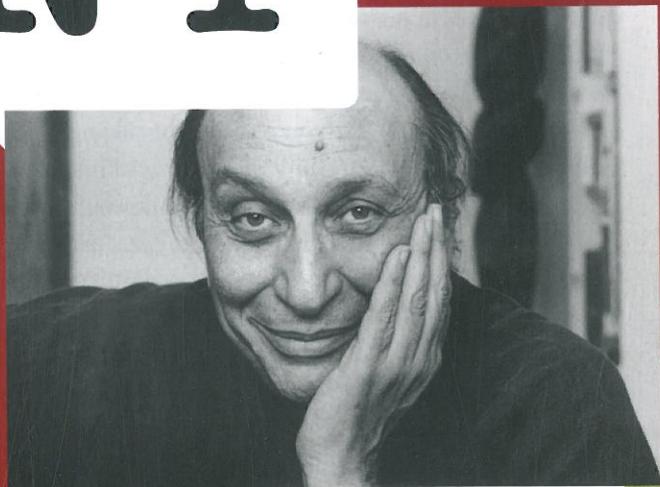


Milton Glaser školovao se u srednjoj školi za glazbu i umjetnost u New Yorku, pod nazivom The Cooper Union Art School, New York; kako bi kasnije preko Fulbrightove stipendije pohađao Akademiju likovnih umjetnosti u Bologni, u Italiji.

Miltion Glaser bio je suosnivač i predsjednik Pushpin Studija u New Yorku. Godine 1968, on i Clay Felker pokrenuli su *New York Magazine*. Godine 1974, gospodin Glaser odvojio se od Pushpin-a kako bi osnovao vlastitu tvrtku pod nazivom *Milton Glaser, Inc.* Godine 1983, udružio se s Walterom Bernardom kako bi zajedno osnovali WBMG, tvrtku za dizajn i izdavaštvo lociranu u New Yorku. Glaserova dizajnerska i arhitektonska ostvarenja uključuju poznati **I♥NY** logo, cijelokupni grafički i dekorativni program svih restorana nekadašnjeg Svjetskog trgovačkog centra u New Yorku te dizajn cijele panoramske promatračke platforme i stalnog postava izložbe u New Yorškim Blizancima Svjetskog trgovačkog centra iz 1975. godine te cijelokupni redizajn *Grand Union* lanca supermarketa – uključujući kompletno arhitektonsko rješenje, interijer, dizajn i cijelokupnu marketinšku kampanju za tržiste. Spomenimo još i njegovo unaprjeđenje razvoja Rainbow Room-a, koji je radio za menadžment Korporacije Rockefeller Centra u New Yorku, njegov dizajn AIDS simbola za Svjetsku zdravstvenu organizaciju, logo za kazališni komad Tonyja Kushnera koji je nagrađen Pulitzerovom nagrađom, naziva *Angels in America (Andeli u Americi)*. Milton Glaser jedan je od najpoznatijih svjetskih grafičkih dizajnera, umjetnika, ali i filozofa. Ilustrirao je i dizajnirao više od 300 plakata za razne i vrlo ugledne klijente. Već više od 40 godina predaje na Školi vizualnih umjetnosti – *School of Visual Arts*, u New Yorku. Izdao je niz eseja, stručnih tekstova i knjiga na temu grafičkog dizajna od kojih su najpoznatija djela *Graphic design (Grafički dizajn)* i *Art is Work (Umjetnost je posao)*.

I  NY



Milton Glaser
GRAFIČKI DIZAJN

FOTOGRAFIJA MILTONA GLASERA:
Stephen Green-Armytag

ILUSTRACIJE:
Milton Glaser

S djelom istaknutog dizajnera Miltona Glasera srela sam se još kao dijete. Pogađate, bio je to, kao vjerojatno u većini slučajeva drugih ljudi susret s njegovim svjetski poznatim logom **I ❤ NY**. Tada još nisam ni slutila da će jednoga dana upravo s tim istaknutim umjetnikom voditi ovaj razgovor. Kao djeca koja su odrastala u socijalizmu, mi smo kao generacija posebno voljeli te simbole zapadne kulture, jer za nas su to bile slike nekog boljeg svijeta koji tek treba doći i k nama. Tada, kao mali, još nismo znali da će jednoga dana naši najvrjedniji umovi biti primorani napustiti našu zemlju i otići u svijet – u potragu za boljim obrazovanjem i boljim i kvalitetnijim životom. Danas u slobodnoj i nezavisnoj Hrvatskoj, zemlji u razvoju i sa svim poteškoćama koje taj razvoj donosi, mi se ipak osjećamo kao dio svijeta. Danas su kapitalizam i globalizacija učinili svoje, tako da što se tih gore spomenutih simbola i brandova koje oni simboliziraju tiče, i mi doista osjećamo kao da je ta budućnost o kojoj smo sanjali napokon zakucala i na naša vrata. Imajući tu toliko sanjanu budućnost u svojim rukama, bio to privid ili ne, mi gotovo nesvesno koračamo prema svjetskim integracijama i tom sanjanom svijetu. Ipak, još uvijek ostaje nešto u zraku, još uvijek je u našim mislima toliko toga neizrečenog. Zaustavimo se na trenutak u današnjem danu. Uduhničimo čisti zrak sadašnjeg trenutka, bez razmišljanja o tome što će biti sutra. *Prošlost je prošla i ne možemo ju vratiti, sadašnjost je nešto s čim živimo svaki dan. Budućnost ne možemo vidjeti, ona je zaključana na posebnom mjestu, a jedino Bog zna gdje su ključevi za vrata budućnosti.* Zato, ne zamarajmo se s njom. Ima toliko pitanja koje smo kroz dugi niz godina htjeli postaviti svijetu, ali svijet tada još nije bio toliko povezan. Globalno selo mogli smo samo sanjati. Moj razgovor s Miltonom Glaserom jedno je od tih nikad postavljenih pitanja. Doista sam ponosna što imam prigodu izmijeniti misli s takо velikim umom našeg vremena kao što je gospodin Glaser.

... ja sam u tom trenutku shvatio da je upravo to
ono čime se želim baviti cijelog života,
kreirati čuda, oživljavati slike
i pomagati im da što lakše ljudima
komuniciraju svoje poruke.

Vašeg djetinjstva. Oduvijek ste bili posebno zainteresirani za umjetnost i filozofiju koja stoji iza nje, za poruke koje putem umjetnosti na vrlo poseban način dopiru do ljudi. Možete li mi, molim Vas, reći kako je počela priča o Vašem svjetskom uspjehu u polju grafičkog dizajna?

Počelo je s vrlo ranom odlukom u mojoj dobi od pet godina da će cijeli život provesti u kreiranju ilustracija. Sudbonosni doživljaj o kojem uvjek rado govorim dogodio se kada je moj rođak došao u moju kuću sa smeđom papirnatom vrećicom. Imao sam tada pet godina i mojim znatiželjnim dječjim očima više sam gledao vrećicu nego moga rođaka. Vidjevši moju iskrenu "komunikaciju" s papirmatom vrećicom, moj me rođak upitao: Želim li vidjeti pticu? Kada me on to upitao, ja sam odmah pomislio kako u toj vrećici ima pticu, ali to nije bio slučaj. Posegnuo je u tu papirnatu vrećicu i izvadio iz nje olovku, nacrtavši pticu na jednoj strani te vrećice. U tom trenutku video sam nešto što nišam vidovali nikada prije. Vidi sam nekoga kako je nacrtao nešto što nalikuje upravo onom objektu kojeg predstavlja i kojem treba nalikovati. Nije to bio tipičan dječji crtež nalik onima koje djeca obično crtaju u vrtićima, već je doista nalikovao na pravu pticu. U tom trenutku dogodilo mi se nešto posebno, ta me je slika toliko impresionirala i pogodila poput snažnog vjetra spoznaje i ja sam u tom trenutku shvatio da je upravo to ono čime se želim baviti cijelog života, kreirati čuda,

oživljavati slike i pomagati im da što lakše ljudima komuniciraju svoje poruke. Danas kada sam većinu života posvetio upravo toj djelatnosti, znam da sam imao pravo. Jer, to je uistinu sve što sam ikada radio u svom životu, počevši od tog, za mene važnog trenutka kada je moj životni put bio određen.

Vi ste danas svjetski priznati edukator, umjetnik, grafički dizajner, ilustrator, dizajner interijera, arhitekt, filozof, veliki entuzijast i radnik. Zanima me koji od spomenutih izraza Vaše osobnosti Vam daje više slobode od ostalih, a koji vas više od ostalih usrećuje?

Ne znam zaslужujem li doista sve atribute koje mi pripisuјete, ja sam stvarno samo čovjek s velikim vizualnim apetitom koji pokušava izraziti svoje ideje na razne načine. Tako da sam radio ponešto arhitektonskog posla, ponešto dizajna interijera, ponešto od industrijskog dizajna i ponešto dizajna za tisak. To činim zbog toga što su sve te aktivnosti zapravo produžene ruke jedne te iste ideje. Ta ideja u fundamentalnom obliku odnosi se na ideju komunikacije, predstavljanja ovoga svijeta drugim ljudima na jedan specifičan način koji ga čini razumljivijim. Meni uistinu nije važno koji oblik će ta fundamentalna ideja upotrijebiti za svoj izražaj. Nije mi niti važno je li ta ideja izražena na trodimenzionalan način, na dvodimenzionalan način ili pak na literararan. Zadatak je uvijek isti: pokušati izraziti jedan specifičan pogled na ovaj svijet i na sve ono od čega se on sastoji. Mogli bismo reći da je moje stvaralaštvo uvijek svojevrstan pokušaj razvijanja stvarne svijesti o svemu što nas okružuje kod moje publike. Pretpostavljam da sam najsretniji onda kada otkrijem neki novi modus umjetničkog izraza koji mi daje prigodu da se izrazim na jedan sasvim nov i sasvim drugačiji način od onih kojima sam se već izrazio sto puta prije toga.

Oduvijek sam bio zainteresiran za otkrivanje granica vlastitih mogućnosti umjetničkog izraza i uvijek iznova uživam u otkrivanju tih novih umjetničkih izraza s kojima se mogu poigrati. Najviše me uzbudjuje otkriće nečega što prije nisam znao.

ja sam stvarno
samo čovjek
s velikim
vizualnim
apetitom
koji pokušava
izraziti svoje ideje
na razne načine

Oduvijek sam bio zainteresiran
za otkrivanje granica
vlastitih mogućnosti
umjetničkog izraza

Što bi, po Vašem mišljenju trebala biti karakteristika svakog velikog umjetnika?

To nije tako jednostavno pitanje, jer nemamo uvijek jasnu viziju o tome na što točno mislimo kada kažemo umjetnost ili umjetnik, to je vrlo nejasno objašnjenje koje je obično vezano za kontekst

... kao umjetniku ... više od svega ostalog potrebna Vam je vizija.

vremena. Ja bih umjetnost i umjetnike povezao s karakteristikama gledanja na život koje se u mnogome razlikuju od gledišta većine ljudi i od svih uvriježenih kulturnih stavova društva. Veliki umjetnik je po meni čovjek koji ne podliježe normativnim trendovima razmišljanja i konformizmu, već progovara o svijetu na sebi svojstven način. Jednom riječju to je za mene čovjek koji uspijeva izraziti neku alternativnu ideju. Svakako je tu potrebna i tehnička spretnost umjetnika.

Sigurno da je u svemu tome potrebna i određena doza tehničkih vještina i znanja. Mnogi su veliki umjetnici, primjerice, ovladali znatnim brojem tehničkih vještina, čak do te mjere da su vještine kao takve u cijelom tom stvaralačkom procesu postale u potpunosti irelevantne, ako znate na što sam mislio. Tehnologija i vještina nisu potpuni odgovor na Vaše pitanje, ali veliki umjetnici imaju dovoljno umijeća da prezentiraju svoje ideje ne misleći na to. Da zaključim, kao umjetniku potrebna su Vam tehnička sredstva za dostizanje konačnog cilja, a to je Vaša vizija, ali više od svega ostalog potrebna Vam je vizija.



- ▼ U kojoj mjeri Vas je obitelj podupirala na Vašem putu da postanete jedan od vodećih i najpoznatijih svjetskih dizajnera i što smatraate najdragocjenijim poklonom koji ste dobili od obitelji?
- Pa, mogao bih ovako u retrospektivi reći (iako je jedan moj prijatelj

jednom rekao da je sjećanje vrlo loš instrument preispitivanja sebe), da sam iznimno zahvalan mojoj majci koja mi je podarila osjećaj sigurnosti u sebe, osjećaj da mogu uspjeti apsolutno u svemu čega se prihvatom te s druge strane mom oču koji je pokazivao određeni otpor prema svemu što sam radio. Kada malo bolje razmislim bila je to za mene idealna kombinacija za ulazak u svijet. Ta kombinacija bodrenja moje majke i suprotstavljanja moga oca dala mi je osjećaj da mogu uspjeti u svemu i da mogu s lakoćom prevladati svaki otpor na koji će u životu naići, jer svijet pruža otpor svima nama u nekom trenutku. Ipak, u formiranju mene kao osobe najdragocjeniji poklon mi je majčina vjera u mene.

Dvije potpuno oprečne umjetničke ličnosti, Morandi i Picasso, Vaša su najomiljenija metafora u opisivanju Vašeg pristupa uspješnom životu. Želite li pritom implicirati da svaki čovjek za uspjeh u životu treba na umu uvijek imati i Yin i Yang koncept kako bi se uspješno nosio sa životom i karijerom? Pa, teško je govoriti u ime svih ljudi, ali općenito govoreći svi mi u sebi imamo komponente oba koncepta, Yina i Yang-a, mraka i svjetla, uma i tijela. Ta kombinacija čini se vrlo učinkovitom. Po meni je poželjno da čovjek u sebi ima unutarnju ravnotežu i da može u jednakoj mjeri ovisiti o svojoj intuiciji, kao i svojoj sposobnosti logičnog razmišljanja i zaključivanja kako bi postigao svoje ciljeve. Logika je bez intuicije ograničena, dok se intuicija bez logike ne može materijalizirati. Prepostavljam da je ravnoteža između racionalnog i iracionalnog nešto što bi nam trebalo biti od esencijalne važnosti u postizanju uspjeha i stvaranju vrijednih djela.

Zanima me, kakvo je Vaše mišljenje o Magritteu i Daliju?

Magritte i Dali su uvelike utjecali na mene i moj rad, u stvari nadrealizam kao takav u velikoj mjeri oblikovao kao umjetnika kada sam bio mlađi. Nadrealizam je tada za mene bio nešto novo, svježe, donosio je sa sobom ideju povezivanja maštovitih slika sa životom samim, ali moram reći da je nadrealizam s vremenom postao istrošen i kao da se umorio tijekom godina, počeo je mijenjati svoju prvotnu vrlinu svježine u vrlinu ponavljanja, ali to se djelomično dogodilo i zbog toga

**Po meni je
poželjno da
čovjek u sebi
ima unutarnju
ravnotežu
i da može u jednakoj
mjeri ovisiti o svojoj
intuiciji, kao i svojoj
sposobnosti logičnog
razmišljanja i
zaključivanja**

što je u međuvremenu i sam svijet počeo bivati sve nadrealniji. Danas, primjerice, ne biste mogli osmisliti ovu vrstu slika

Otežavajuća okolnost
u životu i radu umjetnika
... je znati održavati
uvijek istu razinu svoje
znatiželje i interesa.
... od svih se nas u profesionalnom
smislu najviše traži ponavljanje.
Svijet nije zainteresiran za naš razvoj,
već isključivo za one stvari
koje već znaju o nama.

koje redovito možemo vidjeti na televiziji u jednoj nadrealističkoj slici. Što naš život postaje nerazumljiviji vrlinom svoje nadrealne prirode, to nam se manje neobičnima i zanimljivima iz današnje perspektive čine djela Magrittea i Dalija. S druge, pak, strane, ova dva umjetnika doista su kreirali remek-djela i na nevjerljatan način opisali i definirali jedan trenutak vremena ostavivši ga u naslijeđe svima nama.

Kako vrijeme utječe na kreativnost? Možete li mi to objasniti: kako ste se Vi, kao jedan od naj-

boljih grafičkih dizajnera na svijetu u polju grafičkog dizajna, mijenjali u raznim fazama Vašeg stvaralaštva?

Vrlo mi je neugodno zbog ove Vaše definicije mojega umjetca, ali uvijek sam bio posebno zainteresiran za činjenicu da je karijera u polju umjetnosti zapravo jedno dugo putovanje, a poznato je da svako putovanje promijeni putnika.

Otežavajuća okolnost u životu i radu umjetnika a, pretpostavljam, i općenito – u životu svakog čovjeka je znati održavati uvijek istu razinu svoje znatiželje i interesa. To je posebno važno u profesionalnom životu, jer se od svih nas u profesionalnom smislu najviše traži ponavljanje. Svijet nije zainteresiran za naš razvoj, već isključivo za one stvari koje već znaju o nama. To je jednostavno tako, sviđalo se to nama ili ne. Na taj način se, na žalost, stvara jedno ozračje u kojem se guši sav čovjekov nagon za stalnim osobnim razvojem i uvijek nekim novim otkrivanjem samoga sebe, zbog profesionalnih zahtjeva koje pred nas stavlja ovaj svijet. Ja osobno pokušavam to izbjegći djelujući u područjima koja ne razumijem u potpunosti kako bi kroz njih uvijek otkrio nešto novo o sebi što do jučer nisam znao.

Kreativan čovjek doista u ovom današnjem svijetu mora biti snalažljiv u pronalaženju uvijek novih načina svoga djelovanja kako bi uvijek ostao svjež i neponovljiv. Ipak, današnji je svijet, kako ste i sami rekli, najviše okrenut profesio-

nalnim zahtjevima, jer se svaki aspekt života mjerilom tržišta, a na tržištu je ponavljanje onoga što o nama zna svijet vrlo često formula uspjeha mnogih suvremenih kreativaca. Vaš logo **I♥NY** (Ja♥NY), na primjer, smatra se "najutjecajnijim i najviše imitiranim dizajnom logo-a u povijesti čovječanstva", kako navode mediji i statistički podaci agencija za istraživanje tržišta. Molim Vas, možete li mi ovom prigodom ispričati priču o rođenju tog svjetski poznatog i općeprihvaćenog logotipa koji ste daleke 1976. godine izradili za državu New York. I, kako danas s vremenskim odmakom gledate na taj svoj mega-popularni uradak? Na koji je način spomenuti logo utjecao na daljnji razvoj Vaše karijere kao umjetnika i na koji je način, po Vašem mišljenju izvršio utjecaj na Vaše suvremenike?

(izvadak iz knjige *Art is Work (Umjetnost je posao)*, strana 206, Milton Glaser)

Godine 1975. Bill Doyle, pomoćni povjerenik gospodarske komore države New York, predložio mi je rad na vrlo zanimljivom zadatku. Država New York namjeravala je pokrenuti novu kampanju s ciljem poticanja turizma i buđenja duha svojih građana. Naime, New York je tada bio percipiran kao grad u kojem vlada kriminal, kao vrlo neprijateljski nastrojen grad, ako ne i pun mržnje, a kampanja koja je koristila frazu "Ja volim New York", imala je namjeru tu lošu percepciju o New Yorku promijeniti na bolje. Ono što mi je bilo potrebno kako bih započeo s procesom rada na tom izazovnom zadatku, bio je pronalazak vizualnih ekvivalenta za riječi koje su sačinjavale spomenutu frazu.

Kreirao sam jedno tipografsko rješenje, predao ga i bilo je odočreno. Tjedan dana kasnije, dok sam se vozio taksijem, odjednom mi je na pamet pala jedna sasvim nova ideja koja mi se praktički ponudila sama od sebe. Nazvao sam Doylea i rekao mu: "Imam jednu bolju ideju." "Zaboravi", odgovorio mi je, "Znaš li ti kako bi teško bilo skupiti sve članove Komore kako bismo ponovo zajednički odobrili tvoju novu ideju?" "Dozvoli mi da Ti pokažem svoje novo rješenje.", usrdno sam ga molio. Došao je dolje u ured, klimnuo glavom i odnio moj novi nacrt za vizualno rješenje ideje na uvid ostalima, sazvao sastanak i moja nova ideja bila je odobrena. Ta mala i naizgled beznačajna



stavka (moje vizualno rješenje za državu New York) koja skoro nije oživjela, postala je moj najpoznatiji uradak. Ta mala i naizgled beznačajna stavka (moje vizualno rješenje za državu New York) koja skoro nije oživjela, postala je moj najpoznatiji uradak.

retoričkom hiperbolom, kasnije je taj moj uradak nazvan najčešće repliciranim vizualnim rješenjem u polju promidžbenih i svih ostalih prolaznih i kratkotrajnih tiskanih materijala 20. stoljeća. Doista je istina da je moje popularno vizualno rješenje u tolikoj mjeri postalo dio općeg jezika da je danas teško zamisliti kako ga je u biti netko dizajnirao i kako nije oduvijek postojao. Zašto i kako se sve to dogodilo, vjerujte, predstavlja misterij i meni samome. Ja osobno ne smatram da je logo **I ❤ NY** imao neki značajan utjecaj na moju karijeru. Ono što pripisujem spomenutom uspjehu kojeg je doživio taj moj logo je činjenica da sam zahvaljujući njemu postao poznat određenim ljudima kao čovjek koji ga je osmislio, ali u svojoj biti on je zapravo jedan beznačajan banalan znak, jedna mala stvar koju su mogli postići mnogi ljudi. Moram reći da ja osobno ne razumijem u potpunosti okolnosti pod kojima je moje vizualno rješenje toliko snažno i uvjerljivo ušlo u svijest svekolike javnosti. A, što se tiče mojih suvremenika, ne vjerujem da je taj moj legendarni logo u nekoj većoj mjeri utjecao na njihov rad.

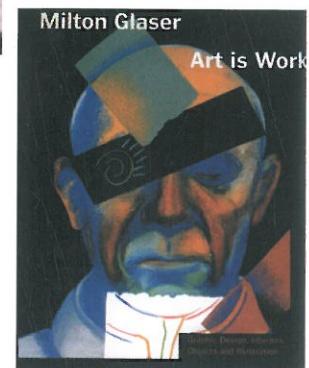
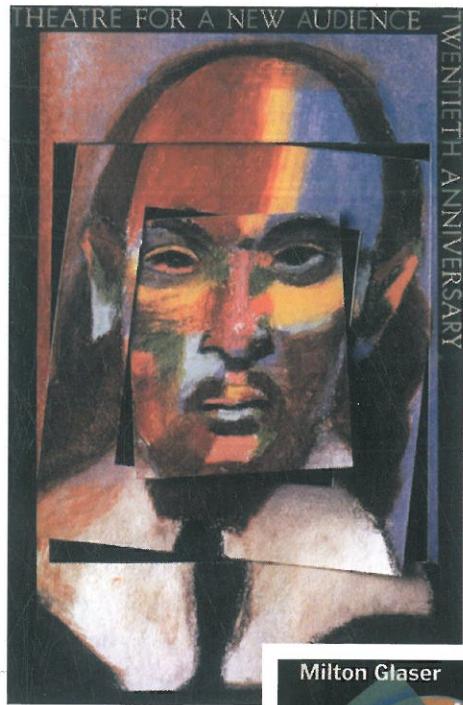


Postoji li po Vama razlika između pokazne i izražajne umjetnosti, između primijenjene i lijepе umjetnosti? Koja je razlika u pristupima namjenskom vizualnom izrazu u odnosu na vizualni izraz izražajne umjetnosti? Zašto ljudi obično naglašavaju razliku između tih dvaju pristupa umjetnosti, između *umjetnosti s razlogom* i *umjetnosti bez razloga*? Što Vi mislite o tome?

Tema pitanja koje ste postavili jedna je od najsloženijih i najduže prisutnih u umjetničkim krugovima. O odgovoru na ovo Vaše pitanje oduvijek sam razmišljao, ono me prati putem cijelog života. Ono što Vi nazivate pokaznim i izražajnim umjetničkim izrazima, najčešće se naziva primijenjenom i lijepom umjetnošću. Teza koja nam se nameće pri usporedbi dva spomenuta umjetnička izraza je ta da lijepa umjetnost nema nikakvu svrhu, dok su primijenjene umjetnosti svrhovite.

Kada govorimo o primijenjenim umjetnostima, zasigurno poglavito mislimo na dizajn, jer je i dizajn kao takav određen svojom unaprijed određenom namjenom i ciljevima. Ako, pak, govorimo o umjetnosti kao takvoj, moje je stajalište da umjetnost kao takva i te kako ima svoju svrhu; koliko ja znam njezin je glavni zadatak da omogući ljudima užitak dijeljenja istih umjetničkih sadržaja, te da na taj način iskuse jednu vrstu zajedništva. Svrha umjetnosti je taj osjećaj koji ona u nama budi, taj osjećaj da svi ljudi koji uživaju u umjetnosti postaju za nju trajno vezani jednom neraskidivom vezom, pa tako i vezani jedni za druge, gotovo plemenskim vezama. Ja bih, primjerice, bio suosjećajniji i povezаниji s nekim tko obožava Mozarta nego s nekim tko ga mrzi, jednostavno zbog toga jer dijelimo zajedničko iskustvo uživanja u njegovim djelima. Stoga, ako umjetnost na svojoj najvišoj razini, mijenja i oblikuje promatrača čineći ga suosjećajnjim prema drugim ljudskim bićima, pitanje koje se ovdje nameće je – mogu li primijenjene umjetnosti proizvesti u nama taj isti osjećaj povezanosti kao i lijepo umjetnosti?

Ja ne vjerujem da postoji jedan univerzalan odgovor na ovo pitanje. Ljudi često običavaju reći kako *bilo što stvoreno rukom umjetnika postaje umjetnost*. U slučaju, na primjer Toulouse-Lautrec-a, mogli bismo reći da su njegova ostvarenja na polju primijenjenih umjetnosti ili postera jednako duboko umna i značajna kao i njegove umjetničke slike. Tako da bismo u slučajevima povremenih praktičara koji djeluju za posebnu svrhu, a inače su istaknuti umjetnici, mogli reći da se uloga umjetnosti i uloga izražavanja specifične informacije ponekad stapaju u jedno. Kada se to događa, to je, naravno, teško odrediti i rijetka je to pojавa. Ali, važna je činjenica da se to ipak događa. I, dok je tako s jedne strane samo po sebi dovoljno teško stvoriti jedno značajno umjetničko djelo u obliku slike ili skulpture, bez dodatnog tereta obveze odašiljanja poruke određenog klijenta, s druge se, pak, strane zna ponekad dogoditi da se ostvarenja nastala na polju primijenjenih umjetnosti uzdignu na tu visoku umjetničku razinu i sasvim neočekivano dobiju na važnosti.



Poznata je činjenica da dizajn oblikuje svijet oko nas i da utječe na naš svakodnevni život na funkcionalnoj razini, ali nije zanemariv ni njegov utjecaj na kulturnu razinu našega života. Kako biste Vi odredili ulogu dizajna na širokom polju umjetničke djelatnosti u današnjem globaliziranom svijetu? Povezujete li Vi osobno dizajn više s lijepom umjetnošću ili s primijenjenom?

Zna se dogoditi da ljudi mijesaju te dvije koncepcije zbog toga što nisu sigurni na što misle kada govore o dizajnu. Dizajn, naravno, u svom kozmičkom smislu znači kretanje od postojećeg stanja prema onom poželjnijom. Dizajn je zapravo izraz planiranja. Ponekad dizajn, čak vrlo često, uopće ne mora uključivati vizualni element. Stoga, kada govorimo o dizajnu, moramo jasno naglasiti koje nas kategorije u dizajnu zanimaju. Ako suzimo naš opis kako bismo govorili samo o grafičkom dizajnu koji već sam po svojoj prirodi uključuje tiskanje i kopiranje slika, on je u širokom luku prisutan negdje u polju između umjetnosti i primijenjene umjetnosti, ali samo ako zanemarimo šire značenje te riječi. Moja aluzija na Lautreca također je svojevrstan pokušaj opisivanja tog stanja.

Psihološki učinak stvari na javnost neizbjježan je, kada govorimo o vizualno prenesenim porukama. Do koje mjere oblik stvari utječe na naš dojam o njima i kako pomažete svojim studentima probuditi njihovu svijest o značenju tih skrivenih poruka koje odašilju putem svojih umjetničkih djela? Najvažnija od svega u prirodi svake prakse oduvijek je bila poruka koju želite komunicirati, pa je tako i u našem poslu.

Jedan vrlo kvalitetan prvi korak u smjeru uspješnog stvaralaštva je po mom sudu jednostavna spoznaja svakoga od nas kako svojim stvaralaštvom nikome ne štetimo i ne činimo nikakvo zlo.

vo da je prva stvar koju želim naučiti svoje studente to da svojim porukama nikada nikoga ne povrijede i da uvijek prije, pa tako i u svim fazama procesa stvaralaštva nauče sebi postavljati

Pitanje koje si morate kao umjetnik postaviti je sljedeće: *Kakva je stvarna priroda moje poruke?* Ja sebi kao umjetnik, u ovom za sve nas diljem svijeta, povjesno vrlo važnom trenutku, pri stvaralaštvu obično postavljam sljedeće pitanje: *što moju poruku čini potencijalno opasnom ili potencijalno krisnom mojoj publici kojoj se tom porukom obraćam?* U skladu s tim mojim stavom, sasvim je razumljivo da je prva stvar koju želim naučiti svoje studente to da svojim porukama nikada nikoga ne povrijede i da uvijek prije, pa tako i u svim fazama procesa stvaralaštva nauče sebi postavljati

to isto pitanje. Moram reći da ovo pitanje inače biva razlogom mnogih rasprava te često biva i razlogom znatne zabrinutosti u dizajnerskim strukovnim krugovima. Jedan vrlo kvalitetan prvi korak u smjeru uspješnog stvaralaštva je po mom sudu jednostavna spoznaja svakoga od nas kako svojim stvaralaštvom nikome ne štetimo i ne činimo nikakvo zlo.

Gospodine Glaser, obično naglašavate važnost publike u procesu stvaralaštva. Mora li dizajner uvijek podilaziti naručitelju, ili može istovremeno svojim ostvarenjem zadovoljiti i svoju publiku? U kojoj mjeri je Vaša publika prisutna u Vašoj podsvijesti dok stvarate, a u kojoj mjeri mislite na poruku koju želite svojim djelom poslati? Koji je od dva spomenuta koncepta: publike i poruke za Vas dominantnija?

Budimo sasvim jasni. Publika u svakom slučaju oblikuje prirodu poruke. Publika je najvažnija stavka u određenoj poruci. Ovdje u stvari ni u kom slučaju ne govorimo o udovoljavanju publici, ni govora. Naše stvaralaštvo više je pitanje motiviranja publike. Primijenjena umjetnost, u ovom slučaju grafički dizajn uvijek je ovisan o tome koji je krajnji cilj naše poruke. Ako se, na primjer, radi o političkoj kampanji, tada našim porukama želimo motivirati ciljanu publiku da glasa za našeg kandidata. Ako se na glazbenom tržištu pojavio novi nosač zvuka u obliku CD-a (u moje vrijeme to su

mahom bile ploče), tada ćemo svojom porukom pokušati motivirati ciljanu publiku da kupe spomenuti CD. Dizajn ne bi mogao postojati bez svoje orijentiranosti na publiku i bez njene viđenja cijele te ideje. Kao rezultat toga, razumijevanje spremnosti javnosti da prihvati određenu poruku, poznavanje svih predrasuda cjelokupne javnosti kao i svih njezinih sklonosti, u jednakoj su mjeri vrlo važni faktori koje moramo uzeti u obzir prije no što se prihvativimo bilo kakvog dizajnerskog posla.

Kako gledate na odnos između klijenta i dizajnera, s obzirom na zahtjeve klijenta i kreativnu slobodu dizajnera? Kako su Vaša iskustva? Koliko slobode Vi kao grafički dizajner uživate u sferi komercijalne umjetnosti?

Mislim da o ovoj temi postoji cijeli niz obmanjujućih priča i komentara. Prva spoznaja do koje čovjek mora doći u svakoj profesionalnoj umjetničkoj djelatnosti je saznanje da ste Vi kao umjetnik u službi svoga klijenta čiji ciljevi moraju biti

Dizajn ne bi mogao postojati bez svoje orijentiranosti na publiku ...

ispunjeni. Ideja slobode u ovom je slučaju upotreba krivog naziva. Nema slobode bez ograničenja. Svaki naš posao ograničen je onime što želimo reći našoj publici i onime što klijent od nas očekuje. Jedina sloboda koja nam se može dogoditi, događa se između te dvije sile od kojih svaka vuče na svoju stranu. Ali, ako ne znamo prepoznati te dvije, za naše stvaralaštvo toliko važne sile, naš dizajn će doživjeti neuspjeh. Sloboda je moguća jedino onda kada spoznamo sva ograničenja. Dizajn u tom smislu nije kao slikarstvo.

Gospodine Glaser, često ističete kako se dizajner i klijent moraju razumjeti kao ljudi i na neki se način sviđati jedni drugima u tom ljudskom smislu kako bi što uspješnije mogli surađivati na nekom projektu i kako bi “*posao bio napravljen kako treba*”. Koliko Vam je obično vremena potrebno kako biste otkrili te pozitivne vibracije, kako biste uvidjeli odgovara li Vam neki klijent kao osoba ili ne, funkcioniirate li na istoj valnoj dužini ili ne? Zanima me osjećate li odmah tu vezu s ljudima sličnim Vama, taj osjećaj da ste s nekim kliknuli kako se kolokvijalno kaže, ili Vam je ipak potrebno određeno vremensko razdoblje za to? Koliko možemo vjerovati tom prvom dojmu kada nekoga susretnemo?

Vrlo zanimljivo pitanje. I, ne znam točno kako da na njega odgovorim. U trenutku života u kojem se sada nalazim, otkrio sam, primjerice, da neću prihvatići neki posao samo na temelju telefonskog razgovora i opisa određenog zadatka preko telefona. Ono što želim reći je to da čovjek s vremenom vjerojatno postaje oprezniji i osjetljiviji prema svemu što neki odnos s drugom osobom može donijeti, a poticatelj te naše osjetljivosti može biti bilo koji mali ulomak iz razgovora u kojem smo dobili neku informaciju ili, možda, čak i ton neči-jeg glasa. No, ne želim ovom prigodom zvučati bezobrazno, jer svi mi ponekad donosimo neke preuranjene zaključke koji se kasnije pokažu neispravnima. Ali mislim da čovjek može vrlo lako u nekom odnosu otkriti postoji li u njemu kompatibilnost ili ne. I, moram također istaknuti kako ta kompatibilnost ni u kom slučaju ne bi smjela isključivati neslaganje i svojevrstan otpor (u biti ja osobno čak više volim one klijente koji mi se suprotstavljaju od onih koji

Sve dok otpor u nama proizvodi kreativni naboj za što boljim ostvarenjima i podiže razinu našeg postignuća i uspješnosti, smatram da je više nego dobrodošao.

se uvijek sa mnom slažu). Sve dok otpor u nama proizvodi kreativni naboј za što boljim ostvarenjima i podiže razinu našeg postignuća i uspješnosti, smatram da je više nego dobrodošao.

Mladi ljudi često upadaju u zamke srećući razne ljude kroz život, upravo zbog toga jer ne pridaju dovoljno pozornosti osobi koja stoji pred njima, već previše razmišljaju o sebi. Koji su po Vama glavni znakovi raspoznavanja dobrog, a koji znakovi prepoznavanja lošeg čovjeka?

Kao već uvriježeno pravilo koje sam si odredio, ja obično slijedim jednostavnu metodu promatranja koju je osmislio Fritz Perls, gestaltistički psiholog negdje tamo oko 60'ih godina 20. stoljeća. On je rekao da ljudi u međusobnim odnosima mogu biti ili otrovni ili ugodni jedni drugima u smislu međusobnog napajanja i obnavljanja energije. A, postoji i jedan vrlo jednostavan test koji nam pomaže otkriti kojoj od dvije spomenute kategorije pripada neka osoba s kojom se družimo. Fritz Perls se bavio proučavanjem našeg osjećaja umora s jedne strane ili poleta s druge strane, nakon određene količine vremena provedenog u nečijem društvu.

Kako, dakle, izgleda taj test koji svatko od nas može provesti kako bi uudio s kim ima posla, s nekim tko piye našu energiju ili, pak, hrani našu dušu?

Fritz Perls je otkrio da ćemo nakon svakog druženja s nekom osobom osjetiti ili da imamo više energije nego što smo imali prije tog susreta, ili manje energije nego prije tog druženja. Stvar je svakoga od nas da preispita svoju energetsko stanje nakon druženja s ljudima i to je taj test koji svatko od nas može provesti kada god želi. Nadalje, potrebno je test provesti više puta s istom osobom kako bismo provjerili ponavljanju li se isti energetski obrasci nakon svakog druženja s nekom osobom. Kada se nekoliko puta za redom nakon druženja s istom osobom ponovi u Vama isti osjećaj iscrpljenosti ili poleta, tada sa sigurnošću možete reći da ste testiranje priveli kraju i donijeli zaključke koji su Vam bili potrebni kako bi svrstali tu osobu u onu grupu kojoj pripada. Uglavnom, kada nakon druženja s nekom osobom imate više energije nego prije tog druženja, tada možete pouzdano reći da Vas to druženje hrani i napaja energijom i da ste proveli vrijeme s Vašim duhovnim hraniteljem, a kada nakon druženja s nekim osjećate manjak energije u odnosu na Vaše energetsko stanje prije tog druženja, tada možete biti sigurni da Vas je to druženje otrovalo i da ste proveli

vrijeme s jednim od Vaših trovača. Možda Vam to zvuči banalno, ali, vjerujte mi, ova metoda i te kako je vrijedna naše pozornosti i savjetovao bih ju svima.

postoji jedna vrlo zagonetna podjela do koje dolazi između crtanja i ilustracije

O crtanju i ilustraciji postoje već ukorijenjena mišljenja i definicije. Primjerice, obično se govori kako je crtanje umjetnost, a ilustracija ne. Kaže se kako crtež može nešto ilustrirati, ali ilustracija ne može izvući na površinu neku dubinsku poruku, jer je po svojoj prirodi površna. Također se kaže kako crtanje može opstati i bez ilustracije, ali kako ilustracija ne može preživjeti bez pomoći crtanja.

Je li naziv nekog crteža također njegova svojevrsna ilustracija? Zanima me, kako biste Vi definirali razlike i sličnosti između crtanja i ilustracije i u kojoj su mjeri crtanje i ilustracija uistinu povezani?

I crtanje i ilustracija po svojoj prirodi počinju kao pokušaji repliciranja svega onoga što čovjek primjećuje u stvarnosti koja ga okružuje i svih oblika koji postoje u prirodi. Istina je, postoji jedna vrlo zagonetna podjela do koje dolazi između crtanja i ilustracije, a ta podjela samo djelomično može biti određena namjerom. Ja tu podjelu obično objašnjavam kroz korijene riječi koje predstavljaju dva spomenuta umjetnička izraza; korijen riječi ilustracija je lat. *lustrare*, što znači *raščistiti, rasvjetliti, ilustrirati*, a korijen riječi crtanje dolazi od lat. *trahere*, što znači *izvući na površinu*. Jedna od njih se, dakle, ako je suditi po korijenima tih riječi, bavi površinom ovoga svijeta (ilustracija), dok druga u velikoj mjeri zalazi u dubinsko promišljanje o unutarnjim pitanjima i svemu onome što je skriveno ispod površine izvlačeći



te dubinske poruke na vidjelo (crtanje). U bilo kojem od slučajeva, rezultati variraju. Pojedini crteži su ilustrativni, dok su pojedine ilustracije zapravo crteži u svojoj biti i rekao bih da uopće nije tako lako uvijek odrediti što je što. Uzmem li za primjer trenutni postav *Muzeja Suvremene Umjetnosti*, primijetit ćemo da mnoga umjetnička djela koja su тамо izložena više nalikuju na ilustracije nego na crteže.

U jednom od Vaših eseja o dizajnu kritički ste se osvrnuli na modernističku mantru „*Manje je više*“ nudeći svoju alternativu toj istoj mantri, kao odgovor na nju, a ona glasi: „*Sasvim dovoljno je više*“. Kako objašnjavate tu svoju tezu? Objašnjenje te moje teze nije tako složeno, kao što bi se možda moglo nekome učiniti. „*Manje je više*“ sugerira poželjnost ograničene složenosti. U širokom se luku savjetuje izbacivanje svega nebitnog iz umjetničkih izraza. S druge strane, često zna biti vrlo teško odrediti što je nevažno. Jedan primjer za to je perzijski sag, za kojega bi netko mogao reći da je po svojoj prirodi vrlo složen, ali kada svaki njegov oblik djeluje sam za sebe – samostalno, tada, pak, možemo reći da u perzijskom sagu zapravo uopće nema nebitnih materijala niti pretjeranosti u njegovu izrazu. Kompleksnost ne mora nužno podrazumijevati ograničavanje u smislu izraza. U stvari, cjelokupna povijest svijeta puna je zamršenih i kompleksnih činjenica, pa ipak još uvijek uspijeva djelovati veličanstveno, moćno i efektno. Sve ovisi o načinu na koji gledamo na stvari. I kada bismo tu istu povijest krenuli temeljiti proučavati, otkrili bismo da su mnoge modernističke ideje u svom korijenu stilističke. To ne mora nužno biti krivo, ali isto tako ne mora nužno biti niti istinito i ispravno. Naš se život sastoji od mnogih vrlo složenih i u potpunosti ostvarivih ideja u književnosti, glazbi i svemu ostalom što ne podliježe redukciji. Ipak, to vjerojatno nije ono što su tvorci te fraze imali na umu. Sve u sve му, s vremenom je ta fraza postala jedna od one vrste sasvim nepotrebnih savjetodavnih fraza u smislu našeg snalaženja u svijetu kakvog poznajemo. Kada ja kažem „*sasvim dovoljno je više*“, ja zapravo želim reći da se i jednostavnost i složenost u jednakoj mjeri mogu iskoristiti kako bismo nekome prenijeli željenu poruku ...

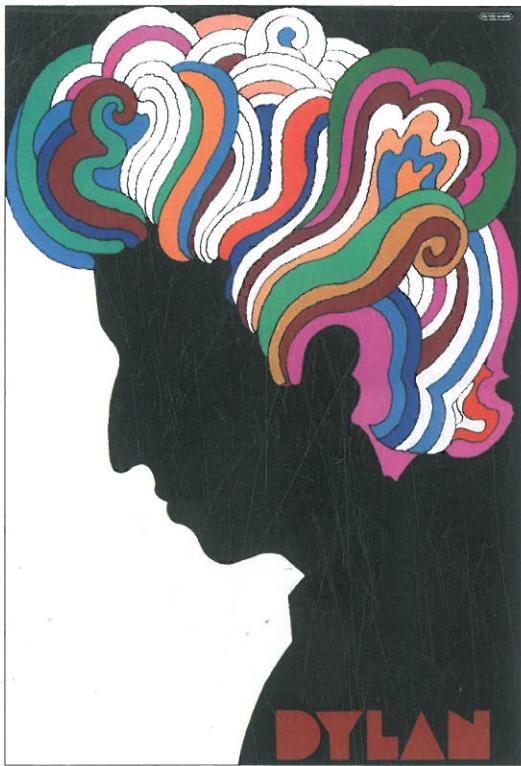
Kada ja kažem
„*sasvim dovoljno je više*“,
ja zapravo želim reći da se
i jednostavnost i složenost u
jednakoj mjeri mogu iskoristiti
kako bismo nekome prenijeli
željenu poruku ...

njima svojstvene vrline niti jednog od tih dvaju pristupa umjetničkom izražavanju.

Slažem se s Vama. Niti jednostavnost niti složenost ne mogu biti jedino rješenje u umjetničkom izražavanju, već mogu postojati jedino u stalnom dijalogu. Gospodine Milton,

kada već govorimo o načinima slanja umjetničkih poruka, dozvolite mi da Vas pitam o načinu na koji Vi komunicirate s Vašom publikom. Naime, poznati ste po tome što ste u Vašim porukama "izravni, jednostavni i originalni". Kako uspijivate doprijeti određenom slikom, dizajnom i općenito, bilo kojim Vašim umjetničkim ostvarenjem do tako velikog broja ljudi diljem svijeta odjednom? Kako se umjetničkim porukama može ući u srca tako velikog broja različitih ljudi?

Naravno, pa u tome i je stvar, u tome je cijeli smisao posla kojim se bavimo, nije li? U dizajnu, kada on uključuje komunikaciju neke poruke, cijeli proces, kao što sam već ranije rekao počinje



s poznavanjem prirode publike za koju stvaraš. Vjerujem da je najvažnija stvar za svakoga tko se bavi dizajnom poznavanje prirode publike kojoj želimo prenijeti neku poruku. Ranije sam govorio o tome. Ospravedljivo li se na vlastito iskustvo, moje stvaralaštvo oduvijek sam počinjao s pretpostavkom da će u načinu slanja svoje umjetničke poruke i komuniciranja s mojoj publikom biti mnogo prikladniji i učinkovitiji budem li istinski suošćeao s mojoj publikom i do kraja ju razumio. Naravno, teško je do kraja razumjeti baš svaku ciljnu grupu javnosti kojoj se obraćamo, ali općenito govoreći, usuđujem se primijetiti da ljudska vrsta obično reagira na veliki broj vrlo sličnih, ako ne i istih ideja. I, kada imate mogućnost osluškivanja bila javnosti na taj način da putem tog "prisluškivanja" otkrijete te temeljne ideje i slike koje povezuju čovječanstvo, tada imate puno veće šanse da ćete biti shvaćeni.

Vi ste uistinu veliki autor i na neki je način za očekivati da će Vas Vaši sljedbenici i studenti kopirati, da će Vas imitirati u svom stvaralaštvu, jer Vi ste uzor mnogim umjetnicima. Je li Vam uvijek ugodna ta uloga umjetničkog idealnika koja je sama po sebi dosta odgovorna? Kako obično reagirate kada primijetite da Vas neki umjetnik kopira, da netko "krade" Vaše kreativne ideje?

Umjetnici svih vrsta i smjerova žele utjecati na ovaj svijet na ovaj ili onaj način. Svi oni žele da javnost reagira na njihove ideje, a dio te reakcije javnosti na njihova djela su i imitacije i replike kao plodovi tog utjecaja. Ja sam osobno jako sretan kada vidim da moje ideje dopiru do javnosti, kada postaju sastavnim dijelom kulture, a samim time i vrlo korisne. To je nešto čemu sam se oduvijek nadao i čemu sam u svom stvaralaštvu težio. Naravno, zna se, na žalost, ponekad dogoditi i to da netko od umjetnika bude pogrešno shvaćen od strane

javnosti. Tada je ta umjetnikova ideja u tolikoj mjeri loše shvaćena, da kriva predodžba o njoj postaje svi ma nama nepodnošljiva i uznemiravajuća. Ali, općenito gledajući, sama činjenica da ljudi moje ideje smatraju dovoljno korisnima i inspirativnima te kao takvima dostoјnjima repliciranja, čini me neizmerno sretnim i zadovoljnim.

Kako biste Vi definirali ljepotu u današnjem svijetu suvremenih lovaca na zlato, u okruženju materijaliziranog društva, brzog života, kompjuterizacije te sveopceg otudena ljudi koji sve više svojim poнаšanjem nalikuju na humanoidne robote iz nekog futurističkog utopijskog romana?

Ljepota je jedna čudna ideja, duboko ukorijenjena u svim kulturama. Njezina se definicija u raznim kulturama razlikuje tek u detaljima, ali njezina najvažnija karakteristika je jedna vrsta unutarnjeg sklada i zadovoljstva. Ljepota je jedan od temeljnih životnih užitaka, ali osim njezine sposobnosti da proizvodi užitak, ona nam također na svoj način pokazuje kako se trebamo nositi sa svijetom. Poslušamo li taj njezin savjet, uspješno cemo sav kaos i nerед ovoga svijeta držati po strani. Pri tom ne bismo ni u kom

Ja sam osobno
jako sretan
kada vidim da
moje ideje dopiru
do javnosti ...

AN ALUMNI EXHIBITION CELEBRATING COOPER UNION'S 125TH ANNIVERSARY



slučaju smjeli miješati pojmove stilskih ideja s pojmom ljepote. Stil je nešto sasvim drugo, te stilisticke ideje su prolazne i

Ljepota je jedna čudna ideja, duboko ukorijenjena u svim kulturama.

sasvim je izgledno da će jednoga dana sve one nestati. Stvari koje su istinski lijepi, koje u nama

bude smisao za red i jasnocu uspješno odolijevaju prolaznosti vremena, što se jasno može vidjeti tek u stoljetnom vremenjskom odmaku te na kraju ipak ispadaju puno dugotrajnije od svih prolaznih vrijednosti. Ljepota, kao i religija može pomoci društvu da shvati kako surovi materijalizam nije jedina društvena vrijednost.

Do koje mjere je po Vašem mišljenju određeno dizajnersko rješenje ili logo koji predstavlja određeni proizvod ili uslužu istinski povezan sa stvarnom kvalitetom tog istog proizvoda ili usluge koju predstavlja? Koliko istine nam je uopće ponuđeno u porukama oglašivača?

Morali bismo prije svega prihvatići činjenicu da oglašavanje po svojoj definiciji izokreće istinu, što putem izostavljanja nekih činjenica, što putem naglašavanja pojedinih činjenica o nekom proizvodu ili usluzi. Glavni cilj oglašavanja u svim njegovim oblicima je uvijek isti: umanjivanje negativnih karakteristika nečega što propagiramo i naglašavanje pozitivnih kvaliteta tog istog proizvoda ili usluge o kojima je riječ. Problem svih nas, kao sudionika procesa tržišnog komuniciranja leži u tome da uvijek moramo biti sigurni kako prenošenjem naših poruka javnosti ne nanosimo nikakvu štetu niti čimimo ikakvo zlo.

Što se događa kada pornografija zamjeni kvalitetnu literaturu, ili kada dobro dizajnirani auto postane popularniji od onoga koji je inače puno kvalitetniji i funkcionalniji s obzirom na svoju konstrukciju i motor?

Ovisi o tome na što mislite kada govorite o pornografiji. Mi trenutno živimo u povjesnom razdoblju u kojem ima više političke pornografije nego bilo čega drugog, ako se taj termin može iskoristiti na taj način za ilustraciju ponašanja političara. U polju proizvoda, ljudi moraju biti vrlo promišljeni kada odlučuju što će kupiti. Morali

**Glavni cilj oglašavanja ... je uvijek isti:
umanjivanje negativnih
karakteristika nečega što
propagiramo i naglašavanje
pozitivnih kvaliteta ...**

bismo, nadalje, priznati da do neke određene mjere stil kojim je neki proizvod oblikovan također ljudima daje osjećaj zadowoljstva i možda je kao takav nekom određenom društvenom segmentu važniji od primarnih kvaliteta nekog proizvoda koji se najviše tiču njegove učinkovitosti, a to se događa zbog toga što živimo u vrijednosnom sustavu kulture koja više od svega vrednuje status i vanjski izgled. Istina je da zbog tog izokrenutog vrijednosnog sustava neki vrlo vrijedni proizvodi danas propadaju dok istovremeno neki proizvodi znatno slabije kvalitete uspijevaju na tržištu. Ali sve to opet ima najviše veze, više nego s ičim drugim, s željama i potrebama potrošača. Kako se razvio taj kolektivni ukus u smislu želja i potreba potrošača, to je, pak, sasvim neka druga priča.

Zanima me kakvi su Vaši stavovi prema globalnim i antiglobalnim strujama u današnjem svijetu i na koji način presjecanje tih struja određuje kulturne različitosti i sličnosti u raznim krajevima ovoga svijeta?

Ne vjerujem da se na ovo pitanje može jednostavno odgovoriti u nekoliko rečenica. Pitanje globalizma je nevjerojatno složeno. Mi vjerojatno živimo u post-kulturalnom svijetu, jer kultura se najčešće definira zabranama, a današnji svijet, kako se čini, ne zarađuju baš puno toga. Ali, živa je istina da danas dominantne kulture, u ovom slučaju SAD sa svojim sustavom vrijednosti, počinju svojim snažnim utjecajem mijenjati i potkopavati jedinstvene lokalne karakteristike kultura drugih zemalja. To je jedna od mnogih cijena gospodarskog razvoja, ali to je po često puta ona cijena s kojom ljudi nisu baš najsretniji. Palo mi je na pamet da je jedan od najdubljih načina mijenjanja kineske kulture, na primjer, uvođenje McDonald's-ovih hamburgera koje će na neki način imati učinak mijenjanja izvornog kineskog načina prehrane. Prijelaz s tradicionalnih zajedničkih objeda, pri kojima svi ljudi zajedno objedu dijeleći istu zdjelu sa serviranom hranom, na obroke

**danас dominantne kulture ...
počinju svojim snažnim
utjecajem mijenjati i
potkopavati jedinstvene
lokalne karakteristike
kultura drugih zemalja.**

**... to je jedna od onih pojava koje
su većini ljudi nevidljive sve dok
ne postane prekasno.**

The Alphazeds



WORDS BY
Shirley Glaser
PICTURES BY
Milton Glaser

koji se sastoje od jedne porcije u kulturološkom smislu mijenja jedan uvriježen običaj jedne drevne kulture. Ta promjena od kolektivnog i zajedničkog prema individualnom, od kolektivizma prema individualizmu, najvjerojatnije će više oblikovati jedan dio kineske kulture nego bilo što drugo što bi nam moglo pasti na pamet. A opet, to je jedna od onih pojava koje su većini ljudi nevidljive sve dok ne postane prekasno.

Ameriku je nekada krasio epitet "Obećane Zemlje", dok se Europa trudila slijediti njezin svijetao primjer. Danas je situacija nešto drugačija. Mnogi Euroljani zadržavaju svoje pozicije u Europi, ili se čak vraćaju živjeti u Europu iz Amerike. Što je razlog tome i što točno, po Vašem mišljenju, danas kreira američki *image* u postmodernom svijetu?

Tužan je to trenutak za Ameriku, jer je izgubila svoj nekadašnji ugled u obrazovanju i znanstvenom razvoju, zbog njezine predanosti drugim stvarima, a to su ponajviše, što je vrlo očito, profitabilnost, moć i širenje svojih tržišta. Euroljani, s druge strane, kako mi se čini, prolaze kroz jednu vrlo afirmativnu fazu svoje povijesti, a mi kao da smo se izgubili. Naš obrazovni sustav glavni je razlog te promjene. Ali, ta promjena *image-a* dogodila nam se između ostalog i zbog toga što su kulturne i društvene vrijednosti usmjerene prema njegovoj zabave kao ultimativne vrijednosti iznad svih ostalih, što je sasvim sigurno oslabilo demokratsku ideju koju je Amerika nekada predstavljala. Amerika po meni pati, ne samo od oslabljenog *image-a*, već i od smanjenog osjećaja svrhovitosti.

Koga od umjetničkih velikana svih vremena najviše cijenite i zbog čega baš njih?

Ono što se obično cijeni kod velike umjetničke vrijednosti je intenzitet vizije i osjećaj pojačanja životne kvalitete koju ona u nama uspijeva izazvati. Postoji cijeli niz umjetnika u povijesti čovječanstva koje cijenim. Teško mi je nabrojati sve njih, jer ih doista ima puno, ali to su svakako Vermeer, Rembrandt, Piero della Francesca, Monet, Manet, Picasso, Matisse..., mogao

bih ih nabrajati u nedogled. U stvari cijela povijest umjetnosti najbolji je putokaz svima nama koji radimo na poljima dizajna i umjetnosti općenito.

Koga najviše cijenite od Vaših kolega i suvremenika?

Mislim da je nemoguće odgovoriti na ovo pitanje bez uzrokovanja nekih nezadovoljstava, jer uistinu cijenim mnogo mojih suvremenika, a ne bih htio ovom prigodom neke od njih zanemariti.

Što mislite o istaknutom hrvatskom dizajneru Mirku Iliću i kako je počela vaša zajednička suradnja?

Jednom prigodom Mirko je bio došao do mene sa svojim portfeljom koji je u svojoj biti bio uređivački. Bio je inspiriran narativnošću i idejom da postoji subjekt i priča koja treba biti ispričana, a ne pukom dekorativnom kvalitetom ilustracije kao takve. Ja sam oduvijek bio zainteresiran za ulogu ilustracije kao sredstva za pričanje priča nasuprot jednostavnoj stilističkoj formi. Ono što je uвijek iznova interesantno u Mirkovu stvaralaštву je činjenica da se sve rađa s onim najbitnijim ciljem, a to je prenošenje neke poruke publici. A, kako ja smatram da je to najvažnija svrha i ilustracije i dizajna, kad god nečiji rad izrazi tu ideju, ne mogu odoljeti njezinoj privlačnosti.

Što Vas najviše inspirira u Vašem stvaralaštvu?

Ne mislim da moja inspiracija leži u nekoj pojedinoj stvari osim ideje o poslu kao takvom. Evo, baš sam neki dan pročitao negdje jedan interesantan citat koji bih želio podijeliti s Vama, a on glasi: "Osoba koja je pronašla svoj posao pronašla je i svoj smisao života." Izuzetno sam zahvalan činjenici što sam otkrio ovaj način postojanja na ovome svijetu. Sretan sam što sam kroz otkrivanje dizajna i umjetnosti ujedno otkrio i smisao svoga života. Inspiracija za mene predstavlja isključivo mogućnost da svakodnevno mogu biti kreativan i da mogu stvarati, pa je u skladu s tim sasvim razumljivo da mi ona donosi bezbroj radoći i zadovoljstva.

Vi često naglašavate kako iznimno cijenite afričku kulturu. Koja je po Vašem sudu lekcija koju bi ostatak svijeta mogao naučiti od Afrike i njezinih ljudi?

**cijela povijest umjetnosti
najbolji je putokaz
svima nama koji radimo na poljima
dizajna i umjetnosti općenito.**

**"Osoba koja je pronašla
svoj posao pronašla je i
svoj smisao života."**

Ima nešto na što se često pozivam u razgovoru o Africi. Afrikanci nemaju riječ za "umjetnost" u svojoj kulturi. Ali su zato ideja o nečemu što je dobro napravljeno, ideja ljepote i ideja dobrote sve međusobno povezane. I ja mislim da je odnos između dobro učinjenih stvari i stvaranja dobrog općenito vrlo važna ideja koju bismo trebali preslikati na kulturnu povijest cijelog svijeta. Balinežani također imaju jednu predivnu izreku koja glasi: "Mi nemo riječ za umjetnost, mi jednostavno sve što radimo radimo na najbolji mogući način."

Afrikanci nemaju riječ za "umjetnost" u svojoj kulturi. Ali su zato ideja o nečemu što je dobro napravljeno, ideja ljepote i ideja dobrote sve međusobno povezane.

prijateljem ili neprijateljem originalne umjetničke kreacije? Na koji način suvremena tehnologija, općenito govoreći, utječe na umjetničku maštovitost?

O ovoj se temi toliko raspravlja da je već pomalo postala i dosadna, nadam se da se slažete. Moje osobno stajalište o tom pitanju je da se kompjutori upliču u praksi crtanja ponajviše u umjetničkoj školi, jer računala dominiraju u profesionalnim aktivnostima, dok je crtanje ostavljeno po strani na račun učenja raznovrsnih kompjutorskih programa, jer poznato je da je vrijeme studiranja ograničeno, pa za crtanje jednostavno ne ostaje dovoljno vremena. Kao rezultat toga, studenti umjetnosti više nemaju mogućnosti prakticiranja crtanja koje su imali nekad. A, vještina crtanja ne može se razviti bez stalne vježbe, baš kao što i sviranje nekog glazbenog instrumenta zahtijeva kontinuitet vježbanja. Ali crtanje je, ponavljam, način doživljavanja svijeta, a ne način izrade prikaza toga svijeta i njegov nestanak predstavlja svojevrstan gubitak u našem razumijevanju od čega se sve sastoji ovaj svijet. Toliko je danas teško shvatiti da je ovaj svijet zapravo stvaran. Računalo ne čini baš ništa kako bi nam pomoglo u tom razumijevanju, ali crtanje to svakako čini. Naočitija manjkavost kompjutora je činjenica da sve što se koristi u kompjutoru, do neke mjere ima svoje pred-postojanje. Većina ljudi danas koristi računala za prikupljanje ideja drugih ljudi i oblika stvorenih od strane nekog drugog. Ovime ne namjeravam implicirati da je to nešto loše i da to ne mora

Do koje mjere su računala doprinijela postepenom zanemarivanju klasičnog crtanja? Smatrate li računalnu tehnologiju

također na neki način biti kreativno. Ali, naša intelektualna lijenost potiče dominaciju računala te bismo mogli reći da računala danas vladaju našim misaonim procesima. Sredstvo kojim se koristimo oblikuje naš mozak, i, koliko ja vidim, veliki dio grafičkog dizajna danas je proizведен kompjutorskom tehnologijom te bismo mogli reći da je kao takav postao repetitivan i banalan.

Oglašivačka industrija educira javnost na jedan specifičan način. Ima li po Vašem mišljenju suvremena oglašivačka struka uvijek na umu etičke norme dok radi na realizaciji pojedinih šokantnih i kontroverznih kampanja, na primjer, koje bi i te kako mogle imati negativan utjecaj na javnost? Je li uvijek lako pobijediti emocije dok se radi na realizaciji tih kontroverznih marketinških kampanja? Je li uvijek jednostavno odvojiti pravu umjetničku inspiraciju od "pukog izvršavanja zadatka" kako ste jednom rekli?

Nisam siguran možemo li umjetničku inspiraciju povezati s ovom tematikom, ali dozvolite mi da citiram moj uvod u vrlo poučan tekst pod nazivom *The Road To Hell* (Put u Pakao). Naime, jednom sam prigodom izradio test pod nazivom *The Road To Hell*. U to vrijeme upravo sam bio završio ilustriranje jednog dijela Danteove Božanstvene komedije za jednog talijanskog izdavača. Kada sam tek bio dobio zadatak za ilustriranjem Čistilišta, tematski suprotstavljenog Paklu, isprva sam bio vrlo nesretan zbog toga. Kao ilustratoru, Pakao mi se činio puno većim izazovom od Čistilišta, a i sadržajno mi se činio interesantnijim. Iskreno, ja do toga trenutka zapravo nikada nisam do kraja bio shvatio tu razliku između Pakla i Čistilišta te sam krenuo u ponovno istraživanje te razlike, želeći si olakšati rad na tom zadatku. Kao što znate, razlika je samo u tome što oni u Paklu nisu svjesni zašto su smješteni u Pakao i osuđeni su na vječni boravak u njemu. Oni u Čistilištu su, pak, svjesni svojih grijeha i imaju mogućnost da svojom dosljednošću postepeno izađu iz Čistilišta pomičući se automatski na višu razinu. Ta činjenica odmah mi se učinila zanimljivom i u trenu mi je približila temu Čistilišta čineći ga relevantnijim i razumljivijim, jer, kada malo bolje razmislimo, Čistilište je mjesto na kojem se na neki način većina čovječanstva trenutno nalazi. U svakom slučaju, naša svijest o svemu što radimo u životu na bilo kojem polju ljudske djelatnosti čini mi se i te kako vrijednom promišljanja.

naša
intelektualna
lijenost
potiče
dominaciju
računala

Dozvolite mi da Vam sada, kao najbolji odgovor na Vaše pitanje, pročitam *The Road To Hell (Put u Pakao)*, niz pitanja koja sam sastavio kao moju poruku dizajnerima i koja postaju sve teža što dublje zalazimo u njih. Prvih nekoliko je sasvim jednostavno, ona glase:

Biste li

1. Dizajnirali ambalažu kako bi ona izgledala veća na policama trgovina?
2. Kreirali oglas za spor, težak i dosadan film kako biste ga prikazali kao veselu komediju?
3. Dizajnirali grb za novu vinogradarsku tvrtku kako biste sugerirali javnosti kako je ona u poslu već duže vrijeme?
4. Dizajnirali omot knjige čiji seksualni sadržaj osobno smatrate krajnje odbojnim?
5. Izradili oglašivačku kampanju za tvrtku čija povijest je poznata po diskriminaciji u sferi zapošljavanja manjina?
6. Dizajnirali pakiranje za žitne pahuljice za kašu namijenjene djeci, koje imaju nisku hranjivu vrijednost i previsoki sadržaj šećera?
7. Dizajnirali liniju majica za proizvođača koji zapošljava dječju radnu snagu?
8. Kreirali promociju za dijetni proizvod za koji pouzdano znate da nije učinkovit?
9. Dizajnirali oglas za političkog kandidata čiju politiku smatrate ugrožavajućom po cijelokupno društvo?
10. Dizajnirali brošuru za terensko vozilo koje se preokrenulo više puta nego što je uobičajeno u opasnim okolnostima usmrтивši 150 ljudi?
11. Dizajnirali oglas za proizvod čija učestala uporaba može izazvati smrt korisnika tog proizvoda?

Zahvaljujem. Ovo je izvrsno!

U svim medijima u posljednje se vrijeme sve više počinje govoriti o ekologiji. Čovječanstvo počinje biti sve zabrinutije za budućnost naše planete. Moguće posljedice zagađenja moguće bi biti pogubne za sve nas. Koliko pozornosti suvremenim dizajneri polažu na buđenje svijesti o očuvanju naše planete? Iskreno govoreći, neki od dizajnera polažu veliku pozornost ekološkoj osviještenosti, dok neki u svom radu ne obraćaju pozornost na te probleme. No, moramo imati na umu činjenicu da su dizajneri u velikoj mjeri u svojoj biti svoga posla potpuno nemoćni, osim onih koji se na neki način žele odmaknuti

od svojih klijenata i zadržati svoj jedinstveni način komunikacije s tržištem, tj. javnošću. Ovdje ponajprije mislim na borbene dizajnere, ali oni su samo jedna frakcija unutar cijele dizajnerske struke. Općenito govoreći u cjelokupnom se društvu doista sve više budi svijest da je svijet u opasnosti, pa se shodno tome i mnogi dizajneri čine sve osvještenijima o tom problemu. Smatram da je vrlo teško izvršiti jak utjecaj na postojeći sustav u smislu buđenja svijesti o nekom problemu, jer ulazak u polje ljudske svijesti oduvijek je bilo vrlo teško, posebno kada uzmemu u obzir nepobitnu činjenicu – moć i kontrolu koju danas velike korporativno orijentirane institucije imaju nad javnim tj. tržišnim komuniciranjem. Ali, bez obzira na to, društvena svijest iz dana u dan sve više raste. I, kako situacija postaje sve gora, možemo se još samo nadati da će u budućnosti koja je pred nama sve više ljudi početi reagirati u smjeru tog osvješćivanja javnosti o nastalim problemima koji se tiču cjelokupnog čovječanstva.

Dozvolite mi da Vas pitam, gospodine Glaser, koja bi bila Vaša poruka hrvatskim dizajnerima i kreativcima koji su inače Vaši veliki obožavatelji?

Pa, kao što sam i prije rekao kada sam aludirao na doktore i ostale praktičare koji su licencirani, princip djelovanja na taj način da ne činimo nikakvo zlo pokazao se vrlo učinkovitim na svim poljima ljudske djelatnosti i smatram da bi u skladu s tim on trebao biti vrlo korisna uputa za sve nas.

Što Vi kao grafički dizajner smatrate svojim najvećim uspjehom?

Svojim najvećim uspjehom smatram činjenicu da sam imao dugu karijeru i da se danas još uvijek veselim svakom novom danu i uvijek nekim novim mogućnostima da naučim nešto što prije nisam znao.



Možete li mi reći nešto o uspjehu Vaših dvaju knjiga *Graphic Design (Grafički dizajn)* i *Art is Work (Umjetnost je posao)* na američkoj i svjetskoj sceni?

Da budem iskren, teško mi je odrediti uspjeh mojih knjiga, ali sam siguran da se njihov uspjeh na tržištu ne može usporediti s uspjehom najprodavanijih knjiga u Americi. Ali, čini se da su moje knjige našle svoju publiku. Knjiga Grafički dizajn nalazi se na tržištu već preko 30 godina, što je vjerojatno i svojevrstan rekord za knjigu te tematike.

Koja je Vaša životna filozofija?
Zlatno pravilo.

A, u čemu je tajna Vašeg uspjeha?

**Za uspjeh su,
po meni, potrebni
naporan rad
i puka sreća.**

Vjerojatno ne postoji neka tajna formula uspjeha. Za uspjeh su, po meni, potrebni naporan rad i puka sreća.

Na samom kraju našeg razgovora, možete li mi, molim Vas reći koja je Vaša poruka svijetu nakon sve brojnih tragičnih datuma koji pogađaju svijet, kao što su svojevremeno bili 11. rujan 2001. i 11. ožujak 2004.? Postoji li način da zaustavimo svjetski terorizam i uspostavimo svjetski mir, ili će to zauvijek ostati samo utopija? Kada bih barem znao odgovor na to pitanje, bio bih najsretniji čovjek na ovome svijetu.

Dragi gospodine Glaser, najljepše Vam hvala na vrlo inspirativnom razgovoru. Bio mi je užitak razgovarati s Vama.
Hvala Vama, bio mi je užitak s Vama podijeliti moja razmišljanja.

Časopis Zvono broj 40/41, srpanj/kolovoz, 2004. godine