

## Tradice a design - zde jsou emoce

Touha po tom, co je staré, tradiční, selské je emoce, která stále častěji doprovází mnoho lidí. Existuje mnoho hlasů, že vývoj civilizace a technologie není člověku prospěšný a staré obyčeje, vztahy a kultura byly lepší. Fascinace lidovou kulturou je silným trendem v moderním světě, který je viditelný v mnoha projevech masové kultury. Ochotně saháme zpět po tradici znavení globalizací, sjednocením vzorů, chování, výrobků. Vnímáme totiž potřebu reagování na zaplavující nás obsah masové kultury, vymizení autorit a krizi etických hodnot. Nejsme již ale schopni pochopit významy a hodnoty, jež tradice nesla, neumíme přechít její funkci. Setkáváme se s fascinací tradicí, která nás přivádí ke kořenům a zdrojům, jež pro nás nejsou zřejmé. Kazimierz Dobrowolski, badatel lidové kultury mezi základní rysy lidové kultury zahrnoval mj.: tradicionalismus, omezenost historické perspektivy, silné uniformistické tendence, důležitou úlohu starších lidí, religiozitu s magickými vlivy, silné sociální vazby a také propojování užitkových, estetických a magických funkcí u výrobků. Podle antropologů v současném světě takováto podoba lidové kultury již neexistuje.

Zájem o lidovou kulturu není nový jev, v Polsku se vyskytoval již v 19. století, kdy se začala selská kultura ztotožňovat s národními hodnotami. Ve 20. století, a zejména v době komunismu, se selskost stala široce prosazovanou hodnotou. Lidovost se tehdy stala součástí politické kampaně, o níž bylo pečováno a jež byla uměle udržována. Příjemci výrobků lidové kultury byli především obyvatelé měst, což přispělo k jejímu rozpadu a zániku. V dnešní době největší zájem o návrat ke tradiční kultuře opět projevují lidé žijící ve městech. V tradiční kultuře nacházejí zdroj inspirace pro různé typy tvůrčích aktivit. Fascinace návratem ke zdrojům je velice patrná v prostředí tvůrců a návrhářů.

V tradiční venkovské kultuře, v níž vládla chudoba, největší hodnota a majetek byly sociální vztahy a vazby. Sociální vztahy se taky zdají být tím, k čemu se vědomě vracíme a vyvíjíme, a to velmi často s využitím nástrojů, které poskytuje design. A



přestože jsou lidová kultura, tradice a design oblastí lidské aktivity navozující zcela odlišné asociace, překrývají se. Design a nové technologie umožňují vznik nových výrobků a služeb založených na tradici, přinášejí zcela nové formy sdělení prvků lidové kultury (například internet nebo sociální média). Takovýto trend zpracovávání hodnot lidové kultury pro potřeby současného příjemce je celosvětový jev označovaný jako „etnodesign“. Návrháři, již navazují na lidovost, nereprodukuje ji v původní nezměněné formě. Rozhodují se pro zajímavější motivy a navazují na ně prostřednictvím zdůraznění důležitých a zajímavých prvků pro dnešního příjemce.

Výrobky společnosti Folkstar, fot. L. Trojan

Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz ze środków budżetu państwa. Przekraczamy granice

Mistrovské zpracování, detaily, neznámé techniky nebo již dlouho zapomenuté materiály se stávají inspirací a přidanou hodnotou pro příjemce, jenž si zvykl na masovou výrobu postrádající individuální vlastnosti.

Některé „etnodesignové“ návrhy se omezují pouze na přenos tradičních dekoračních motivů na současně vyráběný nábytek, příslušenství, oděvy nebo doplňky. Bohatý sortiment takovýchto výrobků má ve své nabídce společnost Folkstar - podhalaňská, kašubská nebo polská zdobení jsou přenášena na každodenně používané předměty.

Návrháři však sahají v rámci svých aktivit hlouběji. Často nabízejí nové funkce pro výrobky inspirované tradicí, budují regionální značky nebo dokonce navrhují služby využívající místní zdroje. Dělají to velmi často ve spolupráci s tvůrci působícími v konkrétním regionu, s místními mistry nebo řemeslníky. Mnohdy se právě přímo od nich učí technik provádění, vlastností materiálů, navazují s nimi vztahy důležité pro obě strany. Výsledkem této spolupráce jsou návrhy, které mají oslovit příjemce žijící ve městech, ale - což je důležité - mají oslovit také samotné tvůrce. Nové výrobky a služby poskytují práci, podporují místní výrobu a také zpevňují místní identitu.

Příkladem takovéto aktivity byl proces, v němž pracovali projektanti nad možnostmi využití vlny z ovcí spásaných v Beskydech. Takový projekt, jenž byl koordinován regionálním centrem designu „Zámek Cieszyn“, byl realizován v roce 2014. Výchozím bodem byla skutečnost, že vlna beskydských ovcí má horší vlastnosti než vlna dovážená z Austrálie, proto je často znehodnocovaná - vyhazována nebo pálena. Návrháři přesto našli velmi zajímavé a inovační způsoby jejího využití. Např. duo návrhářů Frank Babko nabídlo využití lanolinu získaného z vlny a výrobu řady mýdel. „Mydlanolina“ je přírodní mýdlo, vyrobené výhradně z ingrediencí pocházejících z Karpat a Podkarpátí, tj.: lanolinu, tradičních rostlinných olejů (řepkového a lněného), ovčího mléka a horského medu, s příměsí bylin a karpatských aromat. Studio Wzorro naopak využilo vlnu k vytvoření řady městských kabelek a batohů, studio Ganszyniec (Maja Ganszyniec, Marta Morawska) navrhlo Woofer - vlněný objekt pohlcující zvuk a odhlučňující místnosti.



*Mydlanolina, proj. Frank Babko, fot. L. Trojan*

Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz ze środków budżetu państwa. Przekraczamy granice

Jiné velmi zajímavé výsledky spolupráce návrhářů s místními tvůrci přinesl projekt pod názvem „Opolský etnodesign“. Projekt byl realizován na území Opolska z podnětu sdružení Krajina sv. Anny. Cílem aktivity bylo vytvoření výrobků nebo navržení služeb obohacujících turistickou nabídku zpevňující značku Opolska. Návrháři, kteří se ponořili do dějin a tradice regionu, poznali tradiční profese a navrhli výrobky, grafická řešení a služby představující opolské lidové umění v nové perspektivě.

Například Joanna Guzik a Katarzyna Gierat z krakovské Akademie výtvarných umění navrhly edukační hračky pod názvem „Opolští svatí“. Figurky sv. Anny Samotřetí a sv. Jacka mají přiblížit znalosti o svatých spojených s regionem, jsou vyrobeny z přírodních materiálů a mohou je vytvářet místní řemeslníci.

Anna Łukasik nabídla výrobu razítka na textil s využitím tradičních opolských vzorů. Razítka plní dvě funkce - vzdělávací (díky nim se děti seznámí s regionálními vzory) a propagační (mohou být formou regionálního suvenýru). Projektanti také navrhli nové služby - např. aplikaci umožňující kontakt a návštěvy u řemeslníků a tvůrců působících v regionu, nový festival propagující místní dědictví v širokém kontextu.

Jak je patrné, propojení tradice a moderního nástroje - designu může přinést zajímavé výsledky. Nově navržené výrobky a služby čerpají z toho nejlepšího z minulosti a zároveň dávají pocit zakořenění, ale také přinášejí nový druh zkušeností. Současně je lze využívat velice komerčně - poskytují zaměstnání, propagují konkrétní materiál, techniku provedení, obec nebo region.



*Opolští svatí, proj. Joanna Guzik  
a Katarzyna Gierat, fot. A. Palka*

Lubomira Trojan

Zamek Cieszyn