



Doodle koji je odmah pogodio u srijedu!

Kako nastaje jedan Google Doodle? Gdje se kriju sva ta slova? Zašto imaju tako dobre ideje? Možda ste se i vi pitali dok ste gledali odlično izdanje navijačkog doodlea na Googlevoj stranici ovaj ponedjeljak, a možda mi imamo odgovore na to.



Sve se crvenilo – kako od kvadratića, tako i od baklji i užarenih lica koja su od jutra čekala hrvatsku reprezentaciju. Nije ni njima bilo svejedno voziti se preko pet sati do glavnog zagrebačkog trga, ali kao i mnoge građane Lijepe naše, tako i njih, ponio je zanos koji se rijetko kad događa u povijesti ovako male države. I dok će nas mnogi prijatelji, kolege i sugrađani htjeti prisjetiti da živimo u problemima i da se danas veselimo kako bi odgodili tugu i jad sljedećih tjedana, nije li u redu iskazati tu sreću i ponos bez obzira?

Sav crveno bijeli zanos ovog ponedjeljka, kada se činilo da je više građana na ulici nego u domovima, prenio je u ilustraciju, a poslije i u digitalne bitove, [višestruko nagrađivani ilustrator](#) i grafički dizajner **Vedran Klemens**, čiji je navijački Doodle osvanuo na hrvatskom Googleu.

Možda će neki od vas prvi put čuti za njega, ali znajte, [Vedran je ostavio traga](#) na mnogim ambalažama, vizualnim identitetima i reklamnim kampanjama. Njegove ste radove mogli vidjeti na posterima [Dana komunikacija](#), omotu švicarske čokolade Favarger, godišnjim izvješćima Adris grupe, probranim naslovnica Frakture, Radleru Karlovačke pivovare pa i na kutiji Ronhill cigareta.

Upravo je svojim odličnim portfoliom, ali i lijepim očima, kako u šali voli reći, još jednom osvojio Google na suradnju. Uz to kako je nastao doodle nakon finala, osmrt ćemo se i na prvi njegov doodle koji je svijetu predstavio Hrvatsku na ovom nogometnom prvenstvu. Osim Vedrana, komentar smo dobili i od **Ivane Grbavac**, marketinške menadžerice iz predstavništva Googlea u Hrvatskoj.



Vedran Klemens

Zadatak iz Googlea!

Ako ste se ikada pitali tko stoji iza doodleova koji prolete kroz godinu na glavnim stranicama Googlea diljem svijeta – moram vas uputiti da se u Googleu za to brine čitav odjel. Nije to čudno, uostalom, najpopularniji pretraživač sigurno želi imati stručan tim iz nečega što svakog dana gledaju milijuni ljudi. Prezentiranje bitnih događaja, osoba i pokreta treba biti na svjetskoj razini, a o tom procesu ispričala mi je i Ivana:

Iza svakog doodlea koji vidite nalazi se tim ilustratora (zvanih doodleri) i inženjera. Doodle tim redovito se sastaje kako bi odlučili koji će događaji biti obilježeni doodleovima, te surađuje s lokalnim Google timovima, a ponekada i lokalnim ilustratorima.



Vedran Klemens

Jedna od prvih verzija doodlea koji bi predstavio nogomet u Hrvatskoj.

Upravo su lokalne ilustratore iz Googlea odlučili angažirati kako bi svaki od njih na autentičan način predstavio svoju državu koja se natječe u sklopu Svjetskog prvenstva u nogometu:

Po jedan od ilustratora iz svake od 32 zemlje sudionice dobio je zadatak da predstavi kako nogomet izgleda u njihovoj zemlji, i svaki je ilustrator dobio isti zadatak i predložak koji uključuje loptu i gol.

Vedran je bio jedan od njih, a poziv je stigao u sklopu jednog jednostavnog maila:

Javili su mi se direktno na mail s kratkom i konkretnom ponudom. Ne znam kakav je proces kojim su me odabrali, ali uvjeren sam da je online portfolio bio presudan. Art direktor iz Googlea koji me je kontaktirao mi je prvo komentirao i pohvalio radove. Zatim smo obavili video call i sve smo dogovorili za deset minuta. Navikao sam da je tako u mojoj struci, nikog ne zanima životopis, diplome, godine, titule, nego samo portfolio te dojam odgovorne osobe s kojom je ok surađivati.

Doodling: Od ljepota Hrvatske do radosti navijača



Vedran Klemens

Spomenula sam na početku kako je Vedran imao još jednu priliku za suradnju s Googleom. Iako Vedran jest za Svjetsko radio već dva doodlea, njegov prvi Google zadatak bio je za [Dan neovisnosti 2014. godine](#). Zapamtili su ga dobro, a s dva nova izdanja će još bolje. No kako je uopće nastala kreativna iza Vedranovih nogometnih i navijačkih ilustracija?

Prvi doodle zadatak za prvenstvo došao je na vrijeme, što znači da je zahtijevao više pažnje i preinaka. I sam Vedran je mislio da će se doodle vidjeti samo u Hrvatskoj pa je pokušavao naći motive koji bi bili lokalno zanimljivi, no, čar je u detaljima:

Kad sam saznao da će Doodle biti prikazan globalno morao sam promijeniti pristup i pokušati ispričati priču koja bi bila zanimljiva i razumljiva nekom tko možda nikad nije čuo za Hrvatsku. Također, u početku sam radio jednostavnije crteže jer je doodle malog formata. Ali iz Googla su tražili da ga tretiram kao veliku ilustraciju i unosim više detalja. Htjeli su i da smislim više različitih ideja pa da iz veće ponude odaberemo najzanimljiviju.

Na kraju je [za naslovnicu Googlea probrana jedna](#) za koju su smatrali da je najprimjerenija:

Odabrana ilustracija prikazuje svaku regiju u Hrvatskoj i mnogo znamenitosti, ali spojenih u jedan neobičan, nadrealan pejzaž. Nogometaše sam prikazao kao divove koji uživaju zaneseni igrom. Prizor je vedar i prikazuje Hrvatsku kao lijepu zemlju, a nogomet kao radost.



Vedran Klemens

Drugi doodle zadatak je došao malo iznenadnije (jer tko je na početku očekivao Hrvatsku u finalu?). U kratkom vremenskom roku Vedran je morao naći inspiraciju i ideju koja će odmah osvojiti srca kako Google tima, tako i svih budnih očiju koji budu toga dana pretraživali internet u Hrvatskoj:

Tema nogometa je za mene bila poseban izazov, jer ga inače ne pratim. Ali mi je jako zanimljiv kao fenomen zbog svoje popularnosti. Pomoglo mi je što nisam u potpunosti nezainteresiran i što se od '98. skoro redovno i sam zapalim za vrijeme svjetskih i europskih prvenstava. Kad vidim oko sebe ljude koji se vesele zaraze me srećom. Stoga je glavna emocija koju sam htio zabilježiti na Doodlu sreća koju nogomet donosi, bilo kroz igru ili navijanje.

Prokletstvo kreative: A može li ovako? Verzija no. 3076



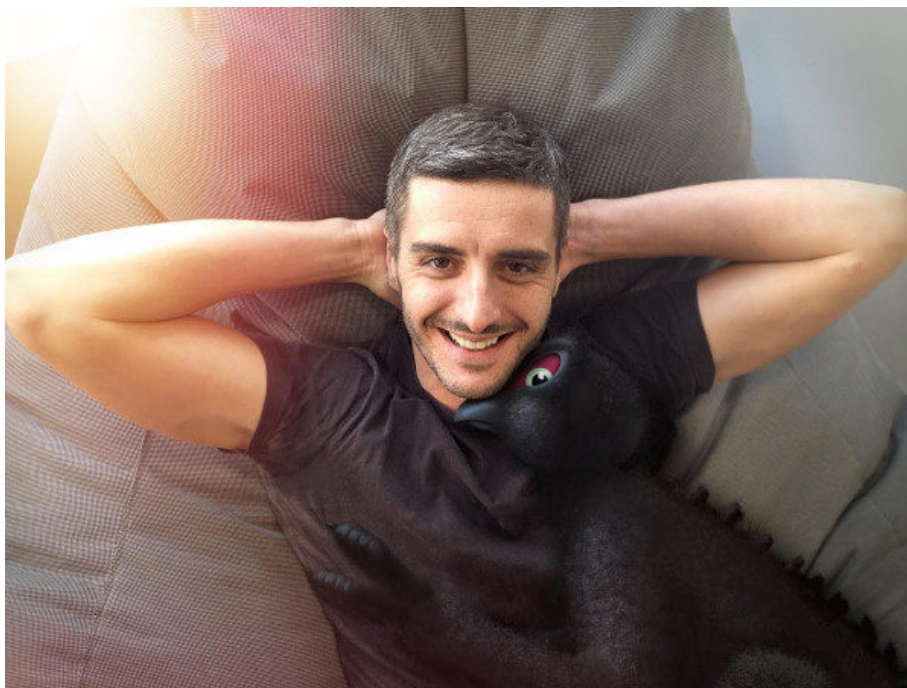
Vedran Klemens

Vedran je prije par godina [napustio agencijski svijet](#) u kojemu je radio i kao dizajner i kao kreativni direktor kako bi se više posvetio ilustriranju. Iako je već prošlo vremena i godina otkako je otišao u vode freelancanja, kaže mi da **žar nije popustio** već da je još jači nego prije:

Osjećam kako puno brže napredujem otkako sam se prije 5 godina potpuno posvetio ilustraciji, a što sam bolji to sam motiviraniji.

Motivaciju Vedran nalazi na različitim mjestima, no ono što je meni uvijek bilo intrigantno jest da tek **jedna ideja ne rješava stvar**. Mnogi klijenti traže više prinjera i verzija, mnogi i vraćaju radove, bilo to opravdano ili ne. Zanimalo me čuti i od Vedrana, što njemu kao ilustratoru pomaže da stvari vidi iz drugog kuta, a da opet ostane vjeran temi?

Meni je uvijek bilo lakše crtati nego smišljati ideje. Ali naučio sam od copywritera i kreativnih direktora, kojima je smišljanje ideja posao, da nikad ne čekam inspiraciju ili da mi ideja sama od sebe padne na pamet, nego da aktivno radim na tome da je smislim. Pa tako sjednem i razmišljam, istražujem temu, zapisujem sve ideje koje mi padnu na pamet, ako imam nekog prijatelja kraj sebe iskoristim ga za brainstorming, upitam prijateljicu šta bi ona nacrtala na mom mjestu, nekad samo krenem šarati po papiru. I tako kad se tjeram i trudim na razne načine da nešto smislim to se na kraju i desi, nekad odmah, s lakoćom, nekad nakon što već padnem u očaj.



Vedran: “...kad vidim da netko rastura odmah dobijem želju da i ja nešto dobro nacrtam. Za mene su dobre slike jedan od najvećih izvora sreće, moja droga koju trebam svakodnevno.”

Kao i mnogi ilustratori i dizajneri, i Vedran je naišao na svakakve klijente u svojoj karijeri. Uostalom, nositi se nekako s tim



boljim i lošijim klijentima je zapravo stvarnost čitave digitalne industrije. Ipak, u Vedrana je mnogo izraženiji taj glas umjetnika nego možda u copywritera, community managera ili web dizajnera pa mi **iskreno kaže kako mu je to u poslu najteže podnijeti**:

Nekad su izmjene grozne pa se moram boriti i odgovarati naručitelja, a nekad su odlične i učine mi rad boljim, pogotovo kad je s druge strane iskusan art direktor ili menadžer. Ali i dobre i loše izmjene me uvijek pogađaju. Kao profesionalac navikao sam da se nosim s njima i da ne pokazujem frustraciju nego da patim u sebi. Jako sam emotivan oko svog rada. Za mene je ilustracija umjetnost, vrlo ozbiljno je doživljavam, promišljam je dugo, trudim se često do iznemoglosti i zato sam jako osjetljiv ako mislim da nije dobila poštovanje koje smatram da zaslužuje.

Konkurencija kao inspiracija

Upravo je i ovaj internacionalni zadatak primjer kako se rad i vještine umjetnika u današnjem vremenu natječu na razini globalnog tržišta. Internet je otvorio “pore izražavanja” i svatko s malo vještine, uloženog truda i vremena – može predstaviti svoj rad svijetu. Konkurencija je veća nego ikad, no **je li to zbilja prijetnjabudućim i novim naraštajima?** Za Vedrana to nije nikakav problem, dapače, to mu je dodatna motivacija:

Ja u toj povezanosti vidim samo prednosti. Svima u trenu mogu pokazati što sam nacrtao. A svaki dan, posebno uz jutarnju kavu, surfam i gledam što rade drugi. To me silno zabavlja, inspirira i motivira. Posebno sam sretan kad naletim na nešto novo i drugačije, a to mi je sve rjeđe što sam iskusniji i što sam više toga vidio pa kad vidim da netko rastura osjetim uzbuđenje i odmah dobijem želju da i ja nešto dobro nacrtam. Za mene su dobre slike jedan od najvećih izvora sreće, moja droga koju trebam svakodnevno.

Mislim da ova razina ponosa i sreće za uspjeh drugih može biti samo **primjer svima u kreativnoj industriji**, a i šire. Nadam se da su i Vedranovi doodleovi donijeli radost i inspiraciju drugima, a osim toga – vjerujem da ćemo ga svi, kao i oni koji nisu do sad, posebno upamtiti nakon divne prezentacije nogometa i slavlja u sklopu Svjetskog nogometnog prvenstva 2018. do nekih novih prilika.

