



Pane Jando, jste jedním z pořadatelů ekologických konferencí v Mostě. Můžete nám stručně sdělit něco z jejich historie a vymezit okruh problémů, které se zde řeší?

Pořadatelem konferencí s názvem EKO—MOST je Zelený dům v Litvinově a město Most. Na finančním zajištění konference se podílela řada organizací, až po vládní a mezinárodní úroveň. Pokud se týká mne, nerad organizuji. To, že jsem inicioval a zajistil do programu EKO—MOSTU seminář týkající se vztahu designu a ekologie, je spíše výsledkem mého hlubšího zájmu o zmíněnou problematiku a pocitem nutnosti uvést i u nás tento celosvětový trend do pohybu. Seminář přinesl mnoho podnětů a nastolil řadu nových, dosud nezodpovězených otázek. Na některé z nich budeme hledat odpovědi na letošním semináři s názvem Design a ekologie, který opět zajišťují a na jehož přípravě se letos aktivně podílí také Design centrum ČR. Seminář bude aktuálně zaměřen na malé a střední podnikání s cílem objasnit úlohu designéra a výrobce při tvorbě životního prostředí se zřetelem na ekologické aspekty.

Slova design, designér, velmi rychle zdomácněla v našem slovníku. Víme—vždy přesešně, jakou skutečnost jimi pojmenováváme? V době, kdy jsem design studoval na VŠUP v Praze, nazýval se tento obor tvarování užitek-
kových předmětů. Doufám, že tento název (mimořadně — připomíná mi známou ob-
rozeneckou nosočistoplenou) již vzal za své. Ono totiž ani slovo design nemůže dostatečně a v plné šíři postihnout rozmanitou tvůrčí činnost, která se za ním skrývá. Záměrně zdůrazňuji tvůrčí, protože právě v této oblasti cítím pravou podstatu objasnění tohoto pojmu.

Jak tedy budeme chápat význam slova eko—design?

Eko—design nebo chcete—li Green—design není nic nového. Jde spíše o pracovní označení toho, co bylo již dříve známo, co však bylo konzumním způsobem života zatlačeno do pozadí. Bohužel význam eko—designu je stále neznámou veličinou nejen mezi laickou veřejností, ale také pro mnohé designéry i ekology. Rád bych na tomto místě citoval ty myšlenky, které jsem již formuloval ve své úvaze týkající se spojování designu s ekologií a možností rozšíření potřebných informací také u nás.

Stále zřetelněji se ukazuje, že design je jedním ze základních prostředků, který může příznivě ovlivnit kvalitu životního prostředí již ve výrobní sféře, a to tvorbou ekologicky, zároveň však esteticky hodnotných výrobků. Aby se takový trend mohl úspěšně rozvíjet, je nutné nejdříve vytvořit určité základní předpoklady. Jde zejména o systémy získávání, předávání a využívání informací a jejich zpětné vazby. Domnívám se, že tím by se rozvoj eko—designu u nás značně urychlil.

EKOLOGII
DESIGNU
JIŘÍM
NDOU



RAFIC FARAH (BRAZÍLIE)



SHIGEO FUKUDA (JAPONSKO)



RICO LINS (BRAZÍLIE)

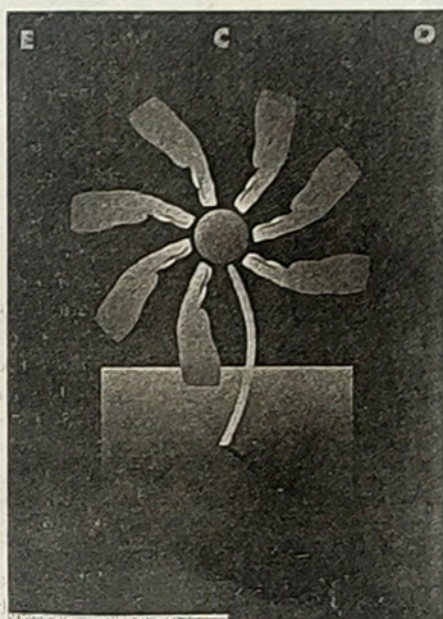
Zároveň nesmíme zapomenout na vytváření mechanismů recyklace. To je otázka ekologické výchovy, která by potřebovala samostatnou kapitolu. Raději shrnu to, o čem si myslím, že je pro náš obor nejdůležitější. Naše designérská scéna by měla včas zachytit a uchopit trend, který není pouhou módní záležitostí, ale brzy se stane nutností a bude patřit mezi rozhodující ukazatele prosperity podniků. Již dnes je jasné, že mezi nejúspěšnější výrobky zítřka budou patřit výrobky ekologické. K postupné realizaci celého procesu je důležitý co nejširší soubor informací a propojení vzájemně informovanosti.

Jakým způsobem mohou designéři zcela konkrétně ovlivňovat ekologii nebo přispívat ke zlepšení životního prostředí?

Vyčerpávající odpověď na tak širokou otázku je velmi nesnadná, avšak podstatu problému můžeme hledat v základu filozofie ekodesignu. Všeobecně je známé hrozící nebezpečí vyčerpání přírodních zdrojů na jedné straně a narůstající množství odpadů na straně druhé. Tato skutečnost, spolu s jistým posunem v myšlení lidí od antropocentrismu k biocentrismu, vede k zákonité reakci, jejímž důsledkem je také postupný přechod od tržně založeného designu k designu orientovanému na zlepšení životního prostředí. Zde pak design není pouze osobitým výrazem, ale také jistým odrazem kvalitativních změn v přístupu lidí k okolnímu světu. V praxi to znamená, že ekologický design nelze chápat jen jako konečné ztvárnění určitého výrobku, ale jako **proces složený z mnoha faktorů, které určují výslednou tvář návrhu**, proces, v němž je úlohou designu nejen předcházet škodám vznikajícím konzumní výrobou, ale také minimalizovat veškeré důsledky s výrobou spojené. Design přímo umožňuje odstraňovat **příčiny negativních vlivů výroby na životní prostředí**. Navíc se ekodesign jeví ve většině případů jako lepší řešení i po stránce ekonomické.

Můžete odpověď ještě blíže konkretizovat?

Jak jsem se již zmínil, jde vždy o proces, v němž hlavní úlohu sehrává design management, tedy souhrn všech komunikativních prvků, ovlivňujících výsledný návrh. Jinými slovy, jedná se o design od A až do Z, který v sobě zahrnuje všechny aspekty, počínaje návrhem, volbou zdrojů—surovin, zhotovením výrobku, prodejem, využitím, zánikem nebo znovuvyužitím. To znamená zohledňovat např. použitý materiál a energetickou náročnost, tedy skladbu materiálu, konstrukci, životnost výrobku, recyklovatelnost atd. Hlavní úlohou designéra—návrháře by mělo být vytvoření nejen *intelligentního designu* maximálně zohledňujícího uvedené aspekty, ale také výrobku estetického, kterým může přímo působit na životní prostředí. Estetikou výrobku mám na mysli postup, při němž designér, stejně jako módní návrhář může



JOAO MACHADO (PORTUGALSKO)



CHAZ MAVIYANE—DAWIES (ZIMBABWE)

ovlivnit estetické citění lidí a formovat jejich vkus. Jako příklad poslouží užívání různých recyklovaných materiálů (obaly), které se stává estetickou normou.

Domníváte se, že je možná součinnost ekologických a designérských organizací?

Z průběhu loňského semináře pro mne vyplynula jedna podstatná věc. Ve světě existuje celá řada publikací o eko—designu a dost odborníků, kteří se zmíněnou problematikou zabývají. Je tedy z čeho čerpat, ale otázkou zatím zůstává, jak informace nejlépe shromážďovat a jak pružně zprostředkovávat jejich využívání. V tom nám těžko mohou poradit jiní, neboť to předpokládá znalost místních podmínek. Vhodná strategie se nabízí v součinnosti ekologických a designérských organizací spolu s výrobcí. V tomto postupu spatřuji řadu výhod:

- ekologické organizace (Nadace Zelená síť nevládních — ekologických center ČSFR, Hnutí Brontosaurus, Strom života atd.) tvoří v současné době v naší zemi významný potenciál, dobře vybavený a vzájemně propojený, disponující informacemi na celosvětové úrovni — není tedy nutno takovou síť od základů budovat

- cílem těchto ekologických organizací je dosáhnout zlepšení životního prostředí, to znamená, že předávání informací by pro ně mělo být maximálně žádoucí. S tím přímo souvisí fakt, že předávání informací mezi samotnými designéry a výrobcí bývá často z konkurenčních důvodů blokováno

- síť ekologických organizací může dostupnými prostředky (tisk, počítače, přímý styk) zpřístupnit informace designérům, výrobcům a spotřebitelům v jednotlivých regionech

- ekologické organizace mohou dávat podněty a upozorňovat vzájemnými kontakty na problémy ve svém okolí, které je nutno řešit
- samotné Design centrum či Asociace designérů jako případný koordinátor nemůže v současné době absorbovat a propojovat veškerou činnost související s designem a ekologií. Tuto úlohu na sebe přebere patrně až v pozdějším období. Nyní je však nutné rychle a efektivně šířit informace.

Máte v tomto směru nějaké konkrétní návrhy?

Jasnější odpověď by nám měl poskytnout letošní seminář, ale jak už vyplývá z předchozích bodů, soudím, že:

POSTER ENVIRONMENT IN DEVELOPMENT

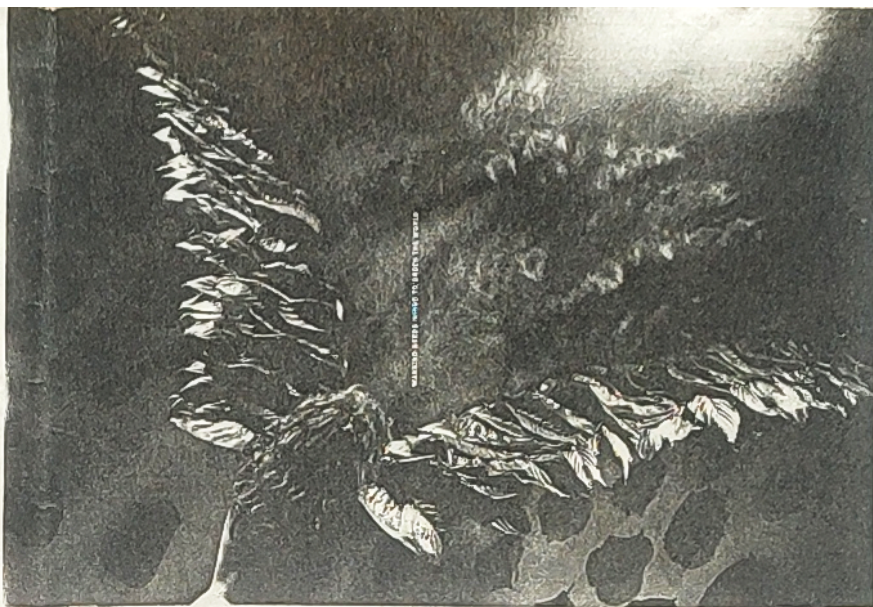


A POSSIBLE WORLD A POSSIBLE LIFE

ANDREA RAUCH A STEFANO ROVAI (ITÁLIE)



NANCY SKOLOS A THOMAS WEDELL (USA)



SERT DUMBAR (NIZOZEMÍ)

— úlohu koordinátora by mohlo zastávat např. Design centrum ČR. Zároveň by formulovalo základní kritéria kvalitního designu. Při hodnocení designu by ekologie byla jednou z hlavních zásad.

Za ideální stav lze považovat vznik takové zpětné vazby, kdy by podniky nejen měly zájem o ekologický design, ale přímo by takto zpracované návrhy vyžadovaly. Aby k takové optimální situaci mohlo dojít, je nutný tlak ekonomický, politický a veřejný. Tlaku spotřebitelů je potřeba přiložit, podle mého soudu, velký význam, poněvadž ve svém důsledku může představovat všechny zmíněné body najednou. K jeho vzniku je však nutná ekologická výchova.

Jakým dílem se mohou na ekologické výchově podílet designéři?

Připojit se k proklamování různých hesel, jimiž se dnes ohání kdekdo, to by bylo málo. Nejúčinnější zřejmě bude propojení ekologických a designérských organizací. Design centrum může využívat přednášek, konferencí, výstav, soutěží, popularizace ve sdělovacích prostředcích. V periodickém tisku, který vydává, by měla být pravidelně věnována pozornost otázkám ekologického designu. Za zvážení by stálo i vyčlenění skupiny, která by se zabývala výhradně získáváním nových informací a vypracováváním možností a způsobů jejich uplatnění. Ekologické organizace by získané poznatky mohly využít ve svých programech ekologické výchovy.

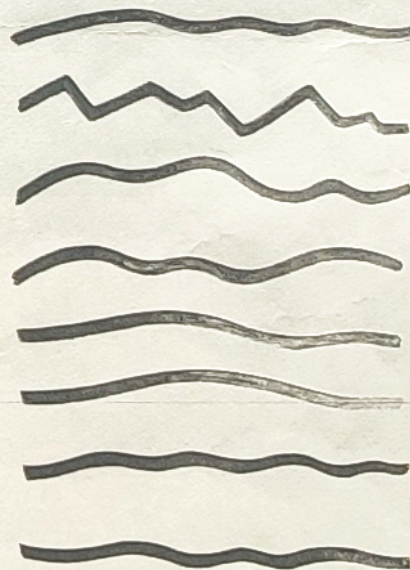
A na závěr ještě jednu poznámku. Využijme toho, že se u nás ekologické myšlení, díky devastaci prostředí v některých regionech, dostalo natolik do popředí, že by mohlo předběhnout výrobu. Nemusíme se tedy nutně dopouštět stejných chyb jako západní konzumní průmysl a můžeme v náš prospěch využít skutečnosti, že se naše ekonomika dosud plně nedostala do podobné sféry výroby. Neměli bychom nakupovat a přejímat problematické výrobky a technologie, ale snažit se překročit tuto fázi tím, že začneme **promyšleně vyrábět výrobky kvalitativně nové**. Takový postup se mi nezdá jako vzdálená chiméra. Stačí si jen uvědomit, jaký je zde skryt kapitál pro toho, kdo získá náskok. Ostatně, sankce za ochranu životního prostředí na sebe nedají dlouho čekat.

Za rozhovor děkuje Jana Volfová

Foto; Miloš Strnad



BORIS TROFIMOV (RUSKO)



POSTERS IN ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT

NIKLAUS TROXLER (ŠVÝCARSKO)