



*** 1944**
332 529 obyvatel
103 001 km²

*** 1918**
10 553 843 obyvatel
78 866 km²



PODMÍNKY A PŘÍLEŽITOSTI PRO PŘENOS PRAXE V OBLASTI PODPORY A PROFESIONALIZACE DESIGNU A UŽITÉHO UMĚNÍ Z ISLANDU DO ČESKÉ REPUBLIKY

Odborná studie vycházející z dvouměsíční studijní cesty jednoho z kmenových pracovníků organizace CZECHDESIGN do islandského Design Centra.

PODĚKOVÁNÍ

Tato studie by nevznikla nebýt obětavé pomoci, trpělivých konzultací a rozhovorů mých kolegů z organizace Iceland Design Center, kde jsem strávila téměř dva intenzivní měsíce a stala se součástí jejich týmu.

Za to jim patří velký dík! Jmenovitě bych chtěla poděkovat **Halle Helgadóttir, Olöf Rut Stefánsdóttir, Sari Peltonen, Arnaru Fells Gunnarssonovi, Lindě Vilhjálmsdóttir, Hlin Helga Gudlaugsdottir, Arnaru Ingi, Elin Hrund Thorgeirsdottir, Bryndís Ásmundsdóttir, Gyða Borg Barðadóttir, Elisabet Jonsdottir, Maye Badouk Epstein, Daantje de Klein** a islandské designérce **Hanně Dís Whitehead**.

Dále bych chtěla poděkovat za podporu a spolupráci ve výzkumné práci mým kolegům z organizace **CZECHDESIGN**. Jmenovitě pak **Janě Vinšové, Karolině Kučerové, Karolíně Matějkové, Ondřeji Matouškovi, Radce Machalické, Jindřichu Oukropcovi, Tomáši Melicharovi** a **Anežce Adamíkové**.

Studie a výzkumná stáž byla podpořena grantem z Islandu, Lichtenštejska a Norska.



1

2



OBSAH

1/ ÚVODEM

2/ CÍLE A CESTY

3/ ISLAND VS. ČESKÁ REPUBLIKA

4/ PODMÍNKY A PŘÍLEŽITOSTI DESIGNU NA ISLANDU

5/ PODMÍNKY A PŘÍLEŽITOSTI PRO PŘENOS PRAXE

6/ OBRAZEM: ISLANDSKÝ A ČESKÝ DESIGN

7/ ODKAZY

ÚVODEM

CZECHDESIGN

Výzkumná organizace CZECHDESIGN podporuje český design a představuje ho veřejnosti kulturními a vzdělávacími aktivitami od roku 2003. V současnosti realizuje projekt Budoucnost evropského designu a užité tvorby financovaný z Fondu EHP, v rámci kterého do Prahy a dalších českých měst přiváží řadu zahraničních teoretiků a designérů, aby tu vedli workshopy a přednášky pro odbornou i širokou veřejnost. Zahraniční know-how je velmi cenným a vítaným obohacením domácí scény a přináší řadu nových podnětů, přístupů a otázek.

NA ZKUŠENOU

Rozhodli jsme se pokračovat v získávání zahraničních zkušeností a doplnili jsme náš projekt o intenzivní studijní cestu jednoho z našich kmenových pracovníků, projektové manažerky Kamily Matějkové. Cílovou destinací se stal Island, a to především pro aktivity místního design centra, které byly již dlouho předmětem našeho zájmu. Ve spolupráci s experty z Islandu vidíme cennou zkušenost a obohacení našeho týmu o nový pohled na naši práci. Možnost vzájemně si předat know-how, které organizace v obou zemích pracně získávají, je neocenitelná, a věříme, že bude do budoucna dále rozvíjena. Projekt s názvem Budoucnost designu a užitého umění na Islandu a v České republice - podmínky a příležitosti pro přenos nejlepší praxe byl podpořen Fondem EHP.

3



4



5



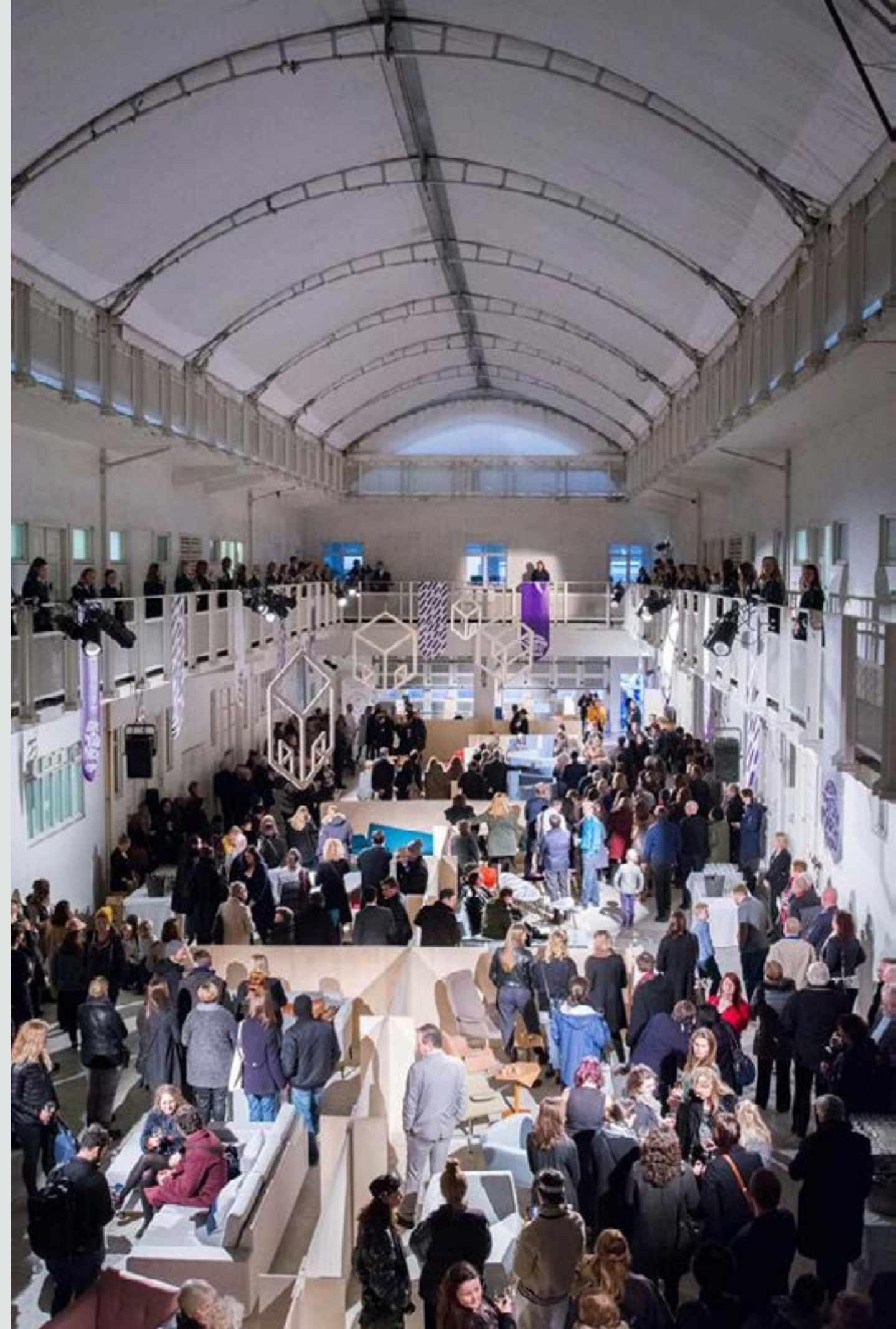
KAMILA MATĚJKOVÁ

Absolventka Dějin umění na Univerzitě Karlově 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.



ICELAND DESIGN CENTRE

Zastřešující organizace pro oblast designu na Islandu je financovaná islandským Ministerstvem vzdělání a kultury a Ministerstvem průmyslu. Cílem centra je propagace designu a architektury jako nástrojů pro zlepšování života společnosti a 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.



CÍLE A CESTY

CÍLE

Odborná studie je výstupem téměř dvouměsíční studijní stáže českého experta v organizaci Iceland Design Centre. Má tyto hlavní cíle a motivace:

- shrnout nabyté zkušenosti a know-how,
- nastítnit několik aktivit či přístupů vhodných pro přenos do českých podmínek,
- inspirovat české odborníky v oblasti designu,
- informovat českou odbornou i širokou veřejnost o situaci v oblasti designu na Islandu.

CESTY

Tato studie by nevznikla nebýt realizace studijní cesty, jejímž cílem byla intenzivní spolupráce s islandskými odborníky v oblasti designu. Uskutečnila se od 8. 2. do 28. 3. 2016 v sídle organizace Iceland Design Center v Reykjavíku.

Během studijního pobytu měl český expert příležitost seznámit se s běžnou designérskou praxí, projekty i způsoby práce islandských kolegů. Během spolupráce byla uplatňována metoda stínování, tedy intenzivního učení se. Český expert postupně „stínoval“ několik vedoucích pracovníků Iceland Design Centra. Díky této metodě lze studovat specifické metody práce a také to, jak tyto postupy uplatňovat v praxi. Cenným zdrojem materiálů pro vznik studie byly také expertní rozhovory s několika islandskými designéry a odborníky, a to z řad týmu Iceland Design Center i mimo něj.



8



9

Důležitá byla také účast na několika akcích a událostech pořádaných hostitelskou organizací:

10. – 13. 3. 2016 mezinárodní festival [Design March](#), přehlídka designu v Reykjavíku, během které se uskutečnila řada výstav a doprovodných akcí představující místní designérskou produkci i zahraniční hosty.

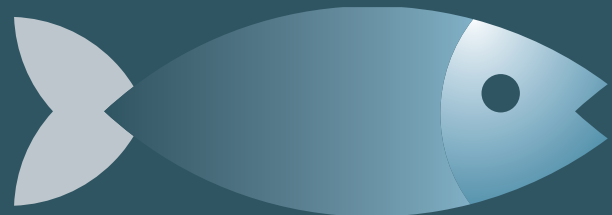
10. 3. 2016 mezinárodní odborná konference [Design Talks](#), celodenní série přednášek na téma Inovace designem, v rámci které vystoupili design manažerka Maria Giudice, autor projektu digitalizace britského systému státní správy GOV. UK Tom Loosemore, architektka Maria Lisogorskay, grafický designér Jonathan Barnbrook, islandská designérka Katrín Ólína Pétursdóttir a britská módní designérka Lauren Bowker.

11. 3. 2016 [Design Match](#), celodenní událost propojující islandské designéry s lokálními i zahraničními výrobci a firmami.



ISLAND VS. ČESKÁ REPUBLIKA

ISLAND



89,4 KG

snědených ryb na hlavu za rok



45 LITRŮ

vypitého piva na hlavu za rok



6 °C

průměrná roční teplota

průměrný měsíční plat

3 472 EUR

design strategie na státní úrovni

1

státem založené a podporované design centrum

1

počet univerzit, kde lze studovat design

1

počet design přehlídek

1

ČESKÁ REPUBLIKA

3,5 KG

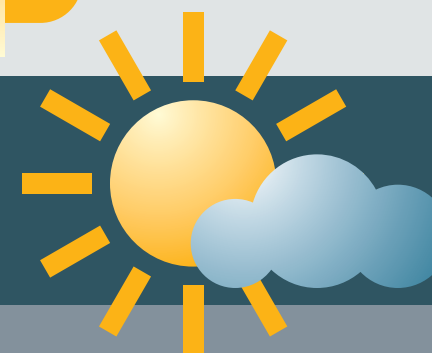


snědených ryb na hlavu za rok



143 LITRŮ

vypitého piva na hlavu za rok



11,39 °C

průměrná roční teplota

průměrný měsíční plat

955 EUR

design strategie na státní úrovni

0

státem založené a podporované design centrum

0

počet univerzit, kde lze studovat design

9

počet design přehlídek

5

ISLAND		ČESKÁ REPUBLIKA
	1918	vznik
vznik	1944	
	1948	nástup komunistického režimu
Islandský design poprvé vystaven spolu s ostatními Severskými zeměmi na výstavě „Formes Scandinave“ v Paříži	1958	úspěch českého designu na EXPO 58
nástup ekonomického liberalismu, růst importu	1960	
	1989	konec komunistického režimu, otevření ekonomiky
	1991	založení Design Centra ČR
	2007	zrušení Design Centra ČR
založení Island Design Centre zhroucení bankovního systému, začátek finanční krize	2008	

PODMÍNKY A PŘÍLEŽITOSTI DESIGNU NA ISLANDU

Island vytváří díky své geografické poloze, velikosti populace a historickému vývoji velmi specifické podmínky pro rozvoj designu a užitého umění. Velikost tohoto ledového ostrova je o něco větší než Česká republika. Počet obyvatel 332,529¹ z něj však činí nejřidčeji zalidněný evropský stát. Malá populace má vliv i na situaci v oblasti designu. Designérská scéna je velmi malá, což s sebou nese řadu nevýhod, ale také výhod. Mezi výhody určitě patří velmi úzká vzájemná propojenost profesionálů z oboru a také nutnost navazovat vztahy se zahraničím.

VZDĚLÁVÁNÍ

Možnost stát se vysokoškolsky vzdělanými designéry nabízí Islandčanům pouze jedna místní univerzita – [Iceland Academy of the Arts](http://www.lhi.is/en/) v Reykjavíku, kde byly obory zaměřené na design a architekturu otevřeny teprve v roce 2001. V bakalářském programu zde mají na výběr z oboru Architektura, Módní návrhářství, Produktový design a Vizuální komunikace, v magisterském je pak otevřen pouze jeden obecný obor pro prohloubení znalostí a dovedností ve zvoleném zaměření, kam je ročně přijímáno 12 studentů². Mladí kreativci se tak často vydávají na studia do zahraničí, především do Dánska, Velké Británie nebo Itálie, kde se věnují studiu rozmanitých disciplín a poté také často získávají zkušenosti u místních design studií či firem. Většina z nich se však vrací zpět, i přestože jsou podmínky pro práci designérů na Islandu značně omezené.

1 Údaj k 1. 1. 2016, zdroj: www.statice.is

2 „Iceland Academy of the Art“, vyhledáno 14. 4. 2016, <http://www.lhi.is/en/>



PŘÍRODNÍ ZDROJE A MATERIÁLY

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 průmysl³, 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 Erpsstaðir⁴.

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 produkty⁵. 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. Skupi-

3 Rybářství je jedním z nejvýznamnějších pilířů islandské ekonomiky a tvoří 40 % exportu země.

4 Produkt je součástí projektu Designers and Farmers, který iniciovala Icelandic Academy of the Arts v letech 2007 – 2011.

5 13AL+, Iceland Design Center, vyhledáno 15. 4. 2016, <http://www.icelanddesign.is/OURPROJECTS/13AL/>



na islandských designérů ve spolupráci se švédskými firmami zpracovávajícími hliník hledala cesty, jak s tímto materiálem pracovat. Jednou z nich byla také designérka **Katrin Olina**. Z ní se v současnosti stala velmi uznávaná autorka, která sklízí úspěchy na mezinárodním poli. Rodilá Islandka vystudovala průmyslový design v Paříži. Poté tam pracovala pro design studio Philippa Starcka nebo pro Rosse Lovergrovea v Londýně. Zkušenosti má i s velkými výrobci, jako je Dupont Corian nebo 3M. Z jejích posledních realizací je zajímavá kolekce ocelových poliček na knihy, která zapojuje do procesu výroby téměř zaniklou továrnu na ohýbání trubek ve městě Hofsós. Tento detail ukazuje na velmi zajímavý kontext současné situace na Islandu. Až do padesátých let 20. století zde panovala velmi pronárodně orientovaná politika limitující import zahraničních výrobků. Země tak byla nucena vyrábět řadu věcí přímo na ostrově. V 60. letech však došlo k obratu směrem k liberálnější strategii a velký nárůst importu dal zaniknout řadě lokálních průmyslových výrobců. Infrastruktura, která po nich na některých místech dodnes zůstala, může dnes představovat příležitost pro nová, inovativní využití.



13

SKANDINÁVSKÝ KONTEXT

Island je již tradičně považován za menšího bratra Skandinávských velmocí – Norska, Švédska a Dánska, 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 padesát 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 design⁶.

V roce 1974 designér **Sigurdur Már Helgason** vytvořil podnožku s názvem Fuzzy. Podsadité šroubovací dřevěné nohy nesou výrazné sedátko z ovčí vlny, tradiční produkt islandského hospodářství. Helgason měl v plánu prodávat tento lokální produkt společně s dalšími suvenýry v bezcelní zóně na mezinárodním letišti v Keflavíku. Ačkoli se mu tento záměr nikdy nepodařil, stal se podnožky velmi populární dárek k promoci či dalším významným životním událostem přímo



14

6 Katherine Nelson, Raul Cabra and Christopher Mount, *New Scandinavian Design*, (San Francisco: Chronicle Books, 2004), 237

na Islandu. „Příběh tohoto rozmarného bytového doplňku ukazuje typický průkopnický charakter současného islandského designu.“⁷

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 komunity⁸. 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 se zmiňovanými legendami meziválečné a poválečné éry. Zjednodušeně řečeno, není moc na co navazovat, což skýtá větší svobodu a prostor pro vlastní cestu.

EKONOMICKÉ A KULTURNÍ SOUVISLOSTI

Island během 20. století prodělal rychlý vývoj od tradiční zemědělské společnosti, která na ostrově převažovala až do 50. let, k vysoce vzdělanému, novým technologiím otevřenému a modernímu národu.

7 Katherine Nelson, Raul Cabra and Christopher Mount, New Scandinavian Design, (San Francisco: Chronicle Books, 2004), 159

8 Katherine Nelson, Raul Cabra and Christopher Mount, New Scandinavian Design, (San Francisco: Chronicle Books, 2004), 17



Nicméně, proměna proběhla na dlouho izolovaném území velmi pozdě a s následky rapidního budování infrastruktury takřka na zelené louce se země potýká dodnes.

Od 80. let zde probíhala kulturní revoluce, která v 90. letech akcelerovala s výrazným nárůstem turismu a telekomunikačních sítí, což vedlo k ekonomickému i kulturnímu boomu. Hlavní město Reykjavík se téměř přes noc změnilo z ospalého přístavu na malé kosmopolitní centrum s více než 150 000 obyvateli (což byla více než polovina národní populace). Vedle s Islandem tradičně spojované hudební scény svou roli sehrál i design a užité umění. V roce 1998 bylo založeno **Museum of Design and Applied Arts**. O několik let později se na Islandu vůbec poprvé začal design a architektura vyučovat na vysoké škole, v rámci zmiňované Icelandic Academy of the Arts⁹. V roce 2008 se pak „dlouho nesplněný sen islandských designérů a architektů“¹⁰ stal realitou založením organizace Iceland Design Center.

Krátce na to však na Islandu propukla masivní finanční krize, došlo ke kolapsu bankovního systému a země se ocitla na pokraji katastrofy. Státem finančně podporované design centrum však toto krizové období přečkalo a propojováním kreativního světa se světem byznysu přispělo do procesu zotavování země i její ekonomiky.

9 Katherine Nelson, Raul Cabra and Christopher Mount, New Scandinavian Design, (San Francisco: Chronicle Books, 2004), 159

10 „Iceland Design Center“, vyhledáno 15. 4. 2016, www.icelanddesign.is



SOUČASNÁ DESIGNÉRSKÁ SCÉNA

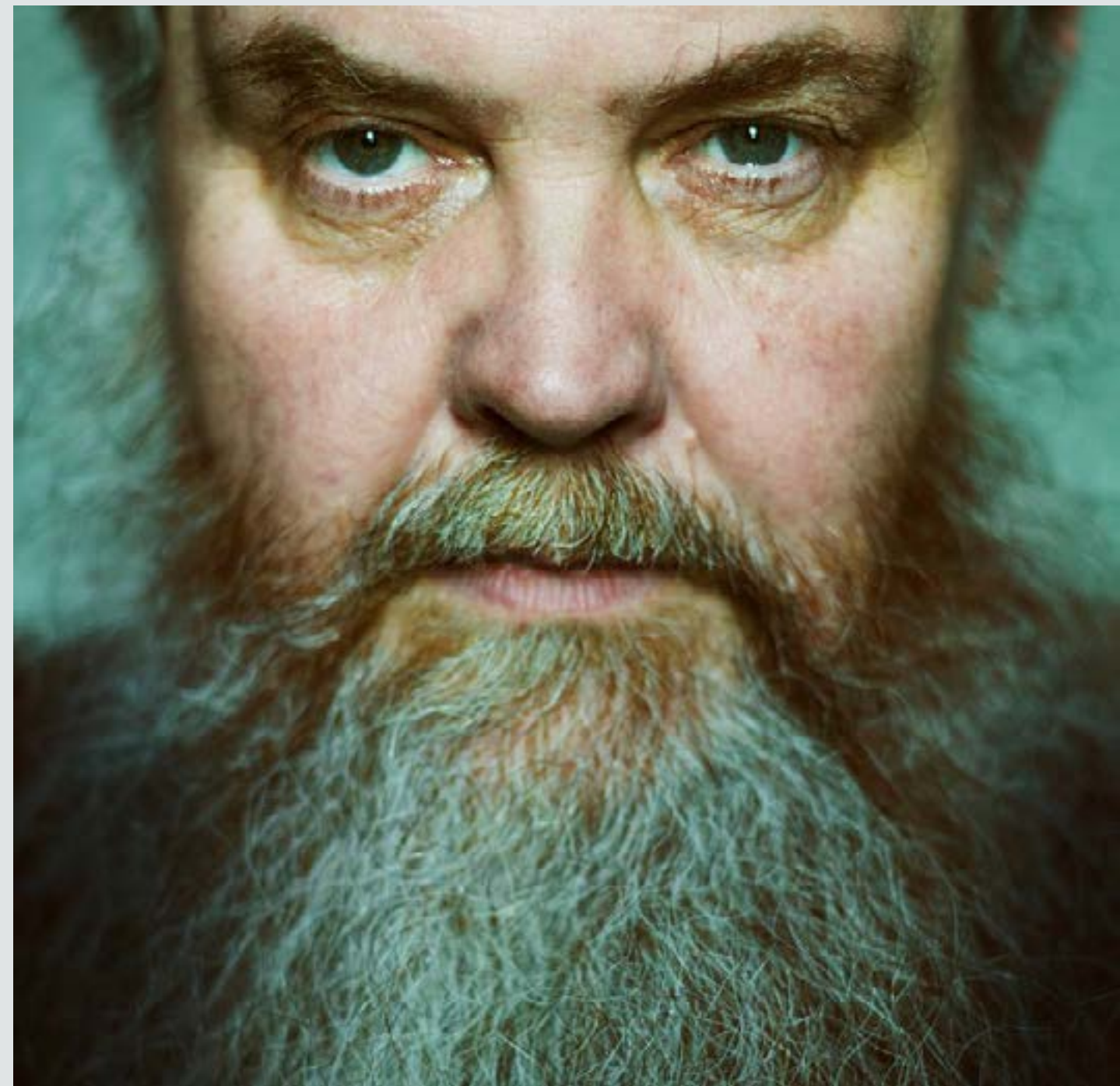
V současnosti v oblasti designu působí na Islandu několik uznávaných teoretiků a odborníků. Jednou z nich je **Hlín Helga Gudlaugsdottir**, která komentuje aktuální designérskou scénu následovně: „Naše historie designu je krátká, takže když se podíváte na islandský produktový design, vidíte velké množství experimentů. Není to však kvůli experimentům samotným – jde o nutnost. Máme na Islandu takovou frázi, která by se dala přeložit jako ‚Nedostatek naučí nahou ženu otáčet se‘. Když nemáte nic, budete muset přijít na to, jak něco získat nebo si to sami vytvořit. Produktový design zde funguje na podobných principech – nemáme průmysl ani jiné podpůrné mechanismy jako mnohé jiné země. Jsme tak malí!“ Designéři však podle Gudlaugsdottir umí i z mála vytěžit maximum. „Je tu určitý typ vnímavého experimentování, které se tu děje zcela přirozeně – tak trochu vtipně, trochu podivně a hlavně nepředvídatelně. Tento přístup je přítomný v islandské kultuře a design není výjimkou.“¹¹

Zajímavý pohled na národní literární bohatství jako inspirační zdroj místních designérů přináší „praotec“ islandské grafického designu **Gudmundur Oddur Magnússon**: „Islandský produktový design je tak mladý, že máme problém identifikovat, o co v něm vlastně jde. Bezpochyby můžeme v některých z nich nalézt příběhy, ale ty nejsou jeho hlavní charakteristikou. Poutavé vyprávění můžeme nalézt v lyrikách hudeb-

11 Magnús S. Helgason, „Play To Win“, The Reykjaik Grapevine, DesignMarch issue (2015): 2

17

18



nice Bjork nebo v pracích mnoha grafických designérů, ale v 3-D designu se s ním tak často nesetkávám. Cítím, že v něm jde více o způsob, kterým je vytvářen – nejde o formy, které by vyprávěly příběhy, ale o příběhy, které formují produkt.“¹²

Příroda je součástí každodenní reality všech Islandců a tak není překvapením, že je významným inspiračním zdrojem. Příkladem je studio s názvem **IIIF** a jejich kolekce skla představující různé fáze vulkanických erupcí tolik typických pro formování zdejší krajiny. Sklo je však pro islandské prostředí velmi netypickým materiálem. Kolekce Petits Volcans byla vyrobena ve francouzském Meisenthalu a v rámci islandského designu je spíše výjimkou.

Naopak častá je spolupráce se zahraničními kolegy. Příkladem z poslední doby je projekt **1+1+1**, který spojuje islandské designéry Róshildur Jónsdóttir a Snæbjörn Þór Stefánsson s finským studiem Aalto+Aalto a Švédkou Petrou Lilja. Každý jejich produkt je složen ze tří modulárních částí, které jsou kombinované do ucelené produktové řady. Vznikla tak kolekce originálních lamp, svícňů, kabinetů a zrcadel. Jak již bylo zmíněno, zakázky od velkých výrobců jsou spíše výjimkou. Islandští designéři se tak často zaměřují na vlastní byznys a vyrábějí v malém praktické a pro běžné zákazníky využitelné produkty. Funkčnost a praktičnost jsou vůbec vlastnosti, které mají Islandci v krvi. Výsledkem jsou krásná a praktická potěšení všedního dne jako utěrky od designérky **Hanna Dís Whitehead**, čokoláda zabalená do ilustrovaných obalů **OMNOM** nebo plánovací kalendář od studia **Snæfrið & Hildigunnur**.

12 Katherine Nelson, Raul Cabra and Christopher Mount, New Scandinavian Design, (San Francisco: Chronicle Books, 2004), 95



19

20



Kapitolou sama pro sebe je pak islandská móda. V oblasti designu na Islandu jde asi o nejosobitější a nejvíce viditelnou disciplínu. Islandský módní průmysl je čím dál více považován za seriózní odvětví a důležitý exportní artikl. Lokální trh se sice nemůže pyšnit zavedenými módními domy, ale o to více je obdivován pro neokoukaný a svěží přístup. Finanční krize připravila islandským návrhářům šanci v podobě levných pronájmů obchodních prostor na hlavních třídách, což je dodnes v centru Reykjavíku při pohledu do výloh znát.¹³

13 Charlie Strand, Icelandic Fashion Design, (Londýn: Gudrun Publishing), 2012, 6

21
22



PODMÍNKY A PŘÍLEŽITOSTI PRO PŘENOS PRAXE

STYČNÉ BODY

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 obou zemím společná. Islandská ekonomika byla do začátku 60. let dvacátého století uzavřená a limitovala import zahraniční produkce. Jistou analogii, i když jistě se zcela odlišnými příčinami i mírou dopadu, můžeme spatřovat v situaci v České republice 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 nezůstalo 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 s Českou republikou sousedícího Německa či Rakouska.

23



24



Na základě znalosti české situace a praxe v oblasti designu a dvouměsíční výzkumné práce islandských podmínek byly identifikovány následující projekty, aktivity a opatření, které mohou být pro české prostředí inspirací a jež by vedly k podpoře, rozvoji a profesionalizaci designu na národní úrovni:

1/ SOUSTAVNÁ PÉČE O OBOR

Velkou podporou pro islandský design je organizace [Iceland Design Centre](#). Ta se soustavně stará o rozvoj a propagaci islandského designu a architektury od roku 2008, kdy byla založena z iniciativy státu. Od počátku je financována Ministerstvem školství a kultury a Ministerstvem průmyslu. Díky tomu má zajištěny nejen potřebné kompetence pro rozvoj designu a architektury na národní i mezinárodní úrovni, ale také kontinuální provoz a základní finanční prostředky pro své fungování ve výši 210.000 eur ročně (z celkového ročního rozpočtu 611.000 eur). Velmi dobrý je také systém napojení na profesní organizace zastupující jednotlivé disciplíny, design centrum je totiž formálně vlastněno následujícími subjekty: Asociace islandských architektů, Islandská společnost pro nábytek a interiérové architektky, Federace islandských krajinných a zahradních architektů, Asociace islandských produktových a průmyslových designérů, Islandská asociace keramických umělců, Asociace islandských módních návrhářů, Spolek pro islandský textil, Asociace islandských zlatníků a Asociace is-



25

26



landských grafických designérů. Řídícím a rozhodujícím orgánem design centra je komise složená z hlav vyjmenovaných subjektů, kteří se scházejí jednou za dva měsíce a operativní vedení celé organizace svěřují do rukou manažera, kterou v současnosti je **Halla Hellgadóttir**. Díky tomuto systému řízení „zdola“ se téměř každý islandský designér a architekt spolupodílí na směřování design centra, což slouží velmi dobře jako obranný mechanismus proti odklonění jeho aktivit od skutečných potřeb oboru a aktuální praxe. Mezi hlavní aktivity Iceland Design Center, které budou dále podrobněji rozvedeny, patří následující aktivity:

- mezinárodní festival propagující islandský design **DesignMarch**
- správa fondu **The Aurora Design Fund**, který na základě výběrového řízení podporuje jednotlivé designéry a projekty
- udělování ceny v oblasti designu
- propojování islandské designérské scény s mezinárodním prostředím
- informování o islandském designu na webové platformě
- vydávání odborného časopisu o designu
- propojování designérů a výrobců

Situace v ČR

Design Centrum ČR bylo zrušeno v roce 2007. Poté se některých jeho aktivit ujalo několik nezávislých soukromých organizací: **CZECHDESIGN** (informační webový portál o českém designu, vzdělávací aktivity pro designéry a firmy, konzultační služby firmám, prezentace a propagace designu výstavními

27

28



aktivitami v ČR i v zahraničí), [Design Cabinet](#) (organizace Národní ceny za studentský design, webový portál o designu), **Profil Media** (akademická cena designérům a firmám, [Czech Grand Design](#), přehlídka designu [Designblok](#), [PRO TEBE live](#) (aktivity na rozvoj designu v Karlovarském kraji), jednotlivé profesní organizace ([Asociace designérů Moravy](#), [Unie profesionálních designérů a Asociace designérů](#), [Asociace užité grafiky a grafického designu](#), [Asociace českých nábytkářů](#), [Unie grafického designu](#), [Czech Fashion Council](#)). Finanční podpora firmám spolupracujícím s designéry je možná získat prostřednictvím programu [Design pro konkurenceschopnost](#) spravovaného agenturou CzechTrade.

2/ STRATEGIE NA NÁRODNÍ ÚROVNI

Zásadním pro institucionální rozvoj designu je existence strategického dokumentu stanovující priority a směr, kterým se podpora oboru bude ubírat. Iceland Design Center společně s Ministerstvem školství a kultury a Ministerstvem průmyslu vytvořilo po vzoru mnoha západních a severských zemích strategii s názvem „[Design as a Driver for Future: Icelandic Design Policy 2014–2018](#)“, ve kterém si země stanovuje priority, cíle a nástroje, kterými jich dosáhnout. Jde o velmi stručný a jednoduchý dokument, jenž jasně určuje a zavazuje zapojené orgány státní správy i samotné design centrum k několika aktivitám.

Design as a Driver for Future

Icelandic Design Policy 2014–2018



Sekce „Vzdělávání a znalosti“ se zabývá cestami, jak posílit výuku v oblasti designu na základních a středních školách a také jak rozšířit výzkumné aktivity v oblasti designu na úrovni univerzitního studia. Část „Práce a podpora prostředí“ řeší způsoby cíleného využití fondů a podpůrných systémů, podporu konkrétních a specifických projektů a také cesty, jak by veřejné orgány mohly jít v oblasti designu příkladem. Tento bod je velmi zajímavý především proto, že uvažuje nad tím, jak motivovat autority k zapojování islandského designu do svých projektů a prostředí. Poslední sekce „Propagace“ řeší problematiku kampaně o benefitech designu na Islandu a také efektivitu mezinárodních propagačních aktivit na podporu národní designérské tvorby.

Situace v ČR

Komplexní strategie pro oblasti designu v ČR zcela chybí. V některých strategických dokumentech je design a důležitost jeho podpory zmiňována, jako např. v dokumentu Konceptce podpory malých a středních podnikatelů 2014-2020, chybí však konkrétní cíle a nástroje, jak jich dosáhnout.



3/ PODPORA MEZINÁRODNÍCH KONTAKTŮ A EXPORTU

Další z aktivit Iceland Design Center se týkají propagace islandského designu v zahraničí a propojování místních designérů s mezinárodním prostředím. Propagační aktivity spočívají v takových aktivitách, jakou je networkingové setkání spojené se severskou gastronomií [Nordic Design Lunch](#) uspořádané společně s finským design centrem během **Stockholm Design Week 2014**. Dále pak výstavy – v nedávné době to byl například výstavní projekt [We Live Here](#) realizovaný v loňském roce.

Již zmiňovaný projekt [13AI+](#), tedy spolupráce islandských designérů a švédských firem zpracovávajících hliník, je velmi dobrou ukázkou malého, ale velmi užitečného projektu, který může mít v konečném důsledku významný vliv na domácí scénu. Velmi povedená a efektivní akce, kterou Iceland Design Center každoročně pořádá, je **Design Match**. Celodenní setkávání islandských designérů a místních i zahraničních výrobců a firem ve stylu „speed dating“ je oboustranně přínosnou příležitostí k navázání spolupráce. Na akci jsou pozváni zahraniční i lokální výrobci hledající talenty z řad designérů či mající zájem započít s nimi spolupráci. Jakmile potvrdí svoji



31

32



účast, jsou jim dána k dispozici portfolia islandských designérů, ze kterých vybírají kandidáty, s nimiž si chtějí během Design Match sjednat schůzku. Organizátoři vytvoří příjemné a neformální prostředí a je na samotných zástupcích firem i designérech, zda spolupráci v budoucnu rozvinou. Několik příkladů uvedených výrobků na trh je důkazem, že tyto nenápadné akce přináší své ovoce.

Situace v ČR

Prezentace českého designu v zahraničí probíhá spíše nahodile a je na samotných designérech, firmách či univerzitách, které se mezinárodních veletrhů a festivalů účastní. Ojedinelé jsou také ucelené výstavní projekty, jako např. výstava [Stolečku, prostři se](#) uspořádaná v několika evropských městech organizací CZECHDESIGN, dále pak výstavy pořádané v Českých centrech. Organizovanou skupinou prezentující vybrané české firmy v zahraničí je [Czech Selection](#). Setkávání českých designérů se zahraničními výrobci a firmami jsou velmi ojedinělá.



33

34



4/ DESIGN WEEK, JAK HO NEZNÁME

Každoroční festival designu **Design March** promění Reykjavík na necelý týden v město designu a architektury. Po celém městě na návštěvníka čekají výstavy či prezentace místních designérů a připraven je také bohatý doprovodný program. Mimo jiné i celodenní odborná konference **Design Talks**, kde vystupují respektovaní zahraniční hosté a její návštěvnost se pohybuje kolem 700 posluchačů. Tradice festivalů, veletrhů a design weeků je v evropských městech celkem běžná, v Reykjavíku však všechno probíhá tak trochu jinak. Celá akce se odehrává ve městě, v ulicích, v showroomech, v malých i velkých galeriích i na nezvyklých místech, což zpřístupňuje zdarma design a užité umění široké veřejnosti velmi jednoduchou a uvolněnou formou. Klasická veletržní forma prezentace, která by uzavírala rozměrnou expozici do jedné či více budov, zde zcela chybí. Zajímavý je i způsob organizace celé akce. Iceland Design Centrum je organizátorem celé akce, funguje jako platforma, propaguje celou akci na Islandu i v zahraničí, vydává katalog s programem celé akce, zve zahraniční odborníky a novináře. Prezentace a výstavy probíhající po celém městě jsou v režii samotných designérů, kterým v případě potřeby design centrum poskytuje pomocnou ruku. Důležitá je také podpora akce místními úřady. Setkání zahraničních hostů v prezidentské rezidenci či zahájení odborné konference starostou Reykjavíku jsou významné jak pro místní, tak pro mezinárodní účastníky festivalu.



Situace v ČR

V České republice v současnosti funguje několik přehlídek designu. Velmi oblíbená a léty prověřená akce s velkým dopadem na širokou i odbornou veřejnost je [Designblok](#), stejně jako prodejní veletrh [Designsupermarket](#). V posledních letech přibýly další přehlídky, jako je [Czech Design Week](#), [Prague Design Week](#) a [Zlín Design Week](#). S výjimkou posledního jmenovaného se drží spíše tradiční veletržní prezentaci v rámci jedné či více budov.

5/ MARKETINGOVÁ KAMPAŇ

Velmi významná je kvalitní a efektivní komunikace národního designu skrze různé kanály. Iceland Design Centre aktualizuje webové stránky o islandském designu v anglickém jazyce a vydává odborný časopis [HA](#) o lokální produkci s anglickými texty. Důležitou součástí kampaně jsou také sociální média, a to anglicky komunikující profil na Facebooku, Twitteru a Instagramu. Vizuální styl kampaně se mění každoročně s novou vizuální identitou festivalu DesignMarch, který je středobodem celoročních aktivit design centra. V roce 2016 to byla vizuálně atraktivní a efektivní kampaň užívající označení „This is design from Iceland“ včetně poutavých slovních hříček, využití přírodních krás Islandu a milého způsobu komunikace s lokálními i zahraničními návštěvníky.

36

37



Situace v ČR

V českém prostředí jednotná komunikace lokálního designu a užitého umění směrem do zahraničí zcela chybí. Materiály přístupné v anglickém jazyce jsou zcela ojedinělou záležitostí. Do zahraničních periodik (např. DOMUS, ICON WallPaper) přispívá teoretik Adam Štěch svou novinářskou činností.



38

39



OBRAZEM: ISLANDSKÝ A ČESKÝ DESIGN



Kolekce skla Petits Volcans, studio IIF
(Agla Stefánsdóttir, Sigrún Halla Unnarsdóttir & Thibaut
Allgayer), sklo, 2015, vyrobeno v CIAV Meisenthal,
foto: Anne Rombach



Dekorativní objekt Skleněná krajina, studio Dechem
(Michaela Tomišková, Jakub Jandourek), sklo, 2011,
foto: Kristina Hrabětová



Stolky Berg, FAERID, 2015, zdroj North Limited



Policový systém Sequence, Petr Hák, 2015, foto: dumabyt.cz



Cape on stand, Claire Anderson and Hanna Whitehead, 2015,
foto: Tian Khee Siong



Pastva, tkané koberce z ovčí vlny, DurchDuo, 2015,
foto: Durch Duo



High Heel Cups, Hrafnkell Birgisson, sklo, porcelán, 1998,
foto: Berlinord



Fast Collection, Maxim Velčovský, sklo, 2005,
foto: Qubus



Symbiotic Leg 3, Össur, významný islandský exportér
v oblasti neinvazivních zdravotnických prostředků pro
chirurgické a ortopedické obory,
foto: Össur



Eleganza 2, Linet, významný český exportér v oblasti
nemocniční techniky a zdravotnických pomůcek,
foto: Linet



Kitchen Garden, Brynja Gudnodóttir, 2015,
foto: Kamila Matějková



Skleník, Kristýna Pojerová, sklo, 2011,
foto: Design Cabinet

ODKAZY

Užitečné knihy a materiály

Elísabet V. Ingvarsdóttir, *Icelandic Contemporary Design*, (Reykjavík: Crymogea, 2010)

K. Nelson, R. Cabra and C. Mount, *New Scandinavian Design*, (San Francisco: Chronicle Books, 2004)

Charlie Strand, *Icelandic Fashion Design*, (Londýn: Gudrun Publishing), 2012

[HA: islandský magazín o designu](#)

[Design as a Driver for Future: Icelandic Design Policy](#) 2014–2018

[Neptun](#): islandský magazín o umění, designu a architektuře

Místa a akce k navštívení

[Iceland Design Center](#)

[Iceland Academy of the Arts](#)

[Iceland Museum of Design and Applied Art](#)

[DesignMarch](#)

[DesignTalks](#)

Sociální sítě ke sledování

FCB [HönnunarMars // DesignMarch](#)

Twitter [IcelandDesignCentre](#)

Instagram [icelanddesigncentre](#)

Instagram [designmarch](#)

#icelandicdesign #designmarch

Legenda k fotografiím

- 1 Tým Iceland Design Centre, foto: Ragna Margrét Guðmundsdóttir
- 2 Tým CZECHDESIGN, foto: Jan Hromádko
- 3 CZECHDESIGN, Vojtěšská 3, Praha 1, foto: Marie Bauerová
- 4 Projekt Budoucnost designu, Zlín, foto: Zlín Design Week
- 5 Projekt Budoucnost designu, CZECHDESIGN, foto: Lucie Nohejlová
- 6 Kamila Matějková, foto: Jan Hromádko
- 7 Zahájení festivalu Design March, foto: Ragna Margrét Guðmundsdóttir
- 8 Konference Design Talks, Harpa building, foto: Iceland Design Centre
- 9 Design Match, foto: Iceland Design Centre
- 10 Výstava We Live Here v rámci Stockholm Design Week, foto: Iceland Design Centre
- 11 Iceland Academy of the Arts, Reykjavík, foto: Kamila Matějková
- 12 Skyrkonfekt, foto: Designers and Farmers
- 13 Reading Horse, Katrin Olina, ocel, 2015, zdroj: dezeen.com
- 14 Fuzzy, podnožka z ovčí vlny, Sigurdur Már Helgason, 1974, foto: Kamila Matějková
- 15 Stolek z hliníku, Garðar Eyjólfsson a Katrin Olina, 2013, foto: dezeen.com
- 16 Zahájení festivalu Design March, foto: Ragna Margrét Guðmundsdóttir
- 17 Hlín Helga Gudlaugsdottir, DesignTalks, foto: Iceland Design Center
- 18 Gudmundur Oddur Magnusson, foto: Muddy Water Magazine
- 19 Cabinets, 1+1+1, zdroj: Petra Lilja
- 20 Originální design obalů čokolád, Omnom Chocolate, zdroj: Omnom Chocolate
- 21 Kolekce Flóra, Hildur Yeoman, zdroj: Hildur Yeoman
- 22 Pánská móda, FarmersMarket, zdroj: Farmersmarket
- 23 Projekt Iceland Design Centre pro Arion Bank, foto: Iceland Design Centre
- 24 Iceland Ocean Clustr, inkubátor pro kreativní a inovativní řešení pro islandský rybářský průmysl v Reykjavíku, foto: Ocean Clustr
- 25 Výstava We Live Here, Stockholm Design Week 2015, foto: Iceland Design Center
- 26 Výstava We Live Here, Stockholm Design Week 2015, foto: Iceland Design Center
- 27 HA Magazín, zdroj: Iceland Design Center
- 28 Halla Helgadóttir, ředitelka Iceland Design Centre, foto: visir.is
- 29 Icelandic Design Policy 2014 – 2018, foto: Iceland Design Centre
- 30 Design March, foto: Sebastian Ziegler
- 31 Design March, foto: Eypór Árnason
- 32 Design Match, foto: Iceland Design Centre
- 33 Design March, foto: Sebastian Ziegler
- 34 Design March, foto: Iceland Design Centre
- 35 Konference Design Talks, foto: Lorena Sendic Silvera
- 36 Marketingová kampaň, foto: Iceland Design Centre
- 37 Marketingová kampaň, foto: Iceland Design Centre
- 38 DesignMarch, foto: Iceland Design Center
- 39 Design March, foto: Grímur Kolbeinsson#icelandicdesign #designmarch