

# EMZINOV TIPOGRAFSKI SEMINAR

## Tipografski projekti

Kot direktor tipografije v berlinskem studiu MetaDesign je bil Luc(as) v obdobju štirih let odgovoren za kar nekaj tipografskih projektov.

Eden je bil dodelava *Future* za Volkswagen leta 1996. In če citiram Luc(as)a: »Pri pisavah, kot je Univers, nikoli ne veš, kaj boš dobil. Vsak izdelovalec ima svojo lastno verzijo pisave. Pisava Linotype Univers se močno razlikuje od Bertholdove, čeprav oba trdita, da imata originalno verzijo.« Podobno se je zgodilo s *Future*. Ker obstaja veliko različic Futur – in je po Luc(as)ovem mnenju najbolj neprimerna ravno Adobova različica –, je za Volkswagen skreiral novi verziji Future, imenovani *The Volkswagen Headline* in *The Volkswagen Copy* (slika desno).

Črkovne znake je dodelal in jih razširil na dodatne ligature in puščice, številke pa spremenil v štirilinijske. FontFabrik je obe črkovni vrsti razvil v *Multiple Master* pisavo, pred nedavnim pa so razvili črkovne znake za vzhodnoevropske, cirilične, hebrejske in grške pisave.

Izbrati primerno pisavo za časopise in revije je odlojučočega pomena. Pisava mora biti dovolj ekonomična, da kar največ črkovnih znakov pride na kar naj-



Okvir št. 4. Odrasli v nasprotju z otroki v prvih letih ne beremo več posameznih črk, temveč besede. Če se otroci učijo branja oz. prepoznavanja črk z linearnimi geometrijskimi pisavami, je lahko učenje oteženo, saj k dobri berljivosti in hkrati prepoznavnosti določenih črk močno vplivajo tudi protioblake, kar dokazujeta obe sliki zgoraj. Ponavadi otroci zamenjujejo na sliki predstavljene črke v zgornjih vrsticah, saj je protioblaka ista. Če pa so protioblake različne (npr. pri pisavah, ki temeljijo na kaligrafskem izpisu) in če otroci uporabljajo barve, se z igro naučijo pravega prepoznavanja in zaporedja črk.

### Volkswagen fonts (for MetaDesign, Berlin)

abc 12345 DEF abc 567890 DEF • fi fl ff ffi ffl fi fl ff ffi ffl  
 Ⓜ ← → ↑ ↓ ↘ ↙ ↻ ↷ Abfluß ↘ • ← Gebäude 156  
 D-10823 Wolfsburg 16. August 1996 Fon 030 78703097

<b>Valné Šromáždění.</b>	Central European	MultipleMaster
<b>Waķėvėlīs Kĳvievŗšųm.</b>	Baltic	AaBbCcDdEe MM_300 Book
<b>Đřókvōde Wąřđj LWĀ</b>	East European	AaBbCcDdEe MM_400 wt
<b>Ανδρακες της Ελλάδα.</b>	Greek	AaBbCcDdEe MM_500 Semi
<b>Крыша едет. Больно!</b>	Cyrillic	AaBbCcDdEe MM_600 wt
<b>אשטא במבצמ זוכה כל</b>	Hebrew	AaBbCcDdEe MM_700 Bold



manj strani, a hkrati dovolj berljiva tudi pri manjših velikostih. Da o prepoznavnih karakteristikah izbrane črkovne vrste niti ne govorim.

Ko je v studio MetaDesign prišlo naročilo za preoblikovanje brazilskega časopisnega dnevnika Folha de São Paulo, so preiskali ogromno pisav, ki bi potencialno ustrezale oblikovalskim izhodiščem, a ker z rezultatom niso bili zadovoljni, je Luc(as) skonstruiral ekskluzivno serijo – družino novih pisav, imenovano *Folha* (slika levo na dnu).

*Der Spiegel* je bil še en tipografski projekt, ki je zahteval pravila, ki veljajo za revijalni in časopisni tisk. Pri tem projektu je oblikoval serijo pisav za naslove, medtem ko je obstoječo pisavo *Linotype's Rotation* za tekoče besedilo izboljšal in obogatil s štirilinijskimi številkami in kompletom malih kapitelk (slika na strani 7 zgoraj).

Luc(as) zagovarja trditev, da je za branje primernejša širša pisava kot zožena; odločujoča je smer branja, ki je vedno horizontalna. Tako se lažje bere širša pisava, saj ima ožana bolj izpostavljeno vertikalno smer. Zato je bilo pri oblikovanju pisave potrebno najti kompromis med ekonomičnimi (ki so ponavadi ožane pisave) in čitljivejšimi pisavami. In seveda upoštevati že znano pravilo, da manjša, kot je velikost pisave, večja mora biti x-višina.

Drugi pomembnejši projekti, ki jih je Luc(as) de Groot realiziral in predstavil na seminarju, so *Agrofont* – nova linearna črkovna družina, ustvarjena za nizozemsko ministrstvo, ki je imelo dveletno licenco nad pisavo. Med tem časom je Luc(as) pisavo izboljševal in jo po pretečeni licenci izdal sam (slika *Agrofont* na strani 7).

type design Luc(as) 1996, commissioned by Uwe Beyer, DER SPIEGEL

STASI  
Mielkes frühe Sünden  
„Wozu das alles?“  
Orden ohne Alibi

„Ich glaube, Vera  
ist da angekommen, wo  
sie hingehört“

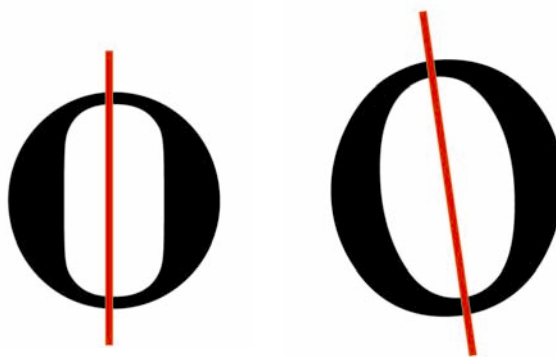
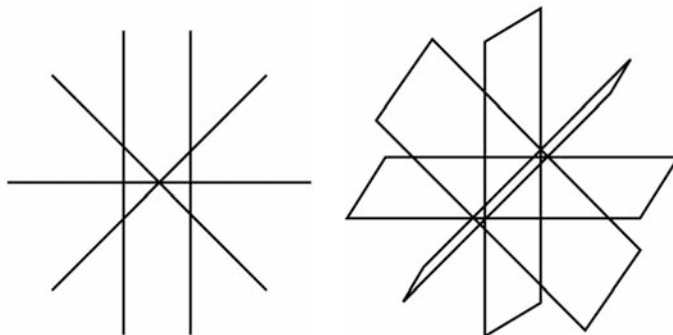
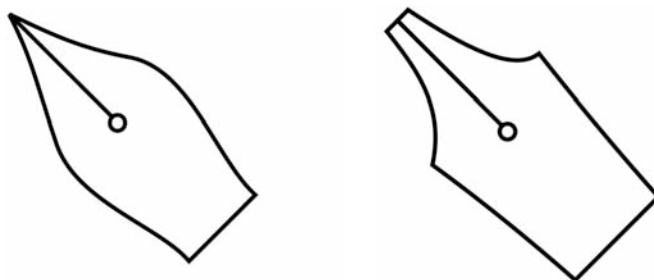
Riesengroßes Fragezeichen

(Nr. 52/1996, Titel: Lust am Bösen – Der göttlichen  
Teufel; SPIEGEL-Gespräch mit dem Philosophen  
Rüdiger Safranski über die Aktualität des  
Bösen; SPIEGEL-Umfrage: Gott verliert Mehrheit)

Spiegel Headline AaBbCcDd123  
Spiegel Book AaBbCcDd123  
Spiegel Bold AaBbCcDd123  
Sp. Condensed Book AaBbCc123  
Sp. Condensed Book Italic EeffGg  
Sp. Condensed SemiBoldAaBbCc  
Sp. Condensed BoldAaBbCc123

Improved version of Linotype Rotation;  
design of hanging figures and small caps

Spiegel Rotation AaBb12345  
Sp. Serif Italic AaBbCc12345  
SP. SMALL CAPS DER SPIEGEL



Okrvir št. 5. Klasifikacija črkovnih vrst se razlikuje od naroda do naroda, celo od avtorja do avtorja. Poznamo renesančno, baročno pa klasicistično antikvo, linearno in druge. A v praksi, trdi Luc(as), je pri načrtovanju nove črkovne vrste pomembna delitev črkovnih vrst samo na dve: tiste, ki so ustvarjene na podlagi prirezanega pereša (slika zgoraj desno) in na podlagi koničastega (slika zgoraj levo). Kakšen stil serifov ima pisava, je za načrtovanje nepomembno.

### Teorija o interpolaciji

Luc(as) de Groot je tudi avtor teorije o interpolaciji (1987), ki pravi, da niz črkovnih debelin ni linearen, temveč sledi interpolacijski krivulji. Glede na tri debla a, b in c (kjer je širina debla a najtanjša, c najdebelejša in b na optični sredini med debloma a in c) veljajo naslednje formule:

$$b = \sqrt{ac}$$

$$a = b^2/c$$

$$c = b^2/a$$



### Agrofont

design Luc(as) de Groot 1997  
commissioned by Studio Dumbar  
<studio@dumbar.nl>

Agrofont Mager Hhj  
Mager cursief aefg

Agrofont Normaal  
Normaal cursief

Agrofont Vet \$£¢€f  
Vet cursief ?!&

Sun – tipografija za podjetje Sun Microsystem iz ZDA (slika spodaj), Bellsouth, Le Monde in mnogo drugih; nekaj si jih lahko podrobneje ogledate na njegovih dveh spletnih straneh:

<<http://www.fontfabrik.com>>  
in  
<<http://www.lucasfonts.com>>.

Vendar teorija o interpolaciji ni samo teorija. Praktično jo je preizkušal na primeru črkovne družine Frutiger, ko je moral skonstruirati pisavo vmesne debeline za nizozemsko poštno podjetje. Tudi pisave različnih debelin črkovne družine Thesis temeljijo na njej. Torej več kot očitno preizkušena teorija.

### Porno

Neville Brody od časa do časa zaprosi nekaj prijateljev, da ustvarijo eksperimentalno črkov-

no vrsto, kot doprinos k FUSU, platformi za eksperimentalno tipografijo (o FUSU sem v Graficarju že pisala; članek lahko najdete v številki 2/97). Tema FUSE 11 je bila pornografija in Luc(as)ov doprinos tej temi je bila pisava formata Multiple Master. Ustvarjeno črkovno vrsto je poimenoval Move Me MM (slika na naslednji strani).

Pri tej MultipleMaster pornografski pisavi se vsak črkovni znak spremeni v ilustracijo. Pisava se namreč preobrazi iz ene skrajnosti v drugo. Prva skraj-





nost je črka pisave *The Sans Black*, druga pa bolj ali manj pornografska ilustracija. Črka se tako s potegom kazalca na drsniku v programu FontCreator spremeni v ilustracijo. Da boste natančneje vedeli, o čem pravzaprav govorim in kaj je Luc(as) nenavadnega ustvaril, obiščite spletni naslov

<[http://www.fontfabrik.com/Porno\\_A.html](http://www.fontfabrik.com/Porno_A.html)>

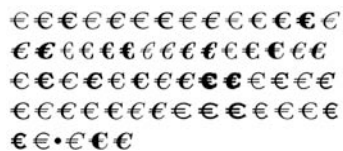
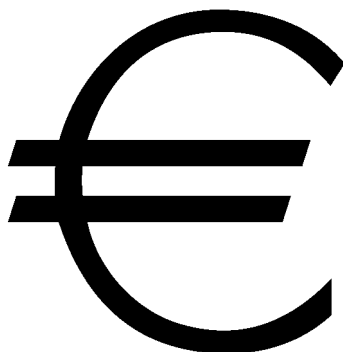
kjer vam je dostopnih pet brezplačnih pornografsko-tipografskih filmčkov.

### Kaj pomeni oblikovanje tipografij?

Dostikrat se srečamo s stereotipnim mnenjem, da oblikovanje tipografij največkrat pomeni stvaritev nove črkovne vrste, če ima oblikovalec le dovolj domišljije in nekaj tehničnega računalniškega znanja. Luc(as) s takšnim mnenjem gladko pomete z naslednjim zgovornim prikazom.

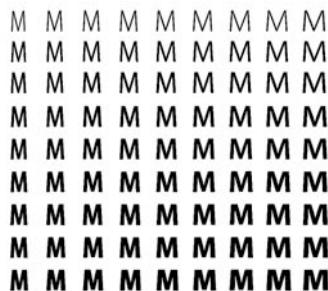
Tipografsko oblikovanje je sestavljeno iz:

- ♦ oblikovanja oblik in protio-blik črkovnih znakov 10 %,
- ♦ popravljavanja razmikov med težavnimi črkovnimi dvojicami 10 %,



Okvir št. 6. Sprva je večina ljudi na simbol evro gledala kot na logotip (slika zgoraj), vendar je to le eden od črkovnih znakov, ki naj bi ustrezal oblikovnim zakonitostim določene črkovne pisave, ki ji pripada. Je pa za oblikovanje precej zahteven. Črkovni znaki v širino niso omejeni. Slika zgoraj v sredini prikazuje črki e in i v različnih širinah, od katere so vse bolj ali manj uporabne. V višino pa so črkovni znaki omejeni. Večina črk se deli na skupine po 1, 2 in 3 horizontalne linije (slika spodaj), medtem ko se znak za evro deli na štiri. Prav zato je potrebno za oblikovanje evra precej več potrpežljivosti in natančnosti.

- ♦ izvedbenega oblikovanja (oblikovanja akcentov, tiskarskih znakov, kurzivnih in drugih različic pisave, prirejanja pisave za okolje Windows in/ali Macintosh, prirejanja pisave za različne jezikovne skupine ...) 20 %,
- ♦ optimiziranja črkovnih znakov za ekran (*ang. hinting*) 20 %,
- ♦ raziskav in razvoja (spremljanja novih tehnoloških dosežkov, kot je nov format pisave, imenovan *Open Type* ...) 20 %,
- ♦ odpravljavanja programskih napak. Nekateri formati pisav namreč ne delujejo najbolje na določenih platformah (XP, ME, NT ...) 20 %,



Okvir št. 7. Format pisave *Multiple Master* je revolucionaren digitalni format pisav, ki jo je razvil Adobe Systems kot podaljšek formata PostScript Type 1. Pisave *Multiple Master* vsebujejo dve ali več originalnih pisav znotraj ene. Uporabniku omogočajo uporabo več različic ene črkovne vrste. Črkovne vrste formata *Multiple Master* odpirajo povsem nove dimenzije v tipografiji in izredno fleksibilnost – uporabniki lahko generirajo izredno veliko različic samo iz ene *MM* črkovne vrste (gl. sliko – črke v vseh štirih kotih predstavljajo originalno črkovno vrsto). Tako je nastala tudi Luc(as)ova eksperimentalna pisava Porno.

- ♦ pogodb z distributerji, prodaje licenc ... 5 %,
- ♦ marketinga 10 %.

In če dobro seštejete, vidite, da je dela skupno za več kot 100 %

*Taz III OpenType Hair04 Italic*



*Zwijgend bikt Max &@!?:;«”*

Okvir št. 8. Luc(as)ova črkovna vrsta *Taz* je bila sprva oblikovana za dnevni časopis. To je črkovna vrsta, ki pusti izredno močan vtis na uporabnika in gledalca. Čeprav ima tretja posodobitev te pisave (*Taz III*) kar 15 debelin, je morda še najbolj znana kot najtanjša pisava na svetu. Poleg izrednega estetskega videza lahko z njo pri tiskanju s tiskalnikom prihranite kar precej črnila pri velikih velikostih.

– in prav zato Luc(as) de Groot pravi, da moraš biti za kreiranje črkovnih vrst »malo nor«. Saj je le 10 odstotkov takega kreativnega dela, kot si ga laiki ponavadi predstavljajo.

Večina Luc(as)ovih črkovnih vrst temelji na strukturi, ki jo ustvari prirezano, kaligrafsko pero. Tako ustvarjen kontrast daje njegovim črkovnim znakom humanistični pridih, oblike krivulj pa odražajo uporabo organskih oblik.

Nanj ne vplivajo modne smerice – njegove črkovne vrste so narejene, da trajajo, kljubujejo času in da zadovoljijo vse potrebe naročnika.

## Philippe Apeloig



### Začetki

Philippe Apeloig, rojen leta 1962 v Parizu, zase pravi, da je grafični oblikovalec – tipograf postal po naključju. Veselilo ga je risanje in želel si je poiskati svoj prostor v svetu umetnosti, čeprav še zdaleč ni vedel, kakšen naj bi ta prostor bil. Kljub vsemu se je vpisal in dokončal študij na *Ecole Superieure des Arts Appliqués Duperre* in *Ecole Nationale Superieure des Arts Decoratifs* v Parizu. V tistem času – v osemdesetih letih se je grafično oblikovanje imenovalo vizualna ekspresija

**oglas**  
**Alpe papir**  
**kot v številki**  
**4/2003**



ja in je bilo nekaj, s čimer se je lahko še najbolj poistovetil. Privlačila ga je kaligrafija, ki jo je doživljal bolj kot sliko in ne samo kot besedilo. In to je postalo tudi njegovo odkritje.

Šola je postala ustvarjalno obdobje, ko je odkrival nov svet. Pri 22 letih pa je v Amsterdamu s prakso in študijem na Total Designu končno našel sebe in svoje mesto v umetnosti. Po malem je odkrival, kako pomemben je prostor, v katerem je bil. V Parizu so takrat prevladovali grafiti in ilustracije, medtem ko je bila Nizozemska že močna gonilna sila v tipografiji.

Leta 1985 je Muzej d'Orsay razpisal prosto delovno mesto za grafičnega oblikovalca s polnim delovnim časom, na katerega je bil tudi sprejet.

### Plakati

S svojimi oblikovalskimi deli se je vedno gibal nekje med oblikovanjem in umetnostjo, kar izpričujejo skoraj vsa njegova dela, predvsem pa izvirni plakati in logotipi za različne naročnike kulturnih ustanov in prireditve, kot so louverški muzej, različne galerije, glasbeni, literarni in plesni festivali.

Na mnogih plakatih, ki jih je ustvaril, je čutili gibanje. Premikanje črkovnih znakov na slikovnem polju je zanj podobno koreografiji. Ponavadi so besedila

med branjem večino časa statična – oblik posameznih črk ljudje sploh ne opazijo, a po njegovem mnenju je ena od ciljev oblikovalca tudi to, da naredi besedilo opazno, spektakularno. To vsekakor drži za plakate. Še posebej njegove.

Lep primer sta plakata iz leta 1998 za festival Octobre en Normandie in za knjižni sejem.



Prvi, dvobarvni plakat z montažo žarkov svetlobe, metulja in umirajoče figure temelji na temi rojstva – ponovnega rojstva oz. renesanse.

Drugi pa sporočilnost in temperament karibske literature ponazarja s kombinacijo gibanja palmovih listov v črkah in svetlobe. Past, ki jo je postavljala ta naloge, je bilo stereotipno mišljenje turistov o Kubi in Haitiju, če-

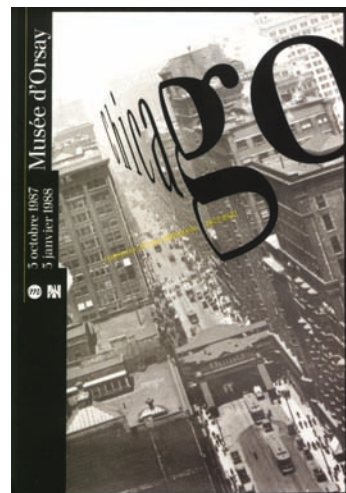
mur se je hotel ogniti. Sam razlaga: »Zbral sem precej podob, prebral mnogo knjig in poslušal kubansko glasbo. Dojel sem pomembnost tako zelo vročega in vlažnega podnebja, ob katerem barve in svetloba postanejo tako zelo svetle in ustvarjajo zanimiv kontrast med dnevnim in nočnim življenjem. Želel sem izraziti žalost in živahnost tega predela sveta s poetičnim odnosom. Združil sem močne in velike črke s podobo palmovih listov in strani odprte knjige. Plakat daje vtis gibanja in čustev.«



Tipografija vedno zavzema posebno mesto na vseh njegovih plakatih, tako na tistih zgodnjih kot najnovejših. Tak je plakat za neme filme komedije iz leta 1987 – prvi plakat, ki ga Philippe Apeloig oblikoval za Muzej d'Orsay (slika zgoraj).

Na slikah desno zgoraj je plakat iz leta 1988 za razstavo arhitekturne fotografije dvajsetih let prejšnjega stoletja. Narejen je brez računalniške podpore. Efekt visokih stavb je dosegel z rotacijo, prelomljene črke pa so fotografija makete.

Plakat ob 10-letnici Muzeja d'Orsay, 1996, je na sliki pod njima. Kot vedno je tudi tu uporabil sodoben pristop z načelom »manj je več«: logotip je vpel v številko 10, kar precej uspešneje



komunicira kot običajno povelečevanje izbranih muzejskih eksponatov.

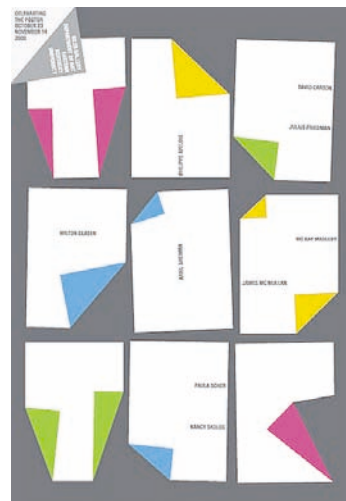
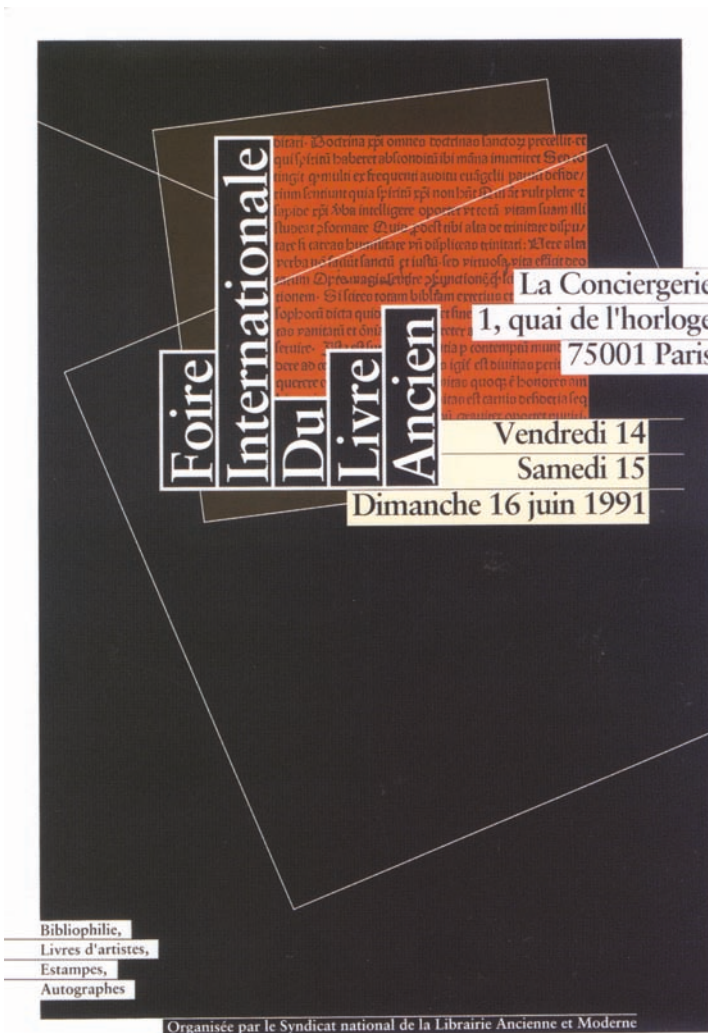
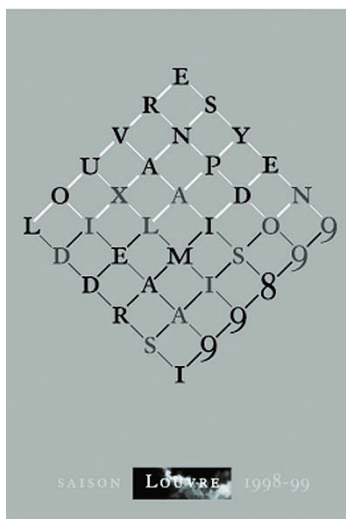
Na strani 12 zgoraj je slika plakata o arhitekturi iz tridesetih let prejšnjega stoletja, 1997. To obdobje je poskušal izraziti na nov način. Tipografsko se je izrazil na način, ki je spominjal na mojstra plakatov iz tistega časa – A. M. Cassandra.

Tam je tudi slika plakata ob 10-letnici steklene piramide za louverški muzej iz leta 1998. Čista tipografska rešitev, ki o piramidi, njeni prosojnosti in navidezni krhkosti pove veliko več, kot pa

**oglas  
VIPAP**

**kot v št. 3/2003**





ni plakati črke same zase, ki tvorijo besedo THE POSTER.

Plakat *Voda in globalizacija* (2001), slika spodaj, spet dokazuje, da abstrakcija izraža več.

Zakaj so plakati Philippa Ape-loiga tako uspešni in seveda učinkoviti?

Plakat je sredstvo, prek katerega prenašamo idejo. Zato je nujno, da uspešno komunicira – da ima vsebino, ki je jasno izražena in zapomnljiva. Po njegovem mnenju plakat ne bo učinkovit samo zato, ker si uporabil določeno tehnologijo, temveč zato, ker si z osnovno vsebino, ki jo

bi povedala fotografija. Na določenih mestih je plakat pretiskan s srebrno barvo, črna pa daje vtis tridimenzionalnosti. Na sploh je večina Apeloigovih plakatov barvno skromna. Vzrok tiči predvsem v omejenih denarnih sredstvih kulturnih ustanov in prirediteljev, kar pa ga sploh ne omejuje. Nasprotno! Sam pravi, da takšni izzivi celo podžigajo kreativnost in te prisilijo, da ustvariš nekaj novega. Hkrati pa

je »preprostost samo redukcija na bistveno«.

Plakat za mednarodni knjižni sejem iz leta 1991. Kreativna postavitev besedila nakazuje na strani, vzete iz knjig, in na hrbtni knjig, postavljene na navidezno polico (*slika zgoraj*).

Na sliki poleg je plakat, ki promovira razstavo plakatov iz leta 2000. Imena sodelujočih na razstavi so natisnjena na 9 mini plakatov znotraj velikega, njihovi

vogali so prepognjeni in odkrivajo zadnjo barvno stran. Šele ko plakat pogledamo z dovolj velike razdalje, ugotovimo, da so ti mi-



plakat želi sporočiti, dovolj eksperimental, da si videl njen pravi učinek. To lepo pojasni dejstvo, da naročniku predstavi vsaj tri idejne osnutke, ki niso samo površne variacije enega samega. Obe sliki na dnu prejšnje strani prikazujeta po tri idejne osnutke za knjižni sejem oz. festival, kjer se je vsako leto izpostavil določen izbrani pisatelj oz. tema. Prva slika prikazuje osnutke plakatov za knjižni sejem iz leta 2001, druga pa iz leta 1997. Izbrani tiskani osnutek je bil pri obeh tretji.

### Tipografija

Leta 1988 je odpotoval v Los Angeles, da bi si pridobil dodatne izkušnje. Tam se je prvič spoznal z računalnikom in bil zgrožen ob pogledu na oblikovalce, ki se za velikimi ekrani niso kaj dosti razlikovali od tajnic. Po nekaj mesecih je spoznal, da ne bi imelo smisla vrniti se domov brez vsaj nekaj računalniškega znanja. Čeprav mu je bila tehnolo-

gija tuja in je naredil precej napak, pravi, da so mu prav te pomagale do mnogih spoznanj in odpirale vrata v nova področja. Philippov občutek za dinamično kompozicijo in prepoznavno tipografijo se je pod vplivom računalniške tehnologije preoblikoval. Zdaj je lahko eksperimental z večjo lahkoto.

Ko je leta 1994 prišel v Italijo, ga je navdihovala klasična rimska kapitala, vklesana v kamen posod okoli njega. Ta navdih je združil z računalniškim pristopom in tako je nastala arhitekturna črkovna vrsta Octobre (leva slika spodaj). Njegov cilj je bil ustvariti črkovno vrsto z značilnostmi, ki jih imajo elementi, kot sta kamen ali les. Pisavo Octobre je uporabil na plakatu za plesni in glasbeni festival v Normandiji, ki mu je prinesel zlato priznanje Tokio Type Directors Cluba (desna slika spodaj). Črke različnih velikosti, razporejene na mreži in med seboj povezane v kompozicijo koreografije, nakazujejo gibanje.



## Številka 1 v svetu tiskarskih barv

# SunChemical

Hartmann, d.o.o., na Brnčičevi ul. 31 v industrijski coni Ljubljana-Črnuče vam iz zaloge ponuja popoln program tiskarskih barv, lakov in pomožnih sredstev najvišjega kakovostnega razreda:

### OFSETNI TISK NA POLE

- ECOLITH – visokopigmentirane procesne barve najnovejše generacije, izdelane izključno na bazi rastlinskih olj, primerne za vse podloge
- IROCART – koncentrirani monopigmenti za mešanje in tisk (kartonaža, etikete ...)
- popolna paleta pomožnih tiskarskih sredstev in lakov za ofsetni tisk
- specialne tiskarske barve (za tisk na nevpojne materiale, plakate, fluorescenčne, kovinske ...)

### BARVE ZA ROTACIJSKI OFSETNI TISK (Heatset, Coldset)

**UV BARVE IN LAKI za vse tehnike tiska oziroma nanosa**

**VODNI LAKI vseh vrst (za lakirne enote, za barvnik, za neposredni kontakt ...)**

**FLEKSOTISKARSKÉ BARVE na bazi vode in topil**

### DODATNE SERVISNE STORITVE

tima tehnologov Hartmann, d.o.o.:

- hitra priprava vseh mešanih ofsetnih barv (PANTONE, HKS, RAL ... predloga) v lastni mešalnici s spektrofotometričnim nadzorom, preizkusnim odtisom
- tehnološki auditi z meritvami (vlažilna voda, temperature ...) in svetovanjem našim kupcem
- svetovanje in inženiring računalniško vodenih sistemov za doziranje tekočih barv (flekso- in bakrotisk)
- organizacija strokovnih izobraževanj, seminarjev, praktičnega usposabljanja



## HARTMANN

Sun Chemical, Hartmann, d.o.o.  
Brnčičeva ulica 31, 1231 Ljubljana-Črnuče  
tel. 01/563 37 02, -14, -15, faks -03  
e-mail: igor.sun@siol.net



Gibanje, ki ga poskuša ustvariti na plakatih, pa je zelo izrazito tudi pri logotipih, ki jih je ustvaril (slika na strani 13 povsem spodaj od leve proti desni):

### ZGORNJA VRSTA

1. logotip za podjetje Bianchi & Wiener iz New Yorka, 2002;
2. logotip za uvozno-izvozno podjetje Silverstream, prav tako iz New Yorka, 1999;
3. predlog logotipa za newyorški festival francoskega sodobnega plesa France Moves, 1999;
4. logotip Rdz-Vs za francoski časopis, 1999.

### SPODNJA VRSTA

1. logotip za Expo 2005 na Japonskem, 1999;
2. logotip za muzej sodobne umetnosti Carre d'art, 1993;
3. oblikovanje logotipa za muzej znanosti v Parizu, 1993;
4. Octobre – logotip za festival plesa in glasbe, 1991.

Druge logotipe in njegova dela si lahko ogledate na spletni strani <<http://www.apeloig.com>>.

Philippa ne zanima konvencionalna tipografija. V večini primerov gre pri njegovem ustvarjanju za besedilo, ki postane slika. In v tipografiji so neskončne možnosti. Tako naj bi se besedilo tudi gledalo, ne samo bralo. Enako pravi za sliko: podoba se lahko bere, ne samo gleda. Črke so



izredno močan grafični element, ki si sam pusti prosto pot z improviziranjem in eksperimentiranjem.

Tako je ustvaril črkovno vrsto *Drop* (slika levo spodaj), katere črkovni znaki so ustvarjeni samo s krivuljami, na osnovi kroga.

Naredi, kar želiš, je dobeseden prevod črkovne vrste *Do whatever you want*, ki jo je uporabil za festival sodobne glasbe Sounds of French v New Yorku (obe sliki zgoraj). Zaradi finančnih omejitev so bili plakat in preostale tiskovine le v eni barvi, kar pa je rešil na enostaven in svojstven način. Sam je komentiral ustvarjeno tipografijo kot »nekaj najbolj odbitega«, kar je naredil do slej.

Philippe vse svoje izdelke perfekcionistično dokonča s pomočjo računalnika – vedno je uporabljal nove tehnologije, vendar pa tehnologija nikoli ni in najbrž tudi ne bo spremenila njegove kreativne faze dela in pomena oblikovanja. Pri njem so na prvem mestu vedno ideja in skice, nato pa veliko ročnega dela s pomočjo tehnike in računalnika. »Ko oblikuješ, moraš imeti v sebi poetiko, emocijo, drugače je vse

preveč tehnično, matematično. Photoshop in vsa druga orodja so povsod na svetu ista in ne dajejo istega rezultata, kot ga da roka. Kar je potrebno, je naš drugačen pogled na stvari – tudi na tehnologijo,« pravi. Računalnik mu omogoča, da lahko nadzoruje proces od idejne zasnove do oddaje v tiskarno in zanj rešuje kompleksne geometrijske težave.

Philippe Apeloig je precej drugačen tipograf kot Luc(as) de Groot. Tipografijo uporablja predvsem kot teksturo, kot glavni del kompozicije – kot najmočnejši grafični element. Ponekod je močno izrazita, prevladujoča, ponekod subtilna, a nikoli ne deluje kot privesek. V svojih delih, med katerimi so mu vedno najljubši plakati, vedno znova

preizkuša meje berljivosti. S pomočjo tipografije kreira podobe sam, saj trdi, da tipografija lažje izrazi abstraktno.

Nikoli pa ne pozablja, da gre pri oblikovanju predvsem za vsebino, koncept in ne samo za obliko, kajti brez vsebine je tudi še tako lepa oblika prazna.

Philippa Apeloiga lahko še bolje spoznate skozi njegovo knjigo *Inside the word* (slika desno), v kateri razkriva svoje delo, svoj življenjski slog, kreativne ideje v oblikovanju, tipografiji, naročnikih, svoje poglede na nove tehnologije, plakate in učenje. Naslov knjige je iskal dolgo. Čeprav je vedel, da je rdeča nit knjige tipografija, se z naslovom ni želel približati samo oblikovalcem, temveč še vsem drugim. In vsak, ki ga zanima umetnost in življenje, bo v tej knjigi našel marsikateri odgovor.

To pa ni edina njegova knjiga. *The spiral, the hand and the menorah* (slika desno spodaj) je knjiga, ki detajlno predstavi, kako je Apeloig razvijal celotno podobo za muzej židovske umetnosti in zgodovine v Parizu, od simbolov, kombinacij le-teh pa do abstrakcije. Predstavljena sta tudi dva plakata, ki pa jih naročnik na žalost ni sprejel.

### Življenjski nazori

In prav zato, ker je dobrega, za ideje odprtega naročnika težko najti, Philippe ustvarja tudi zase, največkrat s socialno-politično noto. Takšen je tudi avtoportret *Coexistence – you + me* (sliki nad pagino).

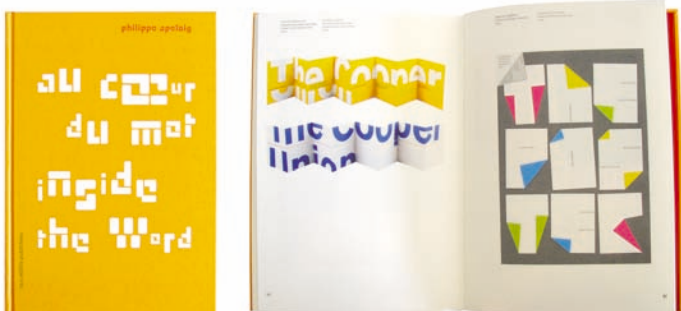
Od komercialnega dela se distancira, saj meni, da je oglaševanje nekako onesnažilo delo oblikovalca, profit in denar pa je edino merilo za uspeh, ne glede na kakovost vizualne oblike in sporočila. Trdno je prepričan, da



Odprodaja zalog barvnih  
papirjev v rolah in  
formatih gramature  
od 60 do 80 g/m<sup>2</sup>.  
Razrez po naročilu.

**Ugodno!**

Kontaktna oseba: Aleksander Kunstek  
tel.: 03 42 35 105, 041/598 984  
e-mail: aleksander.kunstek@aero.si



**MICHAEL HUBER**  
GmbH München

**TISKARSKKE BARVE  
VRHUNSKKE NEMŠKE KVALITETE**

Huber, Hostmann & Steinberg,  
Gleitsmann, Stehlin & Hostag, Npi,  
Info Lab

**SVETOVANJE  
IN SERVIS**

**SEDEŽ V  
LJUBLJANI**

**TORAY**

polimerni klišeji za vodno razvijanje (torelief, toreflex) in  
Dantex razvijalni stroji.

**MEŠALNICA  
OFSETNIH  
TISKARSKIH  
BARV**

**Zastopa in prodaja**

**PERLA d.o.o., Motnica 2, IOC Trzin**  
1236 Trzin, tel. 01 563 74 26, faks 01 563 74 27  
elektronska pošta: perla@siol.net

- **SKALNE** barve (Unicum®, Rapida®, Reflecta®, Resista®)
- **PANTONE**® osnovne nianse
- **HKS**® osnovne nianse
- **ROTO** heat in cold set barve
- **SPECIALNE** barve (Tyvek, Syntape, Folien)
- **ECO** barve
- **LAKI** (disperzijski, ofsetni, UV)
- pomožna sredstva
- **FLEKSO** barve na vodni in organski osnovi

- mešanje iz barvnih koncentratov
- maksimalna pigmentacija barv
- odlična kakovost
- barve tipa sveže, folije, plakatne, brez vonja (tudi dc), uv
- kratki roki izdelave





lahko oblikovalci s svojimi sposobnostmi in domišljijo pripomoremo k boljši družbi, v kateri živimo. »Veliko preveč stvari se producira, namesto da bi se jih kreiralo. Seveda moramo oblikovalci pomagati naročniku in podjetjem, da pospešimo komunikacijo, njihovo prepoznavnost in identiteto, vendar pa hkrati lahko pripomoremo k večji kulturi in socialnosti,« je prepričan.

Svoje nazore, s katerimi želi pomagati k boljši družbi, in seveda svoje znanje prenaša kot učitelj – predavatelj na Cooper Union v New Yorku, eni redkih ameriških šol, kjer ni treba plačevati drage šolnine, saj je glavni kriterij za sprejem študentov »samo« kreativnost. Trudi se premostiti razdor med obsedenostjo študentov z računalniki in nujno potrebo po tipografski senzibilnosti, ki je računalnik sam ne more dajati. Trdno stoji za prepričanjem, da šola ne sme biti kopija profesionalnosti v tem smislu, da bi se študentje že na samem začetku lotili konkretnih naročil. Grafično oblikovanje je predvsem iskanje idej, ki bi na pravi način prenesle sporočilo, mnogo tega pa nastane z eksperimentiranjem in svojstvenim odkrivanjem skritega vizualnega jezika.

Philippe Apeloig živi aktivno življenje, o njem razmišlja in ga poskuša izboljšati, kar potrjujejo

izjave, ki so se prepletale med predavanjem (glej besedilo desno).

### Epilog

Vsekakor je Philippe Apeloig oblikovalec, ki inspirira. Ne samo on, oba gostujoča predavatelja na Emzinovem seminarju sta navduševala s svojim znanjem, sposobnostjo, kreativnostjo, a morda še bolj kot s tem, sta navduševala s svojo preprostotjo, skromnostjo in odkritostjo. Nekaj, kar v slovenskem prostoru med mnogimi oblikovalci žal težko najdemo.

Čeprav sta nas seznanila z mnogimi informacijami in znanjem, sta s svojo prisotnostjo in energijo v meni prebudila tisto, kar se je z leti konkretnih naročil v konkretnem svetu počasi uspavalo. Žar eksperimentiranja in raziskovanja. Vzeti si dovolj časa za odkrivanje ustreznih idejnih rešitev, s katerimi skozi spoznavanje samega sebe ustvarjamo svojstven način vizualnega izražanja in s tem bogatimo sebe in druge.

**Maša OKRŠLAR POPOVIČ**  
www.oblikovalka-mo.si

*Izziv je sprejeti nekaj, česar se še nisi lotil, in se poslušati v tem.*

*Nihče, ki oblikuje, se ne trudi narediti slabo.*

*Oblikovalec ne more narediti vsega sam. Zato potrebuješ kritično oko. Brez kritike, ki pomeni pomoč, se ne moreš izpopolniti.*

*Nikogar ni, ki bi naredil samo najboljša dela.*

*Izum se ne začne iz nič, temveč iz nečesa, kar že obstaja.*

*Ne sledite trendom – ustvarite jih sami.*

*Prepustite se eksperimentiranju in inovacijam.*

*V kreativnem delu ni logike.*

*Kompleksno lahko hitro postane dekorativno.*

*Učenje drugih je radodarnost. Če čutiš, da moraš predati znanje naprej, moraš to storiti.*

*Kdo je dober oblikovalec?*

*Tisti, ki začne tam, kjer se drugi ustavijo.*

*Da še naprej odkriva nove sledi in se prisili do svojih skrajnih zmogljivosti.*

*Nevarno je, če si želiš postati slaven.*

*Profesionalnost ni izdelek, temveč delo, ki nastaja v ozadju, saj ustvarjaš nekaj, kar še ne obstaja.*

*Delo plesalca je trenutek na odru, oblikovalčevo pa pred izdelkom. Andy Warhol je bil resda zvezda, toda to je bilo tudi njegovo delo.*

*Potrebno je poznavanje zgodovine grafičnega oblikovanja – kaj je bilo prej. Smo del komunikacije, zato je potrebno, da smo radovedni in da se učimo iz dogajanja okoli nas. Morda nam nekaj ni všeč, toda treba je opazovati in najti inspiracijo.*

*Veliko je dobrih oblikovalcev, ki jih ne poznamo ali pa nam niso znani.*

*Prihodnost oblikovanja vidim bolj v aktivni in kritični vlogi znotraj družbe kot pa v nadaljnjem razvoju tehnologije.*