

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Diplomová práce
UDRŽITELNÝ DESIGN / GREEN DESIGN
BcA. Kristina Zejkanová

Plzeň 2022

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra výtvarného umění
Studijní program Design
Studijní obor Design
Specializace Design nábytku a interiéru

Diplomová práce
UDRŽITELNÝ DESIGN / GREEN DESIGN
BcA. Kristina Zejkanová

Vedoucí práce: Mgr. art. Jana Potiron, ArtD.

Katedra výtvarného umění
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara
Západočeské univerzity

Plzeň 2022

Prohlašuji, že jsem umělecké dílo vypracovala samostatně a nejedná se o plagiát.

Plzeň, květen 2022

.....
podpis autora

Mnohokrát děkuji všem, kteří mě v průběhu studia provázeli na mé cestě a byli mi velkou oporou – rodině, přátelům a všem známým. Velký dík patří také Janě Potiron za zkušenosti, rady, inspiraci a motivaci nejen v ateliéru.

OBSAH

1	DÍLO V KONTEXTU MÉ DOSAVADNÍ TVORBY	1
2	CÍL PRÁCE	1
3	UDRŽITELNÝ DESIGN.....	1
4	PRINCIPY UDRŽITELNOSTI	3
4.1	ALTERNATIVNÍ MATERIÁLY DNES	5
4.2	MATERIÁLY Z ODPADU	5
4.2.1	RECYKLACE, UPCYKLACE, DOWNCYKLACE	5
4.2.2	REÁLNÉ PROJEKTY	6
4.3	MATERIÁLY Z PŘÍRODNÍCH ZDROJŮ	8
4.3.1	REÁLNÉ PROJEKTY	8
5	KONZUMERISMUS A KOMERCE	10
5.1	OBDOBÍ ZVÝŠENÉ POTŘEBY KONZUMNÍHO CHOVÁNÍ	10
6	VÁNOCE.....	11
6.1	VÝVOJ VÁNOC	11
6.2	ZTRÁTA DUCHOVNÍCH HODNOT VÁNOC	12
6.3	VÁNOČNÍ DÁRKY	13
6.3.1	PROMĚNA VÁNOČNÍCH DÁRKŮ V HORIZONTU ČASU	14
6.3.2	DÁREK Z POHLEDU PSYCHOLOGIE	14
6.4	VÁNOCE Z POHLEDU EKOLOGIE.....	15
6.5	ODPAD VZNIKLÝ O VÁNOCÍCH	15
6.6	BALÍCÍ PAPÍR	16
6.6.1	UDRŽITELNĚJŠÍ VARIANTY OBALŮ	16
7	NÁVRH ŘEŠENÍ	17
7.1	DĚTSKÉ HRAČKY	18
7.2	HOU PACÍ KONÍK.....	18
7.2.1	VÝVOJ TVAROSLOVÍ A MATERIÁLOVÝCH VARIACÍ HOU PACÍCH KONÍKŮ 19	
7.3	SKICOVÁNÍ, ŘEŠENÍ TVARU.....	22
7.3.1	VIZUALIZACE	24
7.4	MATERIÁL	24
7.5	VÝROBA.....	27
7.6	ROZMĚRY, ERGONOMIE	28
7.7	LOGISTIKA SBĚRU PAPÍRU	30

7.8	ANALÝZA SPOTŘEBOVANÉHO MNOŽSTVÍ ODPADU	31
7.9	ROZPRACOVÁNÍ NÁVRHU DO KOLEKCE	31
7.10	FOTODOKUMENTACE	33
8	PŘÍNOS DÍLA	37
9	RESUMÉ	38
10	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	39
11	SEZNAM PŘÍLOH.....	42

1 DÍLO V KONTEXTU MÉ DOSAVADNÍ TVORBY

Od začátku svého studia na vysoké škole jsem se věnovala experimentům s materiálem a také se ráda zabývala sociálními tématy, hledala souvislosti napříč obory a reagovala na aktuální problémy. Při vytváření bakalářské práce jsem se poprvé zabývala více do hloubky zvoleným tématem, problém jsem se snažila analyzovat a na danou problematiku zareagovat jako designér a umělec. Má bakalářská práce vycházela ze současného fenoménu konzumního chování a komerce, což jsem se snažila zhmotnit vlastním způsobem v podobě umělecké instalace z obalového materiálu, konkrétně z bublinkové fólie. Otázky ohledně konzumu, nezodpovědnosti nynější společnosti, zbytečného plýtvání a chronického spotřebního chování jsou tématy, která se v mé tvorbě často promítají ať už vědomě či nevědomě. Právě proto jsem se rozhodla pro téma Green Design – Udržitelný design, díky kterému mohu na svou bakalářskou práci volně navázat, zamyslet se hlouběji nad naší konzumní společností, upozornit na konkrétní problém, který naše spotřební zvyky chování částečně formuje, a následně navrhnout funkční prototyp, který nabídne udržitelnější možnost pro současné konzumenty a zároveň na fenomén upozorní.

2 CÍL PRÁCE

Za cíl své práce považuji předložení problému negativního vlivu svátků (konkrétně Vánoc, které každoročně představují ekologickou katastrofu) pomocí návrhu užitého produktu. Budu vycházet z vlastností alternativního materiálu z balicího papíru, který vnímám jako symbol vánočních svátků. Ve své závěrečné práci chci zároveň upozornit na přechod od původní myšlenky Vánoc k té nynější, tedy komerční.

Abych se v průběhu navrhování neoddálila od svého původního záměru, formulovala jsem souvětí, které mi můj cíl vždy připomínalo a které stručně charakterizuje finální produkt.

Navrhuji funkční užitý předmět, který bude reagovat na současnou situaci nadprodukce o vánočních svátcích. Materiálový experiment z obalového materiálu bude eliminovat odpad a zároveň promítne téma přechodu původní duchovní myšlenky svátku k té komerční.

3 UDRŽITELNÝ DESIGN

Současná světová populace dosáhla téměř osmi miliard. Každý den se narodí 385 tisíc dětí a za stejnou dobu svět přijde o zhruba poloviční číslo populace. Takové srovnání poukazuje na fakt, že světová populace neúměrně rychle roste. V roce 2050 se očekává, že planetu bude

obývat 9,7 miliard lidí¹, což bude vyžadovat rozsáhlejší obyvatelnou plochu a mnohem větší množství zdrojů a energie, které už nyní jsou značně vyčerpané.

Udržitelný design je jednou z hlavních tendencí současného světa. Konečně si uvědomujeme ekologický dluh, který jsme svým nestřídmým chováním dotáhli do současné alarmující podoby. Právě proto je nyní už jakousi povinností společnosti a designérů zohledňovat i budoucnost navržených produktů. Je potřeba o problémech otevřeně hovořit a navrhnout životaschopná řešení.

Jako designéři se často necháváme unést estetikou, funkčností a krátkodobými potřebami konzumentů, a tak často zapomínáme na zodpovědnost a naši moc ovlivnit jejich spotřebu. Za posledních 20 let si uvědomujeme, že naše schopnost změnit svět je skutečně velká. Právě my jsme ti, kdo udávají, co a jak si společnost bude kupovat. Vzhledem k současnému stavu planety máme my jako novodobí designéři morální povinnost mít alespoň základní a aplikovatelný přehled o teoriích jako *slow design*², *eco-friendly design*³, *cradle to cradle design*⁴ a dalších udržitelných přístupech, které pohlíží na produkty z ekologického a etického pohledu.

Lidé ze všech odvětví se snaží integrovat ekologický a zodpovědný přístup do své tvorby, a tak nepřetržitě vzniká neskutečné množství projektů, které předkládají různé alternativy, jak udělat náš svět zelenější. Přístupy „green design“. jsou různé. Může jít o využití druhotných surovin, alternativní materiály z různých zdrojů, důraz na využití přírodnin, oprava nefunkčních objektů, princip sdílení, omezení materiálu, důraz na lokální suroviny a lokální výrobu, šetrnější výrobní technologie, minimalismus, inspirace lidovými technikami a mnoho dalších.

¹ ČTK: V polovině století bude na světě 9,7 miliardy lidí, populace bude stárnout, vyplývá z prognózy OSN.

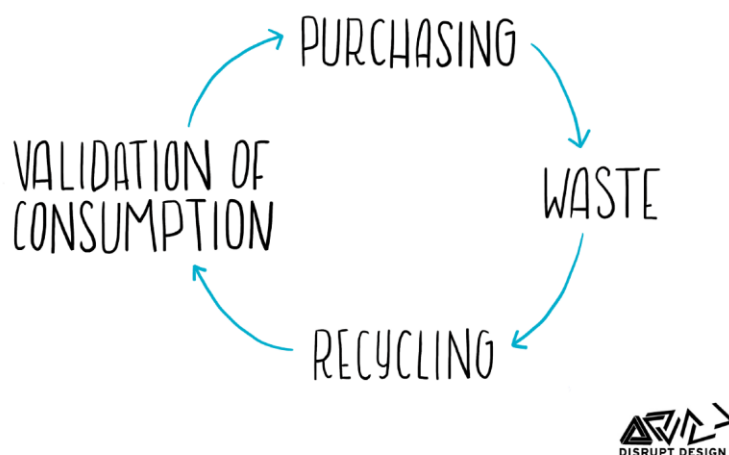
Hospodářské noviny, 18.6.2019. Dostupné z: <https://zahranicni.hn.cz/c1-66591910-v-polovine-stoleti-bude-na-svete-9-7-miliardy-lidi-populace-bude-starnout>

² Slow design je označení, které bylo poprvé použito roku 2002 v publikaci *Slow design – a paradigm in design philosophy?* od Alistaira Fuad-Luke. Cílem tohoto přístupu je zpomalení všech fází od navrhování po finální testování prototypu. Zároveň je kladen důraz na lokálnost, tradiční technologie zpracování, zvyky regionálních kultur, respektování přírodních cyklů, absenci potenciálu sériové výroby a rozsáhlejší výzkumnou činnost. ALTER, Lloyd, *What Is Slow Design, and Where It Comes From?*, Treehugger, 2018. Dostupné také z: <https://www.treehugger.com/what-is-slow-design-4857427>

³ Eco-friendly design má za cíl snížit negativní dopady produkce na životní prostředí. CHAIRISH, *Your Guide to Eco-Friendly Design*, Forbes, 2019. Dostupné také z: <https://www.forbes.com/sites/deringhall/2019/12/04/your-guide-to-eco-friendly-design/>

⁴ Cradle to cradle design (*C2C, Cradle 2 Cradle, Z kolébky do kolébky*) je princip, který vznikl v 90. letech. Tento průmyslový model je založený na respektování přírodních procesů, kdy jsou materiály považovány jako živiny nezbytné pro správné fungování zdravého metabolismu. JONÁŠOVÁ, Soňa: *Cradle to cradle*, zajimej.se, 2014. Dostupné také z: <https://zajimej.se/cradle-to-cradle/>

Navrhnout zbrusu nový a životaschopný design, který na naší planetě zanechá minimální dopad, je z mého úhlu pohledu v dnešním světě prakticky nemožné. Myslím si, že téměř u každého produktu již dnes existuje udržitelnější varianta, která však často z důvodu finanční náročnosti, nepohodlnosti, či pouhému konzervatismu není zařazena do každodenního koloběhu. Samotné studium problematiky a návrh ekologického produktu je tedy pouze prvotním krokem. Ten další, důležitější, je jeho aplikace v rámci veřejnosti, která je pro nás jako designéry klíčovou.



Obrázek 1 – Grafická ilustrace o principu cirkularity

4 PRINCIPY UDRŽITELNOSTI

Právě se nejspíše nacházíme uprostřed materiálové revoluce, která by nám mohla pomoci přehodnotit priority a vybalancovat naše potřeby a potřeby naší planety. Ačkoli alternativních materiálů, které reagují na nejrůznější problémy menšího rozsahu, jež jsou součástí toho globálního, je dnes mnoho. Pouze malé procento z nich má však reálnou formu a svou existencí opravdu přispívá splnění cílů udržitelného světa. Tvorba nových materiálů je výzvou, která vyžaduje propojení oborů jako alchymie, věda, ekonomie, sociologie a psychologie. Různorodá odvětví by měla přistoupit na multidisciplinární spolupráci a zbouřit pomyslné hranice, které občas brání novým nadějným přístupům.

Základním kamenem udržitelnosti je cirkularita. Aktuální stav funguje způsobem, kdy využíváme přírodní surové zdroje, které dopravíme přes půl světa do fabrik a vyrobíme z nich lákavý krátkodobý produkt. Ten je opět rozprodán do různých částí zeměkoule, kde je následně

po chvíli používání konzumenti vyhodí a koupí si produkt nový. Tím vytváříme nepředstavitelně velké množství odpadu a čerpáme omezené zdroje.⁵

Právě přeměna *lineární ekonomiky*⁶ (take-make-discard) na *cyklickou*⁷ je něco, co naším zvykům chybí. A to ať už se bavíme o globálním kontextu nebo o životech každého z nás.



Obrázek 2 – Grafická ilustrace pro porovnání cirkulární a lineární ekonomiky

Jsem toho názoru, že současný design by měl pracovat na eklektické, tedy mezioborové úrovni. Vývoj produktu by měl být důmyslným propojením několika specifických oborů, aby vznikl kvalitní design po všech směrech. Kladně hodnotím projekty, které do udržitelnosti integrují jakýsi sociální kontext proto, aby společnosti nabídla i prostor pro zamyšlení. Výsledek, v mém případě finální produkt, by neměl být předložen pouze jako objekt připravený k použití, ale měl by v konzumentovi zároveň vyvolávat otázky, které ho později mohou inspirovat k dalším úvahám a akcím. Dvojnásob to platí právě u designu, který je ekologický. Pro vznik něčeho nového je stěžejní inspirace něčím starým. Je potřeba se ohlédnout zpět, analyzovat slabší momenty, chyby neopakovat a hledat inspiraci v ověřených principech. Současný design

⁵ ŠKRDÍKOVÁ, Marie: Pouze 8,6 % materiálů se vrací zpět do oběhu. Jaký je současný stav světové cirkulární ekonomiky?, zajimej.se, 2020, Dostupné také z: <https://zajimej.se/pouze-86-materialu-se-vraci-zpet-do-obehu-jaky-je-soucasny-stav-svetove-cirkularni-ekonomiky/>

⁶ Lineární ekonomika je tradiční ekonomický model, který funguje na principu vyrobit, prodat, spotřebovat a vyhodit. EKOLAMP, Lineární vs cirkulární ekonomika, 2020, Dostupné z: <https://www.ekolamp.cz/data/web/ekokoutek/cirkularni-ekonomika-a5.pdf>

⁷ Cyklická ekonomika, neboli oběhové hospodářství, stojí v opozici vůči lineární ekonomice. Zhodnocuje už existující výrobky, suroviny a materiály s cílem prodloužit jejich životnost a současně eliminovat odpad.

nepokládá za majoritu výsledný produkt, který je připraven k prodeji, nýbrž klade důraz na rovnocennost procesu a výsledku.

4.1 ALTERNATIVNÍ MATERIÁLY DNES

Se zužujícími se zdroji hledáme další možnosti, jak a z čeho vyrábět nové. Do bádání se zapojují lidé ze všech zemí a oborů a zkoušejí prozkoumávat alternativy, které by mohly současnou ekologickou situaci dlouhodobě zlepšit. Díky tomu má dnes naše planeta velké portfolio materiálů vytvořených lidskou rukou a s každým novým počinem se nám potvrzuje, že nový materiál může být vyroben prakticky z čehokoliv.

4.2 MATERIÁLY Z ODPADU

Today's Waste, Tomorrow's Material, slogan, který byl použit v zahraniční publikaci Radical Matter a který výstižně charakterizuje jednu z možností ekodesignu. Přístup cíleně zvyšuje hodnotu odpadu na cenný surový materiál. Neubráním se myšlence, kdy slova přehodíme a řekneme: „*dnešní surový materiál je zítřejším odpadem*“. což výborně poukazuje na rapidně zrychlující se konzum, zkracující se životní cyklus produktů daným nízkou kvalitou a krátkodobostí uspokojení našich potřeb. Aplikace odpadních materiálů z domácností i průmyslu do modelu cirkulární ekonomiky považují za perspektivní možnost, jak jít vstříc lepší budoucnosti. Současná situace, kdy průměrný Evropan ročně vyprodukuje asi půl tuny odpadu je nebezpečná. Ačkoli tendence recyklace v domácnostech rostou, přesto v Evropské unii zrecyklujeme méně než polovinu té obrovské masy. Umělec a designér Daan Roosegaarde říká: „*waste should simply not exist...waste is a resource*“⁸, čímž apeluje společnosti na otevření mysli a uvědomění si potenciálu ve věcech, které dosloužily a subjektivně řečeno již žádný život již nemají.

Knihy Radical Matter rozděluje toto téma na Post-Industry Waste a The Home Ecosystem. V prvním případě se designéři snaží seznámit s chodem firem a zjišťují množství odpadu, který při výrobě vzniká. Následně navrhují možnost, jak vzniklý odpad vhodně využít, a tak procento skutečného odpadu snížit na minimum. The Home Ecosystem je přístup, který se již dle samotného názvu zaměřuje na mikroprostředí domácností, které ač se na první pohled nezdá, je hlavním můstkem k udržitelnější budoucnosti. Výsledkem navrhování designérem bývá spíše abstrakt v podobě návodu na přeměnu doma vzniklého odpadu nebo fyzický produkt, který má domácnost vést k vytvoření funkčního ekosystému.

4.2.1 RECYKLACE, UPCYKLACE, DOWNCYKLACE

⁸ ROOSEGAARD, Daan, [cit. 2022-04-09]. Dostupné z: Radical Matter

Ve spojitosti s udržitelnými přístupy, které se snaží snížit množství vzniklého odpadu se často setkáváme s pojmy jako recyklace, upcyklace a downcyklace a je namístě, abychom v návaznosti na téma tvorby nových materiálů uvedli základní rozdíly, které od sebe pojmy odlišují. *Recyklací je jakýkoliv způsob využití odpadů, kterým je odpad znovu zpracován na výrobky, materiály nebo látky, ať pro původní, nebo jiné účely jejich použití, včetně přepracování organických materiálů. Recyklací odpadů není energetické využití a zpracování na výrobky, materiály nebo látky, které se používají jako palivo nebo zásypový materiál.*⁹ S recyklací tak souvisí i downcyklace (z angl. *down* = *dolů*), tedy činnost, při němž z odpadního materiálu vzniká produkt s výrazně nižší užitkovou hodnotou. Ilustrativním příkladem může být přeměna dřeva jakožto kvalitního materiálu v dřevotřískové plošné desky, jejichž jakost je downcyklací rapidně snížena. Opakem downcyklace je upcyklace (z angl. *up* = *nahoru*) jinými slovy přeměna odpadu v materiál, jehož kvalita se recyklačním procesem zvýší, a nabídne tak více možností využití.

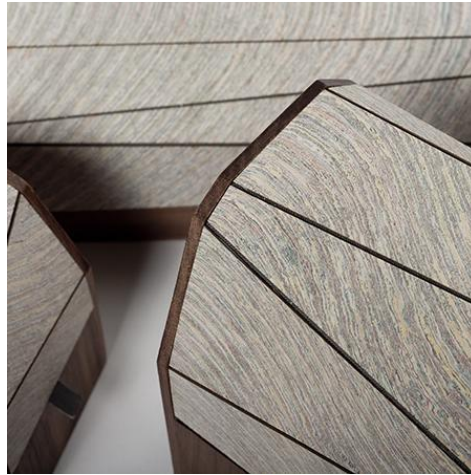
4.2.2 REÁLNÉ PROJEKTY

Předpoklad pro tvorbu nového materiálu z odpadu je schopnost nalézat krásu v obyčejných věcech kolem nás. Myšlenka Andrese Lendagera, zakladatele inovativní společnosti Lendager Group, která poukazuje na důležitost cirkulární ekonomiky: *Co víc bychom mohli dodat 400 let starému dubovému dřevu? Skutečnou výzvou pro designéry je přeměnit ošklivé v krásné.*¹⁰

Designový počín NewspaperWood je pro mě velmi inspirující, neboť pracuje s odpadem, odkrývá jeho potenciál a zcela mění způsob, jakým jej vnímáme. Holandská designérka Mieke Meijer se roku 2003 rozhodla otočit směr koloběhu života dřeva, ze kterého vyrábíme papír, a pomocí tlakového lisu tvoří pod značkou NewspaperWood z neprodaných novin deskový materiál, který svou strukturou připomíná přírodní dřevo. Jedná se o důmyslnou avšak nenáročnou technologii, která proměňuje staré v nové, a tím se tak zbavuje přebytečného odpadu a nabízí světu neobvyklý kreativní materiál.

⁹ Samosebou redakce, Samosebou.cz 2020, [cit. 2022-04-09]

¹⁰ LENDAGER, Andres, [cit-04-22-2022]. Dostupné z: Radical Matter



Obrázek 3 - NewspaperWood, Mieke Meijer

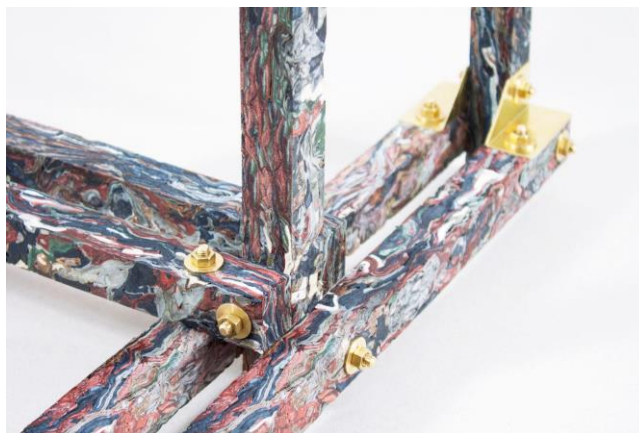
Systém Precious Plastic založený průmyslovým designérem z Nizozemí Davem Hakkensem je globální komunitní projekt, jenž zájemcům umožňuje prostředek pro vlastní recyklaci plastového odpadu, který může uživatel přeměnit v recyklovaný produkt dle vlastního vkusu. Tento alternativní systém na principu *DIY*¹¹, jehož klíčovými pojmy jsou lokálnost, udržitelnost a osobitost, je dostupným, jednoduchým a zajímavým řešením problému, kdy pouze malé procento plastů je recyklováno a znovu začleněno do oběhu.



Obrázek 4 - Precious Plastic, Dave Hakkens

Kolekce Structural Skin prezentuje možnost, jak využít zbytkový materiál z textilního a nábytkářského průmyslu zpracovávajícího kůži. Nevyužitelné odřezky kůže jsou spojeny pryskyřicí a jako profilový materiál jsou aplikovány pro výrobu interiérových solitérů.

¹¹ DIY (Do It Yourself) je globální označení pro způsob tvoření pro každého bez ohledu na profesi, vzdělání či další kompetence většinou na základě návodu či inspirativního projektu. Autor neznámý, Do It Yourself, Rok neznámý, Dostupné z : https://cs.wikipedia.org/wiki/Do_it_yourself



Obrázek 5 - Structural Skin, Conproco

4.3 MATERIÁLY Z PŘÍRODNÍCH ZDROJŮ

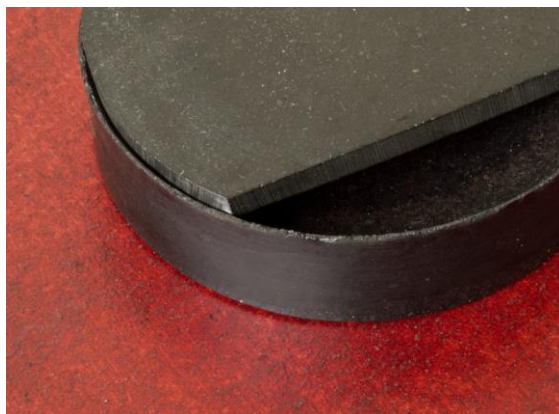
Dalším přístupem, který designéři aplikují v rámci navrhování nových produktů je využití přírodních zdrojů, které svou existencí nenaruší přirozený cyklus planety. Designér počítá s tím, že v budoucnu konečná fáze používání produktu, kdy se předmět přestane používat a stává se odpadem, nebude nijak škodit životnímu prostředí a produkt se přirozeným způsobem rozpadne či rozloží v zemi. Takový produkt, kdy neskončí na skládce, je ideálním z hlediska udržitelnosti, nicméně diskutabilním momentem je opět otázka omezenosti přírodních zdrojů. Například skandinávský design, který velmi silně ovlivňuje současnou designérskou scénu, vychází z lásky a úcty k přírodním materiálům. Bohužel s masovou produkcí produktů se pojí i nadprodukce přírodních materiálů, což je znovu za hranicí ekologie. Právě proto se současní umělci a designéři snaží nalézt alternativní materiály, znovuobjevit jejich opomíjený potenciál a aplikovat je v produktovém i módním designu tak, aby nám přinesly nadějnější budoucnost. Často se designéři a materiálův technologové dívají do minulosti, aby přítomnost a budoucnost byla jednoduše řešeno lepší. Zkoumají starodávné techniky, řemesla, principy, které stále ještě využívají domorodé kmeny v rozvojových zemích, a propojují je s novějšími technologiemi, či na ně pouze nahlíží novým způsobem.

Známým příkladem jsou kreativci, kteří vyvíjejí materiály z řas a hub. Takový materiál je zajímavý tím, že pracuje v časovém horizontu a mění se. Příkladů alternativních materiálů, kdy designéři pohlíží na přírodní zdroje novým způsobem je nespočet a bylo by možné se jimi zabírat v samostatné publikaci. Jde o nejrůznější kůže z ovoce a zeleniny, kompozity z ořechových i vaječných skořápek, zemědělského odpadu, soli, cukru apod.

4.3.1 REÁLNÉ PROJEKTY

I u této podkapitoly bych ráda uvedla několik praktických příkladů využívání přírodnin jako alternativních materiálů, které mohou pomoci k vytváření udržitelnější budoucnosti.

Často se v rámci vytvoření nového experimentálního materiálu pracuje i na sociální úrovni s cílem o přiblížení přehlíženého společenského či environmentálního problému a vyvolání diskuze jak mezi odbornou societou, tak i laickou veřejností jako se povedlo například Stittgenu Basse. Německý umělec, ve svém projektu Blood Related vytvořil materiál z krve dobytka z jatek. Využívá tlakové formy, kterými krev stlačí, následně ji dokonale vysuší a používá na výrobu jídelní sady. Kromě ekologického materiálu, který má vysoký potenciál například v nábytkářském průmyslu, Basse otevírá problematiku jatek, ohromné spotřeby masa a neetického zacházení se zvířaty.



Obrázek 6 - Blood Related, Stittgen Basse

Materiály z hub jsou samostatnou kapitolou, existuje mnoho jejich podob a vzhledem k množství designérů, kteří s nimi pracují, je obtížné určit, kdo byl průkopníkem. Jedná se o materiál, který odborníci považují za výbornou alternativu umělé i přírodní kůže, neboť není nákladná na výrobu a zpracování, je kompostovatelná, a nezatěžuje tak přírodu. Jako nevýhodu můžeme zmínit časovou náročnost, neboť houbová vlákna prorůstají několik dní až týdnů v závislosti na velikosti a pevnosti výsledného produktu. To může být pro větší společnosti důvodem k upřednostnění méně udržitelných variant, které jim ale zajistí rychlejší chod firmy a tím pádem větší obrat.



Obrázek 7 - Mycelium Timber, Sebastain Cox & Ninela Ivanova

5 KONZUMERISMUS A KOMERCE

Konzumerismus (z lat. *consumare* = spotřebovat) je tendence přílišného nakupování a hromadění zboží většinou bez udání racionálního důvodu, často tedy na popud utvořeného zvyku či tlaku z vnějšího světa. *Konzumerismus byl umožněn masovou produkcí, transportem zboží i na velké vzdálenosti a podporován je do značné míry agresivní reklamou.*¹² S kritikou ve větším měřítku jsme se poprvé setkali v 70. letech minulého století kvůli růstu znečištění životního prostředí.¹³

Komerce znamená v přesném překladu obchod či obchodní styk, jinými slovy *lidská činnost, která spočívá ve směňování zboží nebo služeb za peníze, případně za jiné zboží nebo služby (barterový obchod).*¹⁴

Tyto dva pojmy výstižně charakterizují faktory ovlivňující současnou environmentální situaci. Právě díky zvýšené potřebě konzumu produkujeme více než je naše planeta schopna unést. Tedy lépe řečeno, než my dokážeme unést, neboť planeta se vždy zregeneruje pomocí přírodních procesů, které však svou intenzitou mohou ohrozit lidskou existenci. Bohužel si takovou možnost dostatečně neuvědomujeme a nachází se i jedinci, kteří výše zmíněný scénář považují za konspirační teorii a dál svou pozornost upínají na materiální stránku života a obklopují se nepotřebnými věcmi, které nejsou ani náznakem v souladu s přírodou.

Jako lidé máme vrozenou potřebu něco vlastnit. A čím více toho máme, tím méně jsme spokojeni, neboť chceme stále více. Potácíme se tedy v neukojitelné touze po něčem, čím bychom naplnili své životy, a tak se ocitáme v uzavřeném kruhu. Namísto abychom se zaměřili na nehmotné hodnoty, které nás mohou dlouhodobě uspokojit, raději volíme ty hmotné pro krátkodobé potěšení.

Každým dnem průmysl vyprodukuje nepředstavitelné množství produktů, bez kterých bychom se obešli. Utrácíme peníze za něco, co nás potěší pouhý okamžik, a my pak máme potřebu udělat si radost něčím novým ve víře, že nám daná věc náš život vylepší či zpestří.

Životní styl ve směru konzumerismu se dá výborně rozebrat v rámci oslav a svátků, které v minulosti vznikly v dobrém úmyslu čistě duchovního charakteru a které se postupem času změnily k nepoznání.

5.1 OBDOBÍ ZVÝŠENÉ POTŘEBY KONZUMNÍHO CHOVÁNÍ

Pozorovala jsem a snažila se analyzovat, kdy a z jakého důvodu se potřeba konzumu, roste. Jednou skupinou příčin jsou ty na individuální úrovni, které vycházejí z vnitřního prožívání jedince, jinými slovy, záleží na aktuálním rozpoložení jedince, které je ovlivněno subjektivně vnímanými momenty. Druhou kategorií jsou popudy na společenské úrovni. Ty mají plošný efekt v rámci jednotlivých národností, etnických skupin či menších komunit. Reagují na

¹² SLOVNIK CIZÍCH SLOV, [cit-04-22-2022]. Dostupné z: <http://www.slovník-cizich-slov.net/konzumerismus/>

¹³ NEŠPOR, R. Zdeněk, Sociologická encyklopedie. Dostupné z:

<https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Konzumerismus>

¹⁴ Wikipedians, Wikipedia, citace: [cit-04-22-2022]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Obchod>

organizované společenské aktivity vycházející z kultury dané společnosti a období oslav, které bývají veřejně medializovány či využívány ve prospěch zvýšené komerce. Díky přehnaným reklamám a jiným poutačům pozornosti jsme tak my jako konzumenti vystaveni velkému nutkání jít s davem a zakoupit i to, co nepotřebujeme.

6 VÁNOCE

Vánoce jsou křesťanský svátek, který oslavuje narození Ježíše Krista. Nejen pro křesťany jsou spolu s Velikonocí považovány za nejdůležitější dny v roce, a právě proto je jim věnována náležitá pozornost. Za poslední desetiletí jsou Vánoce z celosvětového hlediska dokonce považovány za nejvýznamnější svátek bez ohledu na národnost či víru. A právě proto jim lidé odevzdávají značnou část své energie a času na úkor sebe sama. Ačkoli Vánoce jsou slavností křesťanů, ani ateisti o ně nejsou ochuzeni, lépe řečeno, jsou hlavní komunitou, která udává jejich směr a rozměr.

6.1 VÝVOJ VÁNOC

Slovo Vánoce bylo volně odvozeno od staroněmeckého výrazu „den wihem Nachten“, jinými slovy svaté noci. Původně, ještě před vznikem křesťanství se o svatých nocích, tedy dnech a nocích spojených se slunovratem, slavila letní a zimní rovnodennost. Později se křesťanská církev snažila nevyhovující pohanské zvyky zrušit a vytvořit zvyky nové, které budou vycházet z víry v Ježíše Krista.

Jak jsem již nastínila výše, Vánoce prošly, ostatně jako snad každý svátek, velkou historickou proměnou. Ve středověku a raném novověku se lidé převlékali do masek, hodovali, pili, a tak tyto svátky připomínaly velkou hostinu či karneval. Jejich charakter byl tedy velmi společenský až bychom mohli říct bouřlivý. Umírněnější formu dostaly až v 19. století, kdy se začal klást důraz na lásku a vztahy mezi rodiči a dětmi. Většina rituálů, zvyklostí, myšlenek a hodnot, které přes veškerou moderní komerci, stále podvědomě vnímáme jako prapůvodní filozofii Vánoc, se objevily právě v tomto století. Velký vliv na vznik mnohých tradic, které si připomínáme i nyní, měla královna Viktorie. Vánoční svátky bývají tedy mylně asociovány se starším obdobím. Někteří myslitelé se shodují, že často kritizovaný komerční aspekt Vánoc, vznikl ve stejnou dobu jako myšlenka, že tyto svátky jsou rodinné. Podle některých odborníků i 19. století se lidé o Vánocích zaměřovali na trh, nikoli pouze na spirituální charakter. Nákupy, obchody, komerce, konzum a *materialismus*¹⁵ – to vše nastupuje na scénu přibližně ve stejnou dobu. Vánoce údajně nikdy nebyly prostou, spirituální oslavou vzájemné lásky a pokoje v teple domácího krbu, jak jsou někdy prezentovány, nebo jak se na ně nostalgicky vzpomíná. Z

¹⁵ Materialismus = ideologický názor o převaze hmoty nad duchem; sledování pouze hmotného zájmu bez hlubšího záměru. RANSDORF, Miroslav: *Materialismus historický*, 2020. Dostupné z: https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Materialismus_historick%C3%BD

divokého karnevalu se v průběhu devatenáctého století stala oslava rodiny, ale zároveň i trhu. Komerční aspekty Vánoc, tak často kritizované, jsou stejně staré jako důraz na děti a rodinu.

Je evidentní, že na Vánoce se dá pohlížet z mnoha úhlů pohledu a jejich vnímání pracuje na různých rovinách. Ať už jejich původní záměr byl jakkoli odlišný nebo podobný tomu nynějšímu, ať už si prošly jakkoli spletitým procesem, fakta a čísla, jak špatný vliv na naši planetu a společnost mají, hovoří jasně.

Já osobně vánoční svátky vnímám jako takové zrcadlo naší současné společnosti. Je to pro mě období, kdy náš sklon k materialismu, komerci a konzumu nebezpečně vykrytalizuje.

Současná podoba Vánoc je pro mě občas tragikomická a zoufalá. Vánoční svátky ztratily to nenapodobitelné kouzlo momentu a jedinečnosti, protože už několik měsíců před nimi jsou nám v obchodních domech předhazovány adventní kalendáře a čokoládové figurky na stromeček. Proč se tak v prosinci těšit na období, ve kterém žijeme již od října? Proč se v adventním čase radovat, když si uvědomujeme, že vánoční svátky nejsou obdobím klidu a míru, ale znamenají týdny stresu, napětí a možná i úzkosti? Naše současná západní společnost se masově celý život za něčím žene. O Vánocích to platí dvojnásob. Potřebujeme mít nejhezčí stromeček, nejvíce dárků, i přesto, že kvůli tomu musíme sáhnout hluboko do svých úspor nebo dokonce uzavřít úvěr, chceme upéct co nejvíce druhů cukroví a udělat vyčerpávající generální úklid všech částí domu. A to vše na úkor naší duševní pohody a radosti jen abychom si 24. prosince zcela přejedení vyměnili pár vánočních darů, a pak společně usedli k televizi.

6.2 ZTRÁTA DUCHOVNÍCH HODNOT VÁNOC

Pro *konzumního ateistu*¹⁶ jsou Vánoce prázdným obdobím, který se snaží si kolem sebe vytvořit sociální bublinu a utéct před společností, která své životy dobrovolně vyplňuje předvánočním stresem. Věřící mívají pocit, že Vánoce byly ukradeny a jejich hodnota je navždy ztracena. Spor mezi dvěma různými světy v podobě věřících a nevěřících měl v průběhu lidstva mnoho různých podob. V kontextu Vánoc se setkáváme také s protichůdnými názory, které svátky vnímají z různých úhlů pohledu a kladou důraz na zcela odlišné kvality. Pocit zrady a bezvýchodnosti situace se dostává k projevům jako byl ten od severoirského katolického kněze Desmonda O'Donnella, který vybízí věřící, aby se vzdali slov jako jsou Vánoce (a také) Velikonoce, neboť „*Vánoce unesl Santa se sobem*“¹⁷. Jinými slovy už nemají klíčový duchovní význam, ale staly se obětí komerce. Tendence, kdy se lidé snaží vrátit Vánocům původní záměr, jsou však v současné době v menšině a jsou utlačovány ekonomickými trendy, povrchností a

¹⁶ Konzumní ateista – v rozhovoru pro deník Aktuálně.cz použil filozof Vladislav Dudák. Označuje ním člověka, který ve svém životě prosazuje principy duchovního charakteru a neuznává materiální hodnoty. <https://magazin.aktualne.cz/pro-konzumnihoo-ateistu-jsou-vanoce-na-nic-rika-filozof/r~1aa261e07f7811e4bdad0025900fea04/>

¹⁷ MALÝ Václav, 2018, Václav Malý: Že nám Vánoce unesl Santa se sobem? Nesouhlasím. cit. [2022-03-01]. Dostupné také z: <https://dvojka.rozhlas.cz/vaclav-maly-ze-nam-vanoce-unesl-santa-se-sobem-nesouhlasim-7455007>

*komercializací*¹⁸. Musím se pozastavit nad faktem, že naše česká společnost se z drtivé většiny obyvatel skládá z ateistů, ale i přesto jsou Vánoce považovány za nejvýznamnější svátek? Je to tedy jen nějaká hra na Vánoce? Nebo slavíme skutečné Vánoce, které však prošly takovou proměnou, že jejich podoba je zcela jiná než ta, ze které vychází?

Cílem komerce je snaha o protlačení konzumovatelných hodnot a potlačení těch duchovních jako vzájemné napojení, láska, vnitřní klid, rozjímání – které pak vlivem současné mentality bývají vnímány jako sentimentální a méněcenné. Ačkoli jsou vánoční svátky pro mnoho z nás důležité, pro nezanedbatelně velkou část lidí jsou zdrojem stresu, vnitřního napětí, podnětem k rodinným hádkám. Jejich slavení tak může být pouhou setrvačností a společenským vzorcem, do kterého i přes případné odlišné vnitřní přesvědčení spadáme. Nad touto myšlenkou velmi poutavě spekuluje filozof, spisovatel a historik PhDr. Vladislav Dudák, který rozebírá i ustálené výrazy jako například „shánět dárky“. Podle něj z těchto dvou slov číší povinnost, stres, tlak. Měli bychom spíše rezonovat se spojením „vybírat dárky“, což by měl být zdroj radosti, protože můžeme někoho obdarovat, neboť je pro nás důležitý a máme ho rádi. Proto shánět a vybírat má v tomto případě odlišný charakter, který pádně vystihuje jeden z principů současných svátků.

Požehnané Vánoce dnes často hodnotíme především podle hromady obalových materiálů, které zůstanou po vybalení vánočních dárků pod stromečkem. Čím větší je, tím štedřejší Ježíšek byl. Obalové materiály – plastové krabičky, boxy z lepenky a laminovaného papíru, obálky, tašky, polystyrenové výplně, ochranné fólie – jako by nebylo málo obalových materiálů, které mají chránit darovaný produkt - přidáme ještě balící papír.

6.3 VÁNOČNÍ DÁRKY

Pojednání o Štědrém večeru z konce 14. století od Jana Z Holešova se zabývá tradicemi vánočního času. Z publikace je evidentní, že zvyk v podobě výměny darů sahá hluboko do historie. Věnování dárku je považováno za způsob, jak upevnit stávající vztahy či vytvořit nové. „...*můžeme dar označit za zhmotnělý výraz určité formy společenské komunikace.*“¹⁹ Aktem připomínáme, že jsou pro nás druzí důležití a že si vážíme jejich přítomnosti. Kdy jindy takové gesto provést, když ne právě o Vánocích, které by měly být synonymem pro pospolitost a lásku.

V dávných dobách byly vánoční dárky střidmější. Bohatí darovali jídlo a peníze chudým, hospodáři věčně obdarovávali svůj dobytek jako poděkování za zdroj obživy, v rodinách se dávaly praktické dárky, něco chutného či doma vyrobeného. Postupem času se příležitosti chopil trh a z vyměňování skromných darů se stal hon za největším a nejdražším dárkem.

O Vánocích je charakteristické obdarovávání dětí, které netrpělivě čekají na Ježíška, coby nositele darů. Postava Ježíška vznikla v 16. století díky Martinu Luther Kingovi, který potlačil

¹⁸ Komercializace = uvedení na trh, zpeněžení často za pomoci mediální propagace. <https://slovník-cizích-slov.abz.cz/web.php/slovo/komercializace-komercialisace>

¹⁹FROLEC, Václav & kolektiv: Vánoce v české kultuře, str. 93, [cit-04-22-2022]

dosavadní kult svěťce Mikuláše, který byl do té doby spojován s obdarováváním. Zvyk se rychle ujal a pro nynější děti by Vánoce bez Ježíška úplně postrádaly smysl.

6.3.1 PROMĚNA VÁNOČNÍCH DÁRKŮ V HORIZONTU ČASU

Z filmových i tištěných publikací dokážeme velmi dobře analyzovat charakter a způsob darování a přijímání darů, kterými se lidé obdarovávali dříve a porovnat je s dárky, které dostáváme od svých blízkých nyní. Je samozřejmé, že typy a hodnota darů se lišily v závislosti na sociálních třídách, ale obecně můžeme říci, že lidé dříve, hovořme například o 19. století, kdy se Vánoce rozšířily mezi širokou veřejnost, žili mnohem skromněji a hlavním požehnáním pro ně byl čas strávený se svými nejbližšími. I ti nejhudší se snažili na Štědrý večer bohatě prostřít stůl a svým dětem dávali především vlastně vyrobené dárky. Byly to různé figurky z ovoce a ořechů, hračky ze slámy a ze dřeva. V samotném prapočátku vzájemného obdarovávání dárky dostávaly pouze děti. Později i dospělí si začali mezi sebou vyměňovat předměty, aby si navzájem ukázali lásku a vděčnost. Vánoční dárky byly ryze praktické – pro ženy látky či něco do kuchyně, pro muže třeba boty či nářadí do dílny. Postupem času zvyk začal získávat na obrátkách a objem krabiček pod vánočním stromkem neustále roste a jeho hodnota se nebezpečně zvyšuje. Ocitáme se ve spleťtí situaci, kde je mnoho zúčastněných s velkými chybami a téměř neviditelným světlem na konci tunelu. Děti si neváží drahých dárků, které dostaly. Chtějí je ale, protože stejné dárky dostávají jejich kamarádi. Rodiče se snaží, aby i jejich děti byly šťastny a dopřávají jim vše, co chtějí. Možná jim tak chtějí částečně vynahradiť čas, který s dnešní hektickou dobou věnují spíše své kariéře či jiným povinnostem. Kvůli tomu tak nedokážou nastavit hranici množství a hodnoty darů, neboť z mých zkušeností existuje nepsané pravidlo, že počet dárků by měl postupně růst, jejich hodnota v porovnání například s ostatními svátky a událostmi stejně tak. V tom vidím ten největší rozdíl. Naši předci si dříve vážili jednoho hezkého daru, který jim vydržel, o který pečovali, neboť měl pro ně velkou citovou hodnotu. V dnešním přeplněném světě, kdy se zcela ztrácí paradigma jedinečnosti a příběhu, tak nové produkty nemají téměř žádnou hodnotu. S každým dalším masově vyrobeným produktem přicházíme o unikátnost, duchovnost a radost z něčeho nového. A to platí i v obdarovávání.

6.3.2 DÁREK Z POHLEDU PSYCHOLOGIE

V kontextu svátků a příležitostí, kdy můžeme někoho obdarovat, je důležité určit, co dělá dárek dárkem. Pokud se podíváme do hloubky, dárek je vlastně stále surové zboží, které koupíme v obchodě. To, díky čemu ale toto zboží můžeme nazývat dárkem, jsou rituální okolnosti, jak s produktem nakládáme a jak o něm uvažujeme. Přemýšlíme o potřebách člověka, pro kterého dárek kupujeme, aktivně hledáme ten správný, schováme jej. Jakékoliv téma, které by se mohlo dotknout zakoupeného zboží, v konverzacích obcházíme. Další fází je zabalení, který dá produktu zcela nový význam, způsob, jakým dárek předáme, a moment překvapení ze strany obdarovaného. Svým způsobem je to určitá komorní ceremonie v rámci rodiny či menší skupiny blízkých. V ideálním případě by dávání dárků mělo přinést potěšení na obou stranách.

Cesta dárku je dlouhá, a právě tento proces je podmínkou pro smazání hranice mezi zbožím a dárkem. Ať už rodinná situace vypadá jakkoliv, dárky jsou fyzickým zhmotněním lásky, kterou bychom měli o Vánocích naplnit své domovy.

6.4 VÁNOCE Z POHLEDU EKOLOGIE

Vánoční svátky znamenají pro planetu Zemi každoroční pohromu. Yorští odborníci uvádí, že průměrný člověk za třídní vánoční svátky vyprodukuje zhruba 650 kilogramů emisí oxidu uhličitého. Za pár dní tak za sebou zanecháme spoustu škody v různých sférách žití – nemusí se jednat pouze o odpad fyzického charakteru, který vidíme v přeplněných kontejnerech, ale i zvýšení světelného znečištění, nadměrná spotřeba elektřiny obecně, plýtvání potravinami, přehnaný úklid. Všechny výše zmíněné problémy mohou mít negativní dopad na naše fyzické i psychické zdraví.

Stále častěji se tak setkáváme s udržitelnějšími možnostmi, jak naší planetě (a zároveň nám samým) o svátcích odlehčit a zanechat po sobě co nejmenší možnou stopu. Bohužel některé alternativy bývají často střetem názorů. Klasickým příkladem může být rozpor, zda-li je živý stromek ekologičtější než ten z umělé hmoty. Ať už je závěr obdobných diskuzí jakýkoliv, věřím, že drobné změny mohou znamenat pro nás jako pro lidstvo velké změny k lepšímu. Místo klasického řezaného stromečku si můžeme koupit nějaký v květináči, balit dárky do starých novin či látek, zbytečně se nepřejídat, nakupovat lokálně, zdobit přírodninami či používat LED žárovky.

Cestou k udržitelnějším svátkům jsou principy cirkularity, celkové zpomalení a vědomé rozhodování, které nepodléhá nezdravému tlaku z médií a obchodů.

6.5 ODPAD VZNIKLÝ O VÁNOCÍCH

Podle různých průzkumů o Vánocích vyprodukujeme o 15–30 % odpadu více než obvykle.²⁰ Každý rok vidíme v ulicích přeplněné popelnice nechtěnými dárky a odpadem, povalující se vánoční stromky a další vedlejší produkty, které ztělesňují temnější stránku Vánoc. Plýtvání o Vánocích zaznamenáváme snad v každém odvětví.

Pro příklad uvedu čísla ze statistiky provedené ve Velké Británii roku 2021, kde Vánoce slaví 58 milionů obyvatel.²¹ Každé Vánoce vyhodí:

289 171 tun papírových krabic

125 000 tun plastového obalového materiálu

²⁰ KUPKOVÁ, Karolína: Vánoce nemusí být eko-katastrofou, Sedmá generace, 26. 11. 2020. Dostupné z: www.sedmagerace.cz-nemusi-byt-ekologickou-katastrofou/

²¹BLOG: REVEALED: UK HOLIDAY WASTE STATISTICS, Packaging ONLINE.co.uk, 15. 2. 2021. Dostupné z: <https://www.packagingonline.co.uk/blog/REVEALED-UK-Holiday-Waste-Statistics-Plus-Top-Tips-To-Reduce-Your-Waste-Footprint/>

1 bilion Vánočních přání
227 000 mil balícího papíru
270 000 tun potravin
6 milionů Vánočních stromečků
33 milionů adventních kalendářů
42 milionů liber v podobě nechtěných darů

Zveřejněné statistické údaje jsou alarmující a byly by znepokojivé o to více, pokud bychom je rozšířili o další desítky zemí, kde se Vánoce slaví stejně intenzivně.

6.6 BALÍCÍ PAPÍR

Balící papír je produktem, který byl navržen pro jedno použití a je pro mnohé neodmyslitelnou součástí svátku.

V regálech obchodů můžeme najít různé druhy, které se liší nejen v závislosti na jejich složení, vzhledu, ale i vzhledem k dopadu na životní prostředí. Nejméně problematickým vzhledem k výrobě a recyklaci je klasický „*balíčák*“, papír hnědé barvy, který neobsahuje žádné příměsi a jeho vlákna jsou dostatečně silná na to, aby byla recyklována, což u některých jiných typů papíru neplatí. Nebezpečnější jsou pak druhy papírů jako třeba křídový či voskovaný, které obsahují různá aditiva jako třpytky, plasty či metalické fragmenty, díky kterým papír nemůže být plně recyklován a končí tak na skládkách. Významným handicapem při recyklaci je i obsah syntetických barviv. Některé papíry mohou být recyklovány, nicméně musíme brát v potaz i zvýšenou koncentraci chemikálií, které papír obsahuje kvůli použití levných toxických barev. Výrobci, kteří pro barvení papíru využívají šetrná barviva, je bohužel málo.

Balící papír spotřebováváme v průběhu roku celkem konstantní rychlostí. Několikanásobný a plošný nárůst však přichází v okolí vánočních svátků, kdy snad každá domácnost zakoupí průměrně 4 role papíru jen proto, aby do nich na pár hodin ukryla vánoční dárky. Čísla spotřebovaného papíru jsou tak každé Vánoce enormní. Dle ekologického Hnutí Duha byl v České republice před třinácti lety spotřebován balící papír o ploše 250 Václavských náměstí. Tento údaj je z roku 2009, to znamená, že současný stav může hovořit dvojnásobným množstvím. Novější odhad z roku 2017 tvrdí, že spotřebovaný balící papír v Česku by pokryl dálnici z Prahy do Ostravy, což činí kolem 380 km. Vzhledem k tomu, že oba výše zmíněné údaje hovoří o situaci pouze v České republice, eventuálně provedené statistika na celosvětové úrovni by byla jistě velmi šokující. Některé zdroje uvádí čistě teoretický odhad, že by balícím papírem mohla být devětkrát omotána celá naše zeměkoule.

6.6.1 UDRŽITELNĚJŠÍ VARIANTY OBALŮ

Obecně můžeme říci, že je vhodné kupovat balící papír, který je označen *certifikací FSC*²², což znamená, že papír byl vyroben z šetrně obhospodařovaných lesů. Balící papír, který používáme u nás většinou pochází ze Skandinávie, především Švédska a Finska. Tyto lesy jsou káceny neuvěřitelnou rychlostí a zbývá pouhých 5 % původních lesů, které vznikly bez zásahu člověka. To souvisí s faktem, že okolo 1 700 lesních rostlin a živočichů ve Švédsku a 700 ve Finsku jsou ohroženy, neboť jim chybí jejich přirozené prostředí v podobě původního lesa.

Vánoční dárky nemusí být nutně baleny do klasického balícího papíru z obchodu. Velmi oblíbenou variantou je dnes aplikování japonské techniky *Furoshiki*²³, tedy balení do látek podle tradičního návodu. Méně náročnou alternativou mohou být obyčejné látkové sáčky, které můžeme používat opakovaně, nebo ku příkladu produkt *Wrag Wrap*, reagující na nadprodukcí a nadspotřebu balícího papíru. Využívá plastové lahve a přetváří je do 100% recyklované textilie, která slouží jako udržitelný dárkový obalový materiál. Ačkoli plastové láhve jsou recyklovány, většina stále končí na skládkách a v moři. *Wrag Wrap* si uvědomuje, že plastový materiál v podobě lahví má omezený počet recyklací na 9, poté je materiál znehodnocen a nemůže být dále využíván. Proto projekt pracuje na principu jediné recyklace, kdy vytvoří produkt na celý život. Společnost očekává, že jedno balení látky *Wrag Wrap* ušetří 1 000 metrů jednorázového balícího papíru.

Inspirativní weby také nabádají k výměně balícího papíru za starší noviny, časopisy, mapy, noty či dětské obrázky. Dárky se dají zabalit skutečně do čehokoliv, a i drobná změna v podobě omezení spotřeby obalového materiálu může znamenat mnoho, pokud podobně udržitelným způsobem bude uvažovat větší část společnosti.

7 NÁVRH ŘEŠENÍ

Téma udržitelnosti je mi velmi blízké po celou dobu studia. Snažím se neustále udržovat povědomí o nových projektech a přístupech, které se snaží alespoň trochu zmírnit současnou ekologickou krizi. Udržitelných produktů je mnoho a bohužel pouze pár z nich má skutečný potenciál a schopnost výrazněji eliminovat aktuální problémy. Řekla bych, že kromě „*dobrého designu*“²⁴, životaschopnost produktu ovlivňuje i kvalita propagace, která je především v oblasti *Green Design* velmi důležitá.

²² Certifikace FSC znamená Forest Stewardship Council. Česky “Rada pro správu lesa“. Tato nezisková organizace podporuje ekologicky šetrné, sociálně prospěšné a ekonomicky životaschopné obhospodařování lesů. HRG, https://www.hrg.cz/co_to_je_certifikace_fsc

²³ *Furoshiki* začalo vznikat v Japonsku v 17. století, kdy si lidé do šátků balili čisté oblečení do veřejných lázní. BAHAGIJO, Miriam: Getting to Know *Furoshiki*, The Japanese Method of Fabric Wrapping, Waste4Change, 2020. Dostupné z: <https://waste4change.com/blog/getting-to-know-furoshiki-the-japanese-method-of-fabric-wrapping/>

²⁴ Dobrý design (good design) je označení designéra Dietera Ramse pro produkt, který je inovativní, užitečný, estetický, pochopitelný, poctivý, produkt, který nepřekáží, má dlouhou životnost, je propracovaný do posledního detailu, je šetrný k životnímu prostředí a jeho design je co nejmenší. <https://designmuseum.org/discover-design/all-stories/what-is-good-design-a-quick-look-at-dieter-rams-ten-principles>

V rámci své diplomové práce jsem chtěla svým vlastním způsobem téma udržitelného designu zpracovat a navrhnout produkt, který bude zároveň upozorňovat na další současné fenomény. Myslím si totiž, že v rámci tohoto tématu může vzniknout produkt, který bude estetický, praktický a bude maximálně splňovat ekologické normy, ale zároveň může být výsledkem i produkt s lehkým přesahem do užitého umění s totožnými atributy, který bude svou formou upozorňovat na příčiny současné krizové situace.

Po důkladném studiu konzumu, komerce a následně i vánočních svátků jsem se rozhodla, že se budu snažit eliminovat odpadní materiál, jehož množství je závislé na určitém časovém období.

7.1 DĚTSKÉ HRAČKY

Při řešení, jaký objekt z recyklovaného materiálu vznikne, jsem chtěla zdůraznit pomíjivost jako současný trend. Především dětské hračky jsou krátkodobou záležitostí, neboť děti vyžadují neustálou změnu, a právě proto jim rodiče často narušují stereotyp stále novými a novými hračkami, které si získají dětskou pozornost jen na pár momentů. Bohužel tak hračky představují masu odpadu, která každým rokem narůstá. Dle studie Medium, která se zabývá cirkularitou dětských hraček, skončí 80 % všech hraček dříve nebo později v odpadkovém koši. Hlavním důvodem je neznalost rodičů, co dělat s hračkami, až jejich potomci vyrostou. Značnou roli v negativním dopadu na planetu hraje i materiál, který byl na výrobu použit.

90 % hraček je vyrobeno z plastu, což znamená velkou zátěž pro životní prostředí.

Materiál je při navrhování nadmíru důležitý – díky němu můžeme zcela změnit charakter objektu, způsob vnímání ze strany zákazníka a uživatele a také můžeme ovlivnit jeho životnost. Myslím si, že hračky a dětský nábytek by měly být navrhovány právě s ohledem na předpokládanou délku života. Jako designéři bychom měli počítat s dětskou omezenou zainteresovaností v námi navrženou věc a předpoklad zohlednit při výběru vhodného materiálu a použité technologie. Jednou z cest může být použití kvalitních ekologických materiálů, u kterých počítáme, že vydrží několik generací. Poslední roky takové tendence zaznamenáváme v podobě hraček s příběhem, které ctí řemeslo, ruční výrobu a respekt k přírodě. Další cestou, kterou jsem zvolila já, je používání recyklovaných materiálů za účelem snížení výrobní ceny, přirozené edukace dětí i dospělých a redukce plýtvání.

7.2 HOUPACÍ KONÍK

Jako finální produkt z recyklovaného materiálu z odpadu jsem zvolila dětského houpacího koně. Za hlavní důvod považuji bezvýznamnost nákladných a neekologických materiálů v hračkářském průmyslu, což rozebírám v kapitole výše. Dílčím důvodem volby pak bylo mé vnímání houpacího koníka skrze různé asociace a z čistě symbolického hlediska. Houpací kůň je především ve Spojených státech hojně se opakujícím motivem vánočních dekorací a znamenal ztělesnění nesplněných vánočních přání. Svůj největší rozkvět a popularitu zažíval v 18. a 19. století, kdy byl považován za nejoblíbenější dětskou hračku. Houpací koník je pro mě zároveň i silnou asociací dětství, her a bezstarostnosti.



Obrázek 8 - Houpací kůň jako vánoční dekorace

7.2.1 VÝVOJ TVAROSLOVÍ A MATERIÁLOVÝCH VARIACÍ HOUPACÍCH KONÍKŮ

Historicky prvního houpacího koníka v dostal Charles I. v 17. století od svých rodičů. Před několika stoletími bývali houpací koně určeni pouze pro chlapce, neboť měly být jakousi přípravou pro jezdeckví.

Dříve bývaly tyto kinetické hračky vyrobeny z kovu, a proto byly dostupné pouze v zámožnějších rodinách. Později se na trh dostávají i dřevěné varianty koníků a trend získává masovější ráz. V obou případech se jednalo o masivní nestabilní solitér, který patřil mezi dominanty v místnosti. Později v 18. století se konstrukce zjemnila a dostala elegantnější charakter. Hračky byly velmi zdobné, organické, ctily anatomii skutečných zvířat a řemeslníci někdy využívali i skutečnou koňskou hřívu, aby se přiblížili formě reálného koně. Na konci 19. století si nechal Phillip Marqua patentovat nový systém dolní části koně, který měl nabídnout bezpečnější a pohodlnější pohyb.

Během průmyslové revoluce poptávka po této hračce opět raketově vzrostla díky snížení výrobních nákladů a tím pádem zvýšené dostupnosti napříč celou společností. V polovině minulého století kvůli nedostatku materiálu a řemeslníků jakožto dopad dvou světových válek produkce houpacích koníků klesla. Pro výrobu této hračky se začaly používat materiály aktuální pro dané časové období, čímž se v 50. letech stala umělá hmota. V 80. letech minulého století se na trh dostává rodinný podnik, který se vrací k viktoriánskému modelu a vytváří kvalitní houpací koně ve vintage stylu. K dnešnímu dni je společnost Stevenson Brothers největším producentem houpacích koní na světě.

Za minulé roky je evidentní významná materiálová a tvarová proměna. Kromě kombinací umělých hmot a dřeva, které zhmotňují dětskou verzi koníka s velkýma očima, se setkáváme i s experimentálnějšími designovými počiny, které s materiálem a tvarem experimentují. Jedním

ze současných trendů je minimalismus, který designéři často a rádi aplikují i v hračkářském průmyslu, neboť si jsou vědomi, že právě houpací koník není hračkou pouze pro děti, ale i pro jejich rodiče je zajímavým interiérovým doplňkem. Právě proto se snaží naplnit i estetické potřeby dospělých a tvar koně zjednodušují a deformují, občas až do ryze abstraktních forem, a kladou důraz na čistotu a jedinečnost materiálu.



Obrázek 9 - Jeden z prvních houpacích koní



Obrázek 10 - Houpací kůň se systémem navrženým Phillipem Marquem



Obrázek 11 – Houpací kůň s pružinovou konstrukcí



Obrázek 12 - Rocking Horse - Kartell



Obrázek 13 – Horse, Rui Tomás



Obrázek 14 – Horseless Rocking Horse – Studo Ve

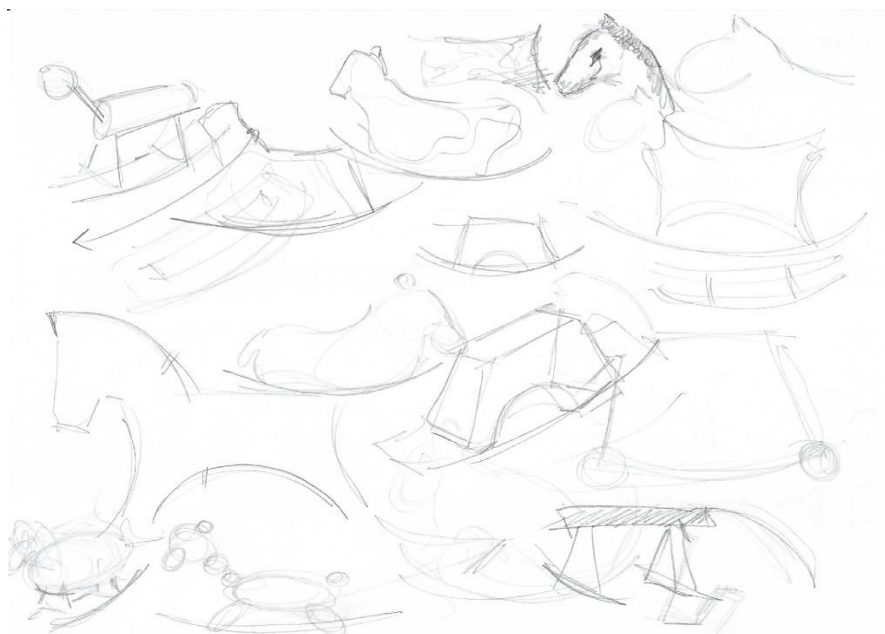
7.3 SKICOVÁNÍ, ŘEŠENÍ TVARU

Pro definování tvaru houpacího koníka jsem využila principy z tvarové psychologie²⁵ a hlavu koně jsem v porovnání s trupem zvětšila v měřítku přibližně 1:2. Při práci s tvary, které zpodobňují postavy ať už lidské či zvířecí, v nás případné zvětšení hlavy oproti zbytku těla evokuje batolata, která přirozeně mívají jiný poměr hlavy vůči ostatním částem těla než dospělí jedinci. Fakt, kdy v nás podvědomě zvětšená hlava vyvolá uklidňující a radostné emoce spojené

²⁵ Tvarová psychologie neboli gestaltismus (z něm. gestalt = tvar) je ideologický směr, který se zabývá zákonitostmi vnímání. MAŇÁK, Michal, Design do kapsy, 2022. Dostupné také z: <https://designdokapsy.cz/zaklady/principy/gestalt-principy/>

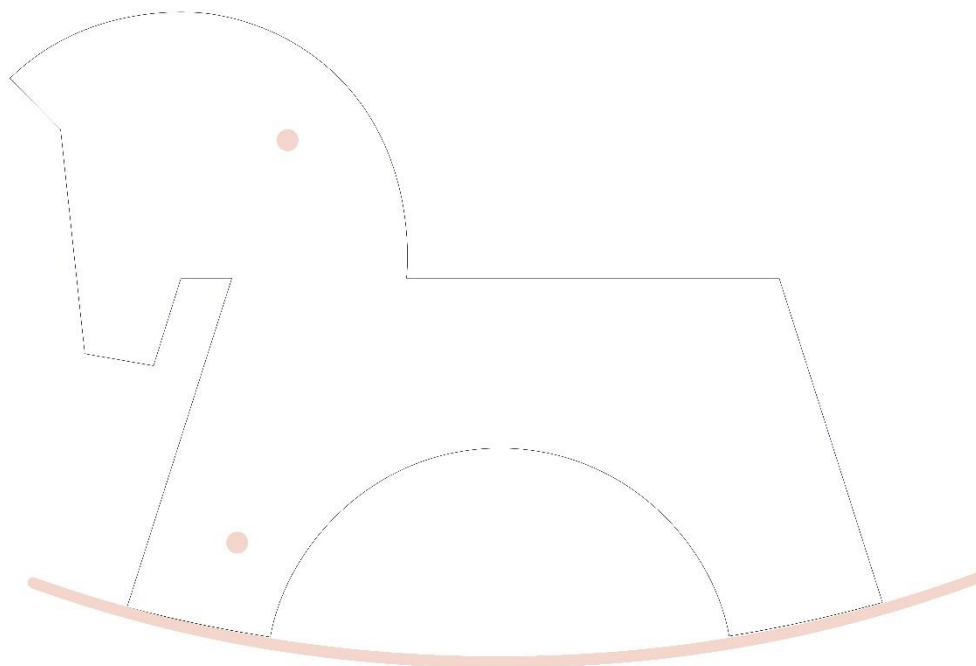
s kontaktem s dítětem, podpoří naše sympatie k objektu.²⁶ Chtěla jsem, aby koník působil hravým, dětským a roztomilým dojmem jak pro děti, tak dospělé, a vyvolával v nás příjemné emoce i přes případné rozpory vzhledem k netradičnímu materiálu z odpadu.

Jak zmiňuji v následující podkapitole, tvar koně mi výrazně určil i výrobní postup, a proto jsem pracovala se základními geometrickými tvary, souměrností a opakováním křivek, abych co nejvíce snížila náročnost technologického procesu. Křivka pomyslné hřívky koně se v předmětu promítla ještě ve spodní části zvířete. Stejně tak úhly, které plochy svírají, se opakují. Periodické používání elementů neznamena pouze efektivnější výrobu, ale zároveň dodává objektu harmonický dojem.



Obrázek 15 - Přípravné skici, archiv autora

²⁶ Tento princip deformace pomyslného poměru hlavy vůči trupu je evidentní v realizacích mnoha designérů. Konkrétním příkladem je spolupráce Karima Rashida se společností Method, pro kterou vytvořil redesign vizuální podoby obalů drogistického zboží. Využití výše zmíněné zákonitosti, kdy horní část produktu byla výrazně zvětšena oproti té spodní, znamenalo pro firmu značné zvýšení prodeje právě díky větším sympatiím ze strany konzumentů. MAK, Cipher, Universal Principles of Design, 2013. Dostupné také z: <https://issuu.com/ciphermak/docs/universal-principles-of-design/25>



Obrázek 16 - Grafická ilustrace finálního tvaru, pohled z boku, archiv autora

7.3.1 VIZUALIZACE

Před zahájením výroby jsem vytvořila jednoduché vizualizace v 3D programu Rhino, které mi pomohly v prostorové představivosti a definování hmoty.



Obrázek 17 – Návrhy houpacích koníků, 3D vizualizace, archiv autora

7.4 MATERIÁL

V průběhu navrhování jsem vyzkoušela spoustu variant, kdy jsem testovala estetický a funkční potenciál recyklovaného balícího papíru. Vycházela jsem z metody kaširování, tedy techniky, kdy papír necháme ve vodě rozmočit, rozmělníme, smícháme s pojivem, aplikujeme na pevný základ a necháme dokonale zaschnout. Práce s materiálem, který svou strukturou připomíná modelovací hlinu či těsto, je výborným médiem pro tvorbu produktů sochařského charakteru. Chtěla jsem však, aby dílo splňovalo i principy sériové výroby, a tak jsem se postupem času přiklonila k aplikaci recyklátu do forem a následném lisování. Experimentovala jsem s různými hrubostmi rozmělněného papíru, odlišnými druhy pojiv a také s různou silou tlaku působící při formování.

Významnou roli při tvorbě materiálu hraje nejen proces jeho tvorby, ale i estetika a funkčnost. Co se vizuální stránky týče, velmi se mi líbily varianty, kdy balící papír nebyl rozdrčen úplně, ale do lisovací formy jsem použila větší kusy. Vyschlý materiálový vzorek jsem následně ořízla, aby vynikla organická struktura. Bohužel taková verze nezaručí dostatečnou pevnost, která je pro tvorbu funkční dětské hračky důležitá. Proto jsem papír rozmělnovala a přidávala na síle tlaku, který na recyklovanou směs papírových vláken působil. Následně jsem materiálový vzorek opět nechala volně usušit. Výsledek byl mnohem lepší.

Experimentovala jsem i s nejrůznějšími druhy pojiv. Některé varianty obsahují pouze papír a vodu, jiné jsou zpevňovány pojivy. Zkoušela jsem do mokrého rozmělněného papíru přidávat doma vyrobená lepidla z mouky²⁷ či rýže²⁸. Nakonec jsem se ale přiklonila k přidání disperzního lepidla do směsi, jelikož jsem zjistila, že díky adici lepidla D2, je výsledný materiál o poznání pevnější a snáze opracovatelný pomocí brusných papírů.

Finální verze materiálu, ze kterého je houpací koník vyrobený, sestává z použitého balícího papíru, který jsem nechala pár minut až pár hodin (v závislosti na pevnosti papírových vláken) rozmočit ve vodě, a následně jsem jej rozmixovala. Poté jsem se zbavila přebytečné vody a přimíchala trochu disperzního lepidla v poměru 1:9. Výslednou směsí jsem naplnila formu a

²⁷ Pojivo z mouky je jednou z přírodních biologicky odbouratelných alternativ chemických lepidel. Dá se vyrobit z pšeničné mouky a horké vody, které se smíchají v poměru 1:1. *DIY Crafts: 20 Ways to make homemade natural glue*. Sew Historically! 2021. Dostupné online z: <https://www.sewhistorically.com/20-ways-to-make-homemade-natural-glue/>

²⁸ Lepidlo z rýže (jap. sokui) vychází z tradičního japonského postupu, které se hojně používá i v moderní výrobě nábytku a menších produktů. FRIESEN, Dave: "Making Sokui (Rice Paste Glue) - Historical Knifemaking". Crossed Heart Forge, 2015. Dostupné online z: <http://islandblacksmith.ca/2015/10/making-sokui-rice-paste-glue/>

zajistila dostatečný tlak, aby došlo ke slisování. Po odformování nastává čas schnutí, který jsem mohla regulovat zvýšením teploty či proudem vzduchu.



Obrázek 18 - Materiálové zkoušky I., archiv autora

Výsledný materiál je velmi pevný, vhodný k řezání a broušení. Je poměrně lehký a po obroušení hebký a příjemný na dotek, což jsou ideální atributy pro tvorbu dětského produktu. Hned po slisování a vyschnutí působí na dotek jako hrubý kámen, nicméně po zbroušení nerovné horní vrstvy spíše než papír připomíná plst'.²⁹

Stlačený papír vytvoří v zajímavou kresbu, která připomíná impresionistická díla zakládajících se na výrazných tazích štětcem. Vizuálně na mě osobně materiál působí malířským a uklidňujícím dojmem. Pro zvýraznění kresby je možné materiál povrchově ošetřit epoxidem či bezbarvým lakem, který zajistí větší povrchovou pevnost, jednotlivé odstíny ztmaví a zajistí jejich vyšší kontrast. Dalším hravým atributem materiálu je i neopakovatelnost a barevné odlišnosti, které vycházejí ze získaných balíčků papírů. Většina materiálových pokusů byla ve výsledku s nádechem fialové či růžové, neboť nejčastější barvou balíčního papíru byla červená.

Mezi nevýhody materiálu patří hořlavost a také fakt, že není voděodolný. Materiál také celkem dlouho schne, a proto při tvorbě produktu o větším rozměru, je dobré zvážit rozdělit hmotu na

²⁹ Jelikož materiál na dotek připomíná spíše textilií než dřevo, papír či jiný materiál, přišlo mi jeho použití na houpacího koníka o to více symbolické. Aktuálně je trh plný houpacích hraček, které kombinují dřevo a plyš, které má dítě vizuálně zaujmout a zároveň zajistit příjemný kontakt s objektem.

části, resp. vrstvy, které se po vysušení a opracování slepí. Dalším atributem hodným k diskuzi je také životnost materiálu, neboť jakkoli se materiál jeví pevný a odolný, určitě je potřeba jej vystavit velké zátěži a dalším nepříznivým faktorům, které ověří jeho skutečnou životaschopnost.



Obrázek 19 - Materiálové zkoušky II., archiv autora



Obrázek 20 - Materiálové zkoušky III., archiv autora

7.5 VÝROBA

Pro výrobu houpacího koně jsem vytvořila formu, která sloužila pro odlití upcyklovaného papíru. Tvar a postup práce spolu úzce souvisí, a proto jsem obě záležitosti promýšlela paralelně. Uvědomovala jsem si, že čím jednodušší tvar objektu, tím snazší výroba bude a přesně nenáročné výrobní procesy jsou jedním z klíčů k udržitelnosti. Vyrobita jsem tedy formu z březové překližky, která byla již využita na jistých výstavách a znehodnocena potiskem či rozřezáním na menší velikosti, a představovala tak odpadní materiál pro mnohé projekty. Pro ten můj se stala však ideálním materiálem, jelikož mi pomohla eliminovat odpad za účelem vytvoření něčeho nového a pro výrobu formy byla snadno opracovatelným materiálem, který splnil svůj účel. Pomocí grafického programu Adobe Illustrator jsem vytvořila křivky houpacího koně z bočního pohledu a část dílů, které byly oblého tvaru, jsem nechala vyříznout CNC frézou. Jednalo se o díly, které představují boční stěny hřívy a spodní části koně. Zvažovala jsem i ohýbání překližky, nicméně vyfrézování a následné slepení dílů se ukázalo jako časově a energeticky úspornější.

Další fází bylo připravit zbývající stěny zároveň s vyvrtáním děr, které budou sloužit jako otvory pro odtok přebytečných tekutin z materiálu. Stěny ohraničující tělo koně byly přivrtány na podstavnu desku z totožného materiálu s velkým množstvím stejných otvorů.

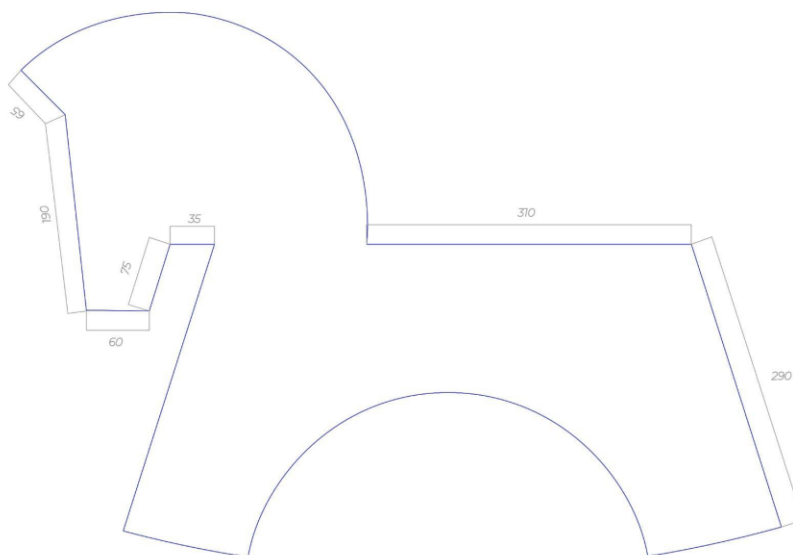
Následně jsem rozmixovala předpřipravený namočený balící papír, vymačkala z něj přebytečnou vodu a přimíchala malé množství disperzního lepidla v poměru, který zmiňuji v kapitole *Materiál*. Formu jsem naplnila vlhkou hmotou, přiklopila poklopem a nechala slisovat zhruba půltunovou zátěží. V takovém stavu zůstal materiál asi jeden den. Poté byly stěny formy rozebrány a nastala fáze sušení, která trvala asi 10 dní. Nicméně hloubkové schnutí napříč materiálem odhaduji na několik řádů týdnů.

V mezičase sušení jsem připravila spodní část koně z truhlářské překližky, kterou jsem ohnula za pomoci předpřipravené konstrukce. Ohýbanou překližku o síle 15 mm jsem namořila lihovým mořidlem a ošetřila finálním matným lakem. Po vysušení koně nastala část broušení, kdy jsem odstranila přečnívající kusy hmoty, zdokonalila tvar a povrch vyhladila. Poté bylo potřeba vyvrtat otvory pro umístění madla na držení. Předposlední fází bylo připevnění spodní dřevěné podnože k papírovému koni, do kterého jsem předvrtala celkem čtyři díry, umístila kolíky dlouhé 90 a 140 mm a spoj zafixovala disperzním lepidlem na dřevo. Konečně jsem do předvrtaných otvorů v profilu koně vsadila madla pro držení.

7.6 ROZMĚRY, ERGONOMIE

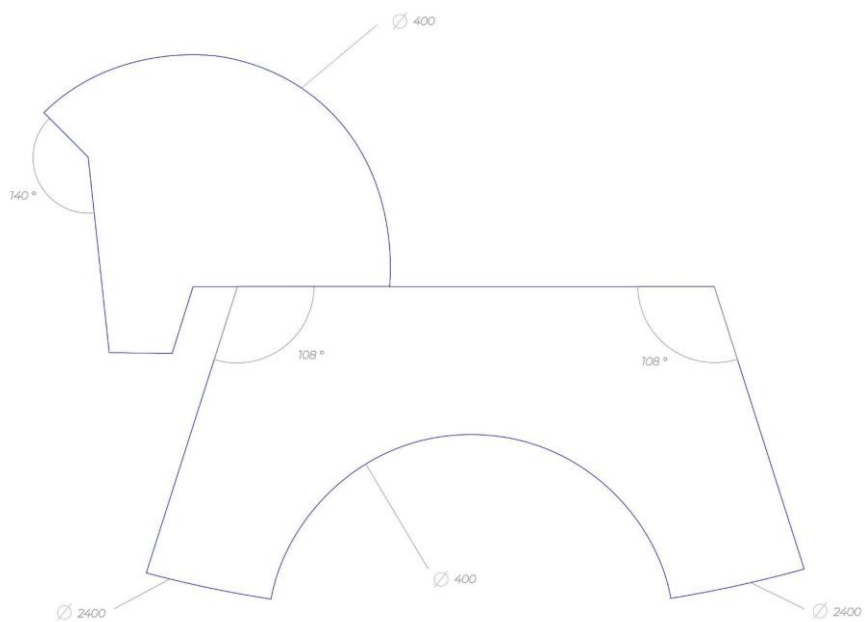
Cílovou uživatelskou skupinou jsou děti ve věku 18 měsíců – 3 roky. Na základě toho jsem poměr jednotlivých částí uzpůsobila pohodlnému a bezpečnému používání.

Obrazové příloha níže zobrazují rozměry jednotlivých částí dle ergonomických norem. Údaje jsou uvedeny v milimetrech.

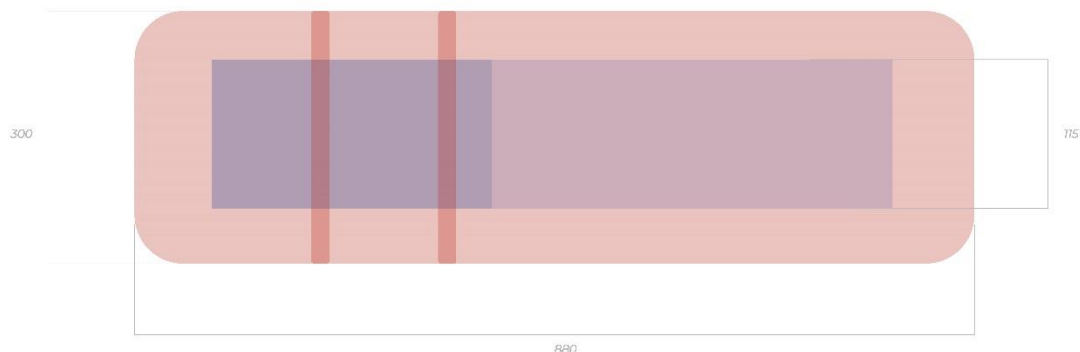


Obrázek 21 – Základní rozměry I., archiv autora

Následující obrazová příloha obsahuje řešení úhlů, které mezi sebou křivky svírají, a poloměry zaoblených částí, které jsou uvedeny opět v milimetrech.



Obrázek 22 – Základní rozměry II., archiv autora



Obrázek 23 - Základní rozměry III., archiv autora

7.7 LOGISTIKA SBĚRU PAPÍRU

Pro zpracování své diplomové práce jsem poprosila blízké a známé ve svém okolí, aby balící papír po Vánocích nevyhazovali a strádali mi jej pro mé vlastní účely. Při mnohočetnější či dokonce sériové výrobě by však takové shromažďování materiálu pro produkci nebylo možné, a proto jsem zvažovala možnosti, které by zajistily plynulejší a větší přísun materiálu.

Jednou z variant je domluva s třídící linkou, od které by šlo eventuálně odpad odebírat. Otázkou však je, jak velká ochota by ze strany instituce byla, neboť by to pro zaměstnance znamenalo zbytečný čas navíc pro třídění konkrétního odpadu, což by bylo jak pro linku, tak i pro mě jako pro designéra poměrně neefektivní. Vzhledem k tomu, že pro výrobu koně nemusí být striktně použit balící papír, nabízí se možnost využívání všech druhů papíru od surového kartonu až po kreativní papíry pro tvoření. taková varianta by znamenala větší množství produktů, méně práce s tříděním a výraznější redukci odpadu.

Jak jsem však zmínila na začátku práce, jako unikátní stránku svého projektu vnímám právě fakt, kdy upozorňuji použitým specifickým materiálem na problém sociálního charakteru. A přesně to bych chtěla zanechat i v budoucím životě houpacího koně. Myslím, že zajímavostí mého projektu by mohla být sezónnost, tedy časová omezenost na jedno roční období. V období vánočních svátků, respektive těsně po jejich uplynutí, by ve veřejných prostorách s vysokou koncentrací lidí jako například obchodní domy či komunitní centra mohly být umístěny sběrné boxy (o jejichž dočasné existenci by okolí informovala předchozí propagace), které by sloužily pro sbírání použitého balícího papíru. Následně bych získanou druhotnou surovinu shromáždila a vytvořila omezený počet produktů, který by odpovídal množství vytríděného papíru. Takový přístup podporuje myšlenku udržitelného designu, neboť pracuje s omezenými zdroji, což je faktor, který v současné době jako společnost opomínáme, a neustále produkujeme nové zboží aniž bychom zvažovali, kolik zdrojů nám ještě zbývá. Omezenost dostupnosti by zvýšil hodnotu zboží, jelikož by na něj někteří zájemci museli čekat až do naskladnění materiálu pro výrobu.

7.8 ANALÝZA SPOTŘEBOVANÉHO MNOŽSTVÍ ODPADU

Ve svém okolí jsem uspořádala v období vánočních svátků sbírku použitého balicího papíru. 24 mých známých mou prosbu vyslechlo a společně tak nastřádali 12 kg použitého obalového materiálu.

Společně s množstvím vyprodukovaného papíru mě zajímalo množství lidí, kteří do sbírky v rámci rodinného kruhu o Vánocích přispěli. 12 kilogramů papíru bylo dle získaných údajů vyprodukováno 108 osobami včetně dětí. Jeden člověk tak o svátcích spotřebuje přibližně 110 gramů papíru, což je dle přepočtu zhruba 1 m² papíru, tedy 1 role. Z informace, kterou sdílí Vojtěch Kotecký roku 2009 z Hnutí Duha: „*Předpokládáme, že jedna rodina spotřebuje aspoň dva až tři metry čtvereční papíru,*“³⁰ můžeme odhadnout, že se spotřeba papíru za poslední roky dvojnásobně zvýšila v případě, že za rodinu považujeme čtyřčlennou domácnost.

Pokud výsledný číselný údaj o spotřebě papíru na osobu vynásobíme 11 miliony obyvatel, dostaneme neuvěřitelných 1 100 tun papíru. A to se bavíme pouze o malé zemi jako Česká republika.

Na výrobu jedné houpací hračky bylo použito 7,5 kilogramů vánočního balicího papíru, což by znamenalo produkci asi 140 000 výrobků ročně resp. za jedny Vánoce.

7.9 ROZPRACOVÁNÍ NÁVRHU DO KOLEKCE

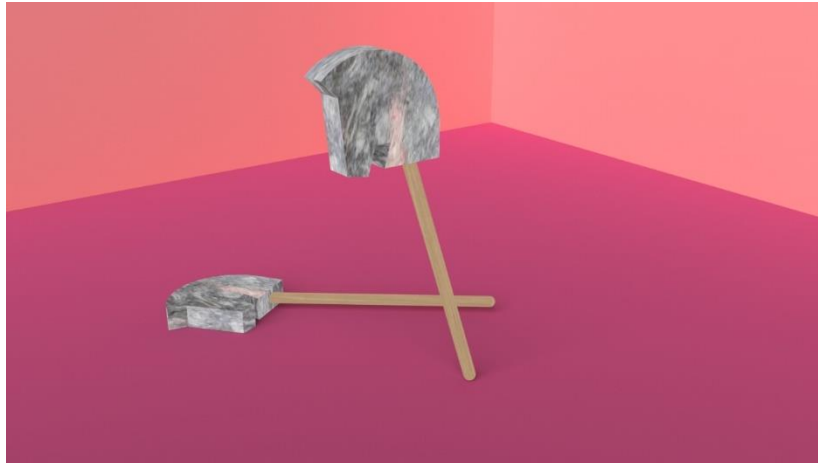
V průběhu samotné výroby houpacího koníka mě napadlo možné rozpracování produktu do menší kolekce, která vychází ze základního tvaru a pracuje s totožným materiálem.

Broušený recyklovaný papír je velmi příjemný na dotek, a proto se přímo nabízí jej použít i v dalších objektech, kterých se člověk dotýká. Rozšířila jsem návrh o zmenšeniny houpacího koníka, se kterým si může malé dítě pohrát a zároveň slouží jako zajímavý solitér a doplněk do interiéru.

Další možností je malý koník s kolečky, což je má verze dřevěné tahací kachny na kolečkách. Opět stejný tvar, stejná velikost i materiál, pouze jinak řešená podnož a přidání šňůry na tahání. Třetí produkt je koník na tyči. Koňská hlava je vytvořena ve stejné formě jako velký houpací koník, pouze je formování přepážkou zredukováno.

Všechny čtyři hračky mohou být vyrobeny pomocí dvou forem (velké a malé), překližky a bukové tyčoviny, což znamená energetickou, logistickou a materiálovou úsporu.

³⁰ KOTECKÝ, Vojtěch [cit-04-22-2022]. Dostupné také z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/co-zbylo-po-vanocich-balici-papir-jako-250-vaclavaku/r~i:article:656654/>



Obrázek 24 - Návrh koníka na tyči, 3D vizualizace, archiv autora

Kromě finálního produktu, tedy houpacího koně, a teoretické části diplomové práce odevzdávám i materiálové vzorky, pokusy z lisování, malého koníka na stůl a grafické přílohy jako plakát, brožuru a drobné doplňkové materiály, které vycházejí z následujících grafických ilustrací.



Obrázek 25 - Doplňující grafika ke kolekci I., archiv autora



Obrázek 26 - Doplnující grafika ke kolekci II., archiv autora

7.10 FOTODOKUMENTACE

Abych umocnila myšlenku díla, rozhodla jsem se produktové fotky nafotit v ateliéru ve stylizovaném prostředí s vánočním stromkem a použitým balícím papírem. Pro autentičnost jsem využila malé dítě jako model.



Obrázek 27 - Prezentační fotografie I., archiv autora



Obrázek 28 - prezentační fotografie II., archiv autora



Obrázek 29 - Prezentační fotografie III., archiv autora



Obrázek 30 - Prezentační fotografie IV., archiv autora

8 PŘÍNOS DÍLA

Produkt má na trh přinést šetrnější alternativu houpacích hraček. Redukuje vzniklý odpad, který není recyklovatelný, a tím tak eliminuje vytváření nových produktů z nových vyčerpatelných zdrojů. Kromě pobavení dítěte byl koník navržen zároveň jako doplněk do moderních interiérů, a proto by měl být stejně atraktivním zbožím i pro dospělé. Propojuje svět malých a velkých, jelikož pracuje s propojením dětského světa a závažných problémů na sociální a environmentální úrovni. Dotýká se hned několika závažných témat jako nadprodukce, plýtvání, konzumerismus, materiálně, nejednoznačnost při třízení odpadu, proměnu svátků a lidských vztahů. Houpací kůň má edukativní funkci, neboť prostřednictvím hračky může být dítěti vysvětleno mnoho dalších souvislostí vycházejících z výše uvedených faktorů.

Jedním z přínosů použití alternativního materiálu z použitého balícího papíru je i povýšení hodnoty odpadu a jeho přetvoření na materiál velmi estetický, hapticky příjemný a životaschopný. Projekt má odkrýt potenciál odpadních materiálů a zařadit je do cirkulačního systému ekonomiky jako plnohodnotnou druhotnou surovinu.

9 RESUMÉ

My diploma thesis is based on a topic Green Design. I developed a topic of consumerism and consumption that I was working on in my bachelor thesis. I have researched a time period which highly influences our consumption behavior. During Christmas, which is a fest celebrated all over the world, our consumption tendencies are on the top and it means about 15 – 30 % of waste grow in comparism to average daily waste amount. One of the most wasted Christmas leftover is wrapping paper which is a short-term product that would cover more than 250 Venceslas Squares every year. Unfortunately, wrapping paper is not able to be fully recycled due to plastic aditives and harmful dyes which have bad impact on our planet. That was a major reason why I wanted to experiment with recycling material and connect it to problem of consumerism during Christmas which has lost it's spiritual character.

One of the most favourite Christmas gifts in the past was a rocking horse which is at the same time one of Christmas symbols. I decided to design a rocking horse as a new toy made of Christmas waste. I used blended wrapping paper mixed with a bit of dispersion adhesive and mold it in a form. Even if the toy is made of waste, the material looks very pleasant as the structure reminds paint strokes and the surface is soft and comfortable. Shape of rocking horse is minimalistic and clear since the form follows sustainable principles and it also comes out of psychological principles.

Generally said, project rethinks Christmas waste, speaks about current social problems in form of a functional object.

10 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

a) Knižní a periodická literatura

1. BEČKA, H. (2019): Vánoce mezi komercí a rodinou. *Sacra*, 17(2), 23–30
2. FAIRS, Marcus: *Green Design*, 2009, ISBN 978-1-84732-127-5, Carlton Books Limited 2009
3. FROLEC, Václav & kolektiv: *Vánoce v české kultuře*, 1988, ISBN: 978 -80-7081-151-1, Nakladatelství Vyšehrad
4. TILL, Caroline, FRANKLIN, Kate: *Radical Matter*, 2018-19, ISBN 978-0-500-29539-7, Thames & Hudson Ltd.
5. VAVŘINOVÁ, Valburga: *Malá encyklopedie Vánoc*, 2002, ISBN 978-80-7277-132-5, Nakladatelství Libri

b) Internetové zdroje

1. ACAROGLU, Leyla: *Quick Guide to Sustainable Design Strategies*, Disruptive Design, 2020. Dostupné také z : <https://www.thoughtco.com/what-is-green-architecture-and-green-design-177955>
2. ALTER, Lloyd: *What Is Slow Design, and Where Did It Come from?*, Treehugger, 2018, Dostupné také z: <https://www.treehugger.com/what-is-slow-design-4857427>
3. BAROCH, Pavel: *Co zbylo po Vánocích? Balící papír jako 250 Václaváků*, Aktuálně.cz , 2009. Dostupné z: https://zpravy.aktualne.cz/domaci/co-zbylo-po-vanocich-balici-papir-jako-250-vaclavaku/r~i:article:656654/?fbclid=IwAR2XPqglskne3Impacy4Mq5DaIM206EiOv1XwqCiIV-_GiKE9Mn2uW3psiY
4. BLOG: REVEALED: UK HOLIDAY WASTE STATISTICS, Packaging ONLINE.co.uk15. 2. 2021. Dostupné z: <https://www.packagingonline.co.uk/blog/REVEALED-UK-Holiday-Waste-Statistics-Plus-Top-Tips-To-Reduce-Your-Waste-Footprint/>

5. COLLINS, Pádraig: *Irish Catholic Priest Urges Christians to Abandon the Word Christmas*, The Guardian, 2017. Dostupné z: https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/nov/18/irish-catholic-priest-urges-christians-to-abandon-the-word-christmas?fbclid=IwAR2NrRf9JdPvw1BTrQERGtDo4Elhxe1_WsNq8evTC1MmLN G6nUAMjIpjJF0
6. CRAVEN, Jackie: *A Primer on Green Architecture and Design*, ThoughtCo., 2019. Dostupné z: <https://www.thoughtco.com/what-is-green-architecture-and-green-design-177955>
7. DIY Crafts: *20 Ways to make homemade natural glue*. Sew Historically! 2021. Dostupné online z: <https://www.sewhistorically.com/20-ways-to-make-homemade-natural-glue/>
8. EIRA, Astrid: *57 Essential Christmas Shopping Statistics: 2021/2022 Market Share Analysis & Data*, Finances Online, 2022. Dostupné z: <https://financesonline.com/christmas-shopping-statistics/>
9. Ellen MacArthur Foundation: *Creating a Circular Economy for Toys*, Circulate, 2020. Dostupné z: <https://medium.com/circulatenews/creating-a-circular-economy-for-toys-9c11dc6a6676>
10. FRIESEN, Dave: "Making Sokui (Rice Paste Glue) - Historical Knifemaking". Crossed Heart Forge, 2015. Dostupné online z: <http://islandblacksmith.ca/2015/10/making-sokui-rice-paste-glue/>
11. HOLASOVÁ, Michaela: *Návrh dětského pokoje pro děti v předškolním věku se zaměřením na přebalovací pult*, Diplomová práce, 2017. Dostupné také z: <https://theses.cz/id/r7qjm6/21160177>
12. HRONOVÁ, Zuzana: *Pro konzumního ateistu nemají Vánoce význam, tvrdí filozof*, Aktuálně.cz, 2014. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/pro-konzumního-ateistu-jsou-vanoce-na-nic-rika-filozof/r~1aa261e07f7811e4bdad0025900fea04/?fbclid=IwAR0dgDr00x-SITAZ0q4KMSnuyaB5SK54E-VOc0YY-kRHpDvp9hOTgv0DIIsU>

13. iRozhlas: *Na světě žije 7,7 miliardy lidí a počet dál roste. Světová populace se podle OSN zaství na 11 miliardách.* iRozhlas, 2019. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/rust-populace-cina-indie-nigerie_1910100641_zit
14. KUPKOVÁ, Karolína: *Vánoce nemusí být ekologickou katastrofou*, Sedmá generace, 2020. Dostupné z: https://sedmagenerace.cz/vanoce-nemusi-byt-ekologickou-katastrofou/?fbclid=IwAR1DR1rZmCUEYiNdxXIz4p5KJRlpWLC-_afjBb3BKabSu_VUCd0YeNRUGyc
15. MAK, CIPHER: *Universal Principles of Design*, ISSUU, 2013. Dostupné také z: <https://issuu.com/ciphermak/docs/universal-principles-of-design/25>
16. MAŇÁK, Michal: *Gestalt principy, Design do kapsy*, 2022. Dostupné také z: <https://designdokapsy.cz/o-projektu/>
17. MATERIALDISTRICT: *Newspaperwood*, MaterialDistrict, 2013. Dostupné z: <https://materialdistrict.com/material/newspaperwood/>
18. NEŠPOR, R. Zdeněk, Sociologická encyklopedie. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Konzumerismus>
19. OLA, Per & D'AULAIRE, Emily: *Happy Trails*, Smithsonian Magazine, 2002. Dostupné z: <https://www.smithsonianmag.com/history/happy-trails-73073763/>
20. SLOVNÍK CIZÍCH SLOV, [cit-04-22-2022]. Dostupné z: <http://www.slovník-cizich-slov.net/konzumerismus/>
21. STERJOVA, Milica: *Rocking Horses - one of the most popular toys in history*, Walls with Stories, 2017. Dostupné z: <https://www.wallswithstories.com/uncategorized/rocking-horses-one-of-the-most-popular-toys-in-history.html>
22. STRAUSS, Rachele: *Alarming Christmas Waste Statistics and How you Can Have Zero Waste Christmas, Zero Waste Week*, 2020. Dostupné z: https://www.zerowasteweek.co.uk/zero-waste-christmas/?fbclid=IwAR08PNtH_xjSfUtCBiYKMGroD2GH5ROUDjH_F1T-deIuetDMGJIzjqwc4AQ

23. Tarkett: *Co je to Cradle to Cradle?*, Tarkett, rok neznámý. Dostupné z:
https://objektove.tarkett.cz/cs_CZ/centrum-napovedy/co-je-to-cradle-to-cradle-2808
24. VOBOŘILOVÁ, Anna: *Antropometrie dětí předškolního věku ve vztahu k ergonomii*, Diplomová práce, 2018. Dostupné také z:
<https://is.muni.cz/th/iyv8x/000finalniverze.pdf>
25. Wikipedians, Wikipedia, citace: [cit-04-22-2022]. Dostupné z:
<https://cs.wikipedia.org/wiki/Obchod>
26. WONG, Nanette: *Discarded Leather Gets NEw Life in Structural Skin*, Design Milk, 2015. Dostupné z: <https://design-milk.com/discarded-leather-gets-new-life-structural-skin/?epik=dj0yJnU9c3hHZmg3ZzVQZVhKYjdTZE5CaWRxeHlKemhHYzZFazYm cD0wJm49eUFTX0E1RUZ0bTRSvWpLWWhJOE1MdyZ0PUFBQUFBR0lvWDh3>

11 SEZNAM PŘÍLOH

Obrázek 1

Grafická ilustrace o principu cirkularity

<https://medium.com/disruptive-design/quick-guide-to-sustainable-design-strategies-641765a86fb8> – (22. 04. 2022)

Obrázek 2

Grafická ilustrace pro porovnání cirkulární a lineární ekonomiky

<https://www.facebook.com/1883712768583922/photos/a.2608569526098239/2625497414405450/> – (2022-02-12)

Obrázek 3

NewspaperWood, Mieke Meijer

<https://newspaperwood.com/portfolio/newspaperwood-boxes/> - (2022-03-022)

Obrázek 4

Precious Plastic, Dave Hakkens

https://www.researchgate.net/publication/328407406_Do-it-Yourself_DIY_Workspaces_Run_by_Local_Entrepreneurs_that_Transform_Plastic_Waste_Into_Valuable_Water_and_Sanitation_Products/figures?lo=1&utm_source=google&utm_medium=organic - (2022-03-22)

Obrázek 5

Structural Skin – Conproco

(zdroj: <https://oficinapenades.com/projects/structural-skin-furniture/> - (2022-02-12))

Obrázek 6

Blood Related, Stittgen Basse

(zdroj: <https://www.dezeen.com/2017/12/06/blood-related-basse-stittgen-objects-design-academy-eindhoven/> - (2022-02-12))

Obrázek 7

Mycelium Timber, Sebastian Cox & Ninela Ivanova

https://www.treehugger.com/mushroom-mycelium-timber-furniture-sebastian-cox-ninela-ivanova-4857413?utm_source=pinterest - (2022-03-25)

Obrázek 8

Houpací kůň jako vánoční dekorace

<https://ar.pinterest.com/pin/264938390565202935/> - (2022-04-02)

Obrázek 9

Jeden z prvních houpacích koní

<https://www.rockinghorses.eu/en/content/history-rocking-horse>) - (2022-04-02)

Obrázek 10

Houpací kůň se systémem navrženým Phillipem Marquem

<https://www.wallswithstories.com/uncategorized/rocking-horses-one-of-the-most-popular-toys-in-history.html> - (2022-04-02)

Obrázek 11

Houpací kůň s pružinovou konstrukcí

<https://cz.pinterest.com/pin/266416134182135941/> - (2022-04-02)

Obrázek 12

Rocking Horse, Kartell

https://www.designbuy.cz/kartell-houpaci-kun-h-horse-zluty?gclid=CjwKCAjwopWSBhB6EiwAjxmqDdJEOcdU85nx_rtib3mtptr3985dZvdxO6QxriSJbPpBCA7wiPUM08BoCAogQAvD_BwE- (2022-04-02)

Obrázek 13

Horse, Rui Tomás

<https://www.ruitomas.pt/horse>

Obrázek 14

Horseless Rocking Horse, Studio Ve

<https://design-milk.com/deconstruction-horseless-rocking-horse-by-studio-ve/> - (2022-04-02)

Obrázek 15

Přípravné skici

archiv autora

Obrázek 16

Grafická ilustrace finálního tvaru, pohled z boku

archiv autora

Obrázek 17

Návrhy houpacích koníků, 3D vizualizace

archiv autora

Obrázek 18

Materiálové zkoušky I.

archiv autora

Obrázek 19

Materiálové zkoušky II.

archiv autora

Obrázek 20

Materiálové zkoušky III.

archiv autora

Obrázek 21

Základní rozměry I.

archiv autora

Obrázek 22

Základní rozměry II.

archiv autora

Obrázek 23

Základní rozměry III.

archiv autora

Obrázek 24

Návrh koníka na tyči, 3D vizualizace

archiv autora

Obrázek 25

Doplňující grafika ke kolekci I.
archiv autora

Obrázek 26

Doplňující grafika ke kolekci II.
archiv autora

Obrázek 27

Prezentační fotografie I.
archiv autora

Obrázek 28

Prezentační fotografie II.
archiv autora

Obrázek 29

Prezentační fotografie III.
archiv autora

Obrázek 30

Prezentační fotografie IV.
archiv autora