeme postupně — směrem k řešení — a tím pádem pouze plníme obal informacemi.
- 5 Designéři a brand manažeři nemyslí na „celkovou komunikaci“, tedy jak maximalizovat komunikaci podle druhu média.
- 6 Používáme příliš mnoho informací a velmi málo komunikace.
- 7 Většina designérů zapomíná na prodejní roli obalu, tedy jak maximalizovat RTB (reason to believe — důvod věřit) nebo USP (unique selling proposition — jedinečnou nabídku).
- 8 Brand manažeři nevěří v neustálé změny.
- 9 Nedostatečně prozkoumáváme obchody. Měli bychom se učit i od jiných kategorií výrobků.
- 10 Brand manažeři se zdají být příliš svázáni tím, co říkají jejich právní kolegové, aniž by se zeptali na výklad právních předpisů.

Některé z výše uvedených bodů potřebují několik vysvětlení
Co se myslí tím, že jsou společnosti příliš vázané pravidly? Společnosti zaměřené na spotřební zboží se na slovo řídí směrnicemi a osvědčenými postupy a zapomínají, že hlavní zásadou je — dělat věci lépe, tj. zlepšovat. Navíc většina směrnic je příliš komplikovaná, a tím omezuje veškerou kreativitu.

Žijeme ve světě zahlceném informacemi a mladí brand manažeři nemají dostatek zkušeností soustředit se v jednotlivých médiích na to podstatné. „Tím podstatným“ na obalu může být: vkusný a líbivý vzhled POS materiálů (POS = point of sale — reklamní materiály využívané v místě prodeje), může to být prodejní text, ale i reklama nebo značka. V současnosti vzrůstá požadavek na to, aby se vše na obalu mohlo duplikovat i v jiných médiích.

Pokud jde o čitelnost, existují tři důvody pro optimalizaci typografie. Skvělá typografie vzbuzuje zájem, je snadno čitelná a nenuceně zdůrazňuje to, co je důležité a užitečné. Pochybuji, že obaloví designéři takto uvažují, protože většina zadních stran je nudná a obtížně čitelná.

Je nutné si uvědomit rozdíly mezi čistou informací, která nemusí nutně prodávat, a komunikací, která prodej zahrnuje, a tím je vlivná. Chcete-li upoutat pozornost a vynikat, musíte ve svém designu tu a tam něco změnit. Například Toblerone to tak dělá neustále. Stejně tak Google!

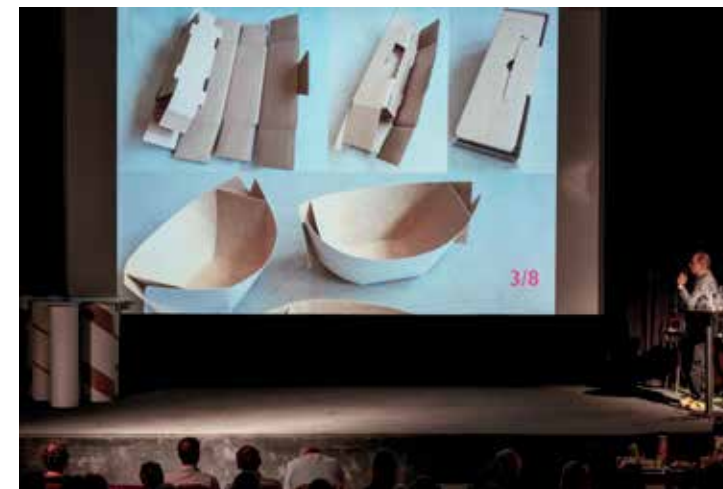
V neposlední řadě, obalový design ještě není ve firmách považován za stejně důležitý jako reklama. Výuka obalové komunikace je stále ještě v plenkách. Doufám, že mé webové stránky packagingsense.com a moje knihy pomůžou!



Young Package je mezinárodní soutěž, kterou již od roku 1996 pořádá společnost Model Obaly. Od roku 2009 soutěž organizuje CZECHDESIGN. Publikace 20 let obalového designu vyšla k jejímu jubileu. / Young Package is an international competition arranged by Model Obaly Company since 1996. CZECHDESIGN organises competition since 2009. Publication 20 Years of Package Design was released at the occasion of the competition jubilee. Foto: Jan Hromádka



Jan Činčera přednáší u příležitosti slavnostního vyhlášení výsledků soutěže Young Package 2015. / Jan Činčera is giving the lecture during The Award Ceremony Young Package 2015. Foto: Jan Hromádka



bio Lars Wallentin je obalový a grafický designér pocházející ze Švédska, kde získal vzdělání na Graphic Institute ve Stockholmu. V roce 1964 se přemístil do Švýcarska, odkud již více než 40 let rozvíjí kreativní řešení obalů pro značky jako je Nestlé, Nescafé, Maggi, nebo KitKat. Je aktivistou v oblasti obalového designu, vydává knihy, přednáší po celém světě a pravidelně publikuje na webovém portálu packagingsense.com, který pro tento účel založil.



**Jan
Činčera:
Co bylo dříve
považováno za
luxus, je dnes
v obalovém
designu
samozřejmostí**

**29
05
2015
přednáška
Kino Aero
Praha**

bio Jan Činčera je nejvýraznějším obalovým designérem u nás. Absolvoval Střední průmyslovou školu grafickou, obor Zpracování papíru a obalová technika. Zásadní pro něj bylo setkání s J. H. Kocmanem v roce 1983, který mu ukázal, že papír je nejen průmyslový, ale i poetický materiál. Od roku 1984 do roku 1989 pracoval ve Středisku obalového inženýrství Pražských papíren. Po roce 1989 pedagogicky působil na Akademii výtvarných umění jako asistent profesora Miloše Šejna v Ateliéru konceptuální tvorby. V té době se zajímal především o autorský papír a knihu. V roce 1994 založil s manželkou Zorou Studio Činčera, které společně provozují dodnes.

web cincera.cz
web young-package.com
facebook Young Package
kniha 20 let obalového designu,
CZECHDESIGN, 2015

**strana
100**

V obalech od Jana Činčery si odvezli upomínkové předměty a dary ze státních návštěv Jan Pavel II., francouzský prezident Jacques Chirac, britská královna Alžběta II. a další světové osobnosti. Kromě komerčních zakázek se studio stará i o obaly pro výrobky výrazných českých designérů: Jiřího Pelcla, Ronyho Plesla, studia Olgoj Chorchoj, Evy Eisler a mnoha jiných. Jak vidí nejspěšnější český obalový designér budoucnost své disciplíny?

Mezinárodní soutěži Young Package, jejíž porotě každoročně předsedáte, je již více než 20 let. Změnil se za tu dobu přístup k tvorbě obalů? Je design dnešních obalů jiný?

Obal jako takový se vnějškově ani moc nezměnil. Co se však výrazně změnilo, je celé prostředí okolo výroby obalů. Díky ekonomické situaci se výrazně šetří, což znamená, že materiály, se kterými se dnes běžně pracuje, musí být co nejlevnější, a to samozřejmě ovlivňuje jejich kvalitu. Ale na druhou stranu šly neuvěřitelně dopředu technologie, které se při výrobě obalů používají. Dnes musí mít všechny tiskárny a kartonážky špičkové vybavení, aby přežily. Součástí běžných obalů jsou dnes laky, fólie, ražby, atd. Co bylo dříve luxusem, je dnes všudypřítomná nutnost.

Čím dál častěji se objevují obaly, které zaměstnávají i další smyslové vjemy. Myslíte, že to je cesta pro obaly budoucnosti?

Je pravda, že některé obaly mohou mít něco navíc, například vůni, která je obsažena v povrchové úpravě. Ale už dlouho říkám, že jestli jsme na prahu nějaké revoluce v obalovém průmyslu, tak půjde o chytré obalové materiály. Budou se moci nabíjet, ponesou v sobě informace. Například budou měnit barvu podle čerstvosti potravin, nebude se muset pracovat s daty, která nemusí být přesná. Nebo budou běžné obaly, které v sobě budou mít GPS kód či různé čipy. Inteligentní materiály a z nich inteligentní obaly, které v sobě ponesou informace běžné pro dnešní počítačový svět, to je, myslím, budoucnost obalů.

Před dvaceti lety jste byl de facto jediný, kdo u nás obalu opravdu rozuměl. Změnilo se to? Vyrostli za tu dobu nějakí další obaloví designéři?

Nikdy jsem se necítil být jediným, kdo obalové problematice rozumí, samozřejmě. Faktem ale je, že tým konstruktérů ve Středisku obalového inženýrství v Pražských papírnách v době, kdy jsem tam od roku 1984 do revoluce pracoval, byl hodně silný. Mě možná víc zajímala estetická stránka obalů, tvary, proporce. V té době jsme navrhovali obaly na žiletky i piana, včetně grafické úpravy, tiskové přípravy. To, co jsme navrhovali, se následně v Pražských papírnách i vyrábělo, často ale s velkými časovými skluzy a technologickými problémy. Zákazníci z toho byli nešťastní. Vnitřně jsem se rozhodl, že kdybych se měl tomuto oboru sám nadále věnovat, měl bych to, co navrhu, umět také zrealizovat, nebo bych měl vědět, kde a jak se to dá vyrobit a zákazníkovi dodat komplet zakázku. Dnes samozřejmě v mnohém kooperuji a pracovní, často přátelské kontakty, které jsme si dlouhodobě vytvořili, považuji za zásadní. Neznám ve svém okolí podobné studio, které by k obalovému designu přistupovalo podobně komplexně, od návržení, výběru materiálu, konstrukce, řešení tisku až po samotnou výrobu, případně kompletaci. Je to vlastně škoda, tato osamělost mě netěší, nemám příležitost srovnávat. Myslím si, že vyrostlo hodně lidí, kteří se věnují papíru, ale trochu jinak — například váží, ilustrují a vydávají knížky, nebo se věnují spíše papírnickému a kancelářskému sortimentu zahrnujícímu bloky, diáře, sešity, deníky. Obdivuji to. Ale v čistě obalovém designu nevím, čekám, zatím marně...

**101
strana**

Island vs. Česká republika

strana
102

strana
103



Kamila Matějková: Islanská zkušenost

CZECHDESIGN projektová manažerka

bio Kamila Matějková, absolventka dějin umění Univerzity Karlovy, se díky současnému studiu oboru Arts management na Vysoké škole ekonomické v Praze věnuje propojení uměleckých a ekonomických aspektů kreativních odvětví, a to konkrétně v oboru design. Od roku 2011 působí v CZECHDESIGN, kde pracuje na projektech pro strategický rozvoj této disciplíny a podporu zapojování designu do praxe. Je autorkou či spoluautorkou řady článků, výstav a publikací o designu, mj. metodické publikace pro firmy s názvem Proč design? o procesu zapojování designu do praxe nebo odborné studie o situaci českého designu v rámci publikace Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR vydané Institutem umění — Divadelním ústavem.

celá studie ke stažení budoucnostdesignu.cz
organizace Iceland Design Centre
kniha K. Nelson, R. Cabra and C. Mount:
New Scandinavian Design, 2004
časopis HA magazine
instagram @icelanddesigncentre
facebook HönnunarMars // DesignMarch

Island je svou rozlohou o něco větší než Česká republika. Počtem obyvatel by však nezaplnil ani naše Brno. Rodinná atmosféra, specifické přírodní i ekonomické podmínky a notná dávka severského šmrncu činí z tohoto sebevědomého ostrova zajímavé místo k bádání. Kamila Matějková, projektová manažerka CZECHDESIGN, dva měsíce zkoumala podmínky a příležitosti designu na ledovém ostrově, pracovala po boku islandských kolegů a zjišťovala, že islandská a česká designérská scéna mají mnoho společného.

Zkoumáme příležitosti

Výsledkem dvouměsíční výzkumné stáže Kamily Matějkové v organizaci Iceland Design Centre je odborná studie „Podmínky a příležitosti pro přenos praxe v oblasti designu z Islandu do České republiky“, která shrnuje nabyté zkušenosti a know-how, nastiňuje několik aktivit a přístupů vhodných pro přenos do českých podmínek a přináší přehled o situaci v oblasti designu na Islandu.

Island vs. Česká republika

Ačkoli se na první pohled může zdát, že situace v oblasti designu na Islandu a v České republice je velmi odlišná, řada vlivných faktorů je oběma zemím společná. Islandská ekonomika byla do začátku 60. let dvacátého století značně uzavřená a limitovala import zahraniční produkce. Jistou analogii, i když jistě se zcela odlišnými příčinami i mírou dopadu, můžeme spatřovat v situaci České republiky před rokem 1989. S odstupem 30 let tak Island i Česká republika zažívaly rychlý nárůst zahraničního kapitálu i zboží, což pro místní průmysl a jeho infrastrukturu nezustalo bez následků. Designérská scéna je v obou zemích velmi malá a přetlak kreativců nad poptávkou místních firem je evidentní. Kromě konkurence v rámci vlastní země je také nutné čelit konkurenci vnější, ať už jde o blízké skandinávské státy a Velkou Británii v případě Islandu, nebo tradičně špičkový design Německa či Rakouska, sousedících s Českou republikou.

Podmínky designu na Islandu

Malý počet obyvatel a izolovanost ostrova od okolního světa je příčinou absence velkých firem a téměř nulové průmyslové výroby. Příležitostí pro uplatnění jako zaměstnanci výrobních firem nebo možnost získávat zakázky od výrobců jsou tak velmi limitované. Extrémní přírodní podmínky jsou zase důvodem nedostatku dřeva, což prakticky znemožňuje existenci nábytkářského odvětví tak, jak ho známe například z českého prostředí. Islandští designéři pro svou práci musí hledat jiné partnery. Příležitosti pro jejich práci skýtá velmi rozvinutý rybářský průmysl, farmářství a zpracování živočišných materiálů. Potravinářský průmysl a farmáři jsou designérům spojencem v odvětví tzv. food designu, jehož příkladem může být produkt Skyrkonfekt — dezert z kravského mléka vytvořený ve spolupráci designérů a farmy Erpsstaðir. Materiálem s velkým potenciálem je také hliník, kterého se na Islandu vyprodukuje více než 800 000 tun ročně. Většina nezpracovaného materiálu se však exportuje, aniž by se zvyšovala jeho hodnota přetvořením na produkty. Islandské design centrum na tuto situaci reagovalo projektem 13Al+, který se zaměřil právě na problém nadbytku hliníku a neschopnost ho užitečně zpracovávat přímo na ostrově. Skupina islandských designérů ve spolupráci se švédskými firmami zpracovávajícími hliník hledala cesty, jak s tímto materiálem pracovat.

Skandinávský kontext

Island je již tradičně považován za menšího bratra Skandinávských velmocí — Norska, Švédsko a Dánsko, a vzhlíží k nim nejen v oblasti designu. Společně s Finskem s nimi tvoří seskupení zemí, které se běžně označuje pojmem „severské státy“. V širší definici věhlasného sousloví „skandinávský design“ jsou však Island a Finsko někdy také zařazováni. Spíše než zdůrazňovat geografickou blízkost nebo národní identitu má toto vymezení podtrhovat společnou historii v oblasti designu a sdílení určitých hodnot. Začalo se používat před

více než padesáti lety, kdy severské státy začaly reagovat na ekonomické a politické výzvy poválečné situace a cíleně společnými silami propagovaly design a užité umění sérií výstav. Mezi nejdůležitější patří „Design in Scandinavia“, která v letech 1954—1957 cestovala Severní Amerikou, a „Formes Scandinave“ představená v roce 1958 ve Francii. V rámci druhé jmenované byl poprvé zahrnut islandský design.

Zajímavé je, že právě Island a Norsko — země, které nejméně přispěly ke skandinávskému modernistickému hnutí, jsou dnes místy, kde se v rámci severského regionu vyskytují nejaktivnější designérské komunity. V posledních letech tak můžeme říci, že Island své někdejší vzory v lecčems dohání a začíná těžit z výhod, které jako malý, izolovaný národ má. V oblasti designu se mluví především o faktu, že se současná generace designérů nemusí vyrovnávat se slavným odkazem minulosti, jako to mají Švédsko, Finsko nebo Dánsko s zmiňovanými legendami meziválečné a poválečné éry. Zjednodušeně řečeno, není moc na co navazovat, což skýtá větší svobodu a prostor pro vlastní cestu.

Iceland Design Centre

Tato organizace, zastřešující na Islandu oblast designu, je financována islandským Ministerstvem vzdělání a kultury a Ministerstvem průmyslu. Cílem centra je propagace designu a architektury — jako nástrojů pro zlepšování života společnosti. A zároveň podpora všech designérských disciplín — jako živé součásti islandské ekonomiky — s cílem zvýšení konkurenceschopnosti Islandu. Jednou z nejdůležitějších událostí, které design centrum pořádá, je mezinárodní festival a konference Design March, která se v březnu roku 2016 uskutečnila již po deváté. Jde o festival představující to nejlepší z lokální designérské scény spolu s vybranými mezinárodními jmény.

„Zajímavé je, že právě Island a Norsko — země, které nejméně přispěly ke skandinávskému modernistickému hnutí, jsou dnes místy, kde se v rámci severského regionu vyskytují nejaktivnější designérské komunity.“



Kampaň festivalu DesignMarch, který organizuje Iceland Design Centre / DesignMarch festival campaign organized by Iceland Design Centre
Foto: IDC

Budoucnost českého designu

strana
108

strana
109

**13
odborníků
diskutuje
o budoucnosti
českého
designu**

**24
02
2015
diskuze
o budoucnosti
českého designu
GALERIE
CZECHDESIGN
Praha**

Jak je na tom český design? Máme být s jeho vývojem spokojeni nebo tu něco zásadně chybí? Jde český vzdělávací systém s dobou nebo patří do 19. století? A jaký designérský obor je u nás nejméně zanedbávaný?

Třináct přizvaných profesionálů — designérů, pedagogů, teoretiků a zástupců médií a organizací aktivních v této oblasti, společně reflektovalo vývoj českého designu za posledních 5 let a zamýšleli se nad výzvami a příležitostmi do budoucna. Přinášíme výběr toho nejzajímavějšího, co by nemělo uniknout vaší pozornosti.

Vnímáte, že se v posledních pěti letech nějakým způsobem změnilo postavení designu ve společnosti?

Zdeno Kolesár, teoretik designu, VŠVU Bratislava
Zdá se mi, že určitý pozitivní posun nastal. Například na Slovensku před rokem vzniklo muzeum designu. Mám ale pocit, že se navzájem utěšujeme, že jdeme dopředu a přitom běžná populace ani nevnímá, že tu něco jako design je. V tom bych byl

asi trochu skeptický, protože v tom se za 10 let nic nezměnilo. Dám vám příklad — všichni u nás na Slovensku poznají aeromobil od Štefana Kleina, ale co se designu týče, je to asi tak všechno.

Helena Koenigsmarková, ředitelka Umělecko-průmyslového musea v Praze Vývoj v posledních více než 10 letech vnímám pozitivně. Byla doba, kdy nebylo nic a beru jako úspěch, že nyní i Ministerstvo kultury uznává design jako součást živé kultury. Pro mě osobně je pozitivní, že už nemusíme sbírat jenom prototypy pro dobrý design, ale i realizované produkty. To je z mého hlediska velký posun.

**„Děkujeme za takové
organizace jako je
CZECHDESIGN, které se
snaží aktivity zaniklého
Design centra ČR alespoň
částečně suplovat,
byť s mnohem menší
podporou.“**

Jan Němeček, produktový designér, studio Olgoj Chorchoj, pedagog na UMPRUM Já vidím posun obrovský. On také posun z nuly je vždy velký. To ale neznamená, že bychom dneska byli v dobré, nebo dostatečné situaci. Jedna z věcí, které sehrály velice pozitivní roli, byla krize. Přinutila spoustu firem, aby zkrachovaly a následně konečně vyměnily management za schopnější. Za druhé, aby si uvědomily, do jaké míry je pro ně design marketingově důležitý. Samozřejmě, opět ne všichni, opět ne dostatečně, ale ten posun je znatelný. Za toto krizi vdčíme speciálně ve sklářském průmyslu.

Druhá věc: velice se zlepšila kvalita mimopražských designérských škol. My jsme za tuto konkurenci velmi rádi, protože jsme v minulosti v podstatě žádnou neměli. Školy se pedagogicky omladily, začínají z nich vycházet zajímaví lidé...

Děkuji všem ostatním školám.

Třetí věc: zánik Design centra tomu

**strana
110**



Diskuze o budoucnosti českého designu,
GALERIE CZECHDESIGN, 24. 2. 2015
/ Discussion about the future of
Czech design, CZECHDESIGN GALLERY,
24. 2. 2015
Foto: Lucie Nohejlová



**111
strana**

všemu vůbec nepomohl. Přestože se pořád říká, že jsme to zavinili my, není to pravda. Snažili jsme se tomu zabránit, ale neúspěšně. Nicméně zase děkujeme za takové organizace jako je CZECHDESIGN, které se snaží jeho aktivitu alespoň částečně suplovat, byť s mnohem menší podporou. Design centrum bylo ve své exekutivě i formě trochu směšné. Určitý důvod své existence ale splňovalo, minimálně v tom, že schraňovalo informace a kontakty do zahraničí. Tyto tři posuny jsou za mě velmi zásadní.

„Pár fabrik si uvědomilo, že spolupráci s designéry potřebují. Jde o dvě světlé výjimky. Ostatní se ovšem potácejí někde hluboko v devadesátých letech a na hraně přežití.“

Gabriel Vach, designér keramiky a porcelánu, pedagog, ZČU Plzeň Kdybych měl hodnotit svou zkušenost s keramickým a porcelánovým průmyslem za posledních deset let, bude to asi podobné tomu, co se stalo v průmyslu sklářském. Pár fabrik si uvědomilo, že spolupráci s designéry potřebují. Jde o dvě světlé výjimky. Ostatní se ovšem potácejí někde hluboko v devadesátých letech a na hraně přežití. Za posledních 5 let jsem zaznamenal spoustu mladých tvůrců, kteří se keramice věnují po škole pod vlastními značkami — to je pro mě velká novinka. Co bych vnímal jako negativní, je přístup veřejnosti k designu. Pořád je to spíše takové ghetto. Uzavřená komunita. Chybí popularizace směrem k veřejnosti — možná nějaký pořad na ČT2, který by vzdělával o designu?

Kateřina Přidalová, teoretička grafického designu, zakladatelka portálů vizualnikultura.cz a Designreader Vnímám především významový posun pojmu design, který byl dlouhou dobu spojován s produkty a jejich autory. Za poslední dobu se uskutečnila řada akcí, byly vydány publikace interpretující pojem design ve slovesném způsobu, tedy ve smyslu činnosti, strategie, nástroje, apod. Nastal výrazný posun k tomu, že design nejsou už jenom produkty a jejich autoři, ale odhaluje se proces, který se za tímto slovem skrývá. Jak náročný ten proces je a že nejde jen o estetiku.

Myslíte si, že zmíněné pozitivní změny, kterým široká i odborná veřejnost v současnosti prochází, by měly být nebo již jsou reflektovány ve výuce designéra? Měla by výuka reagovat na společenské změny, nebo by studenti měli být vedeni k univerzálním hodnotám, které jsou na těchto změnách nezávislé?

Milan Pekař, designér keramiky a porcelánu, pedagog, UMPRUM Nejsem si jistý, jestli by měla výuka reagovat takhle rychle. Myslím, že to přijde samo. U designu keramiky jsou přístupy dva. Rozlišujeme design a „něco“, čemu říkáme art design, což je například studiová keramika. Oba tyto přístupy mají i odlišnou klientelu. Art design je spíše pro skupinu, kterou jsme tu nazvali pražskou bublinou nebo pro lidi zájímající se o tento segment designu. Myslím, že tento přístup roste se společností. Lidé o tyto produkty mají zájem, mají na to čas a peníze. Určitě je dobré, když existuje organizace, která jim ukáže, co se v oboru děje, co je nového a čím se naše produkce liší. Potom tu existuje ta druhá cesta, kterou je průmyslový design. V oboru keramiky vidím velký rozdíl především v uplatnitelnosti absolventů. Za poslední 3 roky se nám díky spolupráci s porcelánkami podařilo z každého ročníku umístit jednoho absolventa do firmy jako designéra. Před 10 lety jsme si vůbec nemysleli, že něco takového jde. Myslím, že je to skvělý posun a navíc, touto cestou se jejich produkce dostane i k široké veřejnosti. Jde totiž i o porcelánky vyrábějící pro IKEA. Tuto skupinu zákazníků je velmi těžké oslovit a tento způsob se mi zdá lepší cestou než pořady na ČT2, protože se k běžnému spotřebiteli nedostanou.

Jozef Kovalčík, teoretik designu, VŠVU Bratislava Co se týče rozvoje designérské scény, jsem velkým optimistou. Neplatí to však pro oblast vzdělávání na školách. Způsob výuky se za posledních 80 let prakticky nezměnil. Demokratické v tom, že by designér měl přemýšlet, kdo bude jeho produkty užívat, na školách dostatečně reflektována není. Nemyslím si, že studiový způsob výuky je nejšťastnější cestou. Myslím, že by studenti měli reflektovat to, co se ve společnosti děje. Vnímám to jako velký problém a rád bych, aby se diskuze vedla i směrem do škol a řešila otázky struktury výuky a systém v této oblasti. Diskuzi na toto téma na školách nevnímám, ani v ČR ani na Slovensku.

strana
112

„Art design je skvělá věc, spoustu z nás tento přístup částečně živí, protože uživit se průmyslovým designem je téměř nemožné. Ale art design není to, co bychom potřebovali do budoucnosti. Je to v podstatě okrajová věc, která nás všechny baví. Ale opravdový design, který zohledňuje multiplikovatelnost, ekonomiku a sociální aspekty, to už není žádná sranda. To už chce nějaké přemýšlení.“

Jan Němeček, produktový designér, studio Olgoj Chorchoj, pedagog na UMPRUM Co se týče přizpůsobování výuky trendům ve společnosti, mělo by to být organickou součástí výuky a podle mého názoru není potřeba tento přístup na školách institucionalizovat. Pokud jde obecně o systém výuky, myslím, že je dobré, když školy mají různé způsoby. Cesta kratších kurzů a velké mobility je skvělá. Na druhou stranu velmi oceňuji náš „zastaralý“ systém na UMPRUM. Jde o „bauhausovský“ styl výuky, kde se setkává různorodá skupina lidí, která se navzájem neuvěřitelně obohacuje. Velmi nám pomohl systém navazujícího magisterského studia, který vytvořil dva kratší bloky. V jejich rámci studenty často vysíláme na stáže. Během bakalářského studia vyjedou na jednu až tři stáže, absolvují stáž v jiném ateliéru a v magisterském studiu se ateliér obohatí o nově přichozí. Výuka se tím neuvěřitelně obohacuje. U nás tedy problém nedostatečné diversity

ΣΤΤ
DUBIJS

necítím, ale možná je to tím, že UMPRUM je unikátním příkladem. Myslím, že dobrou cestou je do výuky zapojovat výrobce a firmy. S nimi totiž přicházejí reálné problémy a úkoly. Art design je skvělá věc, spoustu z nás tento přístup částečně živí, protože uživit se průmyslovým designem je téměř nemožné. Ale art design není to, co bychom potřebovali do budoucnosti. Je to v podstatě okrajová věc, která nás všechny baví. Ale opravdový design, který se zohledňuje multiplikovatelnost, ekonomiku a sociální aspekty, to už není žádná sranda. To už chce nějaké přemýšlení. Tím nechci art design snižovat, ale je to jednodušší obor než ten skutečně aplikovaný design.

Co si myslíte o modelu organizací, které působí jako rozvojová centra při vysokých školách v zahraničí? Tato centra se nevěnují kreativě samotné, ale dalšímu růstu studentů a absolventů. Fungují nebo mohla by fungovat v České republice?

Jiří Hanek, grafický designér, pedagog, UJEP Ústí n. L., PROTEBE live Myslím, že tento model se ukazuje jako fungující. Trochu navážu na předchozí otázku. Ve spolupráci se školou cítím pořád nejasnost v tom, zda by se studenti měli zaměřit na umění nebo na design. Je důležité, aby si školy vydefinovaly své cíle a svůj přístup k výuce nasměrovaly k naplňování těchto cílů. U jakéhokoli projektu, ať už uměleckého či designového, je důležité vědět, s jakým cílem se do něho pouštíme. Jestli je cílem inovace, experiment, který mi má přinést potenciální posun a obě strany, firma i designér, tento cíl sdílí, pak je vše v pořádku. Školy by si měly v první řadě říci, jestli chtějí vychovávat a vzdělávat umělce nebo designéry. Toto rozhodnutí by se mělo odrážet ve složení výuky. Je jasné, že ve škole se nedá stihnout všechno, existují limity. Praxe je taková, že budoucí designéři, kteří mají po škole fungovat v praxi, studují dějiny umění a spoustu dalších oborů. Neříkám, že pro celkový rozhled a kontext tyto obory nejsou důležité, ale mám pocit, že jsou školy nastavené spíše na ten artový proud než na to, aby u studentů trénovaly dovednosti praktického typu, které jim umožní zvládnout profesionální přístup designéra-podnikatele. A zase jsme u těch cílů — vzděláváme budoucí zaměstnance, nebo podnikatele? Pokud zaměstnance, tak pro jaký typ zaměstnavatelů? Atd. Jde o schopnost jednat s klientem, o to jak sestavit celý projekt, jak ho uřídit, jak být empatický k zákazníkům. Často se setkávám s tím, že studenti vůbec netuší, pro koho navrhují.

**„Náš „zastaralý“
vzdělávací systém
je dobrý. Zahraniční
studenti, kteří k nám
jezdí na stáže, jsou z něho
nejdříve trochu v šoku,
ale ve výsledku mám
pocit, že jsme ho udrželi
tak dlouho, že se výuka
na našich školách stává
pomalu „cool“. Studenti
ze zahraničí mají sice
otevřenější myšlení,
zkusili si mnoho technik,
ale po čase zjišťujeme, že
řemeslně neumí
skoro nic.“**

Milan Pekař, designér keramiky a porcelánu, pedagog, UMPRUM Myslím, že by tento způsob uspořádání mohl výborně fungovat v blokové výuce. Nepřikláněl bych se k zavedení blokové výuky v celé škole. Náš „zastaralý“ systém je dobrý. Zahraniční studenti, kteří k nám jezdí na stáže, jsou z něho nejdříve trochu v šoku, ale ve výsledku mám pocit, že jsme ho udrželi tak dlouho, že se výuka na našich školách stává pomalu „cool“. Studenti ze zahraničí mají sice otevřenější myšlení, zkusili si mnoho technik, ale po čase zjišťujeme, že řemeslně neumí skoro nic. V řemesle jsme na tom opravdu dobře. S uplatněním po škole je to bohužel horší. Víím, že na školách existují různé semináře zaměřené na sebepropagaci, apod. Studentům ale většinou přijdou spíše směšné. Možná díky tomu, že jde o jednu hodinu v rámci celé výuky. Myslím, že by bylo efektivnější, kdyby takové vzdělávání fungovalo mimo školu. Stavěl bych se za to, že náš „starý“ systém není špatný. Díky němu můžeme být v něčem odlišní. Souhlasím ale s tím, že vzdělávání pro praxi chybí. Studenti vycházejí ze školy a dostávají poměrně velkou facku.

Myslíte si, že existuje oblast designu která stále stojí v pozadí?

Jiří Hanek, grafický designér, pedagog, UJEP Ústí n. L., PROTEBE live Hodně velkou výzvou je service design. Je to téma, o kterém se u nás zatím moc nemluví. V zahraničí se ale tato disciplína velmi rychle vyvíjí a pro ČR, jejíž ekonomika je na službách postavená, tato oblast bude do budoucna velmi důležitá. Design služeb je zajímavý tím, že na sebe nabaluje další designérské oblasti. Často souvisí s komunikačním a grafickým designem, s produktovým designem a dalšími. Tyto přesahy je podle mého názoru velmi důležité mapovat a školy by je měly reflektovat. Design služeb hodně využívá přístupu, kterému se říká design thinking. To je další současné velké a aktuální téma v oblasti mimo designérskou komunitu. Designéři ho často praktikují, jen ten proces takto nenazývají. Lidé z byznysu na něj ale často slyší a může to být komunikační platforma, na které by se mezi firmami a designéry mohlo stavět. Velkou příležitost vidím v design managementu, který, zdá se, úspěšně tvoří most mezi světem byznysu a světem designu.

**„Hodně velkou výzvou je
design služeb. Je to téma,
o kterém se u nás zatím
moc nemluví. V zahraničí
se ale tato disciplína
velmi rychle vyvíjí a pro
ČR, jejíž ekonomika je
na službách postavená,
tato oblast bude
do budoucna velmi
důležitá.“**

Kateřina Přidalová, teoretička grafického designu, zakladatelka portálů vizualnikultura.cz a Designreader Nejhůře v designu si podle mého názoru stojí grafický design. Myslím, že to vyplývá už z podstaty věci, protože jde o vizuální komunikaci, kterou mnohdy vnímáme podprahově. Zároveň grafický design nemůže nikomu ublížit, na rozdíl třeba od produktového designu, pokud je navrhován špatně. Pro veřejnost je grafický design nejméně čitelný a také se často spojuje v negativní konotaci s reklamou.

**„Rád bych vyzdvihnul
jednu oblast, a to je
výzkum v designu
a reflexe toho, co
se aktuálně děje
v jednotlivých
disciplínách. V České
republice i na Slovensku
cítím, že v tomto velmi
zaostáváme.“**

Jozef Kovalčík, teoretik designu, VŠVU Bratislava Rád bych vyzdvihnul jednu oblast, a to je výzkum v designu a reflexe toho, co se aktuálně děje v jednotlivých disciplínách. V České republice i na Slovensku cítím, že v tomto velmi zaostáváme. Publikací, které by reflektovaly současný design, je velmi málo. Pokud by existovalo Design centrum, myslím, že by mělo pracovat na reflexi oboru a zabezpečit kontinuitu. Další aktivitou, která chybí a o které se mluví s určitým despektem, je popularizace oboru pro širokou veřejnost. Je důležité, aby obor jako celek nebyl uzavřen pouze pro odbornou komunitu.

Diskuze, kterou moderovala teoretička designu a architektury Klára Mergerová, se zúčastnili:

Zdeno Kolesár VŠVU Bratislava, Katedra teórie a dejín umenia
Jozef Kovalčík VŠVU Bratislava, Inštitút vizuálnych a kultúrnych štúdií)

Jan Němeček UMPRUM, Ateliér produktového designu, Studio Olgoj Chorchoj

Richard Vodička UTB Zlín, Fakulta multimediálních komunikací

Helena Koenigsmarková Uměleckoprůmyslové museum v Praze

Michael Vasku UTB Zlín, Fakulta multimediálních komunikací, VASKU&KLUG

Jiří Hanek UJEP Ústí na Labem, Fakulta umění a designu, PROTEBE live

Milan Pekař UMPRUM, Ateliér keramiky a porcelánu
Gabriel Vach ZČU Plzeň, Fakulta umění a designu

Ladislava Sutnara
Žaneta Drgová VUT v Brně, FVU, Ateliér grafického designu 1

Darina Zavadilová Botas,

DesignSUPERMARKET

Kateřina Přidalová Designreader
Jana Vinšová CZECHDESIGN

Celý záznam diskuze najdete na czechdesign.cz.

The Future of Design

The Collection



Foto: Chris Moore

**Alice
Rawsthorn:
Design has
always
flourished
during the
periods of
greatest
change. We
are living in
just such an
era...**

**page
119**

World-Class Design Journalism
Journalists who are specifically and continuously focused on design issues are hard to be found in Czech newspapers. Let us be inspired by a journalist who evaluates, explains, critiques and discusses the design world. Alice Rawsthorn writes about design for the International New York Times, which is published worldwide. She is a member of the Board of Trustees for London's Whitechapel Gallery and is also a columnist for the respected British art and culture magazine, Frieze.

**The acclaimed
design critic Alice
Rawsthorn can
perceive design
just as few of us
can do. However,
the very last
thing she would
have thought
about is to
imagine a luxury
sofa or a display
showpiece under
this term.**

video lecture budoucnostdesignu.cz
website alicerawsthorn.com
twitter @alicerawsthorn
instagram @alice.rawsthorn
book Hello World:
Where Design Meets Life, 2013

02T
a6ad

23
09
2015
lecture
AAAD
Prague

page
121

Design, an Agent for Change
"Hello World: Where Design Meets Life" is one of the publications in which Alice Rawsthorn reflects on design. It is written to be accessible for all, not just for designers. In thirteen chapters she presents design from scratch. She answers the fundamental questions such as What is design?, Who is a designer?, What makes good design and why? Design is important and the book is full of interesting information, names, facts, research and discusses stories and current topics such as ecology, long-term sustainability, the relationship of art and design, or why everyone wants to be "the new Apple". Design is considered to be a very influential tool that influenced business in the past, still influences it at present and will play an increasingly bigger social role in the future.

You have a very broad overview of the world of design. Where, (geographically), do you see the epicentre of design? And do you think this will change in the future?

I don't think there is a geographic epicentre in design now. On the contrary, if design culture is to be dynamic and relevant in the future, it must become increasingly diverse and inclusive, partly to reflect the increasing geo-political and economic power of South Asia, Latin America and Africa, and partly to make the most of the design talent in those regions. It stands to reason that if we are to benefit fully from the design's power to change our lives for the better, we need the best possible designers, and we won't get them if they only come from certain countries or certain demographics.

You often object that design is intended only for the "top 10 %". From our own experience, design is associated with luxury and unaffordable prices very frequently. Have you seen any changes or improvements in the perception of design in recent years?

There has been a radical transformation in the perception of design. Since the Industrial Revolution, design has been formalised and professionalised, but also restricted to a commercial role, often used as a styling device. But our understanding of design has become increasingly eclectic and expansive in recent years. The old clichés about design still prevail, but it is also increasingly seen as a powerful solution to an ever increasing range of problems — from making social services more efficient, to developing effective and accessible educational tools that can help "the other 90 %", the under-privileged majority of the global population, to fulfill their potential.

What do you see as the greatest obstacles to the implementation of quality and functional design?

Despite the transformation in attitudes to design, I believe one of the biggest obstacles is still the misconception of design as a tool of commerce and styling. Unless society recognises the power of design in different contexts, it will not be able to benefit from it. An analogy would be a hospital that only treated physical ailments and ignored psychological ones. Its patients would not receive the range of treatments they need, nor would society make the most of design's possibilities.

How do you see the future of design in general? What materials, products or topics will be relevant in the forthcoming years, or in the distant future?

If you look back historically, design always flourished during the periods of greatest change, and we are living in just such an era. As a result, there are countless challenges and opportunities for design to address. Accelerating advances in science and technology. The deepening environmental crisis. The widening gulf between rich and poor. The painful realisation that so many of the institutions and systems that regulated our lives in the 20th century are no longer fit for the purpose. Those are just a few of them.

bio The design theorist and writer was born in Manchester and graduated from Art History at Cambridge University. In the years 1985—2001 she worked as a journalist at the Financial Times and pioneered the topic of creative industries. In 2006 she became a columnist for the global edition of The New York Times. In her professional biography we can find such important positions as Chair of the Design Advisory Committee of the British Council, and significant awards such as OBE, a British award for special contributions to the field of culture and arts, received in 2014. In addition to the aforementioned publication "Hello World", she has also written an acclaimed biography of the fashion designer Yves Saint Laurent.



Alice Rawsthorn lecture at AAAD,
Prague, 23. 9. 2015
/ Přednáška Alice Rawsthorn na
UMPRUM v Praze, 23. 9. 2015
Foto: Jan Hromádka



Radka Machalická: Czech design missing expert reviews

editor in chief
of the magazine
CZECHDESIGN.CZ

bio Radka Machalická graduated in Graphic Design at the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague. She has been working in the CZECHDESIGN organization since 2009, where from the beginning she worked on projects to support development and design from a professional position in the field. She is chief editor of the online magazine CZECHDESIGN.CZ and the manager of the international design competition specialising in packaging design — Young Package. In 2015 she founded a new brand of postcards on which she cooperates with Czech illustrators — Send with Fox.

website czechdesign.cz
website dezeen.com
website designboom.com
twitter @czechdesign
facebook CZECHDESIGN.CZ
instagram CZECHDESIGN.CZ

CZECHDESIGN.CZ magazine has dealt with the Czech design scene since 2003, when it was founded as the oldest Czech online media focused on design. It brings the latest information from the world of design, presenting new talents, informing about designers, job opportunities and competitions and shares with readers know-how about the introduction of design into practice. As the Czech journal focused on design how does it appear to its chief editor Radka Machalická?

What Czech journalism is missing about design?

Generally, there is no working critique of design. Theorists, and curators are dedicated to exhibitions and publications, editors write superficial articles. There is nobody who would focus on professional criticism. Newspapers publish very little about design. Often it seems that the Czech Republic is promoting a few groovy names and others apparently are not so good, or their work is not important. Design outputs are only praising, but missing somebody who would manage to look beneath the surface.

A large number of designers become famous abroad, not for their art objects, but designing that pushes the functionality of everyday objects. Readers, unfortunately often don't get to know. Also missing here compared to abroad is design that is often considered as a lifestyle and lacks the popularization of its second part, which solves the problem of its users.

We strive to give the public access to design. Copyright, setting effective cooperation or prices for design work, these are topics that relate to collaboration with designers, and we try to elaborate on them. I believe that the companies are the professionals in their work and appreciate this and it is good to have them where they can be found. Websites are the best place for it.

What is the Czech public interested about in design?

It's probably the same as in other areas. Most people are interested in issues that affect them personally and which are currently being addressed. Our most-read article last month featured a wedding dress by Czech designers. Another issue is the design focused on children. Contemporary designers successfully continue the Czech tradition and design copyrighted toys for children. They make them with local, non-toxic material and focus on properly designed toys — ones that positively affect the motor skills of the child. More and more parents it appears are thinking about what they buy, and we provide them with more specialist information.

Looking at foreign media topics? Which organizations are you getting inspired by?

For fresh news and interviews that provide insight into the work of designers, new techniques, trends and technologies we follow online magazines dezeen.com and designboom.com. In terms of the perception of design a great inspiration to us are the articles of British journalist Alice Rawsthorn. Experience from foreign organizations is best collected personal. One of our editors Kamila Matějková just returned from a two-month internship at the Iceland Design Centre and I think her perspective helps us to see things from a slightly different angle.

What are your plans for the web portal CZECHDESIGN.CZ?

Apart from designers and graduates we would like to focus more on candidates to study design. An overview of schools and studios should help them to select their future studies better. We are also preparing to recreate a directory of designers, where authors will have the chance to present their work. It is a good opportunity for young designers who have not had a chance to create their own website. But it will also be an area where the portfolio of designers will be in one place and it should also make it easy for the clients to find their way to them.



Karolína Vránková: Not every design deserves respect

journalist
Respekt
magazine

bio Karolína Vránková is one of the few Czech journalists, dealing with design and architecture for a long time and writes about it for the general public. She currently works for the magazine Respekt, where she prepares a regular column called Style. On Radio 1 she presents the programme about design with Adam Štěch. In the past she published in the professional journal Era 21, and she has editorial experience from the magazine Týden and cooperation with Czech Television. She is most interested in the topic of housing, especially self-help and shared housing.

Foto: Matěj Stránský, Respekt

magazine Respekt
magazine T Magazine (The New York Times)
magazine Zeit Magazin
website dezeen.com
website freunde von freunden.com

97T
ə6əd

Czech journalists who critically comment on the current design scene are very rare. Karolína Vránková, a journalist working for Respekt magazine, is undoubtedly one of the them. What does she consider as a symbol of functional design?

What is the Czech public most interested about in design and architecture?

The domestic public has been thoroughly mystified for years, and mostly it was the lifestyle journalists who participated in this; I admit to part of the blame. As a design they presented new shakers in the kitchen, then as architecture they presented houses. This concept design and architecture as an egocentric stylization of personal space is outdated. I think mainly in terms of architecture, the general public is even smarter. They realize the potential benefits of the architecture for public buildings and spaces around them as well as the functioning of cities.

We don't have many media outlets, regular columns and online portals that would address the design from other than lifestyle perspective. It seems that there is a bigger interest from architecture in this direction. How do you see the situation? How do you explain it? What is Czech journalism missing in the area of design according to you?

It is true that design remains enrolled as a somewhat deadend discipline, focused on the production of expensive redundant items. At its best it offers complex solutions: how to produce more cheaply, sustainably, how to control things easily and intuitively, how to repair them and so on. In the Czech Republic, however, we do not see such mental exercises much, there are not enough customers because production is almost dead. Even artistic design has a different level with a small-series production for demanding customers. Journalists don't see this, I think they have lack of experience and overview; and I'm talking about myself as well — I do not go every year to Design Week in Milan either. Moreover, they report extremely uncritically about design people as if the word itself has attracted esteem which is often undeserved.

Which products do you consider as a symbol of good and functional design? And which Czech designer's products do you like the most?

I like Škoda cars. I think they have reasonable quality for everyone, a reliable car, design that is not flashy and has dignity in aging. Yes, they lack a bit of the "X Factor" but I believe that even my Fabia will one day be cool. There are a lot of things that connect concept and quality. For example a mug called Minimax from the brand Whitefruits, is a gently ironic reminder of packaging for milk in a bag from the socialist era. To my disappointment the company closed down, you cannot buy it anymore and it remains a rarity. An authentic rarity is quite unusual in these days of unlimited production.

How do you see the future of design from the position of a journalist? What topics will become increasingly relevant?

I do not dare to predict. The sustainability of production is definitely the most serious problem to solve. New materials, new processes of manufacturing and recycling, here the designer can play a crucial role. As well this the design of quality processed utilitarian objects for demanding customers will continue to have importance — even when mass production and cost pressure degrades craftsmanship you can not expect a quick turnaround.

Which foreign media or authors would you recommend to follow for those who want to be well informed about design?

My favorite is dezeen.com. I like to be well informed, and straightforward. The New York Times T Magazine and Zeit Magazin, have good old-fashioned quality journalism. In the new media I like Freunde von Freunden — a good idea that has developed.

page
127



Jeremy Myerson: Instead of design for people create design with people

Design for Human Needs Universities and research activities belong together. Often, we encounter symbiosis of research centres on various topics, which acceded to the universities or are directly linked to them. The Arts and art school is no exception. A special case is the Research Centre, The Helen Hamlyn Centre for Design, which was founded at the Royal College of Art in London and functions as a valuable part of the university with interaction of practice, state administration and public space.

We can feel that interest in design is constantly growing and it is not focused only on being part of magazines but aspires to efficiently solve the society issues, particularly the global trend of population ageing. Jeremy Myerson came to present how the research involving students, companies, governmental agencies as well as city inhabitants might look like.

video lecture budoucnostdesignu.cz
website hhc.rca.ac.uk
organization Helen Hamlyn Centre for Design
book Selwyn Goldsmith:
 Designing for the Disabled, 1963
book Victor Papanek:
 Design for the Real World, 1971
book Danish Design Center:
 Design: The Problem Comes First, 1983
book Jeremy Meyerson, Philip Ross:
 21st Century Office, 2003

05T
 ə6əd

**10
 11
 2015
 lecture
 AAAD
 Prague

 11
 11
 2015
 workshop
 for students
 Product
 Design
 Studio
 AAAD
 Prague**

**page
 131**

Design Intended for Everyone

Jeremy Myerson was a co-founder of Helen Hamlyn Centre for Design (HHCD) at the Royal College of Art in London. Establishment of this centre was initiated and financially supported by a philanthropist and fashion designer Lady Helen Hamlyn in 1999. It was founded as a logical continuation of the international movement for accessible design that was gradually growing since the 1960s. In particular after the Vietnam War the Western society began taking into account injured war veterans who survived thanks to modern health care and helicopters transporting them from the battlefield. Society could not exclude anymore those war heroes from its centre due to their injuries and disabilities. In 1963 the publication "Designing for the Disabled" by Selwyn Goldsmith was released, it was followed by the iconic publication "Design for the Real World" by Victor Papanek in 1971.

Design vs. Ageing

At the beginning of the 80s an American designer Patricia Moore spent several months travelling around North America disguising her identity as an elderly lady — this definitely broke the waves. She faced a lot of discrimination and she described her experience in the book "Disguised" (1985). Thus she highlighted the fact that even entirely healthy people who are old experience excluding from the society and within her career as an industry designer she aspired to find suitable solutions how to avoid such exclusion. It was Helen Hamlyn who followed her experience and organized a revolutionary exhibition in London called "Design for Old" (1986). In the 90s Helen provided financial means needed for establishment of the study program and subsequently the research centre was set up at the Royal College of Art that at the beginning was engaged in research and design for increasingly ageing population. Helen Hamlyn Centre for Design has broaden its mission and has called the direction of designing it is engaged in with the term "inclusive", i.e. design that encompasses.

Design that Addresses the Biggest Market Possible

The essential and currently increasingly more up-to-date topic for Jeremy Myerson and the design team at HHCD remains designing of environment where people from all age categories can equally function. Whether this concerns interiors of British ambulances or the structure and equipment of large offices, the individual person using such space must be always the first one to be taken into account when designing. Design that can help solving the issue of one particular person can actually help many others. This principle of design dwelling from the peculiar issues of individual persons is very popular also in the Scandinavian countries famous both for their responsible approach to design and for the aesthetic quality of design. This approach and aesthetic values can be actually interconnected as evident from, for instance, the publication by Danish Design Centre Design "Design: The Problem Comes First" (1983). In the same way such design is organically interconnected with higher economic profitability for the producers since it is logical that the products of accessible design address larger market.

Helen Hamlyn Centre for Design

The research centre's activities are divided into three main areas. A laboratory called Age & Ability is engaged in design for accessible society regardless of age and abilities. The department of Health-care creates safer and better health services. Finally, the section of Work & City conducts research on the changing organization of work and city life. The project of the redesign of British ambulances and an interactive map of public toilets in London are two out of many projects that the centre is running.

Workshop: Seniors and Industry Designers

All participants enjoyed a very exciting practical workshop called "Designing for people's need" that Jeremy Myerson prepared for the students of the Studio of Industry Design at the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague. As part of the workshop students made designs for the specific users with specific needs. They cooperated with seniors from the organisation Elpida — namely with the ladies Hana Hejdová and Eva Hrazděrová, and gentlemen Emanuel Krása and Josef Rejzek. Design of a safer bus stop, a game for memory training, a solution for painless getting up in the morning or a project aiming to increase awareness of need for physical presence of the seniors were outcomes of the whole week's team work. It turned out that designing a product or a service closely to those whom such a product or service is aimed for is the principle that definitely helps students. Apart from that, they also enjoyed such work.

big Jeremy Myerson was a co-founder of Helen Hamlyn Centre for Design at Royal College of Art in 1999. He was the Director of the Centre until very recently — until 2015. A graduate of the Royal College of Art, he began his professional career as a journalist and founder of the British magazine Design Week (which now works as a web platform). As an activist and journalist in the field of design, he focuses on design for human needs and the role of design in social, demographic and technological developments. In 2003 he released a publication "The 21st Century Office".

Jeremy Myerson
lecture at AAAD,
Prague, 10. 11. 2015
/ Přednáška Jeremyho
Myersona na
UMPRUM, Praha,
10. 11. 2015
Foto: Jan Hromádko



Workshop for Industrial
Design Studio students at
AAAD, Prague, 11. 11. 2015
/ Workshop pro studenty
ateliéru Průmyslový design,
UMPRUM, Praha,
11. 11. 2015
Foto: Lucie Nohejlová



bio Anežka Adamíková joined CZECHDESIGN in 2014. A month internship became a two-year collaboration during which she undertook communication and marketing throughout the organization. Her background is in these sectors, which she studied at the Faculty of Multimedia Communications of Tomas Bata University in Zlín. During that time she worked for example on the exhibition PopUpShow of Zlín students at Milan Design Week and was also one of the main organizers of the exhibition Digital Design: A look Behind the Pixels, realized by CZECHDESIGN and Association UX. In spring 2016 she spent three months on a work placement in the Helen Hamlyn Centre for Design, where under the leadership of its Director Ramy Gheerawo she studied the topic of inclusive design and the role of research in the design process.

website hhc.rca.ac.uk
organization Helen Hamlyn
 Centre for Design
twitter @HHCDesign
instagram hhcdesignrca

**Anežka
 Adamíková:
 Design is not
 just about
 the products
 these days**

**CZECHDESIGN
 communications
 and marketing**

Activities of the Helen Hamlyn Centre for Design have been a great inspiration for CZECHDESIGN. Both organisations stayed in touch after the visit of Jeremy Myerson. Anežka Adamíková, a member of our team even went to this respected research institution for a three-month internship. What did she bring from there?

What was your first impression of the Helen Hamlyn Centre for Design? What were you most excited about?

Helen Hamlyn Centre for Design is doing great things, but it is very modest in its presentation and also the people who work in there. They are all very independent and confident in their work, often out of the office, but even then there is also some structure and hierarchy. The team is basically made up of a mixture of international graduates from various disciplines of design and architecture. I was intrigued by how important the research and design concept is in the context of the subjects that the centre pursues such as aging, health care, the work environment and urban life. First and foremost it's all about research, about the process of exploration, detection and discovery. There is always something changing in their projects — whether it's a new physical product or service or a change of mind or approach. The idea of accessible design is therefore omnipresent.

Which of the already completed or even ongoing projects is the most interesting in terms of social benefit?

One of the biggest and most visible media is definitely a project redesign of the interior of British ambulances. A team of researchers from the National Health Service and emergency services is cooperating on this project. The research project lasted six years. At the beginning it was a question of how to tackle the immediate need that the utilization of the capacity of the rescue units was effective. During the investigation it became clear that this involves the entire system for providing immediate medical care, the work of the medical teams and the operation of the internal arrangement of the ambulances. It was on this that they began to focus. In cooperation with other partner health organizations such as those in Denmark, Portugal and the Netherlands and based on thorough research they designed a new interior for ambulances. Overall the new arrangement fulfills a fresh ambulance standard for the 21st century, shortens treatment time and the patient and medical staff can make better use of the space in extreme situations. Another project worth mentioning is the SloMo mobile application that helps people struggling with paranoia and depression. The intended use of the application is both at therapeutic meetings, and at home, at work, or wherever else the patient is.

What could be the role of HHCD activities in the Czech environment in the areas of design inspiration? What might work in our country?

I think that in the Czech environment there is still a need to educate the general public to perceive design. Extending design perception from the physical world product and industrial design to design services, design-thinking, inclusive design, people-centered design, social innovation, design management, digital design, UX design. The shift is from problem to the solution. HHCD is indeed an academic institution, but they can cooperate very well with the commercial entities. They can move very well in the business world, collaborating on projects with government authorities and with other nonprofit organizations. I think that in this country we have much to learn about interdisciplinary cooperation. And like any cooperation this is about communication, access to communication and the communication process. I personally find it a very interesting and topical subject.



**Guy
Julier:
The
contemporary
audience
is interested
in design
that tells
stories**

Design vs. Contemporary Society

Design vs. Financial Crisis As Winston Churchill said: "Never let a good crisis go to waste". Design has been at its peak in the context of the economic and political events since 1980s. In this context its role is related to the need for innovation or implementation of saving measures. In the background of these motives design has two functions: the first one is to "feed" the market with objects and services and the second one is to signal change. The main theme of the lecture by Guy Julier in Prague was the relationship of design and the economic crisis.

**Why are Chinese
Shenzhen, Nairobi
in Kenya or Accra
in Ghana the
contemporary design
epicentres?
What is the position
of the current design
in museums
and galleries?
We have got
answers to these
questions and much
more from Guy Julier,
the principal research
fellow in the area of
the contemporary
design at one of the
most prestigious
institutions focused
on design
in the world —
The Victoria and
Albert Museum
in London.**

video lecture budoucnostdesignu.cz
website designculture.info
twitter @guyjulier
organization Victoria and Albert
Museum in London
book Guy Julier:
The Culture of Design, 2013

8ΣT
ə6əd

**26
11
2015
lecture
AAAD
Prague**

**page
139**

You've worked a lot on research and exhibition projects. What place do you think has the contemporary design in museums and galleries nowadays?

Through much of the late 20th century and until quite recently, design in museums has been shown mostly on its technological or aesthetic merits. Museums are currently beginning to take a more anthropological approach to design in showing artefacts that are about the social, cultural and economic world we live in — things that have interesting stories to tell. The Victoria and Albert Museum in London, where I am based, has started "Rapid Response Collecting" in this regard.

You have been attributed with having developed Design Culture studies as an academic field. There is no such field in the Czech Republic. Can you explain what is it about? In which way does this field contribute to the development of the field of design in general?

Briefly, Design Culture studies entail the study of design in the contemporary society. This means understanding the economic work of designers, how it is produced, mediated and distributed but also how it is consumed, experienced or works in the civil society. But it is important to research and understand the interactions between these factors and the role of design artefacts.

Which product(s) is a symbol of good, functional design for you and why?

In Brazil, there is Curitiba's Transmilenio rapid bus transit system that also inspired something similar in Bogota, Colombia. It's like a cross between the bus system and the rail system. This is a lower cost way of providing fast urban public transport without digging a metro system or laying tramlines. If you've experienced the traffic jams of Bogota, then you'd know why getting something like this in place quickly is important.

In your contemporary research project you are dealing with the relationship between economic and political situation and design. Thanks to the financial crisis design has experienced unprecedented development. Do you think it is at its peak?

The financial crisis is certainly not at its peak. Hungarian-born financier George Soros has predicted that it would run on for at least 20 years. It's not just the financial crisis itself. It's a crisis of environment, security, governance, population movement, resources and many other things. All these things are linked. Design has a crucial role to play here, but it can't do everything on its own.

You have a very broad overview of the world of design. Where do you feel the strongest epicentre of design in the world, and where do you see it in the future?

There are lots of epicentres, not just one — all for different reasons. Shenzhen for open innovation and rapid manufacture. Copenhagen for design, urban planning and policymaking. I was

told that Accra in Ghana is amazing for robotics as is Nairobi in Kenya for technology. Then there is the global Transition Towns movement — not a centre, but a network.

And how do you see the future of design in general? What materials, products or topics will be relevant in the upcoming years, or in the distant future?

We barely understand the present, present, let alone are we able to speculate on the future. We know that design as a profession and a thing to study is growing everywhere. That will continue, but judging by what's happening at the moment, there will be several futures for design.



Guy Julier during his lecture at AAAD, Prague, 26. 11. 2015
/ Guy Julier během své přednášky na UMPRUM, Praha, 26. 11. 2015
Foto: Jan Hromádka

bio Guy Julier is a professor at the University of Brighton as well as principal research fellow in the area of the contemporary design and applied arts at The Victoria and Albert Museum in London. His research theme is "Design Culture" investigating the design role in the context of the current society. After graduating from History of Design at the Royal College of Art in London, he worked as a consultant at the London Design Museum and other institutions. He was dealing with the contemporary Spanish design as well as contemporary Hungarian design and craft. In the recent years he is also active in the area of social design. A frequent topic of his projects is the critical role of design in current society through debates he has organized at the Victoria and Albert Museum. He is the author of the book The Culture of Design already with three editions.



Helena Koenigsmarková: We must strengthen the confidence of Czech design

director of the Museum of Decorative Arts in Prague

bio Helena Koenigsmarková runs the Museum of Decorative Arts in Prague since 1990. Before taking up the post of Director she worked here as a curator of furniture and metals, specializing in tin, and later on historical toys. She is professionally engaged in tin medieval pilgrim badges for many years. Currently she is undertaking two large investment projects: construction of Museum's central depository which was opened on April 2016 and an extensive reconstruction of Museum's historic building and preparation for its reopening in the second half of the year 2017.

website upm.cz
organization Museum of Decorative Arts in Prague
book Milena Lamarová: Signum Design (Czech Design 1980—1999), 1999
book Lada Hubatová-Vacková: Quiet revolution inside ornamentation, 2012

The Museum of Decorative Arts in Prague was founded by the Prague Chamber of Commerce and Business in 1885. Helena Koenigsmarková has run the museum since 1990. What is her view of the role of design in current society and which publications of Czech design should you not miss?

How do you see the future of design as a discipline from the position of director of a major Czech museum of design and decorative arts?

I like to say that with regard to design, museums of our type have to reflect the present in relation to the past and preserve it for the future. Design as a discipline has been and will be...

The role of design and its impact on society is constantly changing. Classical disciplines such as product and graphic design complement the new disciplines for example in the digital design industry. What place do you think design has in the context of museums and galleries today? How can traditional museum institutions reflect these recent changes?

I already answered this in the first question. When we open new exhibitions in a renovated historic building, which should be in the second half of 2017, there will be enough space for the presentation of design so that we can visualise the role of it in our lifestyle over time. Above all, which design work was innovative and which were eventually proved not to have any new value.

Which products do you consider as symbols of good, functional design?
Exactly these requirements relate to the design of chairs.

If we did not have to worry about limited resources, what would you do for the support and development of Czech design?

It is very important to strengthen confidence, a lot of our wonderful artists gain awards abroad, work for foreign companies and many of them achieve great performances at home as well, but this is still not enough. Rather what is missing is a common solidarity and recognition of what has been done. I also believe that it will be possible to regain the participation of state aid in major designer shows, such as Triennale in Milan.

What in recent years has really pleased you in design?

It is my satisfaction, that perhaps through such events as the prizes Czech Grand Design, people become aware of quality design in a spectrum of disciplines as well as for a wider audience through television broadcasts, even if they can not fully convey the atmosphere of the act itself in the midst of all those awarded, hopeful and disappointed, but also ready to share in the success of others. It's great that Czech companies and also foreign companies, contact Czech designers. The school of AAAD or Zlín University and other schools work very well.

Could you recommend three publications that readers who want to have an awareness of Czech design should know?

I consider the catalogue of Milena Lamarová — Signum Design (Czech Design 1980—1999), as an important publication and she gained at least part of her knowledge from the Czech design environment. I would recommend all the publications of Lada Hubatová-Vacková, eg. the book Silent Revolution in Ornament. Also I expect that the compendium of institutions of design in the 20th century in our country, which our museum after several years of research and editorial work is now preparing to publish this year will become the essential guide for anyone with this interest, but also be more generally historical.



Design Council: Design Thinking in practice

Design Innovation

Design Council This world-famous design centre was founded in 1944 to demonstrate the value of industrial design in post-war Britain. Its role has changed over the years, but it still has the objective of improving the quality of life by involving design, which it does thanks to the public support and private sponsors from British companies. Through its activities it supports creative innovations which based on extensive research stimulate the growth of the business, transform public services and improve the quality of life in cities and regions. Apart from research activities they provide consulting in design to small and medium size businesses and help the government improve services and make them available to the public.

Jonathan Ball and Kate Zechner, experts from the British Design Council, one of the most efficient design centres in the world, came to Prague to lecture on the topic of Design Thinking in practice. The programme included a workshop in Karlovy Vary, which helped launch design development in this region. The Design Council, which calls this process "Democratising Innovation", showed us how to contribute actively to creativity, design and innovations within the work team or the whole company.

video lecture budoucnostdesignu.cz
website designcouncil.org.uk
twitter @guyjulier
project Design For Europe
twitter @designcouncil

94T
 ə6ad

**26
 01
 2016
 lecture
 AAAD
 Prague**

**26
 01
 2016
 workshop
 Karlovy
 Vary**

page
 147

Jonathan Ball

Jonathan Ball is one of the associates of the British Design Council. He operates in the field of design implementation, which focuses on human needs and which helps organizations and businesses to achieve a new degree of innovation. In the British Design Centre he operates as a program strategist, he cares for the portfolio of companies and is involved in research and services for public institutions. Besides the Design Council Jonathan also works as programme director and head instructor at LUMA Institute in Pittsburgh (USA). Also he participated in their first client-focused European programme Innovation by Design.

Workshop for Karlovy Vary Region

The all-day workshop on the development of creativity in the Karlovy Vary Region was organized by CZECHDESIGN in collaboration with the organisation PROTEBE live with the target of transferring experience from the UK to the Karlovy Vary region and introducing local citizens to how they may create innovation and encourage business growth in the city or the region. Jonathan Ball and Kate Zechner from the British Design Council prepared a programme focusing on the effective use of design for innovation and cultural development in the region. The workshop was attended by 24 major participants from the Karlovy Vary region, from Karlovy Vary, Sokolov or Mariánské Lázně. The output of common working day was four strategies for supporting creativity in the region. PROTEBE live is currently coordinating further action and is acting as a mediator for further cooperation of all concerned.

"The results of the workshop exceeded my personal expectations. It gave us the courage to continue in our activities."

PROTEBE live

The PROTEBE live organisation in Karlovy Vary is an association of design activists and patriots, primarily lead by the graphic designers Tereza Bredlerová and Jiří Hanek. For ten years they have built up the image of Karlovy Vary as a cultural and civically active city. Their aim is to live in a "live" city and region. The design gallery SUPERMARKET where they organize a year-round program of exhibitions, lectures, workshops, and networking meetings helps them in their endeavour. With the Lifenetdesigning project, in which CZECHDESIGN also participated, they support educational events and publications of many young designers while gaining practice.



bio Ludmila Boháčová works in the organization CZECHDESIGN since 2011. She does consulting services for companies which are looking for the most appropriate way to bring in design. She also promotes and presents the Czech design at the national level with various activities, while taking into account and drawing attention to its social level as a tool for creating accessible environments and products without barriers. She organizes competitions for designers and promotes visual accessible communication in urban environments. She is a graduate of art history at Charles University and during her studies she gained experiences also in Vienna and Hamburg.

Ludmila Boháčová: Companies vs. designers. How to find a common language?

**CZECHDESIGN
Design Lab
manager**

website czechdesign.cz/english
organization CZECHDESIGN

84T
a6ad

Interest in design by Czech companies is growing steadily. One of the sites, which serves as an incubator for the collaboration of designers and commercial contracting organizations is CZECHDESIGN with the consultancy service Design Lab. How does the cooperation between a designer and a company operate? What are companies expecting and how ready are the young Czech designers for the cooperation?

How are the Czech companies in design? Are they open to creative collaboration?

Well it would almost seem that the Czech design has proliferated — the interest of companies in design is really huge. There is a rise in interest in the organization of open competitions for designers, as well as sealed tenders. At the same time, companies have more tools on how to lead design — they can apply for innovation vouchers, participate in the programme CzechTrade promoting design as a competitive advantage, or use the consulting services that help companies answer the question of how to design and how to attain it.

Every month more and more companies are turning to us asking for advice and consultations, but seek this for example at the European level. We still, as far as cooperation between companies and designers is concerned, lag far behind the European leaders. Companies that use design which are only on the level of designing bussiness cards or don't care about design are still the majority in the Czech Republic. The exceptions are those which are involving design at an equivalent level to the process of directing the company, and there are very few who see in design the strategy for its own direction.

What is their motivation for collaboration with the designer? What on the contrary are their biggest concern about the involvement of design?

Most of the companies with which our practice meets, feel they "need time to catch up," but suspect that the involvement of design may have economic benefits for the company, and they understand that design is a way to outdo their competition. In some cases, the contractor is not interested just about the copyright work of a designer but also about effective PR, which offers for example a form of open competition for designers.

The biggest problem concerning cooperation between creative workers and businesses appears to me to be mutual communication. The languages of business and creativity are very different and therefore in the initial phase of cooperation it is important to have a mediator — independent party, who observes fair treatment on both sides and fixes from the beginning of cooperation clear rules.

The classic initial barrier in negotiations between the company and the designer is the financial issue — in many cases the client has no idea how much design costs nor in what forms the designer can be paid. I have on my mind for example royalties from sales or a success fee, which are particularly useful tools for companies that do not want to skimp on the design, but also do not have the required amount of money at the beginning. The designer can therefore jointly conclude an agreement, when part of his remuneration derives from the company's final profit. These are precisely the situations in which an experienced mediator is needed most — and can prevent potential misunderstandings and produce all the options on the negotiating table, including those which the company would not find in negotiations with the designer.

What is the biggest obstacle to introducing design into practice? What on the contrary, helps the most?

Large companies understand very well what design is worth — each wants to be the second Apple. Small and medium companies often don't have the necessary capacity and capability to participate effectively in design. Therefore for them we created our consultancy service, whose

page
149

biggest advantage is not just a recommendation from “next door graphic” for new business cards, but a comprehensive understanding of directing the company. This emerges as a proposal from us as to how to put the design process into practice of each company to begin with and then successfully continue.

The client often does not know what he wants until he sees it. For this reason, I recommend businesses to develop sketches from multiple designers. This will avoid a situation that, after a demanding process of creating their own assignment and selecting a designer from the number of Czech designers, the result is a proposal that absolutely does not meet their expectations. However, if none of the sketches from multiple designers corresponds to the idea, which in the case of a closed tender may be found in a short time, it is possibly not an error by the designers, but one in the actual assignment — the design brief.

Preparing the design brief should not be underestimated by companies. They define not just the designer's task, but careful preparation of the design brief forces them to put the design into the structure of the company so they think about its implementation (for example, who will be responsible for cooperating with the designer), and finally define what they expect from the design. Creating a design brief for clients often needs mentors, because this seemingly trivial matter is crucial for successful cooperation with the designer, for whom the design brief presents all the information which he needs to make sketches or a prototype.

Are the young Czech designers ready to work with the company?

We constantly hit the unpreparedness of design graduates for their future practice. At art and industry-oriented universities the students are often in one atelier led by one teacher. Then it depends on the teacher whether his students during their studies maintain contacts with practice or not. Questions of copyright, the protection of industrial and utility designs or value of real design work are for many design graduates still a Spanish village. Then it depends on the assertiveness of each of them, how they cope with these issues — whether, for example, already during their studies they had a graduate internship abroad or worked in a design studio and so on.

Offering students a helping hand for practical orientation is one of the essential activities of our organization. We organize lectures, workshops, exhibitions, make publications and we bring in foreign experts. Another option for students to be better prepared for future practice is participation in open competitions. During our thirteen years of existence we have done 37 of these and we are not afraid the company will not be interested about them in the future. Open competitions send a wonderful message that here is a company that supports young Czech designers. Therefore it shows in the best light and builds much more respect in the industry, while having thanks to the contests, a company which has entirely practical ways of getting future colleagues, expand the customer base and their horizons about materials, products or where other solutions are concerned.

Were you surprised by anything in the current practices? What are you pleased with?

One would think that the design implementation in a company would be a simple process. That is unfortunately not the reality at all. It's a long haul and the first tangible results may only appear after two or three years. The process itself it is about spawning places where anything can go wrong, that there is no space even to mention them all.

Successful cooperation with the client and designer is sometimes a little miracle. I also feel that younger students who are increasingly involved in design competitions take these opportunities very seriously. Such an example is the Luhačovice Spa Cup competition in which all the participants and finalists compete entirely professionally. Or the

Funeral Design Contest, which raised a huge wave of interest and opened a theme that extends far beyond the commonly perceived design. These overlaps makes me very happy — for example, when designers entered the competition with proposals from lockers for blind children to a kindergarten or authors of packaging design who are sensitive to the problems of old age and the specific demands that come with it. This responsible attitude of the designers I meet more often now and believe that they belong to the future of design.



The winning proposal by Zuzana Knapková in the competition Funeral Design organized by CZECHDESIGN and the Administration of Prague cemeteries
/ Vítězný návrh Zuzany Knapkové v soutěži Funerální design organizované CZECHDESIGN a Správou pražských hřbitovů
Foto: archiv autorky / author's archive



info Section for Science, Development and Innovation was established by the Government Office to coordinate and manage the system of science and research. The head of the section is Deputy Prime Minister for Science, Research and Innovation Pavel Bělobrádek, who is also the chairman of the Government Council for Research, Development and Innovation and the Council for Research and Development and the Economic Growth. Support of science and research is seen as an important component of the competitiveness of the Czech Republic, therefore the operations portfolio section also includes improving cooperation between academia and the business sphere, and the popularization of science and research. Design belongs to the strategy of development of cultural and creative industries.

**Pavel
Bělobrádek:
I hope both
designers and
companies
in the Czech
Republic
find a common
language**

**Czech Deputy
Prime Minister
for Science,
Research
and Innovation**

website vyzkum.cz
facebook Science, research and innovation
twitter @Vedavyzkum
twitter @PavelBelobradek

**ZST
a6ad**

Design in the Czech Republic still has underutilized potential to increase the competitiveness of Czech companies on the international market. With the increasing interest in the cultural and creative industries, however, we can expect more and more opportunities for the development of design, which is part of them. How does the Czech Deputy Prime Minister for Science, Research and Innovation Pavel Bělobrádek look at the current and future role of design in industry?

How does the Czech government see innovations based on design? How does it support cooperation between companies and designers?

The government has supported the Cultural and Creative Industries (CCI), among which is included design, as one of the priorities of its policy statement. We also created a special committee within the Government Council for competitiveness and economic growth, which deals with the systematic support of CCI and most importantly, we managed to integrate CCI into the National Policy of Research, Development and Innovation for the years 2016—2020. This was approved by the Czech government in February. This means that support for design finds itself alongside the “big” sectors such as engineering, energy and the automotive industry. Programmes aimed at financing research, development and innovations will also put emphasis on the needs of CCI. To me, this is a historic turning point in the perception of the creative industries, which hasn't been there in the past.

Do you think Czech companies need to start to think about design as an innovation which can bring them competitiveness?

First of all, I think that the Czech Republic has generally a big problem in the long term in its ability to present itself externally. And this concerns not only to the state but also the companies which underestimate the role of presentation, the role of design and the role of “soft” disciplines on the border of art. We can see better times, but significant change will only bring continuous cultivation of companies in this regard with the emphasis on authenticity and uniqueness. More and more manufacturers see that the authenticity of the product is one of the major competitive advantages in a tough global market.

How do you see the future of design and its potential in the Czech Republic?

The Czech Republic has tremendous potential in this area. Just look at the fantastic and progressive things it could produce and offer to the world in the first half of the 20th century. And despite the political-economic “tightening the screws” after World War II, there remained in the former Czechoslovakia in specific fields a high standard of quality design. It remains in the DNA of the country and its people. Moreover, countries without mineral resources have the only one way today to register globally and this possibility is the use of intellectual resources. And design certainly has value. Therefore, our designers should be actively involved in discussions about the future of the Czech Republic, and to discuss their vision for our country and how they can contribute to it. The future of design in our country is intrinsically linked to the future of the industry and the future of our culture and identity. And therefore designers can be a sort of medium for linking seemingly distant worlds, such as art with industry or business. I hope both designers and companies in the Czech Republic find a common language.

**page
153**



Norway inspiration: Design for sustainable behaviour

Design and Sustainability

Norwegian Inspiration Norway is a country where sustainability runs through many projects. One of the reasons for this is the attention focused on research in this field and training towards sustainable solutions at Universities and University Colleges. The Future of Design invited professors from two Departments of Product Design (from the Norwegian University of Science and Technology and the Oslo and Akershus University College of Applied Sciences) to Prague for three lectures on design and sustainability at the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague, and a practical workshop was organised on this topic alongside.

Why to create design for constantly newly created products? Are they really needed? It is possible you ask yourselves this question during your work as well. Designers and teachers from The Norwegian University of Science and Technology held several lectures about design, sustainability and responsibility.

video lecture budoucnostdesignu.cz
website ntnu.no/design
organization Norwegian University of Science and Technology
book Rebecca Proctor:
 The Sustainable Design Book, 2015
book Rob Thompson:
 Sustainable Materials, Processes and Production, 2013

95T
 ə6əd

**13
 10
 2015
 lecture
 AAAD
 Prague**

**14
 10
 2015
 workshop
 for students
 Product
 Design
 Studio
 AAAD
 Prague**

page
 157

Do Not Accept the Working Environment as It Is

All three guests — Casper Boks, André Liem and Tore Gulden work at the intersection of science, technology and design practice. Their experience and methods are applied in the industry environment that is always bigger as a whole than an individual person. Nevertheless, this definitely does not mean that there would not be any space for reflections on direction of the field, ecologic sustainability or intercultural exchange.

"It is very important to involve students in such topics as sustainability. This changed a lot during my pedagogical career. Even though we teach students scientific methods that can be applied in their future industrial design engineering careers, they should never take things for granted and adapt their knowledge to the actual circumstances," prof. Casper Boks comments.

Sustainability Is Not Ment Only for Idealists

The line between idealism and pragmatism might be even finer than one should think at first sight. Companies are not restricted to apply just sustainability-focused such as so-called critical design, which challenges the attitudes of users regarding sustainability, there are also pragmatic reasons and ways to address sustainability that will lead to both cost savings and lower impacts on the environment. One example can be economical design of packaging or effective logistic services.

Decision Is up to You

"Design students have to be aware about the consequences of their decisions, and have knowledge about methods, tools and perspectives that can help them oversee these consequences. Nevertheless, the decision what and how to design is eventually up to them," comments Casper Boks. *"If they wish to design a new generation of cell phones because previous one is already three months old — that is up to them but they must know the moral and environmental consequences of their actions,"* adds Boks.

Design Solutions, Not Products

We intensively discussed the topic "Why to create design for constantly newly created products" at the workshop with the students of Product Design at the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague. The projects we worked on in groups did not actually resemble regular assignments at Czech universities. The objective was to identify topics related to undesirable behaviour, research it for some time, and then propose a solution. Topics chosen by the students were related to purchasing new cars, avoiding lack of social communication in public transport, and to find answers for how the academies of arts, architecture and design should more adequately prepare the students for the real world.

And What About Designers?

The Norwegian visit and its topics were focused particularly on the methodological level and wide approach to design as a field inter-connecting various cultures, objectives and aims and particularly people and social groups in various situations. And what about designers? *"In spite of the fact that the environment*

and objectives of our work change, we should still be those who, comparing to the other professions, think in a visual way," commented professor Tore Gulden in his lecture. "The original aesthetic or artistic visual and sensual perception can be accompanied, for instance, by the ability to recognize, display and describe complex systems. Thanks to it we designers can be useful for all other people and professions," he added.

bio

Casper Boks: Sustainable Designers, Companies and Users

Prof. Boks is head of the Department of Product Design and his research and lecturing work combine interactive design, technology, environmental psychology and industrial design focused on development of sustainable products and services in this area. "Design for Sustainable Behaviour" was the topic for his Prague lecture. The research activities of Prof. Boks and his students focus on creating tools to help designers and companies in the process of sustainable innovation and to find opportunities to respect the environment and use a sustainable approach in the context of their commercial interests. The users themselves are also important; products should motivate and enable them to be used in a sustainable way.

Tore Gulden: Visualisation of Complex Systems

Prof. Tore Gulden works at Oslo and Akershus University College of Applied Sciences. The subject of his research activities is design, culture and sustainability, he addresses issues such as design for health, toy design and product life. He came to Prague with the lecture "Gigamapping: Visualisation of Complex Systems" about a progressive field called Systems Oriented Design — design solutions to systemic thinking to solve various issues. Gigamapping is one of the tools of this discipline which was created by designers for their work.

André Liem: Design and Culture

As an associate professor at the Department of Product Design at the Norwegian University, André Liem focused his professional career on design processes and methodology, technology and product development for industrial production and education in the field of design. As an associate professor of industrial design, he also worked at the National University of Singapore. In Prague, he presented the lecture "Culture in Design and Innovation" about the design and its relationship to culture and innovation.

Workshop for
Product Design
Studio students,
AAAD, Prague,
14. 10. 2015
/ Workshop pro
studenty ateliéru
Produktový design,
UMPRUM, Praha,
14. 10. 2015
Foto: Jan Hromádka



Lecture evening
with Norwegian
experts at
AAAD, Prague,
13. 10. 2015
/ Přednáškový
večer s norskými
experty na
UMPRUM,
Praha,
13. 10. 2015
Foto: Jan
Hromádka





bio Riikka Talman is a PhD student from The Swedish School of Textiles in Borås, which deals with research in the discipline of textile design at the Smart Textiles Design Lab. With rich experience in the textile sector she is currently researching the tactile qualities of textiles, aging of materials and how fabrics with expressions that change over time can be designed.

Riikka Talman: Sustainable future through the textile industry

21
04
2016
lecture
AAAD
Prague

video lecture budoucnostdesignu.cz
website hb.se
organization The Swedish School
of Textiles

09T
a6ad

The concept of Smart Textiles opens up for possibilities to create a more sustainable textile and fashion industry. The Swedish School of Textiles is one of the most progressive educational institutions in the field of textile and the fashion industry and it has developed research in this discipline for several years. One of its specialists, Riikka Talman, unveiled in Prague the future of the textile and fashion industry.

The Swedish School of Textiles

The university was founded in 1866 and is one of the most prestigious educational institutions focusing on the textile and fashion industry. It is part of the University of Borås, which is located on the west coast of Sweden. The main focus of its international research activities is sustainability in terms of consumer behaviour, global market and recycling and new ways processing of textiles. University students can use the facilities at several research centers — Textile Fashion Center, Fashion Incubator and Smart Textiles Design Lab.

What is the concept Smart Textiles?

The term Smart Textiles refers to textiles or garments that have some types of enhanced properties or functions. These could be achieved by embedding electronics in the textiles or textile products, or by developing new types of materials or products that inherently possess certain, often dynamic, qualities or functions. Textiles that contain electronics are often also referred to as e-textiles, but the term Smart Textiles is broader than this, and covers all types of intelligent functions and properties in textiles or textile products. It could mean for instance fabrics that purify water by using only the sun as their energy source, clothes that can measure bodily functions such as brain activity or heart rate which could be used for medical purposes.

Your work is focusing on discovering how the aging of textiles could be an advantage of this material. Can you present a few examples of this approach?

There are various projects done around the subject of embedding change and wearing out into the design of textiles and other products. Jonathan Chapman proposes that textiles and garments could be designed to improve with age, such as a pair of jeans that the user moulds into their own shape through continuous use. The new pair of jeans in this case is not the finished product. Instead the person has to commit to wearing them for a long time to achieve a good fit. My own research focuses more on the changeable qualities that can be embedded into textiles through the combination of material and structure. It could mean for instance that textiles break down or change visibly, such as a place mat that unexpectedly becomes a bag after washing, or textiles that slowly develop a new pattern over time. I don't think there is one correct life-span for textiles, but it's more a question of finding an appropriate life-span for the textile and the object.

How can the textile industry contribute to sustainable fashion design?

I guess there's no simple answer to this question. From my perspective it has to do with trying to see the bigger picture in today's consumption patterns. Finding alternative materials with less environmental impact, or improving production processes are important steps, but the real challenge lies in learning to understand why we consume and discard things as we do today. Albert Borgmann argues that today's consumption has become detached from the context of production. In short, we no longer know where, how and of what our garments are produced and how our mobile phones actually work, while at the same time acquiring and using them is easier than ever before. The challenge for the textile industry lies in finding viable, more sustainable options, while still being able to answer the existing demand. This will most likely mean that in

page
161

future we have to radically change the way we produce and consume things. As it is now, there seems to be an imbalance between life-spans of the objects and the materials they're made of. Virgin cotton and polyester are processed into low quality garments, that don't last when used or quickly become aesthetically out-dated. The material in itself is more durable than the product. If garments are used for ever-changing identity building, perhaps they could be rented instead of bought? Or perhaps they could be made out of materials that disintegrate quickly or are completely recyclable.

How do you see the future of textile design? What materials or topics will be relevant in the coming years, or in the distant future?

There will most certainly be several directions that the future of textile design could or will take. One trend that I can perhaps already see emerging is reconnecting more generally with textiles and the tangible material world. Both designers and students seem to have an interest in understanding the overall impact of material choice in the design process. What properties different materials have, and what qualities these give the textiles or garments, both when it comes to their function, expression and overall impact on the environment and society. It seems that the tactile expression of textiles, how it feels to touch and wear them, is a quality as important as the visual expression and is becoming more central. Textiles are, after all, often perceived with more than one sense simultaneously. Perhaps this could be seen as a counterbalancing force to the visual focus that e-commerce and social media have brought to fashion.

In the more distant future textiles will likely possess more smart or interactive properties as methods for embedding technology develop and new materials are created. An intriguing example of this development is the bioLogic-fabric developed by the MIT Tangible Media Group. This laser-cut fabric is coated with living bacteria that react to changes in temperature by expanding or contracting, causing the laser-cut ventilation holes in the fabric to open and close, thus regulating the temperature of the garment's wearer. I would suspect we'll see more of these types of collaborations between scientists, engineers and designers, where, instead of inserting electronics into the textiles, the potential embedded in the materials' inherent properties is utilised.

Workshop

On April 22, 2016 Riikka Talman led a day workshop for students of the Atelier of Textile Design at the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague. The main focus of the working group was how textiles change their structure, makes and appearance due to changes in the environment or climate conditions. The result of the day's work from the students were not only interesting combinations of materials and their characteristics for future practical use, but also laying the foundations for future cooperation between important Czech and Swedish educational institutions in the textile sector.

"The opportunity to try experiments with materials from the University of Borås was great and very interesting!"

"I expected new discoveries in the field of textile materials and their use in the future. All this was fulfilled!"

Workshop for
Textile Design
Studio students,
AAAD, Prague
22. 4. 2016
/ Workshop pro
studenty Ateliéru
textilní tvorby,
UMPRUM, Praha
22. 4. 2016
Foto: Jakub Hrab





**Andreas
Wegner:
Digital design
provides
companies
not only
with the
intellectual
but also
competitive
advantage**

Andreas Wegner A living example of digital transformation himself, Andreas Wegner moved within his design career from print graphics through animation, motion graphics and mobile design to experience design. As the Head of Design at iconmobile, an innovation and design consultancy in Berlin, Andreas has worked on various projects of a transformational nature — across various industries for international clients such as Orange, Bosch, Mercedes, Samsung and the UN. Andreas talks at conferences and design schools, is a jury member of the Lovie Awards and naturally spends way too much time on the internet.

For numerous people but also design professionals digital design is still the great unknown. Digital design has been, however, part of our lives for loads of years. Open the black box and let yourselves be initiated into the secrets of this progressive field.

video lecture budoucnostdesignu.cz
web iconmobile.com
organization Asociace UX
book Donald A. Norman:
Design of Everyday Things, 2010
book Steve Krug: Web Design:
Don't Make Me Think!, 2003

99T
əbəd

**12
10
2015
lecture
Paralelni Polis
Prague**

page
167

What does design mean to you? Can you please compare your perception of the traditional and digital design and what is the digital approach towards design?

Design changes very fast. In the past most of the clients spent their money from their budgets for design in order to raise sales of products and services or to foster their professional image. Therefore, most of the people still relate the term "design" to aesthetics. An exception is product and industry design since the consumers firstly focus on its functionality. In order to solve more substantial issues, in particular regarding the user's experience in interaction with the particular product or service, we work more with the overall conception rather than with individual aspects of design. This area is often called user-experience — "UX".

"Digital design" provides unlimited potential of added value both for the consumers and for the companies — this is not the only aspect that promoted this design discipline — it actually provided necessary scope of activities. Furthermore, design thinking, user-centred design (abbreviated as UCD) as the point of view, philosophy as well as approach towards problem solving changed the way designers perceive their profession. Developed multi-contextual tool panel as part of the designing process (e.g. the design method), enhanced cooperation skills (e.g. user survey and consultancy) and increased self-respect of designers are indicators of their new "self-reflection".

Problems can be encountered everywhere, not only in the commercial area but also in the area of governmental agencies. Therefore, contemporary designers do not work only for agencies, start-ups or corporations but also for non-profitable organisations or government. In this field they can use their skills and thus to enhance the area of services, culture and society. Nowadays, we consider this situation to be almost the standard one.

What particular skills should the designers of the future possess? What skills are essential for them? What should they be prepared for?

Whether it is a versatile expert or a specialist, the designer of the future should ideally dispose of varied assortment of skills. The following list includes the elements of the design of the future that I consider to be the essential ones:

'T-shaped' skills: it does not matter what education a designer gained or what is his/her background (whether it is graphic design, interaction design, psychology etc.), most importantly a designer has to understand the designing process as a whole and the essential interdependence between the user's need and the proposed design. Understanding people, seeking opportunities and creating suitable design are essential elements for keeping pace with changes.

Social skills: Cooperation is crucial; therefore every designer should be a good team player. Team environment is focused on the best possible results and is not burdened with the company hierarchy. In the transport or product design the approach of

a “genius designer” is frequently followed (everyone aspires to become another Steve Jobs), which is not appropriate any more for complex solutions requiring appropriate skills.

What are, in your opinion, the current trends in digital design?

In my opinion the trend in design studios and agencies as well as in the academic sphere is the holistic approach of merging all kinds of disciplines with the ability to produce almost everything: thoughts, concepts and prototypes for software and hardware. Due to heaps of various projects, products and services another “Bauhaus” could be the right way forward. In the area of education “design of services” seems to be the trend that prevails: if you get on well with the people it is an advantage for you. Nevertheless, this all dwells from rather analogical way of problem solving than digital artefacts as the outcome. Education in the area of interaction design is for digital design still a sort of distance run.

Whom should people interested in digital design follow?

Instead of following individual designers, it is better to hang on with your local UX community where you can meet interesting people in your own environment and in this way you can educate yourselves.

If someone is interested in international cooperation, there are various worldwide design conferences such as “Interaction 2016” (IXDA), the Service Design Network Conference (SDNC) or UX camps. People there are very open-minded and friendly. And apart from that, it is a sure thing that you can meet some “rock stars” at every “concert”.

If you do not want to leave the comfort of your own home, you can at least meet the companies from your own area such as frog design, Ideo, Transformator etc. It is a good way to learn more about design as a strategic tool or a tool for solving issues.

What should designers, companies and public sector focus on, if they are not very experienced with digital design? How should they understand this for them entirely new field?

If a company or an institution does not encounter the terms such as digital, mobile and/or design as the holistic discipline on regular basis, there are several factors that could help to clarify these new terms:

1. Read: Internet is full of information about digital transformation and constructive thinking and the impacts related to it (see Fast Company, TechCrunch, etc.). Other option is reading books dealing with digital changes and the opportunities they offer to the companies and explain what role design plays in the context of such changes.

2. Open the black box: Let a UX designer (or an agency) initiate you to the fundamentals of UX which reveals that design is not a sort of “creative magic”, so you would be able to see the way things are: cooperation on all levels, set of skills and a good command of the craft, good philosophy and empathy. The client that wants to be up-to-date had better request a tailored workshop in which designers apply their methods directly to the client's particular needs.

You are a real example of changes of the designer's roles — you evolved from graphic designer to experience designer. What experience was crucial for you? And why have you changed your specialisation to the experience design?

I reckon that I took up the area of UX very randomly. I just followed the trends but eventually realized that I am fulfilled when I meet the right people, I am inspired and try to use some methods in the projects. Before I was designing the visually nice things, now I design functional things. I am especially glad that such things are to a certain degree used by many people for a long time. That was something I could not foresee.

Who are the clients of experience design? Why should companies and designers focus on this design area?

Every company, start-up, non-profit organisation or government should have internal or external resources with an overview of their particulars issues. Some clients, institutions or individuals find this still rather unusual; there is, however, a great deal of them who already take it as a regular accessible service. This provides those who possess it not only with the intellectual but also competitive advantage.



Andreas Wegner lecture at Paralelní
Polis, Prague, 12. 10. 2015
/ Přednáška Andrease Wegnera
v Paralelní Polis, Praha, 12. 10. 2015
Foto: Jan Hromádka



Lukáš Bob Marvan: Digital design is design like anything else UX designer

bio Lukáš Bob Marvan is currently employed as a UX designer at AVG.com. He previously worked for ten years at Seznam.cz, first as a webmaster, then the tester of user interface and finally as head of the design team. He created the exhibition Digital Design: A Look Behind the Pixels. He is active outside the UX Association for example in the Association for International Affairs and helps with the film festival One World.

website asociaceux.cz
website czechdesign.cz/zapixely
twitter @BoBMarvan
book Steve Krug,
Do Not Make Users Think, 2010

071
a6ad

What is a digital designer? What potential does digital design have as a discipline? In the autumn of 2015 CZECHDESIGN together with the Association UX prepared an exhibition entitled Digital Design: A Look Behind the Pixels that was presented to the Czech public. UX designer Lukas Bob Marvan was its initiator and curator.

How does the digital design stands in the Czech Republic?

There are already quite enough graphic designers in the Czech Republic who are able to draw "something nice" for digital design. It is worse with the second group of designers, without whom modern websites and applications cannot exist: UX (User Experience) designers and interaction designers are those who suggest how digital service should relate itself to people, what should be the structure of the website, what are the individual interactions, and simply determine "what happens if ...". This group of designers is only represented by several hundred professionals in the Czech Republic and the best ones are only about 100 people. Now imagine that at one moment in the market 50 additional positions become available. It may seem small, but please note that a lot of companies have not even realized that they could use UX designers for their business.

What is the precondition for successful cooperation between designers (product, graphic, industrial) with experts from digital design and a client? How should such cooperation appear ideally?

The basis of ideal cooperation is to establish it. You have to realize that as a product designer I am an expert in shape / form / ergonomics ... of product, but in terms of its digital "layer" (if it exists), we should call an expert with the appropriate specialization to explain this to the client. While a physical product there are rarely many different conditions, but for digital products, it is almost the essential nature of their operation — that they change over time and is based on user interaction. Digital designers are ready for "harsh reality" and will help you to manage to map and design the individual items and interactions over time. From my practical experience I know that there are many quality graphic designers who are able to design a unique, easily recognized and distinctive brand for a music festival for example, but are sadly lagging behind in preparing the structure and functioning of websites. This is where the role of the digital designer comes in who will help with the preparation of these webpages so it will be clear, understandable and easily used for visitors to the festival. It is understandable that off-line and on-line design programmes blend together and in the future will be blending more and more, therefore it is important to understand what are the strengths of the members of the design team and divide the work according to these and eventually expand the team. Thus we are back at the beginning: it is important to realize what you need help with and establish cooperation with the right people, but this is nothing new under the sun. What is new is a sufficient number of experts in digital design, so that for solving these problems you are not alone.

What is the future of digital design?

I personally do not dare to predict the future of so large a discipline such as digital design, but I will try at least to utter one wish, which continues from the previous thoughts: I wish to see the digital branch disappear as a separate specialization and its methods become an integral and automatic part of all other design specialties. It is my view that sooner or later we will stop noticing the differences between what's online and what's off-line and simply make the digital layer contain virtually every product or service. And to this vision of the future all people who have something to do with design should prepare properly. Indeed the future is digital, so don't miss it.

page
171



**Lars
Wallentin:
10
things from
practice
which
hampers the
development
of packaging
commu-
nication**

In the field of packaging design there isn't a more qualified person than Lars Wallentin. He is a renowned packaging and graphic designer who works with the vision of packaging as a means of communication. His lecture was held in Prague on the occasion of the official announcement of the winners of the international competition Young Package, organized by the company Model Obaly in collaboration with CZECHDESIGN. Lars Wallentin's article based on his practical experience in solving packaging issues for brands such as Nestle, Nescafe and Maggi, however, shows why there is still room for improvement in the realm of packaging design.

Packaging design can be better

video lecture budoucnostdesignu.cz
website packagingsense.com
website young-package.com
book Lars G. Wallentin: Creativity Takes Courage! (A book about designing packages and other media), 2015

29 05 2015 lecture Cinema Aero Prague

Today's packages are being improved constantly, be it on the logistic, technical, material or ecological side. Also we see more unique designs and innovative solutions. This is due mainly to the creative package design agencies and packaging engineers.

If we however look to: if we look at the way packages communicate, ie selling messages which one can find or how convincing the back- and side panel texts and illustrations are, we see little or no progress and this is due to the following reasons:

- 1 The companies are too bound by the rules which reduces creativity;
- 2 Young brand managers have difficulty understanding that "less is more";
- 3 Package designers are not particularly good at typography;
- 4 We do not work stepwise towards a solution and therefore just fill the package with information;
- 5 Designers and brand managers do not think "total communication", ie maximize communication according to the various media used;
- 6 We have too much information and too little communication;
- 7 Most designers forget the role of selling packages, ie how to maximize the RTB (Reason to Believe) or USP (Unique Selling Proposition);
- 8 Brand managers do not believe in constant change in order to be "top-of-mind";
- 9 Do we store-check enough? I doubt it. We must learn or "steal ideas" from other product categories;
- 10 Brand managers are too bound to what their legal colleagues say without questioning the interpretation of the legislation.

Some of the Above Points Need an Explanation

What do I mean by "rule-bound"? I feel that FMCG companies follow guidelines and best practice to the letter and forget that it is a guideline and a way to improve things. Furthermore, most guidelines are too elaborate and THUS limit creativity.

We are in a world of over-information and the young brand managers have not enough experience to concentrate on the essential media in each loop. The essential thing on the package can be appetite appeal, for POS material, a selling text and in advertising, it can be the brand. Today, there is a tendency to put everything on the pack and then duplicate it in other media.

When it comes to readability, there are three reasons for optimizing the typography. Great typography creates interest, it makes

reading easy and it has a layout that highlights what is important and useful. I doubt package designers see it that way, as many backpanels are very boring and difficult to read! I say: Be inspired by the daily free journals as eg Metro — headlines and short stories. We do not make any differentiation between information that does not necessarily sell and involves communication and that which has an impact.

To be at the top, to be noticed, to stand out, you have to change something in your design now and then. Toblerone, for instance, does it constantly and so does Google!

Last, but not least, package design is not yet considered as Important as advertising at top company levels and teaching packaging communication is still in infancy. I hope my website www.packagingsense.com and my books will help!

The article was published with the permission of Mr. Lars Wallentin. Taken from the website: packagingsense.com

bio Lars Wallentin, a packaging and graphic designer comes from Sweden, where he was educated at the Graphic Institute in Stockholm. In 1964 he moved to Switzerland, where he has already been for more than 40 years developing creative packaging solutions for brands such as Nestle, Nescafe, Maggi or KitKat. Since retiring from Nestle 10 years ago he has benn an activist in the field of packaging design, publishes books, lectures worldwide and regularly publishes on the web portal packagingsense.com, which was founded for this purpose.



Young Package is an international competition arranged by Model Obaly Company since 1996. CZECHDESIGN organises competition since 2009. Publication 20 Years of Package Design was released at the occasion of the competition jubilee.
/ Young Package je mezinárodní soutěž, kterou již od roku 1996 pořádá společnost Model Obaly. Od roku 2009 soutěž organizuje CZECHDESIGN. Publikace 20 let obalového designu vyšla k jejímu jubileu.
Foto: Jan Hromádka





bio Jan Činčera is the most prominent Czech packaging designer. He graduated from the School of Graphic Arts, programme in processing paper and packaging technique. Key for him was meeting with J. H. Kocman in 1983, which showed him that paper is not only an industry, but also a poetic material. From 1984 to 1989 he worked at the Centre for Packaging and Engineering at the Prague paper mills. After 1989 he taught at the Academy of Fine Arts as an assistant of professor Miloš Šejn in the studio of conceptual art. At that time he was primarily interested in the author's papers and books. In 1994 he founded Studio Činčera with his wife Zora, which they operate together until today.

Jan Činčera: What was before luxury is now commonplace in packaging design

29
05
2015
lecture
Cinema Aero
Prague

website cincera.cz
website young-package.com
facebook Young Package
book 20 Years Packaging Design,
CZECHDESIGN, 2015

87T
a6ad

Souvenirs and gifts on the state visits of Pope John Paul II, French President Jacques Chirac, Queen Elizabeth II and other personalities were taken away in packages from Jan Činčera. Apart from commercial contracts, the studio takes care of packaging for products of significant Czech designers: Jiří Pelcl, Rony Plesl, Olgoj Chorchoj, Eva Eisler and many others. How does the most successful Czech packaging designer see the future of his discipline?

You have presided as a judge in the international competition Young Package for more than 20 years. Has the approach to creating packaging changed in that time?

The packaging as such has not changed much outwardly. What has changed significantly is actually the whole environment around the production of packaging. Due to the economic situation money has to be saved, which means that the materials with which we are commonly work must be as cheap as possible, and this obviously affects their quality. But on the other hand there have been incredible advances in technology which are used in the manufacture of packaging. Today all printers and cardboard must have top-notch converting equipment to survive. Varnishes, foils and embossing are part of today's packaging. What formerly was a luxury, is now ubiquitous necessity.

Increasingly, there are packages that employ other sensory ideas. Do you think this is a way for the packaging of the future?

It is true that some packages may have something extra, such as smell, which is contained in the surface finish. But I have long been saying that we are on the threshold of some revolution in the packaging industry, so it will be about clever packaging materials. They will be able to change and contain information inside. For example, they will change color depending on the freshness of the food so it will not be necessary to work with data that may not be accurate. Or the usual containers will have a GPS code or different chips. Intelligent materials and intelligent packaging, which contain the information common to today's computer world, that is, I believe, the future of packaging.

Twenty years ago you were de facto the only one in this country who really understood packaging. Has the situation changed?

I have never felt I am the only one who understood the problems of packing, of course. But the fact is that the design team at the Centre for Engineering in the Prague paper mill at that time when I was working there from 1984 to the revolution was very strong. I was maybe more interested in the aesthetics of packaging, shapes and proportions. At that time we were designing packaging for razor blades and even packaging for pianos, including graphic design and preparation for printing. What we designed, then, was produced in the Prague paper mills but often with large time delays and technological problems. Customers were unhappy with this. I decided that if I was to continue alone in this field I should design and be able to also realize what I wanted, or I should know where and how it can be produced and deliver the complete order to the customer. Today, of course we both cooperate and work with friendly contacts we created over a long time which I consider fundamental. I don't know a similar studio around which would take a similarly comprehensive approach to packaging design from concept to choosing material, construction, printing solutions to actual production or assembly. It's a pity, that loneliness does not please me as I don't have the opportunity to compare. I think a lot of people who are engaged on paper but little else, for example they illustrate and make books, or spend more time on the paper trade and office assortment including pads, diaries and notebooks. I admire that. But in purely packaging design I don't know anyone — I am waiting in vain ..still.

page
179



Kamila Matějková: Icelandic experience

CZECHDESIGN project manager

bio Kamila Matějková, the Charles University graduate in art history, thanks to her current study of Arts Management at the University of Economics, is devoted to the concept of combining the artistic and the economic aspects of the creative disciplines, specifically in the field of design. Since 2011, she has been active in CZECHDESIGN, where she has been working on projects that are designated for the strategic development of this discipline and also for the promotion of the implementation of design into practice. She is the author and the co-author of numerous articles, exhibitions and publications on design.

the whole study available
budoucnostdesignu.cz
organization Iceland Design Centre
book K. Nelson, R. Cabra and C. Mount:
New Scandinavian Design, 2004
magazine HA magazine
instagram @icelanddesigncentre
facebook HönnunarMars // DesignMarch

08T
ə6əd

Iceland is something larger than the Czech Republic in area. However, the number of inhabitants is less than in the second largest Czech city Brno. Family atmosphere, specific natural and economic conditions and a good dose of Nordic flair makes Iceland a confident interesting place to explore. Kamila Matějková, project manager of CZECHDESIGN, examined for two months the conditions and opportunities of design on the icy island, working alongside Icelandic colleagues and examining the Icelandic and Czech design scene which have a lot in common.

We Explore Opportunities

As a result of a two-month research internship in the organization Iceland Design Center Kamila Matějková made a research study "Conditions and opportunities for the transfer of experience in design from Iceland to the Czech Republic", which summarizes her experience and know-how, outlines several activities and approaches suitable for transfer to Czech conditions and provides an overview of the situation in the field of design in Iceland.

Iceland vs. Czech Republic

Although at first glance it may appear that the situation in the area of design is very different in Iceland and in the Czech Republic, a number of influential factors are common to both the countries. Until the early 1960's Iceland's economy was closed and the importing of foreign products was limited. One analogy, though certainly with very different causes and degrees of impact, could be seen in the situation in the Czech Republic before 1989. With the passing of 30 years, both Iceland and the Czech Republic experienced a rapid increase in the influx of foreign capital and goods, which has not occurred without having any consequences for the local industries and their infrastructure. The design scene in both the countries is very small and the lack of balance between the number of creatives and the demands of local companies is self-evident. In addition to the competition within their own countries it is also necessary to be able to face competition from the outside, whether this concerns close-by Scandinavian countries and the UK in the case of Iceland, or the traditional top design centres that are neighbours of the Czech Republic, i.e. Germany and Austria.

Conditions for Design in Iceland

Its small population and the isolation of the location of the island from the outside world is the reason for the absence of large companies and its almost non-existent industrial production. Therefore opportunities for employment as designers in manufacturing companies or the option of obtaining orders from manufacturers are both very limited. Additionally the extreme environmental conditions are the reason for the shortage of wood, which makes the existence of the furniture industry as we know it, for example, from the Czech environment, virtually impossible. Icelandic designers have to seek-out other partners for their work. It is the highly developed fishing industry that does provides opportunities for their work, as farming and the processing of animal materials do too. The food industry and farmers are both partners for designers operating in the discipline that is referred to as food design, an example of which might be the Sýrkonfekt product — a dairy dessert that is produced in collaboration of designers and the Erpsstaðir farm.

Aluminium, of which Iceland produces more than 800,000 tons per year, is also a material with great potential. Most of the raw material is exported, however, without its value being increased by processing it into products. The Iceland Design Centre responded to this situation by implementing the 13Al+ project, which focused precisely on the problem of the excess of aluminium and the inability to process it effectively directly on the island. A group of Icelandic designers, in cooperation with the Swedish aluminium processing companies, was looking for ways in which to work with this material.

page
181

The Scandinavian Context

Iceland is traditionally looked-upon as being a smaller brother of Norway, Sweden and Denmark, the Scandinavian superpowers — and it looks to them not only in regard to the field of design. Together with Finland it constitutes with them a group of countries, which are commonly defined as the “Nordic countries”. Iceland and Finland, however, are also sometimes included in the broader definition of the familiar phrase “Scandinavian design”. Rather than emphasising the geographical proximity or the national identity this definition should underline these countries common history in the field of design and their sharing of certain specific values. It started to be used more than fifty years ago, when the Nordic countries began to respond to the economic and the political challenges of the post-war situation and to purposefully promote design and applied arts together through a series of exhibitions. The most important of these include “Design in Scandinavia”, which toured North America during the years 1954—1957, and “Formes Scandinave” which was presented in France in 1958. Also included within the latter was the first Icelandic design.

It is interesting that it is only Iceland and Norway — i.e. the countries that have contributed the least to the Scandinavian modernist movement, are today the places that are the most active designer communities in the Nordic region. We can say that in recent years, Iceland has been catching-up with its former role-models in many different ways and is beginning to reap the benefits that such a small, isolated nation enjoys. In terms of design we are talking mainly about the fact that the current generation of designers do not need to deal with any famous legacy of the past, as they do in Sweden, Finland and Denmark with their legendary inter-war era. Basically, there is not much to build upon, which gives more freedom and allows more space for one’s own journey.

The Iceland Design Centre

This umbrella organisation for Icelandic design is funded by the Icelandic Ministry of Education and Culture and also the Ministry of Industry. The aim of this centre is to promote design and architecture as tools for improving the life of society and for supporting all the design disciplines as representing a living aspect of the Icelandic economy in order to increase Iceland's competitiveness. One of the most important events that is organised by the Design Centre, is an international festival and conference known as the DesignMarch, which took place in March 2016 and was already being held for the ninth time. It is a festival that presents the best features of the local design scene, together with some specially selected international names.



Festival DesignMarch organized by
Iceland Design Centre since 2007
/ Festival DesignMarch, který
realizuje organizace Iceland Design
Centre od roku 2007
Foto: IDC

13
Experts
Discuss
the Future
of Czech
Design

24
02
2015

discussion
about the future
of Czech design
CZECHDESIGN
GALLERY
Prague

What is the state of Czech design? Are we satisfied with its development, or there is something fundamentally missing? Is the Czech educational system progressing with time or is it still in the 19th century? And which design discipline is our most neglected?

Thirteen professionals were invited — designers, teachers, theorists and media representatives and organizations active in this area, together they reflected on the development of Czech design in the last five years and considered the challenges and opportunities for the future. We bring you the most interesting items which should not escape your attention.

Has the status of design in society altered in any way over the last five years?

Zdeno Kolesár, design theorist, Academy of Fine Arts Bratislava It seems to me that a positive shift has occurred. For example, a museum of design was developed in Slovakia. But I feel that we give

each other comfort while the general population doesn't notice that something like design exists. In fact I would be a bit skeptical in this area, because in the last 10 years nothing has changed. I'll give you an example — all of us in Slovakia recognize the aeromobile from Stefan Klein, but in terms of design, that is about it. The view from outside is therefore quite limited.

Helena Koenigsmarková, director of the Museum of Decorative Arts in Prague I perceived positively the developments over the past 10 years and more. There was a time when there was nothing, and I see it as a success that now the Ministry of Culture recognizes design as a part of a living culture. For me personally it is positive that we no longer have to collect only prototypes for good design, but also products. This is in my view great progress.

"Thank you for an organization like CZECHDESIGN that tries at least partially to substitute the activities of defunct Design Centre of the Czech Republic, even with much less support."

Jan Němeček, product designer, studio Olgoj Chorchoj, educationalist, AAAD I see huge progress. The progress from zero is always huge. That does not mean that we are in a good or even an adequate situation. One of the things that played a very positive role was the financial crisis. It forced a lot of companies that went bankrupt to finally exchange their management for capable people. Secondly, it made them to realize how much design is a marketing major. Of course, not everyone was like this and not enough, but the progress is very noticeable. We are very thankful to the financial crisis, especially in the glass industry. The second thing is the very much improved quality of design schools outside

181
page

Prague. We are very grateful for this because we haven't had any competition before. Schools have started to educate students younger and begin to create interesting people... I thank all the other schools.

The third thing, the closure of the Design Centre did not help. Although people still say that we are to blame, it's not true. We tried to prevent it, but unsuccessfully. However, thank you for an organization like CZECHDESIGN which tries at least partially to substitute its activities, even with much less support. Design Centre was little ridiculous in its executive. The specific reason for its existence was not fulfilled and it hoarded information and contacts abroad. These three areas are very crucial for me.

"Some factories realized that they need to work with designers. These are two bright exceptions. Others, however, stagger somewhere deep in the nineties and on the edge of survival."

Gabriel Vach, designer ceramics and porcelain, educationalist, University of West Bohemia Pilsen If I had to evaluate my experience with the ceramic and porcelain industry over the last ten years, it would be probably similar to what happened in the glass industry. A few factories realized that working with designers is necessary. These are two bright exceptions. Others, however, stagger somewhere deep in the nineties and on the edge of survival. In the last 5 years I have noticed a lot of new studios, which spend some on ceramics after school under their own brands — for me this is big news. What I see as negative is the approach of the public to design. Still, it's more like a ghetto, a closed community. What is missing is publicity for the public — perhaps we need some programme on television, which educates people about design?

page
185

Kateřina Přidalová, graphic design theorist, founder of websites vizualnikultura.cz and Designreader I see progress primarily in the concept of design, which has been associated with the products and their authors long time. Lately, a number of events have been held and publications made interpreting the concept of design in a verbal manner, ie in terms of activities, strategies, tools, etc. There was significant progress in that design is no longer just products and their authors, but it reveals the process which lies behind this word, how difficult the process is, and that it's not just about aesthetics.

Do you think that the positive changes mentioned, which the general public and experts are currently undergoing should be or already are reflected in the teaching of a designer? Should teaching respond to social change, or should students be taught the universal values that are independent of these changes?

Milan Pekař, designer ceramics and porcelain, educationalist, AAAD I'm not sure if teaching should respond so quickly. I think it comes naturally. For the design of ceramics there are two approaches. We distinguish between design and "something", that we call art design, which is a studio ceramics, for example. Both of these approaches have a different clientele. Art design is more for the group, which we have called the Prague bubble or for people interested in this area of design. I think this approach is growing with the company. People are interested in these products and they do have the time and money. It is certainly good that there is an organization that shows them what is happening in the field, what's new and what in our production different. Then there exists the other way, which is an industrial design. In the field of ceramics I see a big difference, especially in the employability of graduates. In the last three years, thanks to the cooperation with a porcelain factory we were successful to put out an intern from each class to a company as a designer. Ten years ago we did not even think that something like this is possible. I think it's great progress and, moreover, in this way, their production reaches even the general public. It is like porcelain factories producing for IKEA. This group of customers is very hard to reach, and this seems to me a better way than programmes on television because they don't reach the ordinary customer.

Jozef Kovalčík, design theorist, Academy of Fine Arts Bratislava Regarding the development of the design scene, I'm very optimistic. This does not apply to education in schools. Teaching methods in last eighty years are basically the same. Democratization in the fact that the designer had to wonder who will use his products is not adequately reflected in schools. I do not think that the studio teaching method is the best way. I think students should reflect what happens in society. I see this as a big problem and I would like to lead a discussion and give direction to schools and tackle issues of education structures and systems in this area. Discussion on this topic in schools does not take place either the Czech Republic or Slovakia.

"Art design is a great thing, a lot of us, this approach partly to make a living because making a living from industrial design is almost impossible. But art design is not what we need in the future. It's basically a fringe thing that we all enjoy. But the real design, which reflects multiply, economy and social aspects, it's no longer fun. That wants some thinking."

Jan Němeček, product designer, Olgoj Chorchoj studio, educationalist, AAAD Adapting teaching trends to society should be an organic part of teaching and in my opinion there is no need for this approach to institutionalize schools. Regarding the system of education in general, I think it is good when schools have different ways. The way of shorter courses and mobility is great. On the other hand, I very much appreciate our "outdated" system at AAAD. It is about

a "Bauhaus" teaching style, where a very diverse group of people meets who are incredibly enriching for each other. The system of master's degree, which created two short blocks helped us a lot. Within these students are often sent to internships. During a bachelor's degree there will be one to three internships, a complete internship in another studio and a master study to enrich the workshop with newcomers. The teaching therefore is incredibly enriching. We don't feel the problem of lack of diversity, but maybe it's because AAAD is a unique example. I think a good way is to involve manufacturers and companies. With them come the real problems and challenges. Art design is a great thing and a lot of us, make a living partly from this approach because make a living in industrial design is almost impossible. But art design is not what we need in the future. It's basically a fringe thing that we all enjoy. But real design, which reflects multiple economic and social aspects is no longer fun. That needs some thinking about. Therefore I wouldn't want to decrease art design, but it is easier to study than applied design.

What do you think of the model organizations that act as development centers at universities abroad? These centers are not committed to creativity itself, but they are committed to further growth of students and graduates. Do they operate or could they operate in the Czech Republic?

Jiří Hanek, graphic designer, educationalist, UJEP Usti n. L., PROTEBE live I think this model appears to be working. A little follow up to a previous question. In cooperation with the school I still feel unclear about whether the students should focus on art or design. It is important that schools define their objectives and their approach to teaching and push to achieve these objectives. For any project, whether in art or design, it is important to know what target we have. If the aim is innovation, an experiment that should bring a potential progress for both parties, if the company and designer share this goal, then everything is fine. Schools should first say if they want to raise and educate artists or designers. This decision should be reflected in the composition of their teaching. It is clear that not everything can be done at the school, there are

limits. Future designers who have after school operated in practice are studying art history and many other subjects. I'm not saying that the overall outlook and context of these subjects are not important, but I feel that schools are set more on the current flow of art than on that to train the practical skills of students that will enable them to cope with the professional approach of the designer-entrepreneur. And again do we have those goals — educating future employees or entrepreneurs? If employees then for what type of employers? Etc. It is the ability to deal with the client, how to assemble the entire project, how to manage it, how to be empathetic to customers. I often hear that students do not know for whom they design.

"Our "outdated" education system is good. Foreign students who come to us for internships, they are initially a bit shocked, but judging by the results I feel that we have had it for so long that the teaching in our schools is slowly becoming "cool". Students from abroad have open thinking and have tried many techniques, but after a while we realize that they are unable to create almost anything."

Milan Pekař, designer ceramics and porcelain, educationist, AAAD I think that this kind of arrangement could work well in block classes. I would not be inclined to introduce this intensive instruction throughout the whole school. Our "outdated" system is good. Foreign stu-

dents who come to us for internships are possibly a little shocked by it at first, but judging by the results I feel that we kept it for so long that teaching in our schools is slowly becoming "cool". Students from abroad have open thinking and tried many techniques, but after a while we realize that they are unable to create almost anything. In craft we are doing really well. With the attainment after school it is unfortunately worse. I know that in schools there are various workshops focused on self-promotion, etc. Students mostly find them rather ridiculous. Perhaps because it is one hour throughout the study. I think it would be more effective if such training to work would exist out of school. I would consider that our "old" system is not bad. Thanks to it, we can be something different. But I agree that education for work in practice is missing. Students leave the school and receive a relatively large shock.

"A big challenge is the design of services. It's a subject which people still don't talk about. But abroad, this discipline is rapidly evolving and for the Czech Republic, whose economy stands on services, this area will be very important in the future."

Do you think that there is an area of design that still waits in the background?

Jiří Hanek, graphic designer, educationalist, UJEP Usti n. L., PROTEBE live A big challenge is service design. It's a subject that is still not very well known. But abroad, this discipline is rapidly evolving and for the Czech Republic, whose economy rests on services, this area will be very important in the future. Design of services is interesting because it combines other design areas and is often related to communication and graphic design, to product design and others. These overlaps in my opinion are very important

to watch and schools should reflect them. The service design approach uses a lot of attitude, which is called design thinking. This is another great and current hot topic in the area outside the design community. Designers often practice it, but just do not call the process that. People from business very often respond to it, and it may be a communication platform between companies and designers. I see a great opportunity in design management, which seems to have successfully formed a bridge between the business world and the world of design.

Kateřina Přidalová, graphic design theorist, founder of websites vizualnikultura.cz and Designreader The worst thing about design, in my opinion is graphic design. I think it already ensues from the nature of things, because it is visual communication, which is often perceived subliminally. At the same time graphic design if designed poorly cannot hurt anyone, unlike product design. For the public the graphic design is the least readable, and is often linked to negative connotation with advertising.

“I would like to point out one area — it is research in design and reflection of what is actually happening in individual disciplines. In the Czech Republic and Slovakia, I feel that this is where we fall behind.”

Jozef Kovalčík, design theorist, Academy of Fine Arts Bratislava I would like to point out one area — it is research in design and reflection of what is actually happening in individual disciplines. In the Czech Republic and in Slovakia, I feel that this is where we fall behind. There are few publications which reflect contemporary design. If the Design Centre existed, I think it should work on the reflections of the field and ensure continuity. Another activity we are missing, and about which we speak with a certain contempt is the popularity of the field for the general public. It is important that the industry as a whole isn't only for the professional community.

Discussion, moderated by design and architecture theorist
Klára Mergerová, was attended by:

Zdeno Kolesár Bratislava
Academy of Fine Arts,
Department of Theory and
History of Art
Jozef Kovalčík Bratislava
Academy of Fine Arts, Institute
of visual and cultural studies
Jan Němeček AAAD, product
design studio, Olgoj Chorchoj
studio
Richard Vodička UTB Zlín,
Faculty of Multimedia
Communications
Helena Koenigsmarková Museum
of Applied Arts in Prague
Michael Vasku UTB Zlín, Faculty
of Multimedia Communications,
VASKU & KLUG
Jiří Hanek UJEP Ustí nad Labem,
Faculty of Art and Design,
PROTEBE live
Milan Pekař AAAD, Ceramics and
Porcelain Studio
Gabriel Vach University of West
Bohemia Pilsen, Ladislav Sutnar
Faculty of Art and Design
Žaneta Drgová VUT in Brno,
FVU, Graphic Design Studio 1
Darina Zavadilová Botas,
designSUPERMARKET
Kateřina Přidalová Designreader
Jana Vinšová CZECHDESIGN

The entire recorded
discussion can
be found at
czechdesign.cz.

Editor / Editor
Kamila Matějková

Autoři textů
/ Authors of texts

Kamila Matějková
Ludmila Boháčová
Anežka Adamíková
Daniela Binarová
Filip Dědic
Jindřich Oukropec

Grafický design a sazba
/ Graphic design and typesetting
Markéta Steinert

Fotografové / Photographers

Jan Hromádko
Lucie Nohejlová
Jakub Hrab
a další / and others

Překlad / Translation

Iveta Huvarová
Hana Staňková

Korekce českých textů
/ Czech Texts Correction

Iveta Ševčíková

Typo korekce
/ Typo Correction

Kateřina Šlaufová

Tištěno na / Printed on
Maestro Print 100 a 300g/m2
Papírna Mondi,
závod Ružomberok, Slovensko

Písmo / Font
Danzza Bold, Heavyweight

Tisk / Print
DURABO, Čelákovice

Náklad / Edition of
250 kusů / pieces
vydání první / first edition

Vydání publikace je podpořeno grantem
z Islandu, Lichtenštejska a Norska.
/ Release of the publication was supported by
grant from Iceland, Lichtenstein and Norway.

Partnerem projektu je The Norwegian
University of Science and Technology.
/ Partner of the project is The Norwegian
University of Science and Technology.

Za poskytnutí rozhovoru děkujeme
/ We thank for their interviews

Anežka Adamíková
Pavel Bělobrádek
Ludmila Boháčová
Casper Boks
Jan Činčera
Tore Gulden
Guy Julier
Helena Koenigsmarková
André Liem
Radka Machalická
Lukáš BoB Marvan
Jeremy Myerson
Alice Rawsthorn
Riikka Talman
Karolína Vránková
Lars Wallentin
Andreas Wegner

Zvláštní poděkování
/ Special thanks to

Tereza Bredlerová
Jiří Hanek
Amelie Heinsjö
Eva Valerie Horák
Jakub Hrab
Jan Hromádko
Jarmila Kemrová
Ondřej Matoušek
Radek Melichar
Lucie Nohejlová
Radomír Steinert
Iceland Design Centre

Vydal / Published by:
CZECHDESIGN.CZ, z.s.
Vojtěšská 3, Praha 1

© CZECHDESIGN.CZ Praha 2016

ISBN 978-80-906423-2-4

CZECHDESIGN

EEA
grants

NTNU – Trondheim
Norwegian University of
Science and Technology

UMPRUM

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

MODEL

ASTEN HOTELS
excellence and care

PROTEBElive

EMBASSY OF SWEDEN
Prague

Mediální partneři
/ Media partners

Designreader

lidovky.cz

Artika

Design Cabinet CZ

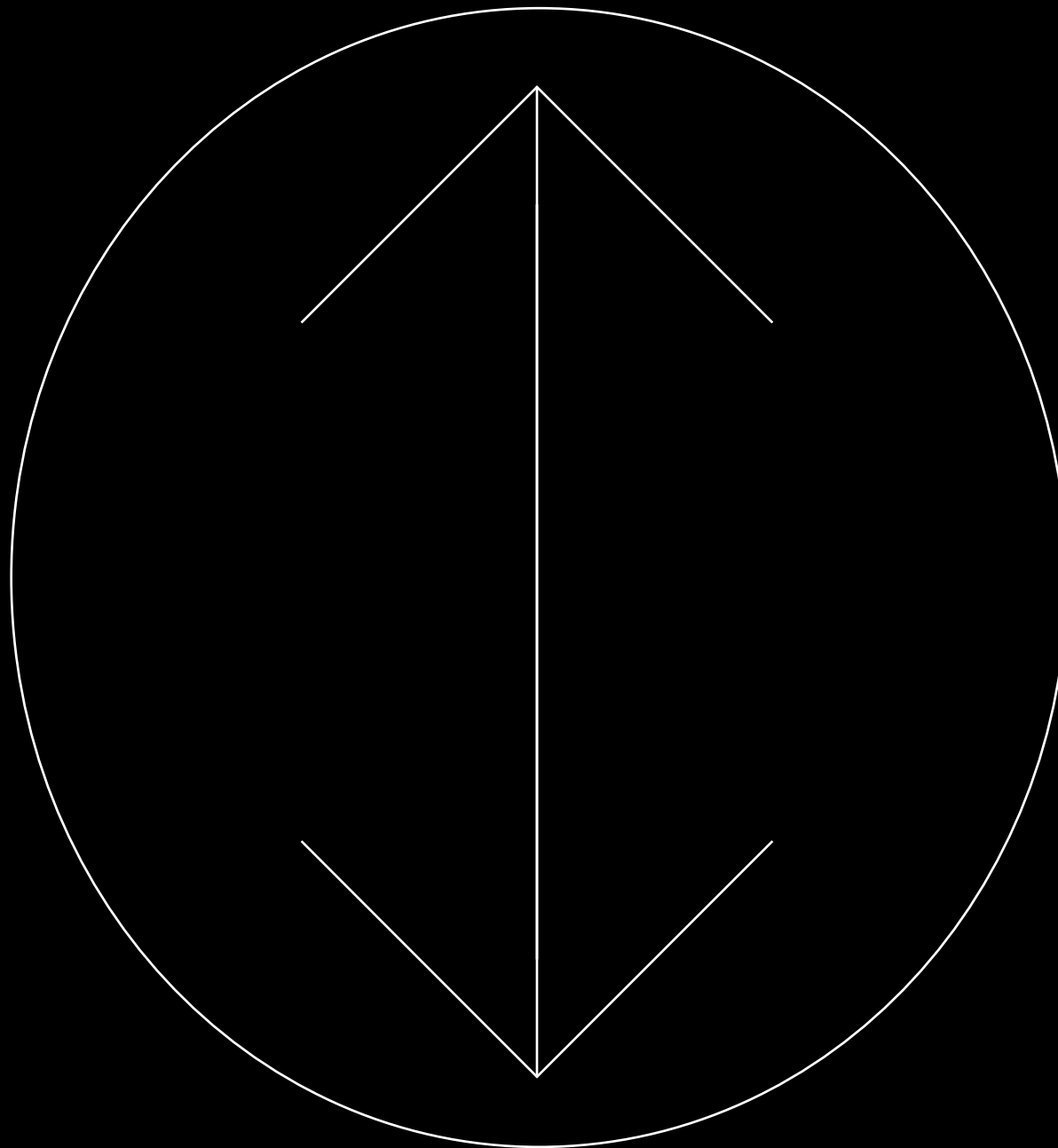
insider.cz

dp DESIGN PORTÁL

DESIGNMAG

RADIO
EZB

Konec



**Budoucnost
designu**

**The Future
of Design**

The End