

# Grafici v Česku majú svoju úniu

V júny tohto roku vznikla v Česku Unie grafického dizajnu, ktorá má ambíciu presadzovať záujmy všetkých grafických dizajnérov. Aké sú jej ciele a čo znamená jej vznik pre jednotlivé grafické štúdiá?

**Petra Prekopová**

Poslaním Unie grafického dizajnu v Česku je podľa slov Ondřeja Kafku, riaditeľa grafického štúdia Kafka design a spoluzakladateľa Unie, presadzovanie záujmov všetkých grafických dizajnérov v Česku, a to najmä z pohľadu podpory dodržiavania etických pravidiel a právnych predpisov. „Takisto je naším cieľom vysvetliť laickej verejnosti, ako aj jednotlivým zadávateľom, pravidlá práce s grafickými dizajnérm. Zmyslom združenia je dať zadávateľom väčšiu istotu investície a profesionality,“ hovorí Ondřej Kafka.

Členom únie, ako je uvedené na webovej stránke, sa môžu stať fyzické i právnické osoby, ktoré sa v grafickom dizajne nejakým spôsobom angažujú. „Snažili sme sa podmienky členstva nastaviť tak, aby bolo toto združenie otvorené pre všetkých záujemcov. Preto uchádzači nemusia ani preukazovať dĺžku svojej praxe a nehodnotí sa ani ich práca,“ hovorí Ondřej Kafka. Ako ďalej povedal, fyzicky sa členom stáva každý, kto podpíše kódex a zaplatí ročné členské v hodnote 2 000 Čk (študenti 300 Čk). „Uvedomujeme si totiž, že čím viac bude mať únia

členov, tým vyššia bude i naša vyjednávací sila pri presadzovaní našich vízií,“ dodáva Ondřej Kafka. Ako nás informoval, v súčasnosti má únia 40 riadnych členov a 2 pridružených členov z radov študentov.

## Výhody a povinnosti členov

Podľa slov Ondřeja Kafku, jednou z úloh Unie grafického dizajnu je poskytovať členom informácie o vypísaných súťažiach a výberových konaniach. Okrem toho jej úlohou bude lobovať za korektnosť výberových konaní, vyplácania skicovného a podobne. „Združenie bude takisto poskytovať svojim členom odborné poradenstvo v právnych otázkach, bude organizovať rôzne brandžové akcie a takisto pracujeme na konkrétnych výhodách, ako sú zľavy na odborné publikácie a predplatné periodík,“ vysvetľuje Ondřej Kafka.

Naopak povinnosti členov sú zakotvené v Kódexe člena Unie. Podpísanie tohto kódexu je podmienkou pre vstup do únie. Medzi hlavné body tohto kódexu patrí najmä transparentnosť pri vykonávaní činnosti grafického štúdia. ●

## Vybrané články z Kódexu členov Unie

- Člen pracuje podľa svojich schopností v záujme klienta, jedná kompetentne a efektívne a chráni obchodné tajomstvo.
- Člen nepracuje na projektoch, ktoré by mohli byť vnímané ako stret záujmov, bez toho, aby o tomto fakte informoval svojich klientov.
- Člen sa zdržuje nečestných a neetických podnikateľských aktivít, nepúšťa sa korupčného správania a dbá o dobré meno Unie.
- Člen ctí autorské práva ostatných a podporuje užívanie legálne nadobudnutých technických prostriedkov (software, fonty).
- Člen trvale dbá o svoju odbornosť, uprednostňuje materiály a postupy šetrné k životnému prostrediu.
- Člen nesmie skrývať v kalkuláciách cenu grafických prác do iných položiek (najmä tlače), či inak prehodnocovať cenu grafických prác.

Zdroj: Unie grafického dizajnu, 2007

# ANKETA Únia grafického dizajnu v SR?

**1.** Myslíte, že je potrebné, aby aj na Slovensku vznikla podobná asociácia, ako je Unie grafického dizajnu v Česku?



**Martin Porada,**  
Managing Director, **Zcreate**

**1.** Ak by asociácia dokázala vytvoriť priestor na riešenie spoločných záujmov celého odvetvia a nielen členov asociácie, tak prečo nie.

**2.** Na poslaní českej UGD sa mi osobne páči najmä snaha komunikovať voči laickej verejnosti. Osobne by som však viac videl zmysel takejto asociácie pri spolupráci napríklad so školami, kde nám vyrastá málo skutočne kvalitných dizajnérov, ktorí by boli kvalitne pripravení na prácu v reklamných agentúrach, či štúdiách.

otázkach verejnosť, motivovala by grafické štúdiá k originalite formou pravidelných recenzií a ocenení výmnožných diel a zároveň by dokázala organizovať na Slovensku zatiaľ ojedinelé odborné školenia, čím by pomohla zvýšiť všeobecnú úroveň práce spoločnosti realizujúcich sa v tomto odvetví.



**Tomáš Salamon,**  
riaditeľ, **IQ Design**

**1.** Bolo by veľmi užitočné, ak by takáto organizácia existovala. V roku 1995 vznikol na Slovensku klub grafických dizajnérov (GDC), ktorého činnosť však bola naozaj klubová. Organizácia, ktorá by zastupovala záujmy grafických dizajnérov, tu skutočne chýba.

**2.** Mala by mať podobnú náplň ako Unie grafického dizajnu v Česku.



**Adam Znášik,**  
creative director, **KOMPLLOT**

**1.** Neviem to posúdiť.

**2.** Skvalitňovanie celého odvetvia. Dnes robí „dizajn“ hocičo, a tak to často aj vyzerá. Biznis žiadna dobrovoľná organizácia ošetriť nedokáže (viď napr. AVR).



**Miloš Slávik,**  
CEO, **FAT CHILLI**

**1.** Vo všeobecnosti si neviem predstaviť, že by mohla organizácia tohto typu podobné problémy, ako je napríklad ochrana autorských práv efektívne riešiť, a preto vidím význam jej vzniku skôr v intenciiach vzniku inštitúcie, ktorá by pomohla informovať o týchto



**Peter Felix,**  
riaditeľ, **KREA SK**

**1.** Vznik podobnej asociácie by mohol byť prínosom nielen pre agentúry, ale aj pre ich klientov. Zavedenie jednotných štandardov úspešného, efektívneho a etického riadenia pro-

**2.** Aké konkrétne otázky by mala riešiť?

jektov, zdieľanie skúseností a prípadné spojenie síl pri riešení náročných projektov by sa určite odzrkadlilo na kvalite poskytovaných služieb a spokojnosti všetkých zúčastnených strán. Už dlhšiu dobu vidíme potrebu takejto asociácie a jej vznik by sme preto určite uvítali.

**2.** Okrem zvyšovania všeobecného povedomia (potencionálnych) klientov, asociácia by sa mala venovať tiež interným otázkam štandardného riadenia projektov, cenotvorbe, zdieľania skúseností a poznatkov jej členov.



**Zuzana Miskolcziová,**  
creative director, **LEBO creative**

**1.** Skôr nie. Ale ako právnik pri ochrane autorských práv na slovenskom trhu takáto organizácia chýba.

**2.** Ochranu autorských práv, práva na použitie autorských diel. Pomôcť štúdiám orientovať sa v autorských zákonoch.



**Ing. arch. Lubo Ivančák,**  
kreatívny riaditeľ, **LL studio**

**1.** Nemyslím si, že je to potrebné. Bude to len zbytočná administratívna skupina. Myslím, že grafik a grafické štúdio chce primárne tvoriť. Otázka autorských práv musí byť VŽDY na klientovi, on by mal riešiť dané práva, nie grafické štúdio.

**2.** Okrem sporov s autorskými právami by mala v rovnakom množstve a úsilí zhromažďovať a publikovať bezplatný digitálny obsah, ktorý by bol každému grafikovi k dispozícii na voľné použitie. Grafické štúdiá by mohli pri-

spievať svojou tvorbou, ktorá sa napr. nepoužila pre projekty ich klientov.



**Ing. Alena Mazánová,**  
managing director, **MMP**

novia správali podľa dohodnutých pravidiel, mohla by byť prínosom.



**Mgr. Art. Milan Mravčák,**  
konateľ, **Mr. Design**

**1.** Myslím, že túto potrebu riešime my i naši kolegovia niekoľko rokov.

**2.** V prvom rade osveta. Mnohé problémy vznikajú z neznalosti problematiky. Pekná fotka použijem ju /bez súhlasu autora/... takto rozmýšľa amatér. Tieto veci nie sú jasné ani mnohým zadávateľom ani tvorcom. Ale je to o mnoho lepšie ako v Čine (-:



**Peter Vítek,**  
riaditeľ, **Ostošes Graphics**

**1.** Určite by to bol významný krok k ochrane „duchovného vlastníctva“ v oblasti grafického dizajnu.



**Lubomír Kyselica,**  
riaditeľ, **September**

**1.** Profesné združenie je jedna vec, ale toto vyzera ako odbory... Kto donúti zákazníkov pristúpiť napr. na „oficiálne“ ceny a kto donúti (s odpustením) domácich grafikov ich dodržiavať? Atď. Všetko riadi trh.

**2.** Zmysel svojej existencie, prosperosť pre členov a ich disciplínu.

**Tomáš Abaffy,** riaditeľ, **Tomáš Abaffy - Birdz.sk**

**1.** Ja skôr nevidím dôvod, prečo by nemala vzniknúť. Určite by jej existencia bola skôr pozitívna ako negatívna.

**2.** Na Slovensku je problém s myslením ľudí, ktorí nechápu, že duševné vlastníctvo je tiež majetok. Ľudia sú si sice vedomí, že kradnúť sa nemá, ale vzťahujú to len na hmotné veci. V prvom rade je potrebná osveta.



**Martin Jenca aka Zity,**  
riaditeľ, **ZITY**

**1.** Určite, i keď neviem na koľko by bola schopná veci, ako je ochrana autorských práv, riešiť.

**2.** Autorské práva.



**Ing. Arch. Rastislav Petelen,**  
riaditeľ, **Kolovrátko**

**1.** Možno by mala zmysel, keby bol trh na úrovni aspoň českej republiky. Žiaľ, zatiaľ nie je. Som dosť pesimistický v tom, aké reálne výsledky by jej existencia priniesla. Rešpektovanie autorských práv je vecou vymáhateľnosti práva. A na to si už, myslím, niekoho povinne platíme, ak sa nemýlim. Skicovné? To považujem na našom trhu skôr za SIGNÁL ako za nutnosť. Skicovné = vo veľkej väčšine seriózny tender.

**2.** Ak by bola nezávislá, čo je u nás nereálne (veď z čoho by žila), tak by mohla byť „nálepkou - etalónom“: TOTO JE ŠTÚDIO NA ÚROVNI. Spoluprácou s ním dostanete minimálne takto štandardné služby, overené časom/klientmi/úspechmi/atď. Možno niečo ako Michelinove hviezdičky pre reštaurácie. Ale to je práca na dlhú dobu. Možno na chodbe by mohla mať nástenku - Klienti s veľmi zlou platobnou disciplínou.

## TVORCOVIA CI

KOLOVRÁTKO

### REKLAMNÉ ŠTUDIO

Len to správne logo je ikona, ktorá hovorí jasne a veľa. Dobrá identita zásadne ovplyvní úspech značky na trhu.

kolovratok.sk