

Copyright © Deyan Sudjic, 2014

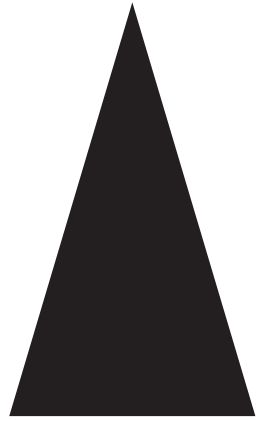
Published by agreement with Penguin Books

Translation © Radka Knotková, Lukáš Novák, 2015

ISBN 978-80-7473-322-2

deyan sudjic

B jako Bauhaus
Moderní svět od A-Z



jako **AUTENTICITA**

Kdysi jsem si v jednom obchodě v postranní ulici u vodního kanálu v Miláně koupil zelenou vojenskou parku. Visela na věšáku spolu s několika starými neopreny, nejruznějšími zbrusu novými khaki vestami a několika páry kapsáčů z druhé ruky. Totožný typ bundy nosili američtí vojáci během korejské války. Chtěl jsem ji, protože její manžety jsou k rukávům upevněny proužky popruhové tkaniny s mírně oprýskanými zelenými knoflíky, její prošívání podšívka má barvu rzi a dá se odepínat a protože na štítku je místo obchodní značky výrobce uvedeno komplikované skladové číslo s podrobným popisem oděvu.

To, že ji přede mnou vlastnil minimálně jeden člověk — a po něm pravděpodobně řádka dalších — jí v mých očích nijak neubírá na kouzlu. Má těžké mosazné zipy a cvočky. Tyto drobnosti jsou příliš nákladné, než aby si je vyžádal kdokoli jiný než příslušník armády, který se nemusí ohlížet na obvyklá rozpočtová omezení spojená s nakupováním.

Vyrostl jsem na tom samém předměstí v západním Londýně, z něž vzešla skupina The Who, do subkultury *modismu* jsem se však nezapojil. Tu parku nosím ne proto, že by mě trápily nostalgické vzpomínky na onu Vespu vyšňořenou zpětnými zrcátky, kterou jsem nikdy nedostal, ale poněvadž kdykoli zatáhnu za zip s patnáct centimetrů dlouhou splétanou šňůrkou, zamýšlenou do povětrnostních podmínek, v nichž by člověku bez rukavic byla nesnesitelná zima, uvědomuju si, jak je každý její detail promyšlený. Ta bunda působí jako kus oděvu, který nepodléhá módním vlnám, a přesto spadá do kategorie, jež v řeči módy zaujímá zřetelné místo. Se svými

AUTENTICITA

eskmáckými kořeny a následnými armádními verzemi toho má dnes společného už jen málo, a tudíž se v ní snoubí hned několik vzájemně protichůdných významů. Je jak autentická, tak sebereflexivní, známka mladistvého hipstera i stárnoucího ředitele muzea.

Moji příbuzní jsou z ní rozpačití a tvrdí, že je docela ošklivá. Nosím ji, protože mi připadá nějakým způsobem „opravdová“. Je ale docela dobře možné, že ta autenticita, která mě na ní od první chvíle přitahovala, byla s láskou a vynalézavě předstírána.

„Autenticita“ je slovo, které rozhodně není zárukou kvality. Nemusí nutně vypovídat o kráse, bezpochyby však naznačuje neodolatelnou kombinaci upřímnosti a autority. Tyto vlastnosti jsou ve světě neosobní velkovýroby vysoce žádané, a ačkoli jsou záludné a těžce definovatelné, chceme-li přijít povaze designu na kloub, je nezbytné jim porozumět.

Autenticita zaručuje, že je předmět skutečně tím, za co se prohlašuje. Čím je daná věc autentičtější, tím jistější si můžeme být její cenou, když už ne hodnotou. Pokud ale továrny vyrábějí příliš dlouho velké množství tožných předmětů, rozevře se propast mezi tím, čemu se říká originální a čemu autentické. Někdy se pod pojmem „autenticita“ rozumí míra, do jaké artefakt úspěšně napodobuje peť tovární dokonalosti, jímž masově vyráběný předmět disponuje, když je nový, ale jenž používáním rychle zmizí. V jiných souvislostech se autenticita měří podle stupně, v jakém se zachovaly hmatatelné pozůstatky předmětu, bez ohledu na jejich stav či úpadek. Historické reliкty získávají časem nejenom patinu, ale rovněž auru posvátnosti. Rozpadlé zbytky starověké židle se

pokládají za autentičtější než židle naleštěná a falešně celá. Jednotlivé definice autenticity si však mohou občas odporovat.

Autenticita se dá najít u věrného navrácení věci do stavu, v němž se kdysi nacházela, nebo v pečlivé údržbě toho, v co se vlivem času proměnila.

Výrobky automobilky Bugatti v Alsasku mezi lety 1909 a 1940 a produkce nábytkářských dílen, které Jean Prouvé o něco později provozoval v Nancy, jsou vysoce ceněny coby umělecká díla, a dostaly se tudíž do středu pozornosti padělatelů a napodobitelů.

Ettore Bugatti si vedl podrobné záznamy o tom, kolik aut každý měsíc smontoval, jenže vysoká cena, za niž se tyto původní kusy pořizují, se postarala o to, že se „autenticky“ restaurují nejenom zničené bugatky a vozy zralé na sešrotování; v minulosti vznikla zbrusu nová auta, jež se nyní vydávají za originály. Někdy jsou v nich zabudované části původních vozů opatřené originálním identifikačním číslem i přesto, že karoserie, sedadla a většina mechanických součástí jsou buď nové, nebo sebrané z jiného auta. Buď jak buď, tyto vozy byly zrestaurovány s využitím původních technik a dovedností a vypadají zrovna jako ty, které se vyráběly v Bugattihodobě. V očích specialistů jsou nepravé nikoli proto, že jsou de facto nové, ale proto, že jim schází ono nepostradatelné identifikační číslo nebo že použitým číslem bylo již dříve opatřeno auto s lepším rodokmenem.

Debaty o povaze autenticity se vztahují i na architekturu, ale v tomto případě hraje roli spíš zohlednění kulturní hodnoty než cena. Kupříkladu Velká svatyně Ise v Japonsku se vždy po uplynutí dvaceti let představuje,

b

jako

bauhaus

Po větší část dvacátého století měli moderní architekti vlastní první ligu. Členy byli pouze Le Corbusier, Francouz se švýcarským původem, a tři Američané, z nichž dva pocházeli z Německa: Frank Lloyd Wright, Walter Gropius a Ludwig Mies van der Rohe. V tomto seznamu se odrážela hierarchie, kterou ve dvacátých letech dvacátého století vytvořilo samozvané uskupení historiků, propagandistů a kritiků. Tahle čtyřčlenná parta neměla moc společného. Le Corbusier, v němž architektura téměř získala svého Picassa, se od rozvíjení osobní interpretace uměleckého hnutí Arts and Crafts ve svém rodném hodinářském městě přesunul k sochání betonového kostela ve východofrancouzské obci Ronchamp. Mies van der Rohe svými minimalistickými věžáky usiloval o klasicismus postavený na oceli a skle. Frank L. Wright, který se ještě po devadesátce snažil dokončit Guggenheimovo muzeum, byl „nejlepší americký architekt devatenáctého století“. Tak se o něm jízlivě vyjádřil Philip Johnson, první kurátor architektury v Muzeu moderního umění a nejproduktivnější postmodernista vůbec. Nikoho zajisté nepřekvapí, že si ti čtyři jezdcí moderny tak docela nesedli. Jejich zastánci o nich však prohlašovali, že se na uměleckém bitevním poli nacházejí v první linii daleko před ostatními, před Alvarem Aaltem a J. J. P. Oudem, zástupci finské a nizozemské periferie, kteří tvořili první divizi. Kus za nimi následovali nejrůznější Rakušané, Italové a Rusové, za všechny například Adolf Loos, Otto Wagner, Guiseppe Terragni či Konstantin Melnikov. Byli viditelnější než Pierre Chareau, který si roku 1932 připsal na účet pozoruhodný dům Maison de Verre v Paříži, stále však byl dostatečně

radikální na to, aby o čtyři desetiletí později inspiroval autory Pompidouova centra Richarda Rogerse a Renza Piana či Eileen Grayovou. Střední proud pokládal Charreaux a Grayovou za obyčejné dekoratéry či fušery, ne-li rovnou za obojí. Tohle rozdělení nikdy nedávalo velký smysl, dokud však půvab moderny nezačal konečně matnět, definovalo hranice tehdejších debat o architektuře.

Svým hanobitelům navzdory vybudovali Le Corbusier, Wright i Mies van der Rohe stavby, které ani po půl století neztratily nic ze své síly. Místo, které v této hierarchii zaujímá Walter Gropius, je už o něco méně neotřesitelné. Jeho kariéra stála na řadě zásahů štěstěny, které na sebe obvykle braly podobu lidí, s nimiž se setkal při práci. Když pracoval v berlínském studiu Petera Behrense, seznámil se s Adolfem Meyerem, který tam rovněž působil, a pochopil, jak by šlo zmodernizovat klasicismus v reakci na rozvoj průmyslové výroby. Společně se stali očitými svědky zrození firemní identity, moderní verze čarodějnictví. Behrens dostal pověření od AEG, aby pro tuto továrnu na větrné turbíny navrhl úplně všechno, od konvic přes ochranné známky až po celé tovární budovy. Nepracoval pro něj jen Gropius, ale také Mies van der Rohe a Le Corbusier. Stačí se podívat na německé velvyslanectví v Petrohradě, jemuž Behrens propůjčil své jméno a které Mies van der Rohe postavil. Je jasně vidět, že se Mies při výstavbě potýkal s nemalým problémem, jak postavit roh u průčelí tvořeného antickými sloupy, k nimž se později vrátil prostřednictvím ocelových konstrukcí.

Když Gropius z Behrensovy firmy odešel a založil si vlastní podnik, Meyer se ke svému slavnějšímu

kolegovi připojil. Společně se zasloužili o to, aby Fagus, továrna na ševcovská kopyta, kterou postavili krátce před vypuknutím první světové války, zajistila Gropiovi vůdčí úlohu v rozvoji moderny.

Poté, co Gropius z Německa začátkem třicátých let utekl, se osamostatnil, jenže bez správné pomoci nevěděl, co si počít. Na sklonku své existence nezbylo firmě Architects' Collaborative, jak svou americkou praxi nazval, než se snížit k přijetí zakázky od Playboy Club a navrhnout mu z neforemného betonového kameniva londýnskou pobočku. Na Manhattanu je Gropiovým nechvalně proslulým projektem mrakodrap Pan Am vztyčený nad nádražím Grand Central. Gropius firmu Emery Roth & Sons, která ho zaměstnávala jako poradce, přesvědčil, aby přikročila k urbanisticky katastrofálnímu rozhodnutí natočit stavbu tak, aby zastínila výhled na Park Avenue. Jeden aspekt jeho kariéry je však dostatečně pamětihodný na to, aby Gropiovu reputaci coby průkopníka modernismu přece jen potvrdil jako oprávněnou. Nevysloužil si ji stavitelstvím, nýbrž svou rolí učitele. Stvořil Bauhaus neboli, jak to on a sazeči posedlí militantní láskou k malým písmenům označovali, bauhaus a díky působivé propagační kampani z něj udělal nejslavnější uměleckou a návrhářskou školu dvacátého století. Nedá se sice říct, že by zastupovala tvůrčí škálu moderny v její plné šíři, její prestiži se však nevyrovnala žádná umělecká vzdělávací instituce, která působila tenkrát i kdy potom. Když se Bauhaus vzdal gestapu a zavřel v Berlíně krám, jeho reputace dál rostla, až nakonec potlačila veškeré konkurenční debaty o de-



jako

GRAND THEFT AUTO

Přestože nová generace toho, co do dnešního dne nazýváme videohrami, umožňuje fanouškům rochnit se v okamžicích násilného krveprolití, pro ty mírumilovnější z nás rovněž představuje způsob, jak poslouchat hudbu, komunikovat či studovat strukturu měst. Nedílnou součástí tohoto média je tvorba komplexních modelů prostoru, architektury a městských forem, a proto videohry vyžadují po svých tvůrcích jak literární a dramatickou představivost scenáristy, tak prostorovou perspektivu architekta. Jsou také působivým prostředkem k zamyšlení, čím se design v nehmotné digitální říši stal a proč vytěsnil design hmotný.

Jelikož jsem se herních konzolích PlayStation a Xbox nikdy v životě ani nedotkl, musel mě hraním *Grand Theft Auto IV* provést nekonečně zdvořilý a trpělivý zaměstnanec firmy Rockstar North, která tento titul vyvinula. Jako adolescent jsem si naštěstí vypěstoval nedlouho trvající, třebaže intenzivní zálibu v modelech vláček, což bohatě stačilo na to, abych v *GTA IV* rozpoznal nejdůmyslnější soupravu vláček na světě.

Zámožní muži středního věku, kteří u Rockstar Games tvoří nejmarnotratnější a nejpočetnější skupinu zákazníků, jsou ti samí lidé, kteří by před několika generacemi nejspíš trávili den v zahradní kůlně nebo na půdě, obklopeni tenkými propletenými smyčkami z tenkých kolejniček. Hráli by si na provozování vlastní železnice a jezdili s vláčky v souladu s jízdním řádem, u něž se vynasnažili, aby co nejpřesněji odpovídal tomu reálnému. Podobné nadšení se mezi lidmi dá najít i dnes, většinou je však výspou postarších rockových hvězd nostalgického založení. Fanoušci modýlků budu-

jí miniaturní světy propracované do nejmenších podrobností, plné vzájemně propojených vedlejších a hlavních tratí, osobních a nákladních vlaků či expresů. Dobové parní lokomotivy bývají poháněny elektřinou, jsou ale vybaveny pohyblivými spojnicemi. Trati jsou ovládány barevnými světelnými signály, které skutečně fungují. Krajinu krotí tunely a mosty a obývají architektonicky přesné repliky majestátních konečných stanic a skromných venkovských zastávek.

Digitální verze tohoto koníčku s sebou nese nesčetné množství hodin prosezených v herní místnosti u plochého šestipalcového monitoru, který je zapojený do Xboxu. Potěšení zažíváte úplně stejné, pojí se s ním ale ten klad, že navíc zabíjíte lidi. Svět, který série *GTÁ* vytváří, je mnohem komplexnější než i ty nejpropracovanější vláčky. Pochopitelně je pořád naprogramovaný tak, aby se ubíral po předem položených kolejkách, disponuje ale tolika možnými alternativními odbočkami, že vyvolává iluzi systému, kde existuje svobodná vůle. Je vymyšlený s dostatečně velkými kulturními ambicemi, a tudíž dokázal stvořit svět, kde jediným měřítkem úspěchu není to, jestli s vláčky umíte jezdit na čas. *GTÁ* klade kritické otázky o podstatě líčeného světa. Představte si soubor vláčků, který by vám umožňoval zavřít se při přestupování na staničních záchodcích za účelem anonymních homosexuálních radovánek, a dojde vám, jak moc v Rockstar North s herní komunitou zamávali, když ke *GTÁ IV* zveřejnili rozšíření *The Ballad of Gay Tony* (Balada o teplém Tonym).

Manhattan zobrazený v *Grand Theft Auto* se omezuje na pouhé čtyři samosprávné obvody a vystupuje

pod jménem Liberty City. Žádný ekvivalent Staten Islandu tu sice není — tvůrci usoudili, že předměstskému terénu tohoto obvodu schází dramatický potenciál — ale severní New Jersey je přejmenováno na Alderney, v čemž se odrážejí britské kořeny zakladatelů této vývo-
jářské společnosti a jejich suchý humor. Hra vám dovo-
luje vychutnat si Liberty City z helikoptéry, auta, pěšky
nebo v metru a uvedené dopravní prostředky můžete
i kombinovat. Počítačový model Liberty City postrádá
třetí rozměr, má ale světlo a zvuk a je prodchnutý úžas-
nou mírou realismu. Život v něm uhání ve zrychlených
čtyřadvacetihodinových cyklech, takže město neustále
přepíná mezi dnem a nocí a digitálně ovládaný silniční
provoz reflektuje střídání dopravních špiček s klidnější-
mi obdobími. Hráči se při pohledu na naprogramované
výhledy a architekturu neubrání úžasu. Pokud dosta-
nou chuť, můžou si vyrazit na nákup, projíždět se v autě
a poslouchat radiostanici dle svého výběru. A samozřej-
mě zabíjet. S použitím širokého sortimentu impozantně
vypracovaných zbraní, od raketometů po útočné pušky
AK-47, masakrují policisty a agenty FBI, profesionální
zabijáky i nevinné kolemjdoucí.

Když se vládní ministerstva začnou zabývat myš-
lenkou investovat do něčeho, co vzniklo jako soukro-
mý podnik bledých mladých mužů v černých tričkách
a s ironickými strništi na tvářích, je silně pravděpodob-
né, že tato kdysi oslnivě úspěšná odnož britského tvůr-
čího průmyslu má své nejslavnější dny za sebou. Pozor-
nost státních úřadů vypovídá o tom, že dotyčnou firmu
čeká budoucnost naplněná neškodnou bezvýznamností
anebo přesun do rukou tchajwanských či jihokorejských



jako

LOGO

Logotyp je současný způsob, jímž se komplexní významy a identity dají zakódovat do grafických symbolů. Kořeny má v procesu, který předchází i psaným fonetickým jazykům.

Raná písma — klínové písmo, egyptské hieroglyfy či čínské znaky — původně začala jako systémy piktoqramů, které si činí přesvědčivý nárok na to být považovány za předchůdce logotypu. Některé znaky jsou navrženy tak, aby jim rozuměli pouze zasvěcení, jiné usilují o univerzální srozumitelnost.

V dobách, kdy bylo křesťanství stále ještě pronásledovaným náboženstvím, používali jeho stoupcí symbol ryby, aby se vzájemně rozpoznali a dali najevo svou společnou víru. Když se křesťanské vyznání stalo pevnou součástí dějin, zvolilo kříž, jenž se stal jedním z nejužívanějších symbolů v historii. Kříž působí natolik silným dojmem, že postupně začal být chápán nikoli jako symbol křesťanského náboženství, ale přímo jako jeho ztělesnění.

Nejctížádostivější manažeři značky touží po tom, aby dosáhli přesně takového účinku. Některým z nich se to občas podaří. Lahev od Coca-Coly je zároveň logo i produkt, a když nosíte levisky, máte na sobě spolu s nimi i logo Levi's. Jedná se o transsubstanciaci v podání grafického designéra. Vzhled lahve Coca-Coly vás připraví na to, jak bude chutnat její obsah. Tyto emocionální spouštěče byly předem naprogramovány pomocí masivních investic, jež se v průběhu desetiletí vynaložily na marketing. Dejte si Coca-Colu a pomůžete udělat ze světa mírumilovnější místo, užijete si veselé Vánoce u rodinného krbu, budete moderní. U Coca-Coly a levisek

bylo klíčem cílevědomé soustředění na podstatu produktu, spolu s robustním a snadno identifikovatelným logem nebo souborem ochranných známek. Kouzlo nespočívá v samotné lahvi či plechovce, nýbrž v písmu a jeho významovém vztahu k červené barvě. U levisek může za výsledný dojem jejich jméno, styl, jímž je napsáno a který byl za léta jejich existence modernizován mnohem častěji než logo Coca-Coly, nášivka, měděné nýty a štítek na zadní kapse.

Logo ale nedělají jen kvalita a silná identita. Finanční rizika, která jeho vznik provázají, jsou dnes dostatečně vysoká na to, aby se do věci aktivně zapojovali právníci. Když se Londýn pustil do příprav olympijských her pro rok 2012, schválil britský parlament nesčetné množství vskutku pozoruhodných opatření. Nová legislativa uzákonila daňové úlevy nejenom pro hostující atlety, ale i pro všechny oficiální sponzory. Cílem těchto zákonů bylo zakázat něco, čemu se říká ambush marketing, avšak co by se za jiných okolností nazývalo svoboda slova. V platnost vešla řada šokujících pravidel, která zakazovala používat bez souhlasu Mezinárodního olympijského výboru a londýnského olympijského výboru olympijské kruhy v jakékoli kombinaci s výrazy olympiáda, Londýn a 2012.

Jako jeden z prvních padl za oběť nové legislativě autor dětské knihy, jejíž název schválená pravidla porušoval. Hrůzu nahánějící tým právníků, který pro londýnský olympijský výbor pracoval, se dal bez váhání do díla a snažil se jejímu vydání zabránit. Členové Britského olympijského výboru se následně pokusili rozcupovat knihu, která se jim nezamlouvala: v jejím názvu

se totiž nacházelo slovo olympijský, na jehož používání prý neměl právo nikdo kromě nich. Byla to absurdní myšlenka, avšak už to, že se jí někdo byť jen na vteřinu zabýval, svědčí o nepochopitelně rozsáhlé moci olympijské „rodiny“, jak si sami říkají.

Z olympijských kruhů se stalo logo a nové zákony posloužily jako zastrašující ukázka toho, do jaké míry může vlastnictví loga vést k privatizaci jistých slov, a dokonce jistých významů.

Jestliže si skupina postarších mužů s pochybnými morálními zásadami, kteří létají po celém světě a těší se z šestihvězdičkového luxusu, smí nárokovat vlastnictví nějakého slova, mohou vám oni sami či ti, v jejichž zájmu údajně konají, zamezit v použití daného slova nejenom na obálce knihy, ale také uvnitř novin? Jak jsem se na vlastní kůži přesvědčil, rozhodně vám mohou vyhrožovat žalobou, pokud to slovo umístíte třeba do titulu své výstavy. A jestliže byste výstavu chtěli olympiádě rovnou zasvětit, i v tomto případě si najdou způsob, jak vás zastavit. Londýnský olympijský výbor si dělá nárok na každý design, který si kdy objednal, a proto se pro jistotu ani nepokoušejte předvádět bez jeho souhlasu olympijského maskota, architekturu stadionu, či dokonce plakát. A pokud o souhlas požádáte, nepředpokládejte, že ho dostanete snadno: toto privilegium je vyhrazeno komerčním sponzorům i přesto, že jejich dary tvoří pouhý zlomek částky, kterou na zorganizování her vynaložila vláda pořadatelské země. Z komerčních sponzorů nejvíc těží právě Mezinárodní olympijský výbor a pořadatelské výbory, a jejich komerční zájmy proto mají přednost před vším ostatním.



jako

Q

W

E

R

T

Y

Text je nevyhnutelně ovlivňován tím, jak ho píšete, anebo spíš — jak ví každý, kdo někdy zkusil prediktivní psaní — čím ho píšete. Knihu lze napsat bez použití klávesnice, perem či tužkou nebo diktováním člověku či nahrávacímu zařízení. Zvolená technika se ve výsledném produktu bezpochyby projeví. Nadiktované texty mají jiné vlastnosti než ty natukané na klávesnici, podobně jako určování času pomocí analogových hodinových ručiček a jízda na levé straně silnice vyžaduje od mozku jinou reakci než spoléhání na digitální displej a řízení v pravém jízdním pruhu. Klávesnice není jediným nástrojem v procesu komunikace, kam patří i abeceda a gramatická stavba. Pokud se klávesnice časem vytratí ze světa, mohlo by ji krátce poté následovat i samotné psaní. Technologie rozpoznávání hlasu je výzvou primárně pro literární kulturu. Jestliže v dohledné době nebudeme muset psát, abychom komunikovali, jak dlouho bude trvat, než nebude nutné umět ani číst? Technologie nás zatlačí zpět do doby před příchodem gramotnosti, kdy paměť formovali vypravěči a legendy.

Lingvistická teorie tvrdí, že jazyk nás utváří stejně, jako my utváříme jej. Jistý americký ekonom a akademik načrtl paralelu mezi zeměmi, které mají největší úspory vyjádřené procentem HDP, a gramatickou stavbou jejich řeči. Jeho teorie hlásá, že čím jasněji je v jazyce definována kategorie budoucího času, tím prudčeji klesá pravděpodobnost, že daná kultura bude spořit. Jazyky, které používají budoucí čas vágněji, podle něj vnímají výhledové plánování spíš jako součást své přítomnosti.

Jack Kerouac tvrdil, že k napsání svého románu *Na cestě* potřeboval pouze tři týdny a jediný svitek o délce šestatřicet metrů vyrobený z pásů pauzovacího papíru, které před začátkem psaní slepil lepicí páskou. Přinejmenším on byl přesvědčený, že výchozí materiál a jeho konkrétní využití bude mít na konečné dílo i poselství stejně velký vliv jako gramatická stavba. Nepřál si být od psaní rušen ani nutností vkládat po dvou stech dvaceti slovech do psacího stroje nový list papíru. Zrovna tak se chtěl vyhnout konvenčnímu značení odstavců a mezer mezi kapitolami. Právě to se zčásti podílelo na charakteru a struktuře jeho knihy.

Kerouac se k psaní stavěl jako k performanci, jejíž tempo a rytmus vyplývají nikoli z mechanických omezení vybraného média, nýbrž ze spontánního toku slov. Přál si osvobodit svou tvorbu od strojů, na nichž závisela. Kerouac proces psaní přetvářel. Způsob, jímž je stroj chápán a ovládán, představuje pro designéra klíčovou fázi procesu navrhování.

Na konci své práce držel Kerouac něco, co vypadalo jako současná verze svitků od Mrtvého moře — každé písmeno bylo lehounce vmáčknuto do povrchu „rukopisu“, jeho okraje rozmazané na místech, kde se inkoust psacího stroje vpil do nepostřehnutelně natržených vláken papíru.

Odsazení značící začátek nového odstavce, čárky a tečky, které přerušují věty, to všechno jsou konvence literární formy. Zasouvat listy papíru do stroje je nezamýšlený důsledek procesu psaní. Odráží se to v obsahu i formě psaní, obdobně jako technologie nahrávání

ovlivňují hudbu. Koncept alba se šesti písničkami na každé straně se zrodil z lisování vinylu a svou sílu coby formát ztratil, když obchody s hudbou vytlačilo digitální stahování.

Kerouacovi se sice podařilo obejít jedno z technických omezení provázejících formát, s nímž pracoval, zároveň však přijal jinou, mnohem fundamentálnější bariéru mezi svou myslí formující jednotlivá slova a pokusy zaznamenat je a vytříbit. Jako nástroj zprostředkovávající cestu mezi jeho prsty a papírem — nebo lépe řečeno jeho mozkiem a papírem — používal klávesnici s rozložením QWERTY. Mezi těmito dvěma věcmi existuje nepřímý vztah. Um, s nímž prsty ovládají klávesnici, sám o sobě neodráží kvalitu výsledku, jako by tomu bylo v případě pianisty a jeho koncertního vystoupení.

Stejně jako volant není jedinou metodou řízení auta, ani QWERTY není jediným rozhraním, které spisovateli umožňuje pracovat. První automobily spoléhaly na kormidelní páky. Moderní vozy formule 1 mají něco, co se podobá spíš kniplu letadla s elektricky ovládanými tlačítky. S jejich pomocí řidič udává vozidlu rychlost a směr a vnucuje mu svou vůli.

Než se do věci vložil Apple, mívaly mobilní telefony jinou a o poznání méně pružnou klávesnici, na níž jste museli stisknout specifickou klávesu, abyste dosáhli požadovaného výsledku — kolikrát jste ji museli zmáčknout, záleželo na tom, co jste si přáli udělat. A tento systém se zase silně lišil od číselníku tradičního bakelitového telefonu.

Aby byl stroj užitečný, musí být schopen komunikace. Některé stroje komunikují pouze svým ovláda-

o a n a
Yout
jako
Tube
T

Chad Hurley ve své první významné designové zakázce využil dovednosti, které si osvojil v kurzu grafiky na Indiana University of Pennsylvania ve Filadelfii. Práci dokončil krátce poté, co v roce 1999 složil státnice. Nakreslil nijak zvlášť nápadité logo pro novou online finanční službu zvanou PayPal. Použil k tomu modrou kurzívu fontu sans serif na bílém pozadí. Už jako student designu byl fascinován potenciálem nového hypertextového jazyka HTML a naučil se v něm programovat. Navštěvoval semináře o umění, o technologiích i o tom, jak vytvářet 3D modely pro web. Díky tomu všemu si osvojil kreativní potenciál, který z něj učinil zářný příklad nového typu designéra — takového, který se pohyboval stejnou měrou ve fyzickém i virtuálním světě. Jonathan Ive, který se narodil o deset let dříve než Hurley, je dost starý na to, aby k designu přistupoval jakožto k záležitosti materiální, hmotné, kterou úspěšně integruje s digitálním světem. Hurley je příliš mladý na to, aby mohl získat jakoukoli profesní zkušenost s analogem. Jeho prvním skutečně významným dílem nebylo logo PayPalu, ale jejich tlačítko „ZAPLATIT“, díky němuž lze jediným kliknutím převést peníze do bezpečné úschovy až do okamžiku, kdy prodejcovu zboží dorazí ke kupujícímu. To se obzvlášť osvědčilo u nákupů v internetové aukční síni eBay. PayPal přispěl k úspěchu eBaye tak zásadním způsobem, že necelé tři roky poté, co Hurley zmíněnou ikonu navrhl, zaplatil eBay 1,5 miliardy dolarů a společnost PayPal koupil. Tlačítko „ZAPLATIT“ sice vypadá jako obyčejný obrázek na displeji, ale ve skutečnosti představuje mnohem složitější komplex mechanických a formálních záležitostí než jakákoli klika, klávesnice

nebo vypínač. I proto je zmíněné tlačítko PayPalu bezpečy nejčinnějším tlačítkem, jaké kdo kdy vytvořil. O tři roky později ale Hurley vymyslel něco ještě hodnotnějšího. Se Stevem Chenem a Jawedem Karimem, dvěma bývalými kolegy z PayPalu, přišli na šikovný způsob, jak sdílet videa. Mimořádným přínosem jejich platformy bylo to, že si dokázala poradit i s videi pořízenými mobilem. Nazvali ji YouTube a byla tak úspěšná, že v roce 2006 stála Googlu za to, aby za ni zaplatil 1,65 miliardy dolarů.

Když se v sedmdesátých letech poprvé objevily videokamery určené široké veřejnosti, celá generace radikálů je přivítala jako nástroj, který dá obyčejným lidem možnost podělit se o své vlastní zážitky a zkušenosti a ukončí tak nadvládu velkých médií. Tyto naděje se nenaplnily. Komunitní videokanály s neuměle sestříhanými videi nepředstavovaly pro BBC samozřejmě sebemenší hrozbu. Vedle produkce Hollywoodu byly vším možným jen ne kýženým osvobozením, šlo zkrátka o domácí videa, která nikoho nezajímala.

To YouTube na první pohled vypadal jako něco úplně jiného. Pár týdnů po jeho spuštění už měla některá z nahraných videí miliony zhlédnutí. YouTube se tak téměř okamžitě stal velice vlivnou alternativou televizních stanic celého světa. Stal se médiem, které nastartovalo nejednu hudební kariéru, kde jsou publikovány nejaktuálnější zprávy, kde teroristé zveřejňují své výhrůžky, kde svou zášť šíří popírači holocaustu a kde tančí roztomilá koťátka. To zřejmě Hurley a jeho spolupracovníci neměli původně v plánu. Kolem vzniku YouTube kolovala řada mýtů; podle jednoho mělo jít o způsob, jak si

snadno vyměňovat videa z večírků, podle jiného bylo jeho hlavním smyslem zveřejnit proslulé faux pas Janet Jacksonové s nechtěně odhaleným ňadrem. Další verze tvrdila, že původně mělo jít o video seznamku, na níž by se oblíbenost měřila počtem pozitivních hodnocení, tzv. lajků.

Co se týče fungování, musel se YouTube vyrovnat jak s technickými — dříve by se řeklo mechanickými — tak kreativními problémy. Jak stránka zvládne rozličné formáty videí? Jak si poradí se soubory, které jsou příliš velké na to, aby bylo možné poslat je e-mailem, nebo pro které nemá fungující přehrávač? Řešit však bylo třeba také konceptuální otázky. Má být YouTube stránkou, na které budou lidé zveřejňovat videa produktů, které chtějí prodat na eBayi? Nebo má být spíš sociálním médiem, které lidem umožňuje být v kontaktu?

Hurley se rozhodl YouTube příliš nevyhranit. Ten se tak stal médiem, které bylo možné využít téměř pro cokoli, a nikoli nástrojem vhodným jen pro určitou specifickou aktivitu. Obrazně řečeno, svým fungováním se blížil spíš procesu psaní než abecedě. A vznikl v době, kdy volná kapacita webu umožňovala bez velkých nákladů doručovat obrovské množství obsahu.

Chad Hurley řekl Billu Moggridgovi, průkopníkovi designu v kalifornském Silicon Valley a bývalému řediteli newyorského Smithsonianovského Cooper-Hewittova muzea designu, že jeho maximální snahou bylo, aby YouTube nevypadal příliš korporátně či přehnaně sofistikovaně. A svému výtvoru dal jméno, které naznačovalo, k čemu má sloužit: být soukromým televizním programem.