



jak s designem dál?

V rámci série přednášek Budoucnost designu, které pořádá agentura Czechdesign, jsme měli možnost setkat se s kritičkou designu Alicí Rawsthorn, která do Prahy přijela představit nejenom svou knihu Zdravím, světe.

TEXT ADAM ŠTĚCH FOTO MICHAEL LECKE

Jak jste začínala jako kritik designu? Co vás na tomto oboru nejvíce zajímá?

Nejdříve jsem během sedmdesátých let studovala práva a později historii umění a architektury. Byl to poměrně tradiční kurz, což pro mě bylo velmi frustrující. Tehdy jsem hodně četla a v univerzitní knihovně jsem objevila výtisky italských časopisů Domus a Abitare. V té době byl šéfredaktorem Domusu Alessandro Mendini, který je také brilantním kritikem a teoretikem designu. Pohlížel na design jako na dynamickou intelektuální disciplínu, stojící ve středu zájmu mezi uměním, politikou, psychologii, hudbou, módou, filmem a dalšími odvětvími. O všechny tyto věci jsem měla v té době obrovský zájem. A tak jsem se poprvé setkala s designem. Během mé následující kariéry novinářky byl pro mě design stále velkým osobním tématem. V letech 1985 až 2001 jsem pracovala především pro Financial Times a psala jsem o politice, ekonomice, ale také o kreativním průmyslu, který v té době zažíval velký boom. Byla jsem fascinována soudobou kulturou obecně a zvláště designem. I přesto, že jsem měla velmi úspěšnou kariéru jako novinářka, najednou jsem se rozhodla, že bych se chtěla věnovat něčemu, co mám opravdu ráda. A tak jsem se kolem roku 2000 zaměřila výhradně na design. Zajímá mě o něm

Nahoře: Alice Rawsthorn patří k předním teoretikům současného designu. Dole: Její kniha Zdravím, světe, ve které se zamýšlí nad tím, jak design vstupuje do běžného života, vyšla aktuálně v češtině v nakladatelství Kniha Zlín.



ALICE RAWSTHORN (*1958)

Novinářka a kritička designu Alice Rawsthorn se svým oborem zabývá relativně krátkou dobu. Na plný úvazek od roku 2000. Předtím působila coby úspěšná novinářka, například pro magazín Campaign nebo Financial Times, kde pracovala jako zahraniční komentátorka v Paříži. Později se zaměřila pouze na design a pravidelně o něm píše do mezinárodního vydání New York Times či uměleckého magazínu Frieze. Mezi lety 2001 až 2006 působila také jako ředitelka Design Museum v Londýně. Věnuje se současnému umění a zasedá v několika dozorčích radách renomovaných galerií a institucí, včetně galerií Whitechapel nebo Chisenhale. www.alicerawsthorn.com



Nahoře po rádcích zleva: Nové kulturní formy pro prezentaci designu jsou podle Alice Rawsthorn velmi důležité pro otevření nových obzorů v tomto oboru. Biennále v čínském Gwangju nebo ve slovinské Lublani jsou podle ní skvělou příležitostí k poznání nečekaných forem i konceptů v současném designu. Podle Alice Rawsthorn se psaní o designu v posledních letech velmi proměnilo. Díky digitálním technologiím se objevily nové blogy a možnost publikovat na sociálních sítích. Tisková média však také nezahájí. Alice Rawsthorn fandí i nezávislým magazínům, například časopisu Dirty Furniture.

psát v širším kontextu všech výše zmíněných disciplín. To se mi snad daří v mém pravidelném sloupku pro mezinárodní vydání New York Times.

Jak se změnilo psaní o designu od té doby, kdy jste začala?

Média se díky digitálním technologiím velmi proměnila. I pro mě to bylo velkou výzvou. Jsem velmi šťastná, že jsem pracovala nejprve jako novinář a poté jako kritik designu v tomto překotném období, ve kterém se žurnalistická praxe a kulturní kritika výrazně změnila. Je jasné, že blogy představily mnoho nových a zajímavých hlasů v kritice. Myslím si, že je to pro náš obor velmi zdravé a přínosné. Mladí autoři nemusí čekat, až je osloví časopisy, mohou se na sociálních sítích rovnou ke všemu vyjadřovat. Sama používám Facebook, Instagram a Twitter, jsou to velmi dynamická média. Tento rok jsem začala publikovat své tematické série krátkých článků na Instagramu a moc mě to baví. Také sleduji některé nové časopisy, které píšou o designu neobvyklým způsobem. Obzvláště se mi líbí britský časopis Dirty Furniture.

Co si myslíte o stavu veletrhů a festivalů designu?

Ve svém sloupku v časopise Frieze jsem se pokusila na jaře letošního roku analyzovat, proč se Salone del Mobile, který vznikl jako přehlídka progresivních italských nábytkářských značek v roce 1960, stal nejdůležitější akcí v kalendáři a silným marketingovým nástrojem i pro celou řadu značek, které se designem primárně nezabývají. Během milánského týdne designu můžete chodit po městě celý den a téměř neuvídíte žádný nábytek. Zato však

na vás čeká mnoho komerčních prezentací všech možných druhů. Je zajímavé sledovat, jak se tyto velké a důležité události, například Art Basel nebo festival Coachella v USA, které dříve byly úzce specializované, staly obecným marketingovým kanálem. Myslím si, že tento trend bude u velkých komerčních přehlídek pokračovat. Na druhou stranu jsem velmi ráda, že je zde hodně dynamických a kulturně založených festivalů, biennále a dalších experimentálních přehlídek. Věřím, že vznikne mnohem více nových kulturních forem v oblasti designu, které mohou přispět k novému pohledu na něj. Zajímavé akce jsou aktuálně například biennále v Gwangju, Istanbulu nebo Lublani. A ty pak samozřejmě ovlivňují i komerční designérské události, které do svého programu zahrnují více a více experimentálních a kulturních projektů.

Jak na změnu prezentace a psaní o designu reagují muzea a kurátoři?

Je opravdu skvělé, že jsou velká muzea ochotna spolupracovat s nastupující generací mladých kurátorů. Beatrice Galilee nastoupila v Metropolitan Museum of Art v New Yorku a Aric Chen pracuje jako kurátor pro netrpělivě očekávané muzeum M+ v Hongkongu. Je vskutku vzrušující, že tyto velké instituce berou prezentaci designu tak vážně.<<

SERVIS

Přednáškový cyklus Budoucnost designu pořádá Czechdesign. Více o nadcházejících přednáškách na www.budoucnostdesignu.cz.