

Razgovor vodila **Ljubica Jelisavac****VLADAN SRDIĆ**

S amoća, praznina, izolacija, strah, stres, konfuzija, nemanje vremena, emocija i poverenja – prepoznajete li se u tome? Vizuelni spektakl dizajnera Vladana Srdića, pod nazivom "Commonications", realizovan u Galeriji "O3one" na Andrićevom vencu, poziva na otvaranje očiju. Pred čime? Pred manipulacijom čiji ste već nerazdvojni deo. Ipak, vredi upozoriti kao što to čini umetnik, uvideti, nasmejati se samome sebi...

Koncept "Commonications", projekta, spoja advertajzinga, grafičkog dizajna i arta, zasniva se na moćno višeslojnim grafičkim porukama, kao ironičnoj antitezi manipulativnoj prirodi i demagogiji savremenog društva. Ekscentričnim spojem advertajzinga, vizuelne subverzivnosti, ironije, kritičkog humora i asocijativno–psihološkim poigravanjem simbolima komunikacije, "Commonications" su posvećeni otkrivanju nekih od "istina" izraženih u ironično postavljanim pitanjima: Gde uzgajati atomske pečurke? Šta bih danas mogao obući? Srdiće je rođen u Beogradu 1972. godine. Po završenom Fakultetu primenjenih umetnosti, radio je kao art i kreativni direktor u advertising agencijama Saatchi & Saatchi (Beograd, Ljubljana), Young & Rubicam (Ljubljana) i za klijente iz Nemačke, Kanade, Slovenije, Srbije, Ujedinjeni Arapskih Emirata... Poslednjih 6 godina živi i radi u Ljubljani. Od 2003. godine, vodi kreativni butik THESIGN.

Dobitnik je više priznanja na domaćim i međunarodnim festivalima, među kojima su i: "Zlatni Grifon", "Golden Drum", "Best of Bates", "Magdalena", "SOF", "Nagoya Design Do", "Zlati MM", "Majska izložba ULUPUDS–a", "EPICA", "Mladina".

Radovi su mu objavljivani u najuglednijim svetskim edicijama na području vizuelnih komunikacija i grafičkog dizajna: "Graphis Magazine" (Nenj York), "Novum Magazine" (Munich), "Nenj Moment" (Ljubljana), "Mladina" (Ljubljana), "Kvadrat" (Beograd), "This is a magazine" (Milano), "Graphis Books" (Nenj York), "PIE Books" (Tokyo), "Rockport Publishers" (USA), "Rotovision Books" (London). Učestvovao je na oko 35 međunarodnih izložbi, uključujući 4 samostalne. Član je ULUPUDS–a, ICOGRAD–e i Art Directors Kluba Srbije.

Šta se to dogodilo da napravite ovakvu celinu radova usmerenih na pojave manipulacija u savremenom društvu?

Svako ko radi u advertajzingu više godina, kao što ja radim, akumulira kreativnu energiju, koju je teško iskoristiti u onome čime se baviš za život. Kada se takva akumulacija desi, potrebno je otpustiti ventil, da ne bi došlo do eksplozije. Inače, ovo je moje viđenje, odgovor na neka pitanja koja se tiču svih nas, koja će nas se sve više ticati i koja predstavljaju jednu novu, savremenu terorističku pretnju čoveku, mnogo veću od one koju nam predstavljaju kao terorizam. Otuda segment "T-errorism" – globalno protiv lokalnog, u smislu čeprkanja po glavama, a posle, ako pukne bomba, to je samo posledica a ne uzrok. Znači, manipulacija čoveka, pojedinca i društva, manipulacija načina razmišljanja, manipulacija budućnosti, lažiranje činjenica, mislim da je dosta toga očigledno i u majci Srbiji, zar ne? Na jedan prizemniji način, a, pored toga, mislim da su ljudi ovde i navikli na razna obmanjivanja. Svejedno, taj paket zapadnoevropskog manipulativnog sistema stiže sa EU i sa tim novim tendencijama transparentnosti, tako da, što se kaže "Bog, pomagaj".

U Sloveniji, gde rade mnogi naši uspešni dizajneri, živite već



Vladan Srdić, Commonications

šest godina. Kako iskustva te sredine primeniti ovde?

Mislim da nema šanse. To je način razmišljanja pojedinačni, a ne društveni. Divlja zver se dugo pitomi, i ne može se to uraditi preko noći. Slovenci su pitomljeni još za vreme Austro–ugarske. Ali, svaka sredina ima svojih nepovoljnih aspekata. Ako pak pričamo o pozitivnoj strani to je pozicija Slovenije, i ulaskom u EU biće otvorene mnoge mogućnosti. Srbija čak i geografski ima poteškoća da komunicira sa pravim Zapadom.

Na čiji račun mnogo toga stavljate u svojim radovima...

Ovom izložbom sam u najvećoj meri izlazio iz američkog modela, jer je najočitiji i nameće se celom svetu. To je užasno agresivan pristup, kojem nije moguće da kažeš "ne", već samo "da". Ako uzmeš jednu od pojava, zavešće te pod maskom nekog drugog. Recimo, meni je Miki Maus simbol američkih demokrata... Dakle, dolazi do krize identiteta. Otuda serija radova pod nazivom "Identity Crisis" i otuda glava Diznijevog junaka na ženskom provokativnom telu.

Postavljate i pitanje: "Da li mi živimo, ili samo postojimo? Da li ovom izložbom dajete i odgovor na pitanje?"

To ostavljam posmatraču da sam zaključa. To je individualna stvar. *Kako sebe vidite po tom pitanju?*

O tome neću da pričam, zato što sam ja došao da manipulišem drugima.

Dakle, koliko danas i sam kreativan svet manipuliše?

Manipuliše, ali mnogo iskrenije i manje od onih što su nekreativni, što se zovu – vlast. Kreativci su odrasla deca.

A kad su u službi ovih?

Mislite na advertajzing? Ne bih to komentarisao, to je nešto što moraš da radiš da bi bio živ. Učestvuješ onoliko koliko seпустиš. Nema tu mnogo idealizma pogotovo ako radiš za tuđu firmu. *Vidite li sebe kao nekoga ko ume da nametne svoje ideje?* Prilično sam tvrdoglav, i nekako kontam sebe samog kao svog najvećeg naručioca. Kad sebe nagovorim, i kad sam zadovoljan time što je napravljeno, podrazumevam da će i drugi isto reagovati, ili odmah ide u folder "kreten".

Imate li neki dugoročniji cilj?

Cilj bi mogao da bude to da nekako u ovom ludom svetu izboriš svoju slobodu, kakva god bila. Da izmanipulišeš samog sebe da misliš da si slobodan onoliko koliko se daš, kreativno, ljudski i novčano.