

není také pravda – výstavní kategorie „písmo v nových technologiích“ již byla s obdobným obsahem v roce 1996. Tak by se dalo pokračovat. Podobný způsob zkreslování informací nemůže být i nadále bez jakékoliv reflexe stylem práce, který by vedl k úspěchu dalších Biennale. Pochopitelně nás také rozhořčilo, že nebylo nikde zmíněno (ani při zahájení, ani v tiskovinách), že jediná zvláštní peněžitá cena ve výši 30 000 Kč – „Cena Alfonse Muchy“ byla poskytnuta Sdružením Biennale Bmo.

Do jaké míry jsou vaše výhrady proaktivní neboli zaznamenali jste do této chvíle nějaké příznivé ohlasy na vaše náměty?

Jde o dvě věci. Jednak jsme formulovali výčet zkreslených údajů šířených o 19. bienále především proto, aby při referátech na závěr Biennale je média znovu neopakovala. To, že se redakcí MF DNES a Práva zdála zajímavá i pro obsáhlejší materiál, je jen ku prospěchu publicity. Druhá věc jsou odborné výhrady, apely či náměty zaměřené na budoucnost, které zastupci SBB chtějí předložit na závěrečném jednání OV (je odkládáno a do data rozhovoru se neuskutečnilo). Mohu ale jen těžko předvídat, zda se situacelepší. Ovšem Biennale se během let už natolik stabilizovalo, že nepotřebuje nějakou samochválu a naopak odborně fundovaná kritika mu prospívá. Nezbytná analýza za letošního Biennale by měla napomoci zachovat a dál rozvíjet tuto tradiční akci v Bmě jako skutečnou kulturní událost, významnou jak pro město Bmo, tak pro světovou grafickou scénu, a prezentovat grafický design jako umění všedního dne oslovující nejširší veřejnost.

Za rozhovor děkuje Jana Novotná

NEJDŘÍV TO HLAVNÍ – NEBO NEJDŘÍV TO NAŠE? MANIFEST PŘESYČENÝCH PROFESIONÁLŮ

Manifest Nejdřív to hlavní (viz Bulletin č. 9/ 2000) lze možná nejsnadněji pochopit jako výraz problémů profesní skupiny, která netrpí nezaměstnaností, která požívá slušné společenské prestiže, jejíž služby patří k nejlépe placeným – a jejíž členové, tím, že se zbavili existenčních problémů, jsou postiženi problémy existenciálními. Ačkoliv není pochyb o tom, že takové problémy mohou sužovat člověka stejně vážně jako problémy existenční povahy, není rovněž pochyb o tom, že problémy autorů manifestu jsou problémy z přepychu, a že si to jeho autoři ani neuvědomují.

Taková diagnóza může znít jako zlehčování legitimního přání grafických designérů, aby jejich talent byl

používán také k jiným než pouze komerčním účelům a v jiných než reklamních souvislostech. Avšak tím, že autoři textu mají potřebu toto právní podpořit argumenty, které ukazují, jak naivní, a v podstatě nepoučené představy mají o politickém a ekonomickém systému, který jim umožňuje jejich živobytí, celý manifest působí dojmem privátního stesku skupiny přejedených a nedovzdělaných profesionálů.

Autoři manifestu, aby dodali váhy svému požadavku, že jejich talent by měl být používán i k jiným než ke komerčním účelům, tvrdí, že jejich práce v komerčních souvislostech je v podstatě nesmyslná, protože západní společnost vyrábí spousty věcí „přinejmenším nepodstatných“ (rozuměj nepotřebných). Ovšem z kritéria, které pisatelé sami používají pro rozlišení podstatných a nepotřebných od nepodstatných a nepotřebných věcí, vůbec žádný závěr, že komerční společnost vyrábí nepotřebné věci, neplyne. Právě naopak. Nepotřebnými věcmi rozumí pisatelé to, co všichni kritikové „nepotřebných“ věcí vždycky pod tímto pojmem rozuměli – totiž věci, které oni sami nepotřebují, což jsou v případě autorů textu věci jako psí suchary, značková káva, krémy pro celulitidu, apod. Potřebnými a užitečnými věcmi myslí pisatelé naopak to, co prosazovatelé „potřebných“ věcí vždy pod tímto slovem rozuměli – totiž ty věci, které sami považují za nanejvýš potřebné a užitečné, v našem případě kvalitní grafické úpravy knih, časopisů, vzdělávacích programů, informačních projektů, apod. (srov. klasický český text obhajující podobným způsobem myšlenku účelné společnosti, brožurku Karla Honzík z roku 1946 nazvanou Necessismus, aneb myšlenka rozumné spotřeby). Hlavní problém takového postoje je, že nejenom grafičtí designéři, ale každá společenská skupina, ať už určité profesně, kulturně, věkově, nábožensky či jinak, považuje za „to hlavní“ něco, co je součástí specifického světa oné skupiny a co je většinou více nebo méně lhostejně příslušníkům jiných skupin. Takových různých skupin lze napočítat desítky, možná stovky, a uvnitř těchto skupin má pravděpodobně každý její člen trochu jiný názor na to, co vlastně to hlavní opravdu je. Autoři manifestu mají zřejmě za těžko pochopit, že rozdíl mezi efektivním tužidlem na vlasy na jedné straně, a kultivovanou grafickou úpravou knihy na straně druhé, nespočívá v tom, že to první je nedůležité, zatímco to druhé je důležité. To, že by se většina z nás, kteří se v té či oné podobě zabýváme designem, asi shodla na tom, že hodnota kultivované knižní úpravy je vyšší než hodnota efektivního tužidla na vlasy, je pro posouzení užitečnosti obou věcí naprosto nepodstatné. V krizové situaci, kdy jde o život, se lze bez obou věcí dobře obejít, ale v době nekrizové – a komerční společnost je společností doby nekrizové – přispívají obě věci – i když většinou „různým“ uživatelům – k vyšší kvalitě jejich života.

Je sotva možno pochybovat o tom, že vysoká úroveň grafického designu v západní společnosti je funkcí

právě společnosti obchodu. Je rovněž zřejmé, že žádná jiná společnost v dosavadní historii nepřinesla tak vysokému počtu lidí tak vysokou životní úroveň jako společnost tržní. Pouze v západní společnosti se to, co jinde bylo a zůstalo výhradou a luxusem vyhrazeným mocným a bohatým, stalo postupně vlastnictvím širokých vrstev obyvatelstva. Pouze komerční, tržní společnost dovolila v míře do té doby nevídané, aby stále víc a víc lidí mohlo své potřeby definovat podle svého, místo aby tyto potřeby jako dříve definovala vrchnost. Západní systém ekonomického růstu poskytl největší finanční zisky těm inovátorům, kteří zlepšili životní styl a životní úroveň velkého počtu méně bohatých, nikoliv malého počtu velmi bohatých.

A je možno se domnívat, že globální komerční kultura, po počátečních vážných problémech a potížích, přinese vysokou životní úroveň i lidem mimo západní svět.

Jestliže každá společenská skupina považuje za to hlavní něco, co je součástí specifického světa oné skupiny a co je většinou lhostejně příslušníkům jiných skupin, potom lze komerční společnost v mnohém považovat za unikátní řešení radikálního konfliktu zájmů. Typ společnosti, kterou autoři manifestu v podstatě odmítají jako disfunkční, ve skutečnosti nabízí „to hlavní“ ne pouze jedné z těchto skupin, ale každé skupině, jejíž hlas se dostane na trh, navzdory tomu, že jednotlivé skupiny nemají nejmenší šanci se kdy dohodnout na tom, co „to hlavní“ vlastně je. V nepochopení tohoto principu spočívá elementární krátkozrakost manifestu: jeho pisatelé nechápu, že jejich „nejdřív to hlavní“ ve skutečnosti znamená „nejdřív to naše“.

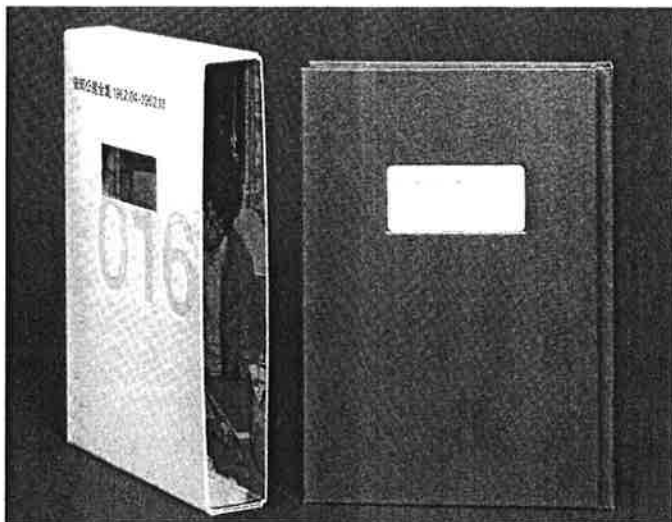
Že pisatelé manifestu nepovažovali za nutné ztratit ani jedno pozitivní slovo o tom, čeho komerční společnost za dobu své existence dosáhla, svědčí stejně jasně o myšlenkové plytkosti tohoto manifestu, jako skutečnost, že se pisatelé ani slovem nezmiňují o výsledcích, jakých dosáhly ony společnosti 20. století, jejichž jediným smyslem existence bylo vytvořit alternativu ke komerční kapitalistické společnosti, rovněž obviněné z toho, že produkuje neužitečné věci. Nemyslím zde poměrně úspěšné rovnostářské společnosti dobrovolníků, jakými by-

ly např. kibucy, ale samozřejmě komunistické společnosti nedávné minulosti, které držely občany proti jejich vůli uvnitř těchto společenských alternativ, a jejichž obyvatelé svého času čítali okolo jedné třetiny lidstva. Nechci přirozeně tvrdit, že každá kritika komerční společnosti má být odmitnuta poukazem na fiasko komunistických antikomerčních alternativ. Domnívám se ale, že kritika komerční společnosti, která se neobtěžuje ani naznačit stanovisko ani k výsledkům společností, založených na myšlenkách politické a ekonomické svobody, ani k existenci, natožpak k výsledkům společností, které se ve jménu alternativy ke kapitalismu pokusily většinu politických a ekonomických svobod zrušit, nezasluhuje, aby byla brána vážně, protože zůstává na úrovni vzdechů – obvykle vzdechů přesyčených.

Autoři manifestu nejsou samozřejmě jediní, kterým mnoho jeví komerční společnost leze na nervy a kteří mnohé z nich shledávají politováníhodnými. Problém je ale v tom, že budou-li každý prosazovat pouze „to hlavní“, jestliže každý bude žádat svět šitý na svou míru a zároveň, tak jako autoři manifestu, odsuzovat systém, který dovoluje, aby víc než jedna skupina mohla prosazovat věci, které považuje za důležité, vyvstává reálné nebezpečí, že si nakonec poděříme pod zadkem větve, na které všichni sedíme. Je bezpodmínečně třeba, abychom byli s to v hlavě udržet ne pouze jednu, ale hned dvě myšlenky zároveň: nejde jenom o to prosazovat to, co chceme, ale musíme zároveň, paradoxně, dbát o zachování politického a ekonomického rámce, který dovoluje, aby jak my sami, tak i „jiní“ mohli sledovat své vlastní zájmy a prosazovat to, co považují za „to hlavní“. Toto pisatelé manifestu buď nepochopili, nebo si opravdu myslí, že by na tom západní společnost byla podstatně lépe, kdyby byla přebudována podle toho, co grafičtí designéři považují za „to hlavní“. Je těžké posoudit, která z těchto alternativních interpretací manifestu je víc deprimující. Lze jenom vroceně doufat, že text manifestu není obrazem intelektuální úrovně profese.

Jan Michl, Norsko

Cena Typo Design Clubu Praha: Kazuya Kondo, Japonsko.



12 tisíciletí

DC ČR má v EU svoji „hvězdičku“
Designérské organizace členských zemí Evropské unie se sdružují v mezinárodní organizaci BEDA (Bureau Européen des Associations des Designers). Po projednání ve výkonném výboru a posléze na generálním shromáždění této organizace v Bruselu 11. – 12. listopadu 2000 bylo Design centrum České republiky – jako první a jediná země mimo společenství EU – přijato jednomyslně za jejího řádného člena! Prezident BEDA pan Carrera ze Španělska okamžitě po našem přijetí zdůraznil, že od nás očekává plnohodnotnou a aktivní činnost ve prospěch rozvoje designu. Členstvím v tak významné evropské organizaci se naplňuje dlouhodobý koncept našich zahraničních aktivit vedoucích k posílení prestiže českého designu v očích zahraniční odborné veřejnosti, aktivit spoluvytvářejících podmínky k plnohodnotné integraci naší země do struktur EU. Musím zdůraznit, že členstvím v BEDA jsme sice získali onu pověstnou hvězdičku členských zemí EU, ale nám jde především o to, abychom co nejdříve vytvořili v naší zemi obdobné klima a stejné podmínky pro uplatnění designu a designérské práce, jaké mají naši kolegové v zemích EU. Dramatická výjimečnost vývoje v zemích východní a střední Evropy má však značné odlišnosti od harmonizovaných evropských poměrů. Proto naším příspěvkem bude pokus diagnostikovat problémy postkomunistických zemí v oblasti uplatnění designu, najít společnou strategii léčení. Jako nejvhodnější řešení se jeví uspořádat obsáhlou pracovní diskusi, opírající se o hlubokou analýzu důvodů zaostávání za vyspělým světem. Již jsme o tom předběžně jednali ve Slovinsku, se slovenskými kolegy v SDC, chceme k tomuto jednání pozvat zástupce Polska, Maďarska a Estonska. Některé pozitivní zkušenosti, které

postkomunistické země ve svém historickém vývoji zažily, mohou být předmětem zkoumání a zájmu partnerů z BEDA. Tady můžeme okamžitě nabídnout poznatky získané z III. evropské regionální designérské porady, kterou jsme organizovali v těsné spolupráci s ICSID letos v červnu v Praze. Téma hledání strategických cest spolupráce východní a západní Evropy je v tomto kontextu více než vhodné.

Podaří-li se nám objektivně zanalyzovat všechny procesy a problémy vedoucí ke zpoždování v uplatňování designu u nás, pak hodláme požádat členské země BEDA o pomoc při jejich řešení. A to především v oblasti průmyslu, legislativy, obchodu, vzdělávání atp. **Karel Kobosil**

Kresba: Jan Steklík.

Obalová řada na dárkové předměty pro pojišťovnu Kooperativa ze Studia Činčera. Foto: Jan Pohribný. (Viz strana 18.)

DESIGN CENTRUM ČESKÉ REPUBLIKY



Člen:
 Mezinárodní rady
 společenství
 průmyslového
 designu – ICSID
 Mezinárodní rady
 organizací
 grafického designu
 – ICGRADA
 Mezinárodní
 federace
 interiérových
 architektů
 a designérů – IFI
 Byro evropských
 designérských
 organizací – BEDA

MĚSÍČNÍK DESIGN CENTRA
 ČESKÉ REPUBLIKY – 2000
 Vydává: Design centrum ČR
 Jakubské nám. 5, 602 00 Brno
 Distribuce: KONGRES-takt Brno.
 Uzávěrka lednového čísla je 14. prosince 2000. Od 6. čísla najdete Bulletin také na internetu www.designcentrum.cz ve formátu PDF.

V ý z v a

ZACHRAŇME VÝZNAMNOU GALERII!

Galerie AmbrosianA sídlí v domě na Jeziutské ulici č. 11 v Brně již drahnou dobu – svoji výstavní síň si vybudovala již v začátcích devadesátých let, a to vlastními náklady se značnou investicí. Nyní je zavedenou kulturní institucí, která se podílí na kulturním životě nejenom města Brna. Výstavy jsou pořádány bez vstupného, bez dotací státu či města.

Za dobu své existence si AmbrosianA vybudovala vynikající pověst a dá se bez nadsázky říci, že patří k nejlepším domácím soukromým galeriím se značným mezinárodním renomé. Vystřídala se tu řada výstav špičkových domácích i mezinárodních umělců, galerie participovala i na tak prestižních mezinárodních projektech, jakými je např. Bienále grafického designu.

V těchto dnech by AmbrosianA měla slavit narozeniny – desáté výročí, ale stahují se nad ní čemá mračna. Její existence je totiž vážně ohrožena, a dokonce jí hrozí zánik! Dům, v němž sídlí a který byl majetkem města, byl prodán zájemci, který zřejmě nemá zájem na pokračování výstavních aktivit. Architekt

