

S Petrom Vezjakom se
je pogovarjal Leon
Magdalenc

Kdo je

Peter

Vezjak?

Človek. Dokazano.

Umetnik. Morali bi definirati pojem umetnosti.

Vizionar. Toliko, kolikor se ukvarja z vizijami.

Arhitekt. Nima potrdila, ima pa sledi.

Režiser. Nedvomno.

Vsekakor pa perfekcionista, prijeten sogovornik, skrivnosten o številu svojih let ("saj ni za nikogar zanimivo"), enciklopedija imen in dogodkov, kolekcionar vsega vizualnega, ljubitelj črnih pulijev, vznikan volva. Na Korčuli (je pred petnajstimi leti) posnel svoj prvi "izdelek", namensko/propagandno/igrani film za naročnika.

V glavi se je vse skupaj začelo že zdavnaj.

Zadnje desetletje je slovenski prostor množične kulture prostor povezan s tvojim imenom, skratka si del te scene. Kaj ti pomeni pojem "scena"?

Beseda "scena" mi je zoprna. In ni mi všeč, če me kdo imenuje za scenskega človeka. Počnem stvari, ki me zanimajo in so po mojem prepričanju v redu: arhitektura, oziroma podpodročja znotraj nje ter film in vsa področja, ki so vezana nanj – video, glasbeni spoti in reklamni spoti.

Prav tako me moti beseda "trend". Če je na primer oznaka trend še primerna za modo, je pri designu ta oznaka že problematična, ker govorimo o desetletjih, v arhitekturi pa lahko govorimo le o slogih.

Pojmi zeitgeist, trend in scena so preveč povezani z minljivostjo. Spominjam se, kako je bila oznaka "zeitgeist", mislim, da leta 1980, uporabljena za revijo Wiener. Prevzeli so jo iz "propagande" oziroma, točneje, propagandnega spota za Fiat, ki je šel približno takole: bankir se pelje s šoferjem v limuzini, in medtem ko jih prehiteva fiat, šofer na bankirjevo vprašanje, kdo jih prehiteva, odgovori: ZEITGEIST.

Spominjam se, da smo v prvih letih Studia City, takrat Studia Ljubljana, na vsak način hoteli, da bi tvoji prispevki nosili naslov TRENDI. Ti pa si izbral naslov ETIKA/ ESTETIKA.

Mogoče je TREND simpatična beseda v ekonomiji – trend rasti, na primer. Enostaven odgovor bi bil, da sem svoje izdelke za Studio Ljubljana pozicioniral višje, izbira besed Etika/Estetika pa je Leninova.

V teh oddajah sem nekako risal zgodovino pop kulture in po mojem segajo njeni začetki v Rusijo, v čas po zmagi revolucije, ko so se začeli ukvarjati s popularno kulturo, seveda vzporedno z Nemčijo – Eggeling in Fischinger. V Rusiji je to povezano s propagando – Majakovski in Rodčenko, v Franciji pa Duchamp.

Konec osemdesetih je tesno povezan z video spoti kot obliko popularne kulture, ki nekako odslukava "duh časa", in ravno v tem polju bo šel tvoj prispevek v zgodovino.

Priznam, da obstaja duh časa in da se mu ne moreš izogniti. Edina umetniška forma televizije – to govorijo mnogi – naj bi bili propagandni in glasbeni video spoti.

Seveda pri naših propagandnih spotih težko govorimo o artizmu, glasbeni video spoti pa so postali avtonomna umetniška oblika.

Zgodovina glasbenih video spotov se začne v Nemčiji, saj je avantgarden oziroma grafični film predhodnik teh spotov. Neki prijatelj je postavil tezo, da je glasbeni spot v bistvu nemi film. Po mojem je nasprotno, saj je grafični film ideologija totalnega filma, to je filma, ki ne posnema gledališča. Tudi imenoval se je skladno s tem – Augenmusik des Films (film za oči), in zanimivo, da je JVC v kampanji za videorekorderje lansiral slogan MUSIC FOR YOUR EYES.

Filmarji grafičnega filma – Ruttman, Eggeling, Oscar Fischinger in Richter – so takrat v bistvu hoteli to, kar zdaj počne MTV: hitra montaža, totalni film, kratki kadri in popularna oblika.

Ali je MTV s svojo pojavitvijo spodbudil produkcijo glasbenih spotov ali pa je nova oblika množične kulture vplivala na ustanovitev MTV-ja?

MTV je zagotovo populariziral tovrstno produkcijo, vendar je na primer Richard Lester že v 60-ih delal spote za Beatle. Spominjam se, da je bila v sedemdesetih na avstrijski TV oddaja, ki sta jo delala DORO (Dolezhal/Rosacher – zdaj delata npr. spote za Rolling Stonese); kot novinarja “mladinske” oddaje sta producirala glasbene spote – Tom Waits je prišel na Dunaj, onadva sta ga posnela in tako je nastal glasbeni spot.

Korene pa najdemo prav tako v glasbenem filmu. Oscar Fischinger je zbežal pred nacizmom v Ameriko in tam leta 1936 za Walta Disneya posnel glasbeni film Fantazija.

Tvoji začetki so vezani na NSK in skupino Laibach. Je to naključje?

Spoznali smo se po naključju. Mene je ideologija totalitarizma kot umetniške forme in vseh referenc ter pogledov na zgodovino privlačila skladno z mojo naravnostjo, da me vse zanima. Še posebej zgodovina, politika, mediji in ideologija.

Ko so imeli Laibach koncert v New Yorku – menda leta 1986 – sem tam srečal ljudi iz Mute rec., ki so predlagali, naj naredimo glasbeni spot. Nastal je približno 10-minutni kolaž, in tako se je začelo moje sodelovanje z založbo Mute.

V NSK-ju si bil del Retrovizije. Kako to, da nisi enostavno postal sestavni del “graditeljev”?

Sem zaprisežen antipostmodernist in absolutni sovražnik besede in vseh možnih izpeljank postmodernizma. Že leta 1980 sem bil velik sovražnik postmodernizma in spominjam se, da je takrat Lampugnani (zdajšnji glavni urednik revije Domus) v neki nemški reviji napisal totalni tekst proti postmodernizmu, torej proti Gravesu, Sternu in Venturiju.

Arhitekturo sem spoznaval kot otrok, ko sem prebral, da nekje obstaja neki Bauhaus in prepričan sem bil, da bi sam sodil v tisto obdobje med obema vojnama, ki ga zaznamuje napredek.

Postmodernizem je nasprotje tega, saj gre za skoke v zgodovino skozi kolaže in v “graditeljih” sem prepoznal prave eksponente posmodernizma.

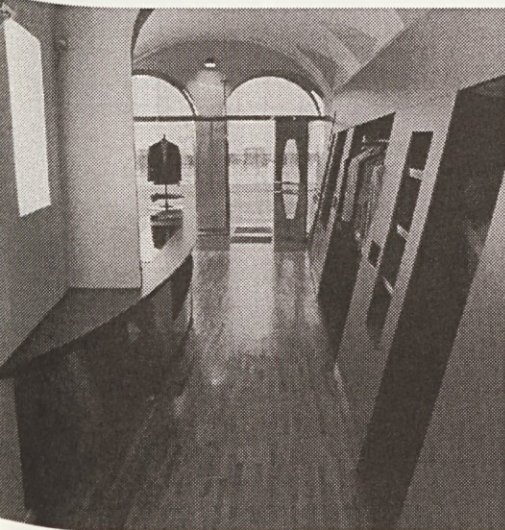
Še enkrat: postmodernizem je moj estetski, vizualni in ideološki sovražnik.

V življenju me fanatično zanimata dve stvari – arhitektura in film, in z “graditelji” se nisem nikoli pogovarjal o arhitekturi.

Po drugi strani pa bi težko sodeloval z njimi, saj noben njihov projekt ni bil realiziran.

Glasbeni spot Laibach,
Wirtschaft ist tot, 1992.
Foto: Diego Andrés Gómez





Butik Paulus,
Ljubljana, 1990
Foto Miha Škerlep

Z arhitekturo si se začel dejavno ukvarjati skupaj z Metodom Prijateljem.

Prvi najin projekt je bila prenova anonimnega lokala v butik Paulus leta 1989. Zadnji pa prenova Turista v klub CENTRAL. Tudi tu se prepletata arhitektura in film. Kot pri vseh mojih projektih v filmu uporabljam arhitekturna imena, v arhitekturi pa filmska. Central je bilo ime prvi ljubljanski kinodvorani.

Ali obstaja tvoj "idealni interier"?

Idealni ne more biti realiziran, saj bi s tem sam pojem izgubil pomen. Če pa govorim o "prostorih", potem tiso designerski lokali. Na primer, v Parizu mi Cafe Costes ni bil nikoli všeč in sem raje zavil v Cafe Beaubourg ali za vogal v lokal Pri debeli raci, pa čeprav je Cafe Costes lokal z vizijo, idejo in v duhu časa. Andree Putman, Parižanka, pa nasprotno meni, da je to najboljše narejeni interier vseh časov.

Tudi v predesignirane butike ne hodim rad.

Najverjetneje pa obstaja prostor, ki je povezan s tvojim slogom, kredom, skratka, sprašujem po referencah.

Nimam nobenih vzornikov, obstaja pa ogromno ljudi v arhitekturi, ki so mi všeč.

V dvajsetih letih je to Mies van der Rohe, pa ves Bauhaus, Corbusier, pozabljena arhitektura Mendelsohna in center Georges Pompidou, ki sta ga naredila Rogers in Piano. V filozofskem in tehnicističnem pomenu je ta center "moderen".

Za Pariz je značilno, da ima dobro arhitekturo v smislu sodobnega in naprednega ter vizionarskega. Mitterrand in Lang sta "sfurala" Jeana Nouvela, ki je zdaj paradni konj sodobne arhitekture. Institut Du Monde Arabe je paradni konj za menjavo paradig v elektronski dobi. Je stavba kot izraz umetne inteligence. Senzorji in mikročipi koordinirajo telekomunikacije kot sestavni del popolno kablirane stavbe. Ta kompleksnost je značilna za naš čas.

Kateri pa je najboljše oblikovani potrošniški predmet?

Zame so najboljše designirani avtomobili, ladje, letala in orožje. Lahko se sprašujemo o moralnih kriterijih, vendar so pištola, puška in tank briljantno oblikovani predmeti. Beuys je na vprašanje, kaj meni o svojem slikarstvu, odgovoril: "Tank, podmornica ali concorde so večje umetnine od vsega mojega sranja."

Kaj pa slovenska produkcija? Si jo upaš komentirati?

Lahko jo komentiram, ker ne pripadam nobenemu klanu. Vprašljiv je, recimo, prizidek arhitekturnega faksa, saj bi moral biti neke vrste vzgled vsem drugim arhitekturnim posegom v tem prostoru, ne pa nek zmazek. Vztrajam, da bi moral biti pri nas za vsak

pomemben poseg mednarodni natečaj, in ne, da se, recimo, povabi Podrecco, pa je stvar rešena.

Slovenske arhitekture ni. Imamo Plečnika, modernizem z Ravnikarjem, imamo katastrofalen postmodernizem in res žalostno je, da pri nas nimamo nobene dekonstruktivistične, kaj šele tehno-virtualne arhitekture.

Kako se ti znajdeš na teh natečajih, ko nisi arhitekt po izobrazbi?

Zadnji primer je bil natečaj za kavarno in kino dvorano, na katerega sem bil osebno povabljen, in ta projekt tudi dobil. In ni nujno, da so top oziroma razvpiti arhitekti to tudi po izobrazbi. Philip Stark je vsem znan primer, Tadao Ando je bil boksar, ki je po koncu kariere leto dni potoval po Evropi in po vrnitvi v Osako odprl svoj biro, letos pa je dobil Pritzkerjevo nagrado za arhitekturo, ki je najbolj prestižna nagrada v svetu arhitekture.

Osebno mislim, da je idealen mix, če si talent, če te arhitektura zanima in jo tudi študiraš.

V Franciji iz tega nastajajo tudi problemi, saj imajo tam arhitekturno zbornico in na srečo Nouvela, ki podpira Starka ter tako sesuva institucijo fosilov.

Po mojem mora arhitekt nekaj povedati, in če tega ne naredi, je zame slab arhitekt. Sam oblečem zrak v sublimno kožo, v kateri je zajeta določena ideja, filozofija. Moja arhitektura se ne začne na mizi, temveč v glavi. Sem pristaš arhitekture, ki je duhovita, kreativna in inteligentna.

Dalo bi se vleči vzporednice z mladim valom predvsem ameriških režiserjev, ki so "vizije" nabirali v zgodovini filma v kinotekah in videotekah.

Prav tako bi se dalo vleči vzporednice med filmskim režiserjem in arhitektom.

Arhitekturo delam po scenariju, tako kot film. Najprej naredim shemo, potem prideta dramaturgija in atmosfere.

ra. Hočem delati arhitekturo, ki je bolj napeta kot film.

Gre za še bolj formalno podobnost. V filmu Državljan Kane imamo antologijski primer kadra – sekvence, in to želim delati v arhitekturi: da se izgubi razlika znotraj/zunaj.

V proizvodnem procesu arhitekture in filma bi se dalo najti cel kup podobnosti z vsemi izvajalci, ki tvorijo podobno shemo, drugo vprašanje pa je delo "arhitekta" v filmu, da si neke vrste scenograf, to me osebno ne zanima. Kdo, recimo, je že slišal za Shina Takamatsa? Kot arhitekt je postal znan po tem, da je naredil scenografijo za film Black Rain. Enako velja za scenografa filma Blade Runner Syda Meada.

Lahko pa je tudi obratno, saj mnogo ljudi Novella pozna le po tem, da je postavil nebotačnik v Wendersovem filmu Potovanje na konec sveta. Film je pač bolj popularen in komunikativen kot arhitektura.

Katera arhitektura, ki si jo ti podpisal, pa je na vrhu tvojega seznama?

Zadnja, to je turistična agencija Kažipot na Čopovi v Ljubljani. Ta prostor že vsebuje virtualne elemente, ker za video ne uporabljam več tv ekranov, temveč steklene površine.

Projekt v nastajanju je tesno povezan s filmom, in če bi šel po ustaljeni poti, bi prostor, glede na to, da je tudi investitor povezan s filmom, preprosto zapolnil s filmskimi rekviziti in elementi. Šel sem naprej in izbral žanr, to je znanstveno fantastiko, ki v osnovi že implicira nove tehnologije in virtualnost, in s temi elementi skušam zajeti kompleksno celoten prostor.

Skratka, gre za fascinacijo nad novimi tehnologijami?

Ne zanimajo me postopki, torej, kako se z računalniki dela arhitektura, temveč kako "računalnike" vključiš v obstoječo arhitekturo. Zanima me četrta dimenzija, to je dimenzija ČASA – kot pravi Virilio, da je bila druga svetovna vojna vojna v prostoru, zalivska pa v času –



Glasbeni spot
Paracelsus, 1994.
Foto Toni Korošec



Spot *Radio Activity*, 1994.
Foto Borut Kranjc

in kako v njo priti v arhitekturi. Če grem naprej, zanima me virtualna arhitektura brez materialne eksistence.

Video art kot umetniška forma te ni nikoli zanimal?

Sredi osemdesetih sem bil v Berlinu med filmskim festivalom in vzporedno je potekal tudi festival video arta. Na okrogli mizi tega festivala sem postavil tezo, na zgrožanje prisotnih, da so za mene najboljši video art reklamni filmi. Ker me v osnovi zanima popularna kultura, je jasno, da me video art ne zanima, saj mu je kot čisti umetniški formi mesto le v galerijah.

Ponavadi je snemanje reklamnih spotov povezano z denarjem?

Denar mi v življenju ni vse. Frank Lowe je prekinil sodelovanje s Fiatom, pa čeprav je ta prinašal polovico zaslužka njegovi agenciji, ker se ni strinjal z naročnikom. Enostavno kot avtoriteta ni dopustil mešanja v svoj posel, kar naši naročniki počnejo še bolj agresivno. V našem prostoru bi težko našli agencijo, ki bi zaradi zavarovanja profesije in strokovnosti posel prepustila drugim. Niki Lauda je enkrat dejal, da bo tisti, ki gre v formulo ena zaradi denarja, takoj mrtev ali pa iz njega ne bo nič.

Je pa logično, da hočeš posneti igrani film?

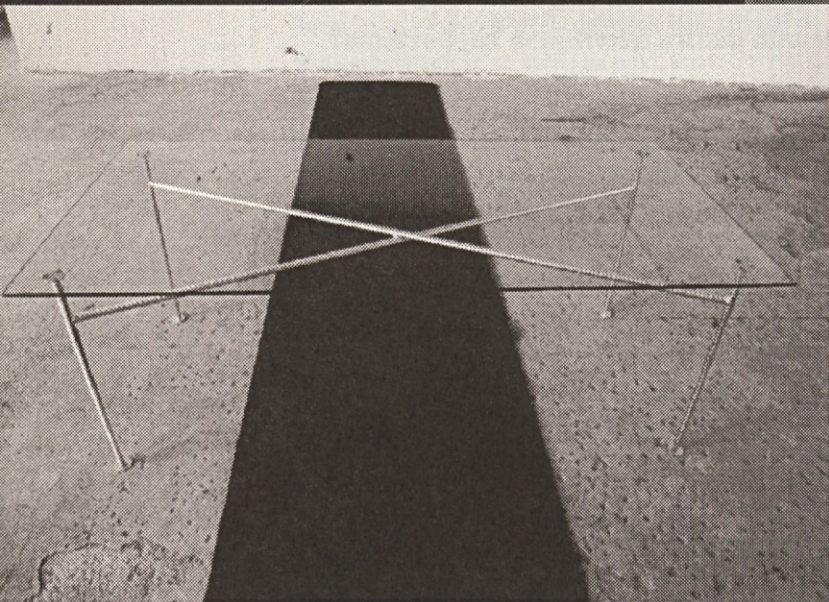
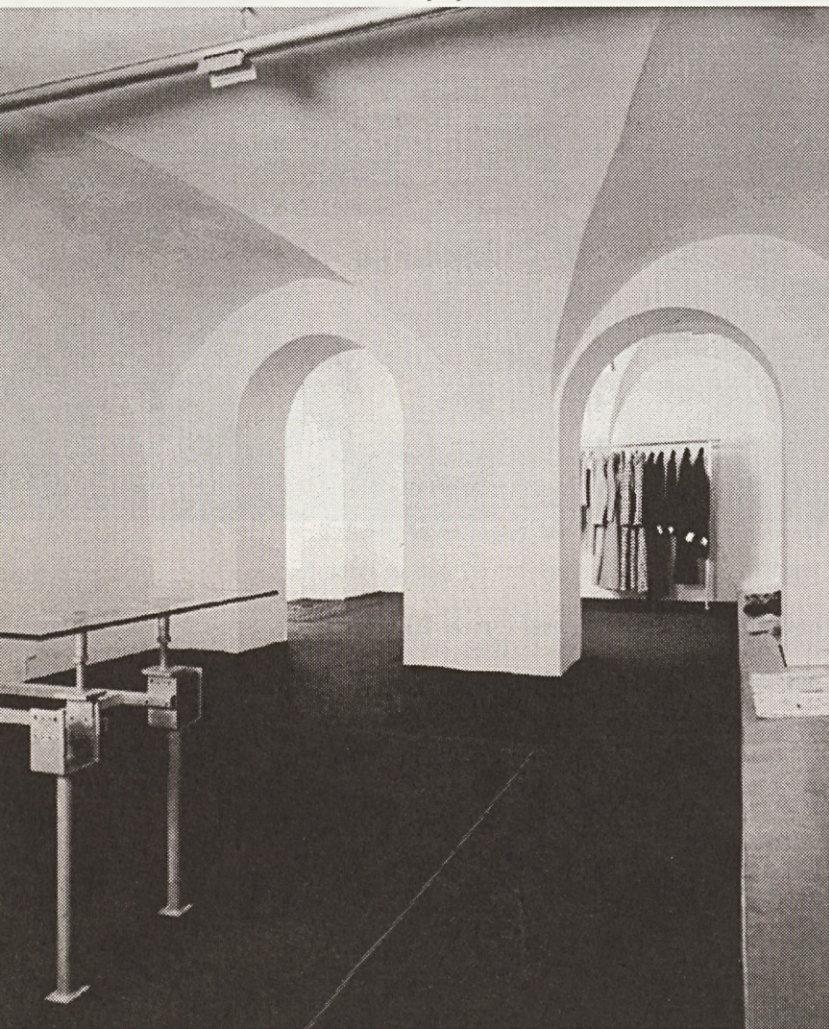
Če bi si to pred leti zastavil za cilj, sem prepričan, da bi ga že posnel. Scenarij je bil na TVS že sprejet, sem pa tako vpet v druge stvari, da enostavno nimam časa. Vem pa, da ga bom enkrat posnel.

Televizija kot medij je odigrala pomembno vlogo v tvojem življenju. Po eni strani kot oblika in po drugi strani kot polje delovanja. Kaj v devetdesetih diktira televizija in kaj povzema?

Konec osemdesetih se je prvič zgodilo, da je televizija kot masovni medij delno prevzela obliko časopisov, tu mislim na *The Face*, *Globe*, *Wiener* in *Aparth* ter na prevzemanje principov grafičnega oblikovanja. To se je zgodilo tudi v glasbenih spotih, kjer so za mene na prvem mestu štirje Parižani: *Goude*, *Mondino*, *Sednoui* in *Michel Gorny*.

Kar je bil časopis štiridesetih, petdesetih let, to je zdaj televizija. MTV je sodoben časopis.

Butik *Cliche*, Ljubljana, 1994



Belle de jour, miza, 1995

Design butika KISILAK v Mariboru, 1991
Design butika KOTO na letališču Brnik, 1992
Design butika CLICHE v Ljubljani, 1994
Oblikovanje razstavnih prostorov za mednarodni kongres oblikovalcev ICSID 1992 v Ljubljani
Scena za oddajo POVEČAVA na TVS, 1993
Design za klub CENTRAL v Ljubljani, 1995

PROJEKTI (avtor: PETER VEZJAK)

Oblikovanje razstavnega prostora za Ars Vivendi, 1994
AD interjerjev za revijo Ars Vivendi
Design turistične agencije KAŽIPOT v Ljubljani, 1995

REŽIJE PETRA VEZJAKA

Glasbeni spoti za skupino LAIBACH, (Symphaty for devil - nagrada MTV za inovativnost, 1988, Wirtschaft ist tot - 3. nagrada MTV za režijo), produkcija MUTE FILM, London, 1992

Glasbeni spoti za skupino APRIL NINE (Radio activity - spot leta v Franciji in spot meseca na nemški TV mreži VIVA), produkcija MUTE FILM, London, 1994

Glasbeni spoti P. PARACELSUS (prvič predvajan v Parizu na povabilo Pierra Ponanta na manifestaciji skupaj z J. P. Gaultierom, Philipom Starkom in Larsom von Trierjem.)

Glasbeni spot COPTIC RAIN

Film BRAVO v produkciji TVS in MUTE FILM

Reklamni spoti: Ilirija, Mura, Union, Bayer...

Tedenski TV prispevki za Studio CITY, 1990 - 1994

Instalacija na razstavi INTERFERANT, Ljubljana - Pariz, 1991



Turistična agencija
Kažipot, Ljubljana, 1995.
Foto Blaž Zupančič



Spot *Radio Activity*, 1994.
Foto Borut Kranjc