

Sme za existenciu Design centra České republiky.

Zdá sa, že iba pred nedávnom utíchli bubny na bojovom poli o existenciu

Slovenského centra designu a už ich počuť znova spoza rieky Moravy.

My, ktorí sme zažili nekonečné argumentovanie oboch strán pre i proti, sme si mysleli, že išlo iba o tragické nedorozumenie, osobitne preto, že slovenský útok proti Centru dizajnu prebehol v čase vlády proeurópskej koalície hlásiacej sa ku všetkým iniciatívam a programom EU.

V nich má dizajn exkluzívne nezastupiteľné miesto a finančnú i organizačnú podporu. Napokon aj postupné utíchnutie sporov o význam a zmysel existencie Slovenského centra dizajnu (+ jeho následné zachovanie) vyznel ako uvedomenie si výsostne nestrategického kroku zo strany ministerstva.

Podobná situácia však hrozí aj našim českým kolegom a priateľom, preto nemôžeme zostať ticho a v apatii.

České centrum dizajnu bolo pre nás v ťažkých časoch inšpirátorom. Možno, keby sme si dovolili trocha expresie – ikonou toho, ako funguje dobrá vízia. Dizajn na Slovensku stále musí vymedzovať svoje miesto v realizačom hodnotovom reťazci výrobných organizácií. V Čechách ste už, a to predovšetkým vďaka systematickej a metodologickej práci Českého centra dizajnu a osvieteného rozhodnutia predošlých zástupcov ľudu, postúpili aspoň o päť poschodí vyššie. Dizajn sa stal vysoko efektívnym nástrojom zvyšovania hodnoty produkcie. Významne prispel k exportným úspechom českých výrobkov, udržal ich konkurencieschopnosť na mnohých trhoch EU, ale aj sveta.

To sú nepochybniteľné a exaktne vypočítateľné fakty. Účinnosť má jednoduchý vzorec: výstupy/vstupy. Ak je výsledok väčší ako jedna (a nepochybne je väčší aj ako sto), potom sa úsiliu darí. Je pravdou, že na strane „vstupov“ je investorom ministerstvo a výstupy prvoplánovo prichádzajú do podnikov, k autorom a pod. Štát (ktorého je akékoľvek ministerstvo organizačnou zložkou) a česká spoločnosť (komunálna sféra) však dostáva svoj nemalý finančný výnos v podobe daní. Stačí sa prejsť po Čechách. Úspech vidieť na každom kroku.

Dizajn má však nezanedbateľný kultúrny a etický rozmer, ktorý prevyšuje akékoľvek kupecké počty. Kontinuita tradície kvality a českej školy výtvarného formovania výrobkov ako i systémový prienik výtvarnej estetiky do každodenného života spoločnosti – s tým súvisiacej kultivácie sociálneho prostredia sú však pre budúcnosť Čechov ďaleko vyšším benefitom ako akákoľvek položka na strane „dostal“ účtovného výkazu. Stále platí staré filozofické príslovie: „Čo sa dá získať za peniaze,

nemá veľkú cenu“. Význam dizajnu pre spoločnosť, tak ako ho vníma EÚ, je práve v nevyčísliteľnosti jeho pozitív cez strohé ekonomické metriky dennej agendy.

Dizajn je výhľad do budúcnosti. Je to pohyb naprieč funkciami. Dizajn, ako tvorivý i procesný prístup generovania produktov súčasne je schopný bezo zbytku naplňať tvrdé nároky jedného zo základných princípov hodnotenia výkonnosti organizácií a to tzv. 4 E – Economy, Effectiveness, Efficiency, Ethic (Úspornosť, Účinnosť, Účelnosť, Etickosť). A to je (dúfame) zaujímavé i pre ekonomických puristov.

Ak rozviníme príslovie ďalej, možno konštatovať, že na to čomu neprikladáme veľkú cenu, nedávame primeraný pozor. Hazardujeme s tým a neraz to strácame – natrvalo! Finančnými výnosmi bagatelizujeme nefinančné benefity a hodnoty. Ale jedna z dôvtipných marketingových poučiek hovorí: „Hodnota je to, čo si stále pamätáme, aj keď zabudneme, čo sme za to zaplatili“.

Prajeme českým kolegom výtvarníkom, dizajnérom, aby si česká spoločnosť dlho pamätala výnimočné hodnoty, ktoré vznikajú s príspevom Českého dizajncentra a aby rýchlo zabudla na to, že niekto kalkuloval, čo to štát stojí!

Ing. Branislav Jelenčík, ArtD., Dip. Mgmt. (OPEN)
Podpredseda Slovenskej výtvarnej únie