

ANKETA

Digitalizácia a grafický smog
očami grafických dizajnérov

**Stratili sme mýty
a rituály, ovládla
nás virtuálna realita**

Redakčná beseda – II. časť

V minulom čísle časopisu sme priniesli záznam z prvej časti besedy »profesorov« grafického dizajnu na tému súčasnej knižnej grafiky. To sme ešte netušili, že v besede spomínaná a oceňovaná knižka Richarda Brautigana *V melónovom cukre* z vydavateľstva Artfórum sa stane o pár dní jednou z Najkrajších kníh Slovenska v rovnomennej súťaži

za vynikajúcu grafickú úpravu Daniely Olejníkovej. Naši redakční hostia, prof. akad. mal. Stanislav Stankoci, doc. akad. mal. Pavel Choma, akad. mal. Pavol Rozložník a Mgr. art. Dušan Junek sa v druhej časti besedy rozhovorili o vplyve digitalizácie na vývoj grafického dizajnu a o všadeprítomnom grafickom smogu v našich mestách.

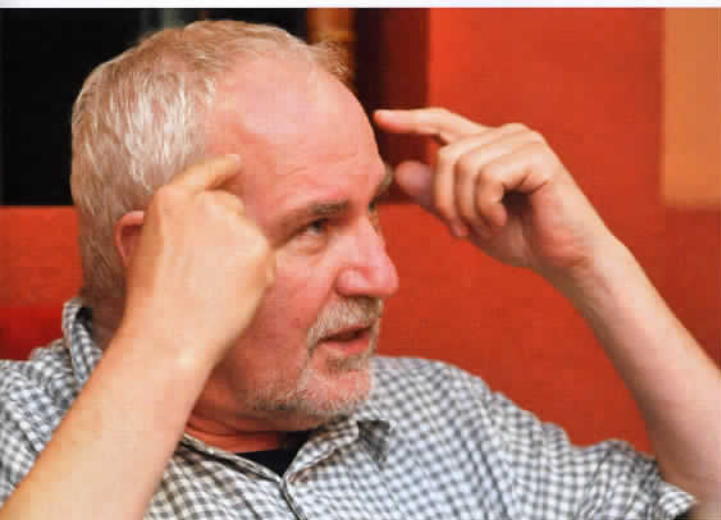


Digitálny macher či grafik?

Technická zručnosť a ovládanie nových technológií sú výborným predpokladom vo vizuálnej komunikácii, ale ak zostane len pri nich, bez rozvíjania grafickej kreativity, tak je to často smerovanie do slepej uličky.

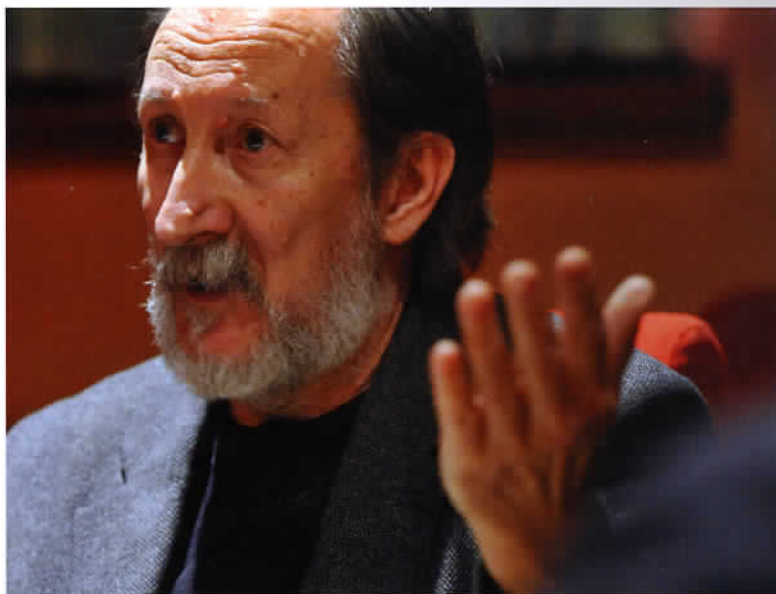
Pavol Rozložník: „Na počítači som sa naučil robiť všetko to, čo potrebujem k svojej práci. Zároveň som však nestratil všetky typografické, kompozičné či výtvarné vedomosti a zručnosti. Pre mňa je počítač vlastne dokonalejší nástroj, ktorý mi rýchlejšie ukáže to, čo som si predtým musel vedieť v hlave predstaviť. Dnes mladí ľudia prostredníctvom počítačovej grafiky hneď vidia výsledok a jeho technické detaily. Treba sa však zmieriť s tým, že počítač je veľmi dobrý sluha, ale aj zlý pán.“

Pavel Choma: „Larry Ellison z Oracle asi pred 10-15 rokmi hovoril, že sme v počítačovej dobe kamennej. Mal pravdu a dodnes sú informačné technológie viac o obchodnej politike výrobcov softvéru a železa, nie o lacnom a dostupnom nástroji pre prácu. Z jednej strany počítač pomáha, ale z druhej strany nás obmedzuje, stále si vyžaduje našu pozornosť a znamená neustále sa vzdelávať v ďalšom odbore - počítačovej gramotnosti.“



Pavel Choma: *Dodnes sú informačné technológie viac o obchodnej politike výrobcov softvéru a železa, nie o lacnom a dostupnom nástroji pre prácu.*

Rozložník: „20. storočie bolo storočím nástupu a rozvoja moderných technológií. A my sme teraz ako deti v hračkárstve – pozeráme na veci, a netušíme, ako fungujú. Kedysi sme používali nástroje a rozumeli sme ich podstate. Dnes podstate väčšiny moderných »hračiek« vôbec nerozumieme. V dejinách sa vždy striedali obdobia, kedy raz potiahla vývoj intuícia a následne rozum. Po intuitívnej a duchovnej gotike prišla racionálna



Dušan Junek: *V našej profesijnej praxi sa potuluje bohužiaľ veľa »odborníkov«. Sú to predovšetkým oni, často v službách rôznych agentúr, firiem a štúdií, ktorí prispievajú k fatálnemu vizuálnemu znečisteniu prostredia.*

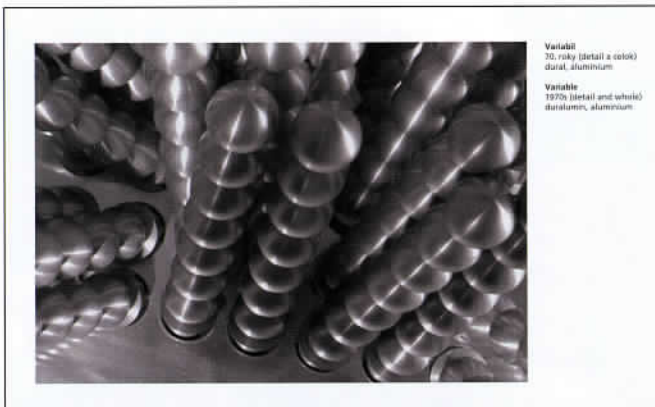
renesancia. Aj teraz sme sa ocitli v situácii, keď rozum bol hlavným motorom 20. storočia vo vede a v technike a teraz akoby to duchovno potrebovalo určitý čas na spracovanie toho, čo sa tu odohralo. Tento nesúlads má samozrejme svoje dôsledky.“

„Základný koncept pre novú tvorbu v grafickom dizajne je jednoduchý. Nový dizajn je založený na inšpiratívnej myšlienke a voľnosti jej ďalšieho uplatnenia namiesto zväzujúcich pravidiel a definícií. Rozvinul sa vďaka rebélii proti neadekvátnemu používaniu stereotypných foriem a statických pravidiel.“

Ladislav Sutnar, česko-americký zakladateľ interpretačného jazyka moderného grafického dizajnu

Dušan Junek: „Aj dnes však existujú jedinci prečnievajúci nad svoju dobu, ktorí cítia ohrozenie nerovnovážnosťou, a ich intuícia, talent i schopnosti určujú smerovania v odbore. Samozrejme, sú spoločnosťou i kolegami marginalizovaní a presadenie ich tvorby a názorov má minimálnu podporu. Sú to však práve ich svetielka, čo pomáhajú v orientácii na ceste z tunela, v ktorom smog z rôznych oblastí života vytvoril takmer nepreniknuteľnú tmú.“

Stanislav Stankoci: „Naša prirodzená absorpčná kapacita sa naplnila a očakáva sa, že musí prísť obdobie duchovnej obrody. Pikantné na veci je, že renesancia riešila, okrem iného, problém nedostatku informácií a šírenia učenia. V súčasnosti sme na opačnej strane – dospeli sme do totálneho pretlaku informácií, ale hlavne chaosu a straty orientácie, ktorá informácia je relevantná, ktorá nie, a čomu vlastne veriť.“



Variabil
30. roky (železo a oceľ)
dizajn: Aluminium

Variabil
1970s (železo) a (vhodné)
duralumin, Aluminium



Z tvorby Stanislava Stankociho

Prijatím výpočtovej techniky sme vedome prijali aj určité limity – robíme to, čo nám umožňuje daný softvér. Veľmi nám prácu zrýchliť a dala jej vysoký stupeň komfortu, ale na druhej strane nám dala limity, ktoré si často ani neuvedomujeme. Prítom ľudská fantázia a tvorivosť svojim spôsobom limity nemá. Ak sa tvorca podvolí svojmu softvéru, výsledok nemusí byť vždy to pravé orechové.”

Žijeme v dobe vpádu barbarov?

„Dizajn sám o sebe je názorom, stanoviskom a komentárom. Tvorba dizajnu znamená viac ako len jednoducho zostavovať, formovať alebo niečo upravovať. Dizajnér pri navrhovaní dodáva svojmu dielu hodnotu a význam. Jeho prostredníctvom zjednodušuje, vysvetľuje, objasňuje, presviedča alebo zdôrazňuje, dokonca niekoho vyzdvihuje, ctí si ho a v lepších prípadoch aj zabáva.”

Paul Rand, svetoznámy americký grafik

Choma: „My sme ako učitelia grafického dizajnu povinní odovzdať svojim študentom aj základy remeselnej zručnosti, vlastne istého kultúrneho dedičstva profesie. Samozrejme, dnešní mladí tvorcovia napokon siahnu po počítačovej grafike, ale mali by poznať podstatu grafickej tvorby.”



Stanislav Stankoci: *Renesancia riešila, okrem iného, problém nedostatku informácií a šírenia učenia. V súčasnosti sme na opačnej strane – dospeli sme do totálneho pretlaku informácií, ale hlavne chaosu a straty orientácie.*

Grafika v tvári mesta

Mestské prostredie so svojou znečistenou grafickou tvárou je potvrdením mnohých problémov vo vizuálnej grafike. Pripomeňme si slová básnika a spisovateľa Daniela Heviera z jeho úvahy o spojení obraznosti a slovesnosti v úvodnom texte k tejto ankete:

„Zrak je zá-zrak, ale keď je neustále rozrušovaný a vyrušovaný novými a novými vizuálnymi atakmi, tak stráca svoju schopnosť vidieť. Už nevidíme, iba sa pozeráme. Už nepozorujeme, iba evidujeme. A ak evidovať znamená triediť a hierarchizovať, už nie sme schopní ani toho. Iba tupo civíme.

My sme obklopení obrazmi, ktoré za nás navyrábali iní: anonymné štúdiá, a dokonca anonymný internet, ktorý sa stal najväčším dodávateľom obrazov. Dnešný fotograf už ani nemusí zdvihnúť zadok od monitora, nemusí ísť nafotiť krajinu či osobu, už iba sťahuje z webu, poupravuje, alebo aj nie, a z obrazov vyrobí nový obraz. Takéto obrazy však nemajú dušu, srdce, ani hlavu a päťu. Je to geneticky klonované obrazovisko. Indiáni sa nadarmo nebáli, že im belosi fotografovaním kradnú dušu. Dnes si nechávame dobrovoľne kradnúť dušu zraku, ba ešte kričíme: Viac! Ešte daj!

Pohľadmi sa presekávame džungľou obrazov. Keby to boli obrazy, ale sú to iba katalógy produktov a služieb, ktoré nám niekto vnucuje. Je to prostitúcia obrazov, ktoré sa nám dávajú na každom rohu, aby sme si ich vzali. Alebo aby si vzali ony nás.“

Rozložník: „Mesto je zašpinené grafickým smogom. Ten nie je produktom mesta, ale nás, súčasných žijúcich generácií. Hlavný problém tejto civilizácie je, že sme stratili mýty a rituály a sekundárne hľadáme náhradu za ne v romantických televíznych seriáloch, reality show a podobne. Ovládla nás virtuálna realita. Stratili sme duchovnú plnohodnotnosť našich životov. Naša tisícročná kultúra bola plná rituálov, ktoré sa viazali na ročné obdobia či kresťanskú výchovu. Ľudská spoločnosť bez mýtov nevie existovať. Začína to v detstve rozprávkami, teda tými klasickými rozprávkami, a nie dnešnými komiksovými detskými seriálovými hrdinami. A preto je takýto chaos a smog. A pritom v marketingovej výbave veľkých svetových firiem takýto mýtus, alebo silný životný príbeh, je základom komunikácie jedinečnosti firmy. Len si zoberme nedávno zosnulého zakladateľa Apple Steva Jobsa. Je to vlastne novodobý rozprávkový IT hrdina. Každá generácia potrebuje hrdinov, s ktorými sa chce stotožniť. Je úplne nepochopiteľné, že ako národ nemáme celkom jasno v našej mytológii, že síce máme svoju históriu, ale s ňou nesúhlasíme. Namiesto toho, aby sme ju spoznali a prijali.“



Pavol Rozložník: *Hlavný problém tejto civilizácie je, že sme stratili mýty a rituály a sekundárne hľadáme náhradu za ne v romantických televíznych seriáloch, reality show a podobne. Ovládla nás virtuálna realita. Stratili sme duchovnú plnohodnotnosť našich životov.*

„Ako grafik, dizajnér, umelec sa snažím vyjadrovať svoje posolstvá atraktívnou vizuálnou formou, humorným, vtipným spôsobom a predovšetkým pozitívnymi myšlienkami, aby moja správa bola pre ľudí ľahšie prijateľná, zrozumiteľná a vyvolala v nich radosť.“

Shigeo Fukuda, legenda japonského a svetového dizajnu

Junek: „Tento systém »vzdelávania« prostredníctvom mýtov a veľkých príbehov absentuje už vo výchove v rodine a potom na školách vlastne už ani nie je na čo nadviazať...“

Choma: „....no a práve grafickí dizajnéri by mali byť v tomto smere priekopníkmi. Mali by hovoriť pravdu.“



Mesto je zašpinené grafickým smogom.

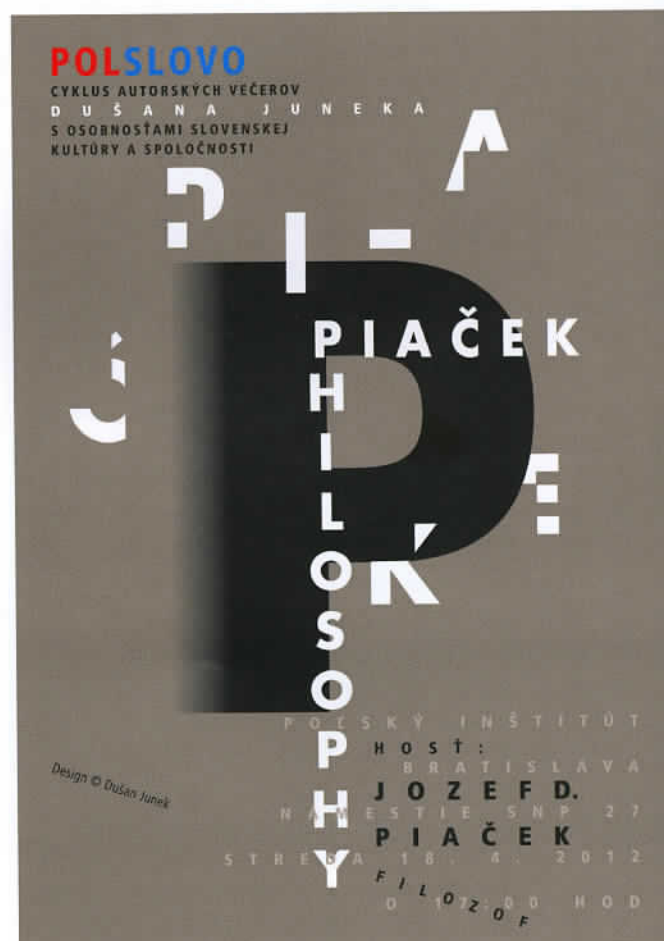
Stankoci: „Ja si dokonca myslím, že grafickí dizajnéri by mali ísť do politiky... (smiech) ...založíme Stranu grafického dizajnu?“

Rozložník: „Ale teraz vážne. Skúste sa niekedy v meste zastaviť a začať vnímať veci okolo seba. Zistíte, že vás atakuje toľko rôznorodých informácií, že je to jednoducho katastrofa. Ten pretlak spôsobuje, že veci prestávajú vnímať, zlievajú sa vám do akéhosi obrazového šumu na pozadí.“

Junek: „Áno, je to podobné ako pri hudbe. Keď na vás útočí z rôznych zdrojov a kútov, prestávajú vnímať jej kvalitu, charakter či interpreta. Je to už len akýsi podmaz, ktorý začínate vnímať skôr podvedomím.“

Choma: „Treba si zároveň uvedomiť ďalší sprievodný jav, že v hierarchii dôležitosti v kreatívnych štúdiách a agentúrach sa grafik ocitol na piatom až desiatom mieste. Grafika sa stala slúžkou biznisu a ten najviac ovplyvňuje niekoľko kľúčových firiem vlastniacich väčšinu billboardových a výlepkových plôch. Stačí si pozrieť niektoré inzeráty a ponuky štúdií, kde sa dozviete, že návrh grafiky je zadarmo, ako bonus. Teda práca grafika sa ponúka zadarmo. Akoby nemala svoju hodnotu, resp. vnucuje sa predstava, že nie je až taká dôležitá.“

Rozložník: „V skutočnosti je to ešte širší problém. V dnešnej realite grafický dizajnér o grafike vlastne ani nerozhoduje. Je súčasťou celého systému biznisu. A z praxe môžem potvrdiť,



Z tvorby Dušana Juneka.

Anton Pavlovič Čechov

Čajka



Z tvorby Pavla Rozložníka.

že veľakrát sa nám stalo, že sme priniesli kvalitné grafické návrhy objednávateľovi a ten povedal, že ich nemôže zobrať, lebo sú príliš dobré. Lebo jeho cieľová skupina sú celkom obyčajní ľudia a musí to vyzeráť lacno a zle. A ja toto pokladám za strašnú dehonešáciu grafického dizajnu a úplne prevrátené hodnoty. Ľudia vraj chcú kupovať lacné veci, a tak aj ich propagácia musí pôsobiť lacno! A k tomu ešte dovetok iného zadávateľa, ktorý bol jednoznačne presvedčený, že našou úlohou nie je dodať kvalitnú grafiku, ale predáť jeho výrobky. Tomu sa síce dá rozumieť, ale odporuje to tak filozofii podnikania, ako aj grafickej tvorby. V oboch prípadoch by sme mali zákazníkovi dodávať naozajstné hodnoty. Nie pseudohodnoty a polotovary.”

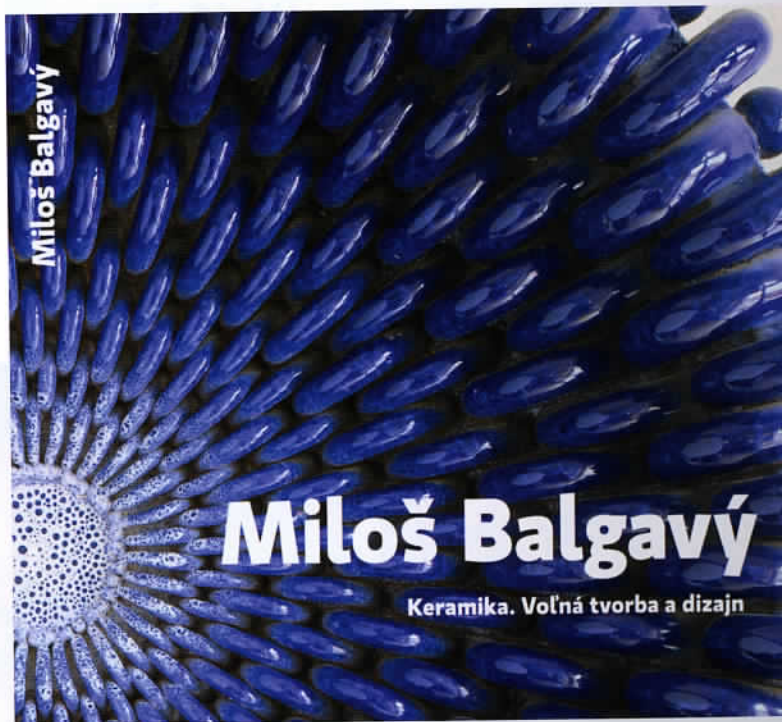
„Kreativita je aktivita, ktorá rieši problémy. To znamená, že nazeráme na problémy z inej perspektívy. Berieme do úvahy kontext, stratégiu, kultúru a najlepšiu vizuálnu techniku na interpretáciu každého jedného problému. Globalizácia nám stanovila mnohé rovnaké meradlá. Môžeme žiť v inej časti sveta, ale máme rovnaký pohľad na módu, stravovanie, štýl hudby, obrazy, chute a pod. Všetci sme súčasťou jednej globálnej dediny, takže to, čo je dôležité v jednej časti sveta, je dôležité aj v inej. Rozdiely sú v ekonomike, nie v porozumení.”

Veejay Archary, viceprezident ICOGRADA,
medzinárodnej rady asociácií grafického dizajnu

Junek: „Vieme si predstaviť príklad, že v operačnej sále operuje namiesto chirurga mäsiar, ktorý perfektne ovláda techniku práce s nožom, ale, samozrejme, všetky lekárske vedomosti sú mu neznáme? Taká predstava je nemysliteľná, o skutočnosti ani nehovoriac. V našej profesijnej praxi sa potuluje takýchto »odborníkov« bohužiaľ veľa. Sú to predovšetkým oni, častokrát v službách rôznych agentúr, firiem a štúdií, ktorí prispievajú k fatálnemu vizuálnemu znečisteniu prostredia, v ktorom žijeme. Ovládanie nástroja – dnes sofistikovanejšieho – počítača a softvéru, je paradoxne jednoduchšie ako kedysi štetca a pera. Ale potreba talentu, invencie, podložená vedomostnou i profesionálnou orientáciou v odbore, zostala rovnaká, ak nie väčšia. Ak chýba, tak vizuálny smog konkuruje tomu znečistenému ovzdušiu a nevieme, či skôr chrániť oči alebo pľúca. Aj keď pred jedným či druhým by sme sa mali usilovať o usporiadanie hodnotového rebríčka, v ktorom etika, morálka a kvalita potrebujú vystúpiť zo súčasného suterénu na najvyššie priečky. Miera smogu vo všetkých oblastiach by výrazne ustúpila a všetkým by sa nám dýchalo ľahšie, voľnejšie.”

Redakčná úprava: Pavel Vitek, Juraj Kopřiva

Foto: Vladimír Benko



Z tvorby Pavla Chomu.