

Oliver Vodeb

Intervju z April Greiman

November 2004

Najboljši oblikovalci so tudi verbalno zelo artikulirani

April Greiman je pomembna oseba v zgodovini oblikovanja. Prava ikona. V osemdesetih je bila med prvimi, ki so zaslutili možnosti osebnega računalnika in ga začeli uporabljati kot orodje za oblikovanje. Pri svojem delu veliko uporablja intuicijo, zelo pa jo zanimajo tudi miti, simbolizem, prostor in eksperimentiranje. Živi v Los Angelesu, je nosilka treh častnih doktoratov ter lastnica motela nedaleč od LA-ja. Predava na univerzi in vodi majhen studio z imenom »Made in Space«. H komunikacijskim problemom rada pristopi celostno in jih postavlja v širši kontekst, kar pa ni nujno pravilo v svetu profesionalnega oblikovanja. Prijazna in zelo dostopna se mi je v pogovoru velikokrat zazdela zaskrbljena zaradi trenutne svetovne situacije, razumevanje oblikovanja pa vidi kot enega močnejših orodji za reflektirano delovanje v današnjem svetu.

Oliver Vodeb: V preteklosti ste ustvarili podobo oblikovalca kot tehnološkega vizionarja. Ustvarili ste novo kulturo v oblikovanju, saj ste anticipirali računalniško tehnologijo in zaznali njegove možnosti za oblikovanje. Računalnika ste se lotili zelo intuitivno. Kaj bi po vašem mnenju bil oblikovalec kot družbeni in kulturni vizionar?

Pomembno je najti načine, da pokažemo ljudem, da računalnik kot orodje nakazuje proces. In ta proces je v najboljšem primeru spodbujanje zavedanja o nekaterih globljih in bolj pomembnih stvareh v naši kulturi. Kot izobraževalka poskušam animirati ljudi naj razmišljajo o tem, zakaj razmišljajo tako kot razmišljajo. Ideja je še zmeraj kraljica. Vse kar delaš s srcem bo dobro. Z nekaj talenta je to zelo lahko. Ampak tisto kar ni lahko je, iti globlje v reševanje problemov ter prava zmožnost imaginacije predstavljanja. Nekdo me je vprašal kako pridem do novih idej. Mislim, da ni novih idej. Gre za množstvo nasprotnih pozicij in za različne vizije in vizualizacije idej.

Oliver Vodeb: V začetku je bila uporaba računalnika kot orodja za oblikovalce zelo osvobajajoča. Danes mladi oblikovalci in oblikovalke uporabljajo za svoje delo skoraj samo še računalnike. Skoraj nihče več ne oblikuje z roko. Po mojem mnenju bi dober oblikovalec moral znati oblikovati z računalnikom in z roko. Kakšno je vaše mnenje o tem?

April Greiman: Ko sem sama začela za oblikovanje uporabljati računalnik, računalniška estetika še ni bila razvita.. Ni bilo ničesar s čimer bi lahko primerjala ali po čemer bi lahko sodila. Računalnik je bil orodje, ki je opozarjal na globok proces. Ne samo, da si z računalnikom lahko delal drugače, tudi razmišljal si lahko drugače o stvareh. Imela sem srečo, da sem bila na pravem mestu ob pravem času. Bila sem srečna, da sem imela ozadje, ki je bilo zelo zahtevno. Prihajala sem iz baselske šole, šla sem skozi naporen trening, veliko smo delali z roko, veliko smo se učili veščin koordinacije med očesom in roko. Glede tehnologije, ker estetika še ni bila razvita, sem se počutila svobodno. Nisem razmišljala o tem, da bi ustvarila novo estetiko, želela sem le poskusiti različne stvari. Še pred baselsko šolo sem študirala keramiko. Sem oseba, ki si rada umaže roke, z resnično naklonjenostjo do tipnega in vonja. Zame je bilo delo z Machintoshem igra. Tudi sama sebe nisem sodila. Dovolila sem si raziskovati princip možnosti. Možnosti, ki jih je omogočal računalnik so bile precej v megli in je bilo treba poskušati. V tem procesu se je včasih zdelo, da sem delala napake, ampak potem sem si rekla, da to niso napake, poskušala sem biti čim bolj odprta. Sposobna sem bila uporabiti zelo tradicionalno disciplino na popolnoma drugačnem področju, neke vrste še ne-disciplino v porajanju. In velikokrat je spodletelo. Leta 1984 je bil računalnik neprimeren kot tipografsko orodje. Tudi z barvami je spodletelo, ker je bilo možno uporabljati le črno in belo. Ampak potem sem pogledala na druge stvari, ki so bruhale iz mene in prihajale iz tiskalnika. Uporaba nekaterih dodatkov kot npr. to, da si priklopil videokamero na »Maca«, izbral sliko, jo stiskal in je bila »super pikslasta« ... take stvari. Spoznala sem, da imamo tukaj DNK računalnika, tukaj imamo DNK tehnologije. To je bilo zame zanimivo, saj sem tik pred tem študirala in delala na področju videa. Poskušala sem prenesti izkušnje in podobe iz videa v moje oblikovalsko delo.

Oliver Vodeb: Večina oblikovalcev uporablja za svoje delo programe kot sta Photoshop ali Illustrator. Razmišljal sem ali lahko govorimo o določeni standardizaciji oblikovanja? Velik del našega vizualnega okolja je narejen s tema dvema programoma. Čeprav gre za programa, ki omogočata veliko, imata še vedno omejitve. Omogočata določeno število določenih rešitev. Prav zaradi tega se zdi, da lahko govorimo o standardizaciji. Kaj menite o tem?

April Greiman: Ja, strinjam se. Na svetu vse izgleda zelo homogenizirano. V nekem globljem smislu moramo biti pozorni na to, da je način kako ubijemo določeno kulturo ta, da ubijemo njihov jezik. Povsod na svetu imamo takšne primere s staroselci. V Ameriki se to dogaja z Indijanci. Podobno je z računalniškim jezikom, kjer vsi uporabljajo isti jezik. Gre za tako delikatne stvari, ki so lahko povežene. Veliko sem predavala na fakultetah za arhitekturo. Kar se dogaja na področju arhitekture je zame še bolj strašljivo.

Študentje arhitekture so tisti, ki bodo gradili naše fizično okolje in nimajo občutka, ne uporabljajo čutov. Vse je sintetično in virtualno. Kako lahko sploh vemo kaj je res, če pa stvari nimajo vonja in okusa? Moja vizija družbeno kulturnega vzora so učitelji in mentorji, ki naučijo ljudi misliti, raziskovati in tudi predstavljati raziskave. Umetniki in oblikovalci veliko lažje predstavljajo vizualno. Toda najboljši oblikovalci so tudi verbalno zelo artikulirani. Ko učim, poskušam študente naučiti, da počakajo z obliko dokler ideja res ni dodelana. Poskušam jih naučiti biti samokritične in se pogovarjati, odpirati vprašanja v razpravi. Kot praktik moram priznati, da vedno, ko začnem z novim delom, po nekaj dneh le-to zgleda vsaj malo podobno projektu, ki sem ga pravkar končala. Te stvari pa so zapisane v našem DNKju. Le ta usmerja našo kemijo, živčevje in vse informacije okoli istih korenin. Tak je sistem. Sistem, ki je bolj zanesljiv. Kakšne pa so poti, da se izklopimo iz istih vzorcev, ki so programirani v našem DNKju? Seveda so tukaj tudi kulturni vzorci in vprašanje je kako jim lahko uideemo.

Kar je programirano v računalniku je princip možnosti. To pa je tisto, kar vsi potrebujemo v naših življenjih. Vse je že skoraj določeno. Kako je biti človek, kako razmišljati itd. Računica je narejena. Kar potrebujemo je to, da prekinemo program, program, ki določa naš razvoj in delovanje. Naučiti se je treba kako razviti kriterije za to, da opazimo kateri trenutek je najboljši za to, da se ustavimo in spremenimo smer. Naslednji problem v profesionalnem svetu pa tudi v šolah je ta, da je preveč oblikovalcev. Več je oblikovalcev, grafičnih oblikovalcev, kot je služb. Seveda je možno najti službo v lokalni tiskarni ali namiznem

založništvu, toda pravih, dobrih služb ni dovolj. Amerika, in to velja za celo našo industrijo, postaja vedno bolj dolgočasna, ker smo v naši kulturi tržno orientirani.

Oliver Vodeb: Kaj je za vas etično oblikovanje?

April Greiman: Poslušati lastno srce. Glava mora biti v službi srca.

Oliver Vodeb: Bili ste partnerica Pentagrama. (<http://www.pentagram.com/>) Velikega oblikovalskega podjetja. Velika imena, veliki, pomembni projekti itd. Gre za elitistično in prestižno podjetje. Kako deluje Pentagram in katero je bilo najbolj radikalno delo, ki ga je Pentagram napravil?

Govorim lahko le o tem, kar sem videla v letu in pol kolikor sem bila partnerica Pentagrama. Pentagram deluje kot skupek butikov. Kar je dobro je to, da si lahko deliš resurse, npr. računovodstvo, tajnico, etc ...

Ko gre za Pentagram, ne bi uporabljala besede radikalno. Mislim, da je Pentagramovo delo visoko korporativno. Naročniki, ki si želijo bolj radikalne rešitve, ne bi šli k Pentagramu. Prvič, ker si ga verjetno ne morejo privoščiti, drugič, ker nočejo visoko dodelanega korporativnega izgleda. Pentagram nosi za sabo določeno kulturo, ki odseva v njihovem delu. Iz tega razloga nisem več partnerica, ker njihova kultura ni bila prava zame. Najprej sem mislila, da bo. Razlog, da so me povabili k sodelovanju je bil najprej razvoj novega trga na področju Los Angelesa. Želeli so si tudi razširiti posel na multimedijo in nove medije. Naše videnje integritete pa je zelo različno. Mislim, da sem prišla tako daleč kot sem zato, ker sem bila vedno motivirana s kakovostjo projekta. Denar me ni nikoli motiviral. Delam za nekatere izmed najboljših naročnikov. Zadnja leta so bila v Ameriki zelo slaba za ekonomijo. Velikokrat so projekti, ki jih delam, slabo plačani, ampak to zame ni tako pomembno. Pomembno je, da delam zanimive in dobre stvari. Pentagram je kot agencija z določeno metodologijo. Naročnik napiše brief, oblikovalci pa ga izvedejo. Pri meni je drugače. Naročniki pridejo k meni in rečejo, da ne vedo ali potrebujejo spletno stran ali knjigo. Ne vedo ali potrebujejo film ali billboard. In to je tisto kar me zabava pri takem delu. Zelo rada poskušam in raziskujem stvari, že samo zaradi kreativnega užitka. Treba je poskušati in

eksperimentirati, ne pa misliti samo na denar. Kdor gre k Pentagramu mora pričakovati grafično oblikovalsko rešitev za svoj problem. Sama nisem le grafična oblikovalka. Takšna je bila sicer moja izobrazba, toda kjer sem jaz odskočila iz vlaka je bil video in računalnik. To je bilo zame veliko prebujenje. Pojma nisem imela kaj se dogaja, želela pa sem si poskusiti. Zaradi baselske šole sem imela lastno ponotranjeno estetiko, ki sem jo lahko uporabila za kar koli. Morda je to arogantna pozicija, toda počutim se udobno vsaj za to, da raziskujem zadeve, če jih že ne izvedem. Sem večna študentka.

Oliver Vodeb: Prej ste rekli, da vzpodbujate študente, da razmišljajo o tem kako razmišljajo...

April Greiman: Primer tega je bil, da sem med vojno v Iraku prenehala gledati CNN. Vsak dan, ko sem prišla domov, je bila prva stvar ta, da sem prižgala televizijo in gledala kaj se dogaja v tej neumni vojni v Iraku. Bilo je kot magnet in razmišljala sem zakaj bi počela to, ko pa je toliko stvari, ki jih lahko počnem namesto tega. Nekateri mediji so zelo mamljivi. Pozorni moramo biti tudi na to, da je v naši človeški vrsti nekaj, kar se osredotoča na negativne stvari. Kot na primer, če je na cesti nesreča, bodo vsi prileteli in gledali kaj se je zgodilo. V naših genih je neka zlovoljnost, neka morbidnost. Zavest pomeni biti sposoben osredotočenja. Še vedno smo lahko ljudje, smo bolni in vse te reči toda lahko začnemo tudi disciplinirati naš intelekt. To pa ni nujno del izobraževanja, čeprav bi moralo biti.

Oliver Vodeb: Osebno mislim, da je nujno potrebna kritična distanca do našega okolja in predvsem do komercialnih komunikacijskih praks. Tudi, če oblikovalec dela komercialne projekte, bo zaradi kritične distance veliko boljši oblikovalec. Bi se strinjali z mano?

April Greiman: Seveda. Ampak to je težko. To je na primer eden izmed razlogov, da sem bila zainteresirana za partnerstvo v Pentagramu. Želela sem si pogovarjati s partnerji na kosilu, na letalu o našem delu in izmenjavati ideje. To se mi je zdelo tako krasno. Toda to se nikoli ni zgodilo, saj so bili vsi prezaposleni, vsi so samo divjali iz enega sestanka na drugega in se ukvarjali z naročniki. Kritična distanca in razmišljanje je nekaj kar je potrebno učiti. Vedno pravim, da se je treba pogovarjati. Ugasnimo računalnike in se pogovarjajmo! Imejmo razpravo. Ni potrebno, da se pogovarjamo o kompleksnih in težkih idejah, lahko se

pogovarjamo o popolnoma enostavnih stvareh. Veliko dobrega oblikovanja je zelo enostavnega.

Oliver Vodeb: Močno dvomim, da je mogoča še ena takšna tehnološka revolucija, kot ta, ki ste jo vi pomagali zagnati v oblikovanju, ko ste v začetku osemdesetih začeli uporabljati Machintosh. Kje mislite je še prostor za revolucijo v oblikovanju?

Vedeti morate, da sem bila, ko sem začela, popolnoma nedolžna. Nisem imela pojma kaj se bo zgodilo. Mislim, da sem bila na pravem mestu ob pravem času z raziskovalnim duhom. Ne vem točno, kaj naj si mislim o prihodnosti in o tem ali so revolucije še možne. Rezultati zadnjih volitev so mi vzeli precej poguma, da bi imeli kulture z izdelano estetiko in izdelanim sistemom vrednot. Preveč smo pod vplivom trga in vse se vrti samo okoli tega, kje bodo največji dobički. Ponavadi sem precej optimistična oseba, zadnje tedne pa sem kar pesimistična.

Oliver Vodeb: Zaradi rezultatov volitev?

April Greiman: Ja. Nekoč smo bili občudovana in konkurenčna kultura. Res, bili smo vedno neumni in debeli, ampak ljudje so vseeno mislili, da se v ZDA dogaja nekaj svežega, da iz Amerike prihajajo dobre ideje in dobre stvari. Sedaj pa smo v posmeh vsemu svetu in to me zelo boli. Ne gre samo za Busha. Izgleda, kot da Amerika postaja nema. Amerika je nerazmišljujoča kultura. Amerika je neumna kultura. Kje so mlajše kulture, ki nimajo vse te vojne prtljage? Negativni vplivi se šele začenjajo. Trenutna administracija bo sprejela zakone, ki bodo zaustavili ekološki napredek za naslednjih trideset let. To je resnično zelo dolgo. V tem prostoru je skupina držav, ki je šla skozi državljanske vojne in podobne reči. Tukaj je čutiti vibracije, ki so plod zatiranja. Veliko je kreativnosti in stimulansov kadar ni veliko denarja. Zato sem tukaj. Prej ste mi povedali, da je v Sloveniji oglaševanje zelo močno in da že postaja dolgočasno. Gre za globalni problem. Korporacije, ti veliki konglomerati, ustvarjajo kulturo. Kar dobimo od njih so logotipi, na začetku pa je bila beseda. Kar počnemo je tako zelo močno in na koncu trpimo zaradi vpliva, ki jo imajo vse te stvari na nas. Ponovno, mislim, da se stvari začnejo pri izobraževanju. Ena najmočnejših stvari, ki jih lahko naredimo je, da se učimo o oblikovanju. Imamo dostop do najmočnejših orodij, do televizije in interneta. Upam, da se bo več ljudi ukvarjalo z izobraževanjem v oblikovanju in da bodo

udarjali študente po glavi (smeh). Vendar je težko, ker ima naša industrija tako kratko zgodovino in zaenkrat še ni ustvarila veliko samokritike. Arhitektura npr. ima dolgo zgodovino in je lahko ustvarila veliko kritične teorije. Mi pa je nimamo. Težko mi je biti kritična do lastnega dela. Včasih želim poskusiti in potem pogledati kaj je nastalo, si vzeti čas in razmisliti. Ne želim, da se me takoj sodi. Ampak naše delo je tako kratkotrajno, da izgleda, da se ga sodi v istem trenutku, ko nastane.

Oliver Vodeb: Ko oblikovalci prodajajo, ponavadi uporabljajo lep, standardiziran jezik, s katerim lahko dosežejo čim večje število potrošnikov. Če pa oblikovalec želi izobraževati publiko in bogatiti mentalno okolje, pa mora ustvariti stimulans za samorefleksijo. Kako torej lahko presežemo to kontradikcijo in prodajamo ter smo hkrati odgovorni?

April Greiman: Mislim, da dobro oblikovanje prodaja, pika.

Oliver Vodeb: Že, toda tudi slabo oblikovanje prodaja. Oblikovanje, ki prodaja je ponavadi čisto, svetleče, plehko in deluje na ravni stereotipiziranega, enostavnega jezika v okviru spektakla. V nasprotju vsebuje dobro oblikovanje dar, presežek, ki oplaja in bogati naše mentalno okolje. Kar me zanima je preseganje te kontradikcije.

April Greiman: Če govorimo o etiki in npr. o tem kako napraviti kajenje cigaret privlačno, ali prodajati rakete, bo vsak vedel, da gre za slabo stvar, kakor koli jo bo oblikovalec zapakiral. Škodovala bo veliko ljudem. Morala se začne pri posamezniku, pri posameznemu oblikovalcu. Sama dajem prednost lepoti nasproti grdemu. To je moja estetika. Ko govorimo o lepoti, gre seveda za zelo subjektivne ocene. Delala sem veliko projektov, ki so bili na meji med lepim in grdim. Toda vedno zaupam, kadar je bil proces dela zdrav in razmišljajoč. Takrat vem, da bo moje delo prodajalo in da bo hkrati prispevek k okolju. V kolikor imamo dobro izobrazbo in smo razmišljajoči, potem bo verjetno vse v redu in bo naše delo bogatilo ljudi. Kjer oblikovalcem spodleti je, da so njihova dela zelo površinska. Dela so brez idej. Gre le za formulo, ki je poznana. Dela vsebujejo obliko in barvo, vendar imajo to čemur pravim videz pomena. To pa je nevarnost, še posebej pri mladih. Orodja nam dajo videz. Stvari izgledajo tako spolzko in bajno. Zato vedno vprašam kje je ideja. Če je, kot sem že rekla, proces ustvarjanja zdrav in smo razmišljali o našem razmišljanju in če ob tem uporabimo

vizualne veščine, potem mislim, da je naše delo lahko samo uspešno. Vse pri čemer uporabimo glavo in srce bo dobro. Tukaj se spet vplete princip možnosti. Spremembe se pa začnejo pri posamezniku. Zato je na nas, da izberemo prave ideje in pristope. Mi se moramo odločiti, da ne bomo uporabljali določenih simbolov, jezika, ko komuniciramo, ne glede na to, koliko bomo plačani.

Oliver Vodeb: Veliko komercialnih podjetji se v zadnjem času poskuša predstaviti kot etičnih. Ljudje so postali veliko bolj pozorni na to kaj počnejo podjetja. Zaradi fleksibilnosti trga morajo le-ta seveda komunicirati s svojimi potrošniki, ki iščejo blagovne znamke, ki poleg drugih vrednot komunicirajo tudi vrednoto (družbene in ekološke) odgovornosti. Ali zaznavate te trende in koliko je po vašem mnenju tistih, ki resnično želijo biti odgovorni in koliko tistih, ki odgovornost uporabljajo zgolj kot dodano vrednost blagovne znamke?

April Greiman: Nikoli nisem delala v oglaševanju. Delala sem npr. oglase za naročnike, ko smo lansirali novo identiteto, ko smo stopali na trg z novo podobo.

Oliver Vodeb: Že, toda delali ste in še vedno delate tudi za komercialne naročnike ...

April Greiman: Ja, ne zavedam pa se, da bi imeli moji naročniki tako slabo ime, da bi se poskušali repositionirati in postati »odgovorni«. Morda sem preveč optimistična toda vedno mislim, da se bo na koncu pokazala resnica. Na dolgi rok se vedno pokaže resnica. Težko je saj velika podjetja potrebujejo veliko denarja. To so veliki stroji, ki potrošijo sami veliko in morajo nahraniti veliko ust. Jaz sem navajena proračunov tisočih dolarjih, oni pa so navajeni milijonov dolarjev. Mislim, da bi se podjetja že v samem začetku ne smela ukvarjati z orožjem oz. stvarmi, ki so nemoralne. Dobra morala bi bila, da ne delamo ničesar kar bi komur koli ali čemer koli na tem planetu lahko škodilo. Če kdorkoli dela s problematičnimi naročniki, je najbolje, da zapre podjetje in začne znova. Ker mislim, da ne moreš naličiti svinje (smeh). To bi bilo videti čudno. Mislim, da v kapitalističnem smislu ne moreš imeti posla vrednega več milijonov dolarjev in nekega dne reči, da nečesa ne boš počel, saj potrebuješ določene naročnike in njihove proračune. Za to moraš takrat zapreti podjetje in začeti znova. V koncu je začetek in v začetku je konec, če mislim malce vzhodnjaško. Ampak resnično mislim, da moramo takrat, ko prepoznamo napake, ki smo jih napravili, začeti znova in še naprej delati s tistimi naročniki, ki razumejo naše sklepe in želje.

Napake se dogajajo. Včasih ne razumeš popolnoma kaj neko podjetje počne oziroma kakšen je učinek njihovega proizvoda. Vsem se je nam že zgodilo, da smo doživeli situacijo, kjer smo vedeli, da ni vse prav. Ampak v takšnih trenutkih je potrebna zavest. Takrat ozaveš novo znanje in se odločiš, da boš spremenil strategije sodelovanja z določenim naročnikom.

Spremembe se začnejo s posamezniki. V osemdesetih sem imela nekaj priložnosti delati s tobačno industrijo in podjetjem Northrop Grumman, ki se ukvarja z izdelovanjem raket. Lahko bi napravila tista letna poročila, to so bili zelo donosni projekti. Toda že na čisto osnovni ravni sem mislila, da sploh ne bi mogla imeti dobrih idej, nisem se počutila dovolj pametno, nisem si znala predstavljati kako bi izgledala podoba za takšnega naročnika. Čeprav me je vabil denar sem si mislila, da sploh ne bi smela razmišljati o tem, kako bi lahko nekaj prikazala v drugačni luči.