

УТИЦАЈ, ИМИТИРАЊЕ И ПЛАГИРАЊЕ

ПРЕДАВАЊЕ У ЊУЈОРШКОЈ ШКОЛИ ВИЗУЕЛНИХ УМЕТНОСТИ 1986.

Милтон Глејзер са коментарима Растка Ђирића

Универзитет уметности у Београду, Факултет примењених уметности

Која је разлика између утицаја, имитирања и плагирања? Очигледно је да у култури која слави и награђује индивидуалност и јединственост, дизајнери, да не помињемо песнике, сликаре и композиторе, могу бити забринути због оптужбе да краду идеје.

Ми препознајемо и одобравамо утицаје, јер људска култура, чак и цивилизација, почива на њима. Бетовен стоји на Моцартовим раменима. Утицај чини напредак и промену могућим. Утицај је прихваћен начин дељења и ширења идеја – можемо да гледамо на ову активност као на неки облик дародавства међу групама и појединцима.

Некако нам је мање јасна улога имитирања, иако друге културе, које можда мање брину о улози индивидуалца, а више су заинтересоване за друштво у целини, имају другачије мишљење о имитацији. Као што можда знате, у кинеској уметности и делима, сматра се да имитирање (када је добро урађено), има исту вредност као и оригинал. У већини примитивних култура, имитација историјских модела за ритуалне циљеве захтева приврженост у одржавању форми, тако да магија не буде изгубљена. У овом случају имитирање је крајње пожељно.

Имитирање служи још једној социјалној потреби – установљава контекст или скуп вредности као увод у нове. Кад се идеје не би имитирале, уз много веће тешкоће би продрле у културу. Ван Дајк је имитирао свог ментора Рубенса, и као резултат можемо да боље разумемо и вреднујемо Рубенса.

Од релативно скорог времена, уз концепт вредновања власништва, »оригиналност« представља нешто сасвим ново, без претходника. У почетку је реч »оригиналан« значила нешто што је постојало од почетка времена. Промена је дошла заједно са променом дефиниције уметности од нечега што је добро направљено до нечега новог.

У индустријализованом капиталистичком друштву, имитирање идеје неког другог покреће питање приватног власништва и новчане награде. У таквим условима и сасвим мале штампане споредности као што је црвена бордура *Тајм маџина* или уврнута глиста испод речи *Кока-Кола* постаје објекат вредан милионе долара. То ствара услове у којима скоро свака важнија корпорација запошљава адвокате који коштају од 100 до 300 долара по сату који само немилосрдно истражују могуће повреде заштитног знака.

Изгледа нам да је вредност утицаја јасна, мало се двоумимо кад је у питању имитирање, али се апсолутно слажемо кад је плагирање у питању. Ми га презиремо и осуђујемо као

облик крађе. Јасне границе између та три појма – утицаја, имитирања и плагирања изгледа да је веома тешко утврдити. За људе који се професионално баве дизајном и илустрацијом, ово питање је веома сложено, јер у покушају да створе свој сопствени стил, који има вредност власништва, они истовремено морају да говоре текућим стандардним језиком да би их други разумели. То је нека врста лудог жонглирања



»Не доууститише да Кока кола ујуши наше океане: сатирична еколошка йорука која се йоитрава са пойошйиом Кока коле

код кога је једно око уперено на савременике а друго на сопствени пупак. Није чудо да многи дизајнери започињу нови посао прелиставањем прошлогодишњег годишњака. По правилу сваки практичар развија некакву дијалектичку везу између личне стране свог посла и оне која представља дељење јавних идеја.

Ево најзад и неколико запажања о карактеру имитирања, утицаја и плагирања која могу да помогну у дефинисању њихових разлика. Имитирање и утицај у општем случају обзнањују своје изворе, плагирање их крије. Код прва два случаја стоји као централна чињеница да се њима оригинална идеја наставља и слави, са или без значајних измена. У плагирању намера је да се идеја уновчи и послужи другим разлозима, обично самовеличању или новчаној награди. Покушај да се оригинална идеја прикрије, ствара дело без унутрашњих тензија које поседује оригинални рад. Пошто се само спољашњост копира, плагијате увек карактерише недостатак енергије. После сазнања како је тешко да се јасно установе границе између ових појмова, јавља се још једна запањујућа чињеница – ми их увек разликујемо кад их видимо.

Из монографује Милтона Глејзера *Art is Work*, The Overlook Press, NY, 2000, Превео Растко Ђирић

ЦИТАТ, ПОСВЕТА И НЕКИ ДРУГИ СЛУЧАЈЕВИ

Милтон Глејзер у свом луцидном и у пракси корисном тексту из монографије *Уметност је рад (Art is Work)*, чији сам назив опомиње и упућује на поштен однос према уметности као професији, наводи три термина везана за коришћење туђих дела у уметности, а то су УТИЦАЈ, ИМИТИРАЊЕ и ПЛАГИРАЊЕ.

Појавом интернета архивски и други извори, који су раније били везани за приватне или јавне библиотеке, у невероватној мери су се умножили и постали доступни буквално свима. Наравно, онима који су лењи, неспособни или су кренули за решењем путем мањег отпора, мора бити јасно да је бесконачна библиотека на интернету мач са две оштрице:



Безобразна јапанска варијанта познатог логотипа. Неко ће се претварати а има и доста нејасних (преузето са интернета).

истом лакоћом којом је могуће преузети туђу идеју са мреже, могуће је и ухватити кривца.

Поменуо бих још неколико термина везаних за коришћење туђих дела, као коментар Глејзеровог предавања.

ЦИТАТ представља навођење туђег дела ради бољег објашњења. Он може бити наведен због своје лепоте, мудрости, прецизности или опште познате формулације. У постмодернистичким делима цитати могу да изграде ново и оригинално дело, на исти начин као што то чини колаж у ликовним уметностима. Питање оригиналности може да буде разлика у величини изрезаног исечка.

ПОСВЕТА или ОМАЖ је намеран цитат, али уграђен у ткиво дела, тако да својим више или мање очигледним указивањем на неко друго, најчешће веома познато, дело велича свог претходника.

КОПИРАЊЕ је често део процеса учења. Њиме се, формалним понављањем форме, покушава да уђе у садржину односно дух изабраног узорног дела.

ИМИТИРАЊЕ не мора да буде афирмативно за изабрани повод. Уз мале измене оригиналне форме резултат може да



Француска фирма »Sonatec« и домаћа »Sodaso«. Неслана шала?



Да се »Северо-западни прстен« не сети: досетљиви »Милоје Закић« је отлегалску слику претворио у нејасну!

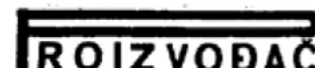
буде иронично или сатирично дело које понекад представља и супротност у односу на повод.

НЕСВЕСНИ ПЛАГИЈАТ обично настаје кад се грађа за стварање неког дела покупи из заборављеног сећања на неко раније виђено уметничко дело. Ову врсту плагијата много је теже открити, јер за разлику од свесног плагијата постоји унутрашњи порив и логички разлог за коришћење »преузетог« елемента или целине. Пред датим задатком већ постојећи нечији мотив несвесно израња из сећања и прихвата се као лична и оригинална творевина. Аутор је убеђен да је идеја лично његова, јер лоша намера не постоји. Кад се прави извор открије, а то најчешће учини неко други, једино оправдање (чак и у евентуалном судском вештачењу) може да буде накнадно анализиран логички смер размишљања и доследност у синтези елемената.

СВЕСНИ ПЛАГИЈАТ заиста је лако препознати, јер »недостатак унутрашње тензије и енергије« који Глејзер примећује, настаје из недостатка унутрашње логике дела – јер копира се форма и то површно, а садржај (концепт) не.



Балканска варијанта логотипа »Pelikan«: Зашто је иницијал Б шако ружан? Можда зато што се на Балкану графички дизајнери слабије илаћају.



Директорима домаћих фирми многа се дојавила логотип фирме »Пирели«. Није важно што еластичност, која је била важна особина Пирели гума, нема никакве везе са нашим преузећима.