

NUMEROLOG

V bielom obleku bezchybného strihu, s tajuplným tetovaním na predlaktí a širokým úsmevom na tvári hlása Karim Rashid sebavedomú filozofiu demokratického dizajnu. Text: Michal Lalinský



Foto: Milovan Kozarević



1

1: Individuálnou mytológiou autora sa stalo masívne použitie vlastnej zbierky hieroglyfov. Napríklad ako styling legendárneho koša pre «Vipp». www.vipp.dk

2: Reliéf akustických panelov «Sound Wave» zo 100-percentnej vlny odzrkadluje pre Rashida typickú geometriu sínusoidy. www.oeffct.se

3: Kubisticky premodelované fazety stohovateľnej stoličky «Poly» vytvárajú pútavé vizuálne efekty. www.bonaldo.it



2



3

Pravdepodobne najvýznamnejší dizajnér Spojených štátov amerických, ktorý verejnosť zahŕňa množstvom anonymného (nepochybne bezchybného) dizajnu, s vlastnou televíziou šou a prepracovaným systémom tvorivého programu sa v Bratislave rozpravil o niektorých kapitolách dizajnu. Na úvod exkluzívneho interview, ktoré poskytol magazínu Atrium pri príležitosti Clubovky, sa vyznal zo svojho konceptuálneho zaujatia prostou krásou. Karim Rashid: «Vychádzam z toho, že dizajn považujem za druh krásy. Slovo krásy sa dnes stalo

nadužívaným najmä v kozmetickom alebo módnom priemysle. Znamená však omnoho viac. Ľudstvo je historicky dlhodobo – tisícky rokov – fascinované fenoménom krásy. V minulosti bolo dokonca viac posadnuté osobnostnou ozdobnosťou než dnes, preto si prirodzene vyvinulo isté nutkanie po kráse. Takže aj v zmysle priestoru, prostredia či vecí, ktoré nás obklopujú a ktorých sa dotýkame, jestvuje neustála túžba po pôvabe. Je nezávislá od financií či kvalitatívnej úrovne – vychádza skôr z ľudskej potreby po nie-

čom nádhernom. Nemyslím si, že krásy predstavuje čosi povrchné a nadbytočné, čo sa týka zvonku vecí; skôr súvisí s ich obsahom. Zjaví sa až vtedy, keď oboje – obsah a forma – dosiahne prepojenie v jednotnom celku; keď daný objekt možno oceniť ďaleko za hranicou jeho hmotnej podoby, v kategórii správnej podoby, účelnosti a pohodlia. Platí to aj naopak: ak niečo skutočne pekne nefunguje dobre, začneme to považovať za nepodarok. To, čo je na povrchu vecí, i to, čo je v ich vnútri, sú aspekty, ktoré umožňujú krásu.»

Popri komplexnom ponímaní krásy, ktoré v sebe koncentruje funkcionalistické i formalistické princípy, Karim Rashid rozpracováva svoj typický rukopis fluidných foriem dizajnu aj v diskurze obsažného zatriktívnenia ponúkaných návrhov – ich kódovania enigmatickým tvaroslovím či zvláštnou formou autorského signovania, ktorou koncovému užívateľovi sprostredkúva vlastné estetické vízie.

KR: «Zhruba pred dvadsiatimi tromi rokmi som pracoval v kancelárii, ktorá vyvíjala dizajn pre dôležité firmy, ako napríklad »



1



2



3



4



5

«Naša hmotná skutočnosť sa stala nudnou a hlúpou!»

Karim Rashid, dizajnér, New York

■ Karim Rashid (48)

Polovičný Egypťan a polovičný Brit. Vyrástol v Kanade. V sedemdesiatych rokoch experimentoval ako DJ, v osemdesiatych rokoch ako praktikant u Sotissassa. Od roku 1993 patrí ku kľúčovým postavám newyorskej dizajnárskej scény. V súčasnosti prednáša, publikuje a žne medzinárodný ohlas vďaka množstvu kvalitnej návrhárskej práce pre celý zástup klientov, od Alessi po Zanotta. Nenávidí čiernu farbu. www.karimrashid.com

1: Návrhár Karim Rashid s obľubou siaha po organickom tvarosloví: sofa «Koochy» je zmyselným zhmotnením mäkkého pohodlia. www.zanotta.com
 2: Police «Kubo» opäť pokrýva potlač príznačných hieroglyfov. www.meritalia.it
 3: Takmer metafyzická kompozícia prieniku troch nepravidelných sklenených oválov formuje elegantný stolík «Kut». www.tonellidesign.com
 4: Sériu kúpeľňového vybavenia «Kawa» zahŕňa okrem pozaobľovanej sanitárnej keramiky aj avantgardne tvarované výtokové batérie. www.cisal.it
 5: Revolučne sfomovaný ručný vysávač «Kone» si okamžite získal priazeň na americkom trhu. www.dirtdevil.com

» «Black & Decker». Tieto firmy nedovolia, aby sa na ich produktoch objavovali autorské kredity. Tak som sa trochu podvratne rozhodol umiestniť nenápadnú značku dovnútra plastovej formy elektrickej vŕtačky. Inžinieri to prehliadli alebo nepovažovali za dôležité, preto sa na trh dostala aj s mojou značkou. Takto sa to všetko začalo: najskôr malý krížik, neskôr pribudla hviezdička, ktorou som podvedome označoval vydarené nápady na mojich bezmyšlienkovitých skiciach, až som začal cielene budovať vlastnú ikonografickú abecedu. Omnoho

neskôr, asi pred šiestimi rokmi, som si uvedomil, že budujem istú formu moderných hieroglyfov, čo je v kontexte mojich egyptských koreňov zábavné. Nikdy predtým som si to totiž nedal do spojitosti; len som rozširoval zbierku symbolov, kým sa nestala zvláštna vec. Súvisí to s tým, že naozaj verím numerológii. Robil som na projekte hotela v Aténach, ktorý mal 54 izieb – a rovnaký počet znakov som mal vo svojej hieroglyfickej abecede. Znamenie... Namiesto zvyčajného číselného kódovania som sa rozhodol označiť týmito symbol-

mi hotelové izby. Odvtedy nepribudol žiaden nový znak!»

Okrem hrdého zdôrazňovania vlastného vizuálneho jazyka je pre Rashidovu tvorbu dôležitejšie autorské sebaoprotie, či skôr adresná rezignácia s cieľom rozvinúť dizajn do podoby dostupného, demokratickeho a dokonale fungujúceho aparátu, ktorý by mal prispieť k zúšľachteniu nášho sveta. Tento etický rozmer získava na váhe zvlášť v období ekonomickej a ekologickej nestability, do ktorej sa svet čoraz viac zamotáva.

KR: «K aktuálnej ekonomickej krí-

ze možno poznamenať jediné: médiá to príliš nafukujú, takže mnohí začínajú bezdôvodne panikáriť, čo situáciu zhoršuje. Ale späť k otázke vzťahu dizajnu a ekonomiky. Vždy som dôveroval tvorbe veľmi lacných vecí. Už roky sa o to usilujem; dokonca som vymyslel filozofiu dostupného dizajnu, ktorú nazývam «Designokracia». Považujem za zvláštny paradox, že všetko, čo je dnes tak krásne navrhnuté, je také drahé! Málokto onen dizajn videl naživo, málokto si ho môže dovoliť, dotknúť sa ho alebo si naň sadnúť. Úspešný dizajn by však mal byť skôr nená-

kladnou, dostupnou masovou komoditou. Vo svete, ktorý je čoraz viac «dizajnovým uvedomelým», je to dosť náročné. V Štátoch som urobil mnoho jednoduchých návrhov pre Walmart a Target. Tieto veľké reťazce sa obávajú slova dizajn, pretože sa domnievajú, že by to zúžilo ich trh. Napriek tomu to predsa len skúsili: navrhol som ručný vysávač, ktorý spočiatku považovali za príliš radikálny. Napokon ho dali do predaja a dnes sa tešia z optimistických čísel: dva milióny odkúpených exemplárov za pol roka... To je dôkaz, že aj masový trh akceptuje ušľachtilý dizajn.»

V mnohých rozhovoroch, ten náš nevnímajúc, sa Karim Rashid zlostí na časté porovnanie s Philippom Starckom. Práca oboch dizajnérov totiž vychádza z podobných princípov demokratickeho rozšírenia dobre navrhnutých produktov medzi široké vrstvy používateľov. Pravdou ostáva, že východiskové pozície Rashida, kultivované dlhodobým úspešným modelom americkej pragmatickej demokracie, dosiahli lepšie výsledky než v Starckovom prípade...

KR: «S Designokraciou som experimentoval už začiatkom deväť-

desiatych rokov. Ten princíp má Starck odo mňa! Keď prišiel do Ameriky, získal ponuku od konzorcia Target. Vtedy začal hovoriť o demokratickom dizajne. Starckov projekt pre Target napokon skončil ako úplná katastrofa... Je to skvelý chlapík a má za sebou úžasnú prácu. No zároveň všetko, čo robí, je strašne spiatočnicke. Uprednostňuje štýl pred ozajstnou návrhárskou prácou. Dizajn má byť o vytváraní súčasného sveta – nie o rozvešovaní lustrov, znovuobjavovaní historických francúzskych stoličiek a podobných taľafatkách.

Takto dizajn stráca zmysel. A ja sa bojím, že mnoho naleštených časopisov čoraz viac hovorí o dekorovaní než o dizajne. Tu sa vraciame späť k otázke postavenia dizajnu ako hodnoty, ktorá čelí prípadnej ekonomickej nestabilite. Celý svet, dnes globalizovaný do jediného celku, prechádza obdobím súmraku kapitalizmu. Ak má prísť nejaká kríza, pretrvá len to, čo životu prináša skutočný ošoh. Ak sa časy zhoršia, budeme kupovať iba veci, ktoré naozaj potrebujeme. Ale aj tie veci, ktoré sú naozaj potrebné, potrebujú byť dobre vydizajnované!»