

Stefan Sagmeister: Rebel grafického dizajnu

Stefan Sagmeister je jednou z najvplyvnejších a najzaujímavejších dizajnerských osobností súčasnosti. Medzinárodné uznanie si získal za krátky čas. V roku 2000 sa zúčastnil po prvýkrát brnenského bienále – a zvíťazil. V rovnakom čase slávil úspech na podobných prehliadkach jeho body-artový plagát k vlastnej prednáške v AIGA Detroit and Cranbrook Academy of Art s typografiou vyrytou priamo na vlastnom tele. V snahe vytvoriť jednoduchú formu dizajnu, ktorá otrásie divákom, podstúpil osemhodinové fyzické utrpenie zámerne v protiklade k jednoduchosti digitálnych animácií. Plagát sa stal grafickou ikonou deväťdesiatych rokov. Sagmeisterovo nové chápanie dizajnu stavia osobný záujem dizajnéra nad perfekcionalizmus počítačových riešení, čím oslovuje publikum. Autor vychádza v svojej tvorbe z konceptu založeného na jednoduchom, originálnom nápade, ktorým dokáže dielo umocniť. Optické triky, sexualita, spojenie banalít s humorom, irónia a tajomstvo tvoria základ každej jeho práce.

Stefan Sagmeister pochádza z rakúskeho mesta Bregenz pod Alpami. Spočiatku uvažoval o kariére v hudobnej oblasti, počas stredoškolského štúdia v Dornbirne graficky upravoval ľavicovo zameraný časopis Alphorn. V devätnástich rokoch odišiel do Viedne študovať grafiku na Umeleckopriemyselnej akadémii. Po prvom neúspešnom pokuse o prijatie navštevoval súkromnú umeleckú školu, ktorá mu poskytla prípravu na úspešný druhý pokus. Štúdium na akadémii ho však sklamalo a nemalo žiadny vplyv na jeho výtvarný štýl. Sagmeister ho ukončil sériou trojrozmerných pohľadníc, v ktorých uplatnil množstvo invenčných nápadov, okrem iného M. C. Escherom inšpirované optické triky, ktoré neskôr rozvinul v dizajnerskej profesii. Získanie Fulbrightovho štipendia prinieslo v roku 1987 Stefanovi Sagmeisterovi študijný pobyt na Pratt Institute v Brooklyne v New Yorku a poskytlo mu na čas autorskú nezávislosť. Mohol sa zaoberať príležitostnými projektmi podľa vlastného výberu, akými bola napríklad tvorba konceptuálnych vizitiek pre firmu Tonyho Goldmana Little Gold alebo uvítacia plagátová kampaň k návšteve viedenského priateľa Reiniho v New Yorku, keď oblepil ulice v okolí svojho bytu plagátmi s výzvou Dear Girls! Be nice to Reini (Milé dievčatá! Buďte milé k Reinimu).

Počas prázdninovej návštevy Hongkongu v roku 1991 ho očarilo mesto futuristickou atmosférou natoľko, že sa rozhodol hľadať si tam prácu. Sagmeister, ktorého prijali ako reklamného grafika do agentúry Leo Burnett, založil vlastné autonómne grafické štúdio pod názvom Leo Burnett Design Group. Renomé si získal plagátom k súťaži The 4A's (Advertising Agency Association Accredited), ktorý bol výsmechom škrobenosti oficiálnych mravov. Kúzo plagátu spočíva v slovnej hračke, ktorú Sagmeister s humorom sebe vlastným vyjadril v knihe Sagmeister Made You Look (London, Booth-Clibborn Editions 2001) slovami: „Keď z faxu vybehla výzva na účasť na projekte 4A's (v angličtine homonymum pre ass – zadok, pozn. autorky), vec sa prakticky navrhla sama – so štyrmi zadkami ako hlavným motívom plagátu. Problém bol v tom, ako ich stvárniť.“ Práce štúdia Design Group získali ocenenia v miestnych dizajnerských súťažiach. Príliv zákazok a pracovné zaťaženie bolo obrovské. Po dvojročnej praxi v Hongkongu začal Sagmeister premýšľať o zmene. Vrátil sa do New Yorku a vstúpil do legendárneho štúdia Tibora Kalmana s názvom M&Co. Jednou z prvých zákazok bol návrh pozvánok na párty homosexuálov a lesbičiek (Gay and Lesbian Taskforce gala). Sagmeister sa rozhodol pozvánku doplniť darčekomým balíčkom s banánom a slivkou, ktorými vizualizoval slangové výrazy pre rozdielnu sexuálnu orientáciu. Na pozvánke bol citát z biblie: „Podľa ovocia ich poznáte.“ (Matúš 7:20). Keď sa Tibor Kalman rozhodol štúdio uzavrieť, Sagmeisterovi sa po šesťmesačnej praxi v jeho firme naskytla príležitosť otvoriť si vlastné štúdio – Sagmeister Inc. Založenie štúdia (1994) ohlásil originálnym spôsobom – oznámením s vlastnou fotografiou nahej postavy v prázdnom štúdiu s nálepkami. Tie po odlepení odhalili tajomstvo rastúceho sebavedomia, ktoré dizajnérovi poskytuje otvorenie vlastného štúdia. Sagmeisterovým práním bolo špecializovať sa na

grafiku pre hudobný priemysel, a tak na oznámenie vytlačil tri mottá symbolizujúce autorský zámer: „Štýl = Prd. Urobíme všetko pre dizajn. Dizajn pre hudobný priemysel.“ V tvorbe nadraduje Sagmeister ideu nad formu, jeho profesia mu je všetkým a posledné motto bolo v tom čase iba jeho zbožným prianím. Jednu z prvých objednávok dostal Sagmeister od brata Martina: vytvoriť vizuálny štýl pre obchodnú firmu Blue, predávajúcu modré džínsy. Sagmeister zvolil zámerne kontrastné oranžové logo firmy s názvom Blue (Modrá). Ako pre každého dizajnéra, tak aj pre Stefana Sagmeistera sú dôležité objednávky, ktoré mu poskytujú autorskú slobodu. Môže tu naplno rozvinúť vlastnú kreativitu a uplatniť osobitý humor, napríklad plagáty k vlastným výstavám a prednáškam – jedným z nich je i Fresh Dialogue (1996) s dvoma vyplazenými prerastenými kravskými jazykmi. Rozruch medzi dizajnérmí vyvolal Stefan Sagmeister návrhom provokatívneho plagátu ku konferencii AIGA v New Orleans (1997), ponúkajúcej program osemdesiatich prednášajúcich počas dva a pol dňa! Chaos, ktorý organizácia takého programu prináša, vyjadril autor na plagáte metaforou bezhlavej bežiacej sliepky, ktorú umocnil nápisom Ponáhľaj sa!, zostaveným z písma vo forme kuracích nožičiek a doplnil zvolaním: Jambalaja! a ručne písanými vizitkami pre prednášajúcich. V roku 1998 začala spolupráca Stefana Sagmeistera s módnou návrhárkou Anni Kuan návrhom loga. Odvtedy navrhoval Sagmeister originálne pozvánky na jej módne prehliadky. Každá z nich je odlišná, niekedy skrýva tajomstvo (plastovú hračku konika), inokedy je prešitá strojovým stehom či prepálená žehličkou. Podstatnú časť objednávok Stefana Sagmeistera v súčasnosti tvoria práce pre hudobný priemysel. V dizajne hudobných CD, kníh a plagátov sa môže naplno uplatniť jeho hravá invencia, prekvapivé tvorivé riešenia a optické triky. Dizajn pre album Feelings vychádza z nápadu Davida Byrna. Sagmeister pretvoril jeho portrét do plastovej, realisticky vyzerajúcej figúrky Action Mana, ktorého tvár vyjadruje rôzne emócie a pôsobí na obale živým dojmom. Za bookletom nasledoval dizajn rovnomennej knihy, ktorá bola v predaji s plastovou nákupnou taškou. Na booklete Set the Twilight Reeling kombinuje Stefan Sagmeister portrét Lou Reeda s ručne písanými piesňovými textami, ktoré v spojení s fotografiou pôsobia ako tetovanie na tvári. Podľa Reedovho priania má vyjadrovať transformáciu temného charakteru na pozitívnu osobnosť. Výnimočne zložitou objednávkou bola pre Sagmeisterove štúdio práca pre Rolling Stones a ich Bridges to Babylon. Inšpiráciu pre titulnú stranu albumu, sochu mohutného asýrskeho leva s briadkou, našiel Stefan Sagmeister v Britskom múzeu v Londýne. Plastový obal doplnil o strieborný dekor, aby album ladal so striebornou oponou na pódiu. Po náročnom rokovaní skupina návrh prijala a leví motív, korešpondujúci s levím astrologickým znamením Micka Jaggera, dominoval i na plagátoch pri svetovom turné skupiny. Po ročnej pracovnej prestávke, počas ktorej sa sústredil na projekt „inventúry“ vlastnej tvorby, vydal Stefan Sagmeister v roku 2001 knihu Sagmeister Made You Look. Kniha bola rýchle rozobraná a neutíchajúci záujem si vyžiadal jej reedíciu. V súčasnosti sa Stefan Sagmeister venuje projektom so silným sociálnym poslanstvom. Hlavným mottom jeho práce je spôsob, ako sa možno „dizajnom dotknúť srdca“.

Marta Sylvestrová, Moravská galerie v Brně