



revija novodobnih ustvarjalcev | 90 | 07|08 2007 | 4,59 eur | 1100 sit

projektiranje

oblikovanje

digitalni mediji

vizualizacija

animacija

aktualno: natečaj »inovativnost v arhitekturi« | **dogodki:** red dot - rdeča pika za odličnost | novosti z internavtike | magdalena: ob materinem mleku zrasli ... | **tema številke:** začaran krog porabništva | najboljši sosed | **pametni materiali:** keramika: ne le pametna, tudi zelo uporabna | **ustvarjalnost digitalne dobe:** brida | **programi:** illustrator cs3 | **o črkah:** zakaj helvetica?



poštnina plačana na pošti 1110 Ljubljana | proanima d.o.o. 1001 Ljubljana pp.2/36

PRO ANIMA d.o.o. 1001 LJUBLJANA p.p. 2736
ISSN 1408-7936
9 771408 511110
Poštnina plačana na pošti 1110 Ljubljana

tema številke:

porabništvo napada



IBLOC07

Mednarodna poslovna Linux in odprtokodna konferenca



SOA in odprta koda

Virtualizacija tako in drugače



Odprtokodni splet 2.0

Resen, poslovni Linux



Dobra praksa

in še mnogo več ...



Organizatorja



PLANET
GV

Pokrovitelj



Medijska pokroviteljja

Kapital



INFORMACIJE IN PRIJAVE

Planet GV, Einspielerjeva ulica 6, 1000 Ljubljana

Telefon: 01/30 94 446, 30 94 444, faks: 01/30 94 445, e-pošta: izobrazevanje@planetgv.si

Spletni strani: www.ibloc.si in www.planetgv.si

Portorož, 27. in 28. septembra 2007

kam greš, slovenija?



Aprila sem bila v Milanu na tamkajšnjem (slovitem) pohištvenem sejmu: v celoti na novo zgrajeno sejmišče s svojimi razsežnostmi zapusti na obiskovalcu globok vtis. Že sam vstopni del bi pod svojo streho spravil celotno ljubljansko GR s kostmi in kožo vred. Poleg njega prostoren kongresni center, tiskovno središče, kup restavracij, knjigarn – pravo mesto v malem. Trditve, da je sejemska dejavnost v upadu in da se vse seli na internet, postanejo tukaj, recimo temu, »precej neprepričljive«. Novo sejmišče zavidljivih razsežnosti je bilo ob priložnosti pohištvenega sejma napolnjeno do zadnjega kotička. Programi, zapolnjeni z drugimi dogodki, ki mu bodo sledili; vse to je krepilo prepričanje o prav nasprotnem.

In še drug primer s potepanja po bližnji okolici, tokrat po Dunaju. Kaj me dočaka na izhodu iz mesta? Ne boste verjeli: ponovno popolnoma na novo zgrajeni sejmiščni prostori! Pa nikar si ne mislite, da se ves čas samo potepam naokrog in da sem le prebrala izbor, ki najbolj bije v oči! Moje poti so bolj redke in krajev, ki jih obiščem, ni prav veliko. In prav v te sem se podala! Naključje ali preprosto dokaz obetavnosti področja, da sta v krogu 500 km okrog Ljubljane prav v kratkem času nastali kar dve zelo razsežni sejmišči?

Potem pa me spomin popelje ponovno ne tako daleč nazaj, v mesec marec, ko so nas, novinarje, gostitelji in organizatorji sejma inovativnosti, raziskav in oblikovanja Innovacion iz bli-

žnjega Vidma povabili na sejem, nam plačali prenočišče in vse potne stroške – vse zato, da bi gotovo prišli in vedenje o dogodku razširili čim dlje. Prostori videmskega sejmišča sicer niso bili na novo zgrajeni iz jekla in stekla, ampak so svoje zatočišče poiskali v razsežnih dvoranah iz opeke, ki so verjetno še pred kratkim gostile kakšno tovarno ali drugo proizvodnjo. Seveda pa so bili popolnoma obnovljeni, brezhibno urejeni in sodobno opremljeni ... V obiskovalcu so pustili vtis podjetnega in dinamičnega okolja. Takšnega, kot ga deželni glavar, kot je svetovno uspešni gospodarstvenik in po novem tudi politik Ricardo Illy, vzpodbuja.

Evropska unija intenzivno vzpodbuja inovativnost in visoke tehnologije. Te se vedno in povsod tesno povezujejo s kakovostnim oblikovanjem – o tem nedvoumno govorijo že zgodbe o uspehu letošnjih prejemnikov nagrade red dot iz Slovenije: ideja oziroma inovacija, nadgrajena s kakovostnim in z izvrnim oblikovalskim posegom! Zavedati se moramo, da podjetja ne »silijo« v inovacijo zato, da imajo njihovi razvojni oddelki sploh kaj početi; prav tako si ne nakopljejo za vrat dragega oblikovalca, da se kitijo z njegovim »glamurjem«. Za odločitvami o poti k inovativnosti, h kakovostnemu oblikovanju in k pogumnim poslovnim potezam stojijo podrobne raziskave smernic, ki jih narekuje trg in dobiček – v Elanu so skrbno izračunali, da jim tehnološko in oblikovno dovršena smučka Speedwave prina-

ša nezanemarljivo več dobička in t. i. nadgradne vrednosti izdelka. Njihova računica se je kljub stroškom razvoja, inovacije in oblikovanja izšla: dobiček podjetja raste!

Nas pa je pred dnevi neprijetno presenetila novica, da je v Ljubljani opovedan eden redkih dogodkov, ki sledi sodobnim smernicam, ki jih zapisujejo strokovne institucije Evrope, sejem inovativnosti in sodobnih tehnologij Hevrika. Ena redkih prireditev, katere cilja nista bila porabništvo in izmenjava dobrin, ampak znanje, ustvarjalnost in inovativnost ter povezovanje vseh teh virov za doseganje čim boljših poslovnih dosežkov gospodarstva.

Zavedanje o slednjem je pri nas še vedno pod debelo kopreno politikantstva. Gospodarstvo ječi in stoka, politika pa se nemoteno igra naprej svoje skrivalnice in spletke. Kot da »tam zgoraj« ne bi bilo prav nikogar, ki bi uvidel, da so pogoji slovenskih podjetij v primerjavi z drugimi, evropskimi, veliko slabši in da se še nadalje slabšajo. In da so naša podjetja preobremenjena s previsokimi dajatvami in kot taka vse težje enakovredno tekmujejo z drugimi. In da so pogoji za vzpostavitev in okrepitev novih podjetij drugod veliko ugodnejši, da vlade vzpodbujajo pogumne pobude novoustanovljenih podjetij in jih ne uničujejo z visokimi davki, preden ne okrepijo svojega poslovanja. Kot da se ne bi zavedali, da jih močno in uspešno gospodarstvo konec koncev hrani? Naši politiki pa se še nadalje (nemo-

teno) igrajo svoje igrice volitev in lastne velike pomembnosti. In verjetno si jih bodo še nadalje, in sicer vse do trenutka, ko jih bodo zamenjali drugi, ki bodo isto igro nadaljevali, le z drugo barvo kart v roki – če ne bo vendarle vmes posegla zdrava pamet, ki je je danes tako malo. Zdrava pamet, ki bo prednosti vide-la v zdravih koreninah, to je v za delo stimuliranih in v evropski in svetovni uspeh usmerjenih podjetjih.

Nekaj jih tukaj v tej »zastali mlakužki«, ki se imenuje Slovenija, že obstaja in se bori za obstoj. Sejem inovativnosti, razvoja in kakovostnega oblikovanja je mesto spoznavanja in sklepanja povezav, priložnost, da se v sodelovanju krepijo vezi in večja uspešnost. Sijajna možnost, da se enkrat letno vsi najbolj inovativni dosežki preteklega obdobja predstavijo tudi politikom, tujim gospodarstvenikom, diplomatskemu zboru. Da se z velikimi uspehi, ki jih dosega slovensko gospodarstvo, podrobneje, da ne rečem osebno, spoznajo!

A očitno te potrebe ne uvidijo in se raje še naprej udobno igrajo podiranje potic iz mivke v svojem peskovniku politikantstva. In jih ob tem prav nič ne skrbi, ali bo preobremenjeno gospodarstvo zmoglo odvesti dovolj davkov, za zadosti njihovim političnim (in drugim) ambicijam in razkošnim potrebam. Kdaj se bo to spremenilo, ne vem, lahko se le sprašujem:

Kam si zašla, Slovenija?



založnik

pro anima d.o.o.

odgovorna urednica

irena hlede

urednik

dr. boštjan bugarič

urednik spletnih strani

andrej perčič

uredniški odbor

dr. boštjan bugarič, daniel lovas,
aleksandra globokar, tomaž križnar,
vesna križnar, roman satošek

stalni sodelavci

dr. boštjan bugarič, blaž erzetič,
domen fras, aleksandra globokar,
matic kos, daniel lovas, mag. barbara
predan, roman satošek, katja troha,
klemen trupej

celostna grafična podoba

andrej troha

naslovnica

blaž erzetič

lektoriranje

tomaž petek

tisk

Mond grafika

marketing in naročnine

pro anima d.o.o.

telefon: 01 52 00 720

faks: 01 52 00 728

trr: 02012-0011497181

naslov uredništva

pro anima d.o.o.

proletarska 4, p.p. 2736, 1001 ljubljana

e-pošta: info@proanima.si

www.klikonline.si, www.proanima.si

Revija klik je mesečnik, izhaja 1. v mesecu
vsak mesec razen januarja in avgusta.
Rokopisov, disket in fotografij ne vračamo,
razen če je to urejeno s posebnim dogovorom.
Vse pravice so pridržane. Vso gradivo revije je
v lasti založnika. reproduciranje revije je dovolje-
no le s pisnim soglasjem založnika. Založnik ne
odgovarja za nobeno škodo, ki nastane na pod-
lagi nasvetov, tekstov, slik, oglasov ali katerega
koli drugega materiala objavljenega v reviji klik.
mnenje uredništva se ne ujema vedno z mne-
njem avtorjev besedil, objavljenih v reviji.

Izdajanje revije sofinancira Ministrstvo za kulturo
RS. Naklada 1600 izvodov.

issn 1408-7936

4 julij | avgust

3 uvodnik: kam greš, slovenija?

novice, dogodki:

5 forum catia 2007

7 inovativnost v arhitekturi

9 red dot - rdeča pika za odličnost

14 drugačna karavana

18 novosti z internavtike

29 ob materinem mleku zrasli ...

tema številke:

porabništvo napada

21 začaran krog porabništva

24 najboljši sosed

ustvarjalnost digitalne dobe - 8

26 brida

o črkah

32 zakaj helvetica?

projekti

34 time heals ...

pametni materiali

36 2. evrošola o znanosti materialov

pametni materiali: keramika

38 ne le pametna, tudi zelo uporabna

programi:

40 illustrator cs3

strojna oprema:

42 sony dcr-sr290e

triki in nasveti:

44 autocad tnt: licence, nadgradnje, naročnine ...

48 viz/max tnt: super trava

50 acadbau tnt: strešne konstrukcije

52 inventor tnt: izdelava stopnišča

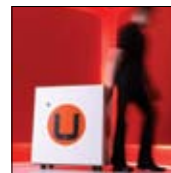
54 archicad tnt: referenčni pogledi

in archicad 11

55 photoshop tnt: tekoča kovina

56 flash tnt: 3d-animacija

58 coreldraw tnt: zooom



Inovativnost je gibalno razvoja in napredka. O tem so prepričani v družbi Trimo, zato posvečajo veliko pozornosti spodbujanju inovativnega razmišljanja in nagrajevanju inovativnega delovanja. Ena takšnih oblik spodbujanja in nagrajevanja so Trimove arhitekturne nagrade, ki vam jih predstavljamo.

Iz Slovenije sta letos uvrščena v izbor dva proizvajalca – eden izmed njiju je begunjski Elan s svojo inovativno smučko Speedwave, oblikovano v sodelovanju s podjetjem Gigo-design, drugi metliška Kolpa, kjer so z mladima oblikovalcema iz podjetja Grafik in Fanatik razvili inovativen kopalniški sestav YOU.

Slovenska navtična proizvodnja in razvoj sta močna in v množici konkurence se rojevajo vedno nove in inovativne ideje. Letošnja „idejna zvezda“ Internavtike je bil treking trotrupec z imenom Trokril – dinamično, hitro, lahko in predvsem mobilno plovilo.

Življenjsko okolje gradimo z izdelki, ki odražajo naš status. Z nakupovanjem sporočamo industriji, kdo smo, kaj si želimo, kako živimo, ustvarjamo pa tudi smernice za prihodnost. Danes kupljen izdelek je namig, da bomo čez čas kupili podobno, izpopolnjeno izdajo ali dodatek. Vse to je danes porabništvo.

Člani skupine BridA imajo močno ozadje v akademskem znanju, ogibajo se materialnosti svojega medija. S pomočjo kombiniranja računalniških in družbenih ved z umetnostno teorijo in prakso nastajajo njihova dela v hibridnem svetu, v katerem dvo- in tridimenzionalnost sobivata, včasih pa celo zasedata isti prostor.

Na svetu obstaja ogromno dokumentarnih filmov o nenavadnih živalih, nepojasnjenih skrivnostih, pomembnih dogodkih, o zgodovinskih osebnostih, skratka, o vsem mogočem. Razen o tipografiji. Takega filma ni. Oziroma natančneje: ga ni bilo, dokler ga ni posnel ameriški režiser Gary Hustwit.

Iz keramike so že naši pradedni predniki ustvarjali vrsto izdelkov, a ti so bili krhki in občutljivi. Ko danes spregovorimo o tehnološko dodelani, tj. pametni keramiki, je situacija prav nasprotna: po trdoti je primerljiva z diamantom, ne prevaja elektrike in jo uporabljamo tam, kjer si je včasih niti zamisliti nismo mogli.

V kateri pristan pelje letos Adobe Illustratorjevo barko? Na osnovi pregleda programa se kaže smer v podpori programom, ki ne potrebujejo dela z večstranskimi dokumenti, sem pa se uvrščajo vsi spletni programi, tisti za podporo filmom ter za mobilne naprave. O drugih novostih pa podrobeje na notranjih straneh revije ...

Zlati pokrovitelj revije:

gorenje

povezani za pametnejši dom

V slogi je moč, so ugotovili predstavniki slovenskih podjetij Telekom, Goap in Gorenje, ter povezali svoje znanje in izkušnje za postavitve inteligentnega doma prihodnosti. Pred nedavnim so koncept inteligentnega doma predstavili javnosti ter prikazala, kaj vse današnje napredne komunikacijske tehnologije in sodobne gospodinjske naprave že omogočajo. Inteligentni dom, ki ga sestavljajo Gorenjevi najbolj tehnološko dovršeni aparati, je postavljen v poslovnih prostorih podjetja Gorenje na Brnčičevi v Ljubljani.

V Gorenju so že pred časom razvili vrsto tehnološko naprednih inteligentnih gospodinjskih aparatov, ki so v prodaji na tržiščih širom Evrope že od leta 2004, pri tem pa so tehnološke rešitve s področja okoljske inteligence in povsod prisotnih osebnih računalnikov inteligentno prenesli na gospodinjske aparate. Gre za krmiljenje in vodenje procesov, kontaktno upravljanje naprav, upravljanje naprav na daljavo ter inteligentne senzorje. Današnja Gorenjeva partnerja v predstavitvi inteligentnega doma Telekom in Goap razvijata svoje rešitve v isto smer. Goap razvija uporabniške vmesnike in module ter druge rešitve, ki omogočajo povezljivost s telekomunikacijskim in internetnim omrežjem, Telekom pa poleg omrežnih storitev, potrebnih za te namene, omogoča tudi druge storitve pametne hiše, kot so alarmni sistemi, video in glasbo na zahtevo, TV na zahtevo, IP HDTV, IP video telefonijo, inteligentni vodnik po programih in večpredstavnostnih vsebinah itd. Pametni dom, kot ga vidimo danes, upravlja mo na daljavo preko konzolnega dlančnika, ki v trenutku postavi vse daljinske upravljalce v muzej zgodovine. Ko pa smo doma, ga lahko upravljamo tudi preko televizorja, katerega ekran nam služi kot informacijsko stičišče, vedno pa pride prav tudi dobri stari klasični način upravljanja preko ekranov na dotik. Danes lahko naštejemo 4 vmesnike, ki so se sicer v naših vsakdanjkih že močno uveljavili, s katerimi lahko pametni dom upravljamo

na daljavo – dlančnik, internet, sms ter ekran na dotik.

Komunikacijske in druge tehnologije, temelječe na internetnem protokolu, že danes omogočajo povezljivost in upravljanje z različnimi inteligentnimi sistemi v stanovanju ali stanovanjski hiši na daljavo ali znotraj objektov. Številne danes predstavljene inteligentne uporabniške prednosti nam bodo v prihodnosti olajšale marsikatero dejavnost, kot je, na primer, opozarjanje na nepredvidene dogodke – požar ali poplavo, varovanje in nadzor, upravljanje vhodnih vrat in oken, hišnega zvonca, razsvetljave, senčil, ventilacije, ogrevanja itd. ter gospodinjskih aparatov in sistemov za pametno kuhanje. Uporaba storitev pametnega doma bo v prihodnosti bistveno izboljšala kakovost življenja in človekovega delovanja, povečala udobje in zmanjšala skrb, vplivala bo na transportne stroške, pomembna pa je tudi z vidika varstva okolja in ekonomske rabe vseh vrst energije.

Pametni dom, kot so ga vsi trije partnerji vzorčno postavili v Gorenjevi poslovni stavbi na Brnčičevi v Ljubljani, prikazuje le delček vsega, kar sodobne tehnologije omogočajo. Z nenehnim tehnološkim razvojem pa postajajo potrebe in zanimanje ljudi po inteligentnem domu vedno večje.

Za vse, ki jih zanima več podrobnosti glede pametnega doma, so predvideni vodeni obiski, seveda po predhodnem dogovoru.



Med kuhinjske aparate po novem spadajo tudi tipkovnica, daljinski upravljalca, LCD/zaslon..



... ter dlančnik, s katerim preprosto in s poljubne lokacije upravljate pametne aparate.



Novosti je predstavil vodilni Gorenjev informatik, dr. Konrad Steblovnik.

forum uporabnikov programa catia

Hrvaško podjetje CadCam, ki že več let zastopa na hrvaškem kot tudi na slovenskem trgu programe in rešitve podjetja Dassault Systèmes, se je letos odločilo, da redno letno srečanje uporabnikov programa Catia (ter vrste drugih orodij znotraj skupine) premakne na pomladanski termin. V tradicionalnem Portorožu smo se tako tokrat konec maja zbrali novinarji, nekaj pomembnih predstavnikov IBM-a in Dassaulta, predvsem pa tako rekoč vsi uporabniki programskih rešitev iz Slovenije, Hrvaške, Srbije in še od kod. Predstavniki podjetja CadCam so kot vedno

doslej predstavili programske novosti, o strategiji korporacije in smernicah za prihodnost so spregovorili predstavniki podjetij IBM in Dassault Systèmes, uporabniki programov pa so opisali svoje praktične izkušnje. S slovenskega tržišča je letos novinec podjetja Elan Marine, ki program uporablja pri razvoju novih modelov jadrnic, s katerimi je že drugo leto zapored pridobil priznanje »evropska jadrnica leta« na sejmu Boot. Dogodek so predstavniki podjetja CadCam Group, kot se po novem imenujejo, izkoristili tudi za predstavitev svoje nove organiziranosti in celostne podobe. I. H.



inovativnost v arhitekturi

Pojem inovativnosti se nanaša na bistveno izboljšanje in izpolnitev trenutnega; predstavlja uvedbo nečesa novega in simbolizira drugačnost. Inovativna je lahko dejavnost, inovativni so lahko ljudje. Ustvarjalnost, inovativnost in domiselne rešitve so del našega vsakdanjika, predvsem pa so spremljevalec arhitekturnega sveta.



Nagrajenci 2. Trimovega natečaja na podelitvi nagrad

Inovativnost je gibalno razvoja in napredka. O tem so prepričani v družbi Trimo, v enem vodilnih evropskih ponudnikov celovitih rešitev na področju jeklenih zgradb, kjer inovativnost vrednotijo kot ključni dejavnik doseganja uravnotežene rasti in razvoja družbe ter ustvarjanja kakovostnih rešitev. Zato posvečajo veliko pozornosti spodbujanju inovativnega razmišljanja in nagrajevanju inovativnega delovanja. Ena takšnih oblik spodbujanja in nagrajevanja so tudi Trimove arhitekturne nagrade, ki jih podjetje razpiše vsaki dve leti, letos pa jih bodo podelili že tretjič zapored.

Namen razpisa je spodbujati arhitekto in projektante, in sicer k izvajanju izvirnih, ustvarjalnih in inovativnih arhitekturnih rešitev s Trimovimi proizvodi.

In zakaj so se v družbi Trimo odločili, da bodo nagradili ravno tiste strokovnjake, ki jim zaradi svojih ustvarjalnih, nestandardnih in inovativnih rešitev naredijo največ "sivih las", kot se radi pošalijo? Miloš Ebner, direktor razvoja in projekte v družbi Trimo ter predsednik ocenjevalne komisi-

je Trimovih arhitekturnih nagrad na to odgovarja: »Mi ne samo da živimo od arhitekturnih stvaritev, ampak tudi prebivamo v njih in med njimi. Tudi mi smo, tako kot vsi drugi, radi ponosni ne le na kakovost naših proizvodov, ampak tudi na način, na katerega se lahko uporabljajo. In ne nazadnje nam ni vseeno, kakšno je okolje, v katerem živimo. Zato pri svojem delu stremimo k doseganju boljšega, k preseganju meja že ustvarjenega in videnega, k oblikovanju novega. V posebno veselje nam je, kadar lahko pri tem sodelujemo z ljudmi, ki ustvarjajo arhitekturne stvaritve. Ker cenimo to sodelovanje, ga že več let zapored podpiramo s Trimovimi arhitekturnimi nagradami.«

Razpis za Trimove arhitekturne nagrade je bil prvič izveden leta 2003. Nanj je prispele 32 del iz 13 različnih držav. Leta 2005, ko so razpis ponovili, je bilo prijavljenih že 77 del iz 18 različnih držav. Tudi letos si želijo čim več prijav, predvsem pa veliko inovativnih rešitev, ki bodo kazale smer in zgled arhitektom v prihodnje.

razpisni pogoji za trimov natečaj za leto 2007

Sodelujoči arhitekti in projektanti lahko svoje izvirno, ustvarjalno in inovativno delo prijavijo do 1. avgusta 2007, če izpolnjujejo naslednje pogoje:

- rešitve so že realizirane na konkretno izvedenem objektu v zadnjih treh letih, vendar ne pozneje kot do 1. julija 2007;
- na prijavljenem objektu morajo biti uporabljeni Trimovi proizvodi (ognjevarni strešni in fasadni paneli Trimoterm, modularni fasadni paneli TrimoRaster, gradbene plošče Trimoval, strešne kritine Trimo, jeklene konstrukcije Trimo), ki morajo vizualno in/ali količinsko izstopati;
- lokacija objekta je lahko v Sloveniji ali tujini;
- rešitve, ki jih zagotavljajo Trimovi proizvodi, morajo izstopati s svojo zasnovo in zaokrožati celoto; izkazovati morajo veliko prednosti pri načrtovanju, gospodarnosti uporabe in uporabi sodobnih arhitekturnih rešitev. Udeleženci razpisa lahko svoje prijave pošljejo na naslov Trimo, d. d., Prijateljeva cesta 12, 8210 Trebnje s pripisom Trimove arhitekturne nagrade 2007. Prijavnico in dodatne informacije o Trimovih arhitekturnih nagradah pa lahko najdejo tudi na Trimovi spletni strani www.trimo.si. Nagrajenci bodo znani v septembru 2007. Skupni znesek letošnjega nagradnega sklada je 45.000 EUR.



Posebno priznanje 2005: Matjaž Gril, Klavdij Kikelj; Poslovno-trgovski objekt Mozirje.

nekaj nagrajenih del

Na dozdajšnjih dveh natečajih se je v vrste prejemnikov nagrad uvrstilo veliko znanih arhitektov iz Slovenije, pa tudi tujine. Kot zglede vam predstavljamo njihove nagrajene inovativne rešitve.

Nagrada za celovito arhitekturno rešitev 2005

Trgovsko središče z gradbenim materialom Mega Baumax

Arhitekti: Walter Stelzhammer, Ernst Hoffmann, Adrian Ryser



Walter Stelzhammer, Adrian Ryser: »Objekt bi bil brez Trima oblikovno šibkejši, gradbenotehnično slabši ali bistveno dražji. Mi, arhitekti, bi trpeli zaradi prvega, gradbeni urad ne bi sprejel drugega, naročnik pa bi zavrnil tretje.«

Nagrada za celovito arhitekturno rešitev 2005

Lakirnica Airbus 380

Arhitekta: Jörg Huhnholz, Michael Krämer



Jörg Huhnholz, Michael Krämer: Podpora kompetentnih strokovnjakov na izvajalski strani vodi do delovanja, usmerjenega k ciljem in stran od slepih poti pri realizaciji. Vedno smo zelo zainteresirani za nove proizvode in inovacije v razvoju proizvodov. Tu velja: »Zastoj pomeni nazadovanje.«

Nagrada za celovito arhitekturno rešitev 2005

Zabaviščno, trgovsko in poslovno središče Portoval

Arhitekta: Janez Koželj, Jože Jaki



Janez Koželj, Jože Jaki: »Inovativna arhitektura je lahko le dosežek skupinskega dela in skupnega prizadevanja. Vsako iskanje alternativnih rešitev je negotovo, obvladovanje tveganja pa zahteva tesno sodelovanje med arhitekti, inženirji in tehnologi, ki se lahko zanesejo na možnosti razpoložljive tehnologije in zanesljivost izvedbe.«

Nagrada za celovito arhitekturno rešitev 2005

Regalno skladišče Elcom

Arhitekta: Milan Tomac, Dean Lah



Milan Tomac, Dean Lah: »V naši projektantski ekipi k projektom vedno poizkušamo pristopati analitično, z jasno izdelanim prostorskim in s funkcionalnim konceptom. Nato sledi dolg in trd proces usklajevanja z naročnikom in drugimi sodelavci, kar včasih pripelje do rezultata, ki je podoben začetnim skicam, večkrat pa do rezultata, ki naprvi pogled nima veliko skupnega z začetki. Vendar se pustimo presenetiti.«

red dot – rdeča pika za odličnost

Vse od leta 1955, torej že več kot pol stoletja, oblikovalski center Design Zentrum Northrhrein Westfalen iz nemškega Essna vzdržuje ta tradicionalni vsakoletni natečaj. V tem obdobju so se instituciji pridružili še muzej oblikovanja in kopica drugih natečajev, ki skozi vse leto svetu predstavljajo najodličnejše oblikovalske izdelke, projekte in pobude z vsega sveta.



Ni naključje, da sta na nemških tleh našli domovanje kar dve svetovno odmevni nagradi na področju oblikovanja na splošno in še posebej industrijskega oblikovanja – poleg prejšnji mesec predstavljene Industrie Forum (iF) še red dot. Nemci so široko po svetu znani kot natančni in sposobni organizatorji; odlikujeta jih dobra organizacija in velik ugled. A pri slednjem je morda red dot še nekoliko močnejši ...

Urniki in kategorije za red dot so popolna rutina. Vnaprej in zelo natančno so določeni datumi prijav, žiriranja in sklepne prireditve. Vnaprej so najavljeni tudi vsi kriteriji izbire in strokovno podkrovana žirija, izbrana izmed svetovno znanih in pomembnih oblikovalcev ter drugih izvedencev s področja oblikovanja. Njihovemu budnemu in izurjenemu očesu se težko izmuzne napaka – sodbe, ki jih podajo za prijavljene izdelke, so strokovno skoraj nezmotljive in pogosto opozorijo na pomanjkljivosti, ki so se izmuznile celo budnemu očesu prijavitelja izdelka ali oblikovalca.

Odziv prijaviteljev za podelitev nagrad red dot je izreden in vsako leto večji, čeprav so prijavnine za izdelke sorazmerno visoke. Letos je bilo prijavljenih kar 2.548 izdelkov, kar pomeni 20 odstotkov več glede na lansko leto, ko je bilo prijav komaj nekaj več kot 2.000. Število dobitnikov priznanj odličnosti red dot ni omejeno z nagradnim skladom, ampak s kakovostjo izdelka – če ta zadosti zahtevam žirije, dobi priznanje. Letos je bilo dobitnikov 523, le 43 izmed njih pa jih je prejelo tudi »best of the best« – posebno, častno priznanje za začetniške/prvotne dosežke na področju oblikovanja in izjemne inovacije.

Kam gremo 2007?

V letu 2007 je bil poleg splošnega porasta prijav zelo opazen porast prijaviteljev iz Azije. Proizvodnemu bumu zdaj očitno sledi vzpostavljanje lastnega razvoja in vzporedno kakovostnega oblikovanja. Posebno izrazito je to na področjih medijskih in hišnih naprav ter seveda računalnikov. Azijske države tukaj vzpostavljajo popolnoma nove razsežnosti pristopa k oblikovanju, povezane z njihovo zelo posebno in drugačno kulturo.

V Azijo, podrobneje Južno Korejo, je romalo tudi eno od priznanj »best of the best«, sicer pa so te skoraj v celoti pobrali Evropejci iz držav, kjer imata industrija in kakovostno oblikovanje že dolgoletno tradicijo in visok ugled. Izmuznili so se jim le zgoraj omenjeni Korejci ter poleg njih ZDA in Brazilija.

Iz Slovenije sta letos dva proizvajalca s svojim izdelkom prepričala žirijo, da ju je uvrstila v izbor – eden izmed njih je begunjski Elan s svojo inovativno smučko Speedwave, oblikovano v sodelovanju s podjetjem Gigodesign, drugi metliška Kolpa, kjer so skupno z mladima oblikovalcema iz podjetja Grafik in Fanatik razvili inovativen kopalniški sestav YOU. Slavnostna podelitev priznanj je bila, kot običajno, 25. junija v essenskem Aalto Theater, takoj naslednji dan, to je 26. junija, pa so v muzeju oblikovanja slovesno odprli razstavo nagrajenih izdelkov, ki bo ostala odprta vse do 23. julija. Za konec pa še podrobneje o obeh letošnjih nagrajencih iz Slovenije.

za red dotom – red dot

Uspehi in odmevnost red dota so opogumili organizatorja, da je oblikoval še nekaj drugih natečajev, s katerimi so »pokrili« področja, ki so iz industrijskega oblikovanja izpadla, se pa nanj tesno navezujejo.

Prvi med njimi je »communication design«. Komunikacije so danes vseprisotne: komuniciramo med seboj, s stroji in z napravami, računalniki, multimedij-skimi napravami ipd. Poleg resničnega sveta je vzpostavljen še navidezni (virtualni) svet. In vse te zajema oblikovanje komunikacij! Komunikacijam so pridružili še embalaže, ker so postale izjemno pomembne, a med industrijsko oblikovanje ne sodijo. Roki za prijavo del so bili letos do 22. junija, svečane podelitve pa bodo decembra.

Popolna novost je evropska nagrada za upravljanje oblikovanja – Design Management. Do odločitve o razpisu so vodilne iz essenskega oblikovalskega centra pripeljale dolgoletne izkušnje in visoka mednarodna prepoznavnost pri promoviranju oblikovanja in organizaciji oblikovalskih natečajev. Te so jih vodile do spoznanja, da oblikovalsko usmerjeno upravljanje pripomore k večji konkurenčnosti in gospodarskemu uspehu podjetij. Tudi za ta natečaj je rok prijav za letos že končan, slovesna podelitev priznanj pa bo 22. novembra. Nagrajenci bodo predstavljeni na

razstavi, ki bo po Essnu obiskala še nekaj drugih evropskih mest. Design Management je sočasno področje, ki ga močno spodbuja in podpira Evropska unija, tako da je uvrščeno med njene pomembne podpornike.

Tretji odmeven dosežek red dota letos pa je International Design Forum, ki se je maja letos odvijal v »prestonici vseh prestolnic«, Dubaju. Pod (premožnim) pokroviteljstvom predsednika vlade se je na forumu zbralo veliko znanih imen iz svetovne oblikovalske smetane, med njimi Karim Rashid, Zaha Hadid, Stefano Boeri, Rem Koolhaas, itd... Arabski organizator dogodka, podjetje Moutamarat, je eden izmed ustanoviteljev mednarodne iniciative za oblikovanje (IMI), dogajanje samo pa dokaz, da se težjiše tudi na področju oblikovanja počasi preveša proti Vzhodu.

kriteriji žirije:

- stopnja inovativnosti
- uporabnost izdelka
- splošna kakovost
- ergonomija
- trpežnost
- simbolna in čustvena vsebina
- obrobni dodatki izdelka
- razumljivost za rabo
- ekološka primernost

nekaj dobitnikov »best of the best«



Počivalnik YinYang, Dedon



Stol Gubi II, GUBI



Avtobus Neoplan Cityliner; Neoman



Ročno izdelan pohodni čevlji Tour 360 II, Adidas

kategorije:

- dnevne sobe in spalnice
- kuhinje in kuhinjski aparati
- razvedrilo, šport, wellness in mobilna vozila
- arhitekturna in notranja oprema
- industrija in obrt
- transport
- kopalnice, ogrevanje, klimatizacija in sanitarne instalacije
- medicina in zdravstvene vede
- pisarne in poslovni prostori
- medijska in hišna elektronika
- računalniki in dodatki



Hišni telefon Siedle, S.Siedle & Soehne



Teleskopska snežna lopata, Mammut



Zaščitne rokavice, Ejendals AB Sports Group



Umivalnik Wedge, HighTech Design Products AG



Posoda za odpadke, Eva Denmar

speedwave = elan + gigodesign

Da je Elan podjetje, kjer je inovacija zakon, čeblija že ptiči na strehah. Dolgo vrsto let že redno presenečajo z inovativnimi zamislimi – carving in fusion so le med najbolj odmevnimi, poleg njih je bilo vedno polno manj znanih, a včasih nič manj pomembnih. Tako je Speedwave le nadaljevanje smeri, ki so si jo že davno zastavili.

Elanov razvojni oddelek se je v izhodišču spopadel z na videz nemogočim izzivom, kako razviti smučko, ki bo vzdolžno mehka in hkrati torzijsko stabilna. Takšne mehanske lastnosti imajo le elementi vzvalovanih oblik, zato so razvili posebno tehnologijo lupine v obliki valov. Težava, ki je nastopala pri načrtovanju izvedbe smuči, pa je bila, da zaradi tehničnih omejitev zelo ostre linije niso bile dopustne. Na tem mestu se je v oblikovanje izdelka z novimi idejami vključila oblikovalska agencija Gigodesign, katero so k sodelovanju povabili že takoj na začetku razvoja izdelka.

Prve idejne skice valovite smuči so v Elanu nastale aprila leta 2004. V naslednjih mesecih so se v podjetju združili strokovnjaki s področij razvoja, vodenja izdelka, prodaje in trženja ter začeli projekt, ki žanje uspehe še danes. Futuristično oglaševanje, predstavitve na smučiščih po Evropi in testiranja z vrhunskimi smučarji so pripeljali do številnih nagrad in dobrih prodajnih dosežkov. Elan je prvič v zgodovini dokazal, da zna delati vrhunsko oblikovane in tudi tehnično dovršene smuči.

Oblikovalec kot tretje oko

Oblikovalec z veliko širino in bogatimi izkušnjami v različnih projektih se v projektnem sodelovanju pogosto izkaže kot nekakšno tretje oko naročnika – sočasno namreč nastopa s stališča izkušnje strokovnjaka za funkcionalnost in estetiko ter tudi zahtevnega uporabnika.

Korenine sodelovanja med Gigodesignom in Elanom segajo nekaj let nazaj, ko je Elan testno povabil nekaj agencij in studi- ev, med katerimi se je selekcija izvršila skozi delo. V začetku so bile v ospredju sodelovanja predvsem grafične rešitve, katerim

so se šele pozneje pridružile tudi 3D-oblike oziroma industrijsko oblikovanje. Dobro pokrivanje obeh področij je bilo osnova za nadaljevanje in nadgrajevanje skupnega dela. V Gigodesignu so v tem obdobju dodobra spoznali svojega naročnika, predvsem pa njegove izdelke, si ustvarili idejo o tem, kako bi morali biti videti, in jo Elanu tudi predstavili.

K razvoju nove smučke so bili zato povabljeni že v samem začetku. Elanovi razvojniki so idejo valovitih nosilnih elementov takrat preizkušali šele na grobih maketah – razvojnem prototipu, ki je imel grobo konstrukcijo, privlačeno na vrhu smuči. Elanove razvojne koncepte so v Gigodesignu ocenili kot zelo zanimive, potrebno jih je bilo le umestiti in oblikovati tako, da bo iz njih nastal želeni končni izdelek. Predlagana konstrukcija smuči je nudila prilagodljivost, da v novem izdelku uskladijo funkcionalne značilnosti in obliko na način, ki bo razumljivo ponazoril svojo novo funkcionalnost uporabniku.

Razvita oblika končnega izdelka, kot ga danes že najdemo na prodajnih policah, poskuša povzemanj tehnologijo izdelave, uporabnost in čustveno identiteto izdelka. Vse to je zahtevalo premišljeno usklajevanje trirazsežnostnih oblik, grafičnih elementov, materialov in barv. Predlagana grafična oprema smuči ignorira tipično športno grafiko in vzpostavlja rešitev, ki z velikimi enotnimi barvnimi površinami sledi trirazsežnostni obliki smuči in s tem poudari značilno obliko valov ter neobičajno obliko konice. Ta linija je narekovala tudi oblikovne značilnosti uporabljene tipografije.

Vrednost dosežka

Nagrada je za Gigodesign dobrodošla po-

o podjetju gigodesign

Podjetje je bilo ustanovljeno leta 2000, izkušnje vodilnih strokovnjakov pa segajo vse v konec 80. let prejšnjega stoletja. Podjetje deluje na področjih svetovanja in rešitev:

- identitetnih sistemov korporativnih, izdelčnih in storitvenih znamk,
- razvoja novih izdelkov in izdelčnih skupin,
- komunikacij.

Danes ima 20 sodelavcev, ki so uspešno realizirali prek 240 kompleksnih projektov pri več kot 60 naročnikih, kot so Delo, Elan, Engrotuš, Hermes Softlab, Hit, Intra Lighting, Kolektor, Konstrukcije Schwarzmann, Kovinoplastika Lož, Krka, MM – Marketing magazin, Meblo, Mercator, Mladina, Mladinska knjiga, Ocean Orchyds, Predsednik Republike Slovenije, RTV Slovenija, Sanolabor, Si.Mobil, Špica International, Studio Moderna, Svet Evrope (Strasbourg), Tomos, Urad Republike Slovenije za informiranje ... Samo v letu 2006 je podjetje sodelovalo z naročniki pri projektih skupne investicijske vrednosti blizu 10 mio. evrov.



Podjetje sodi po številu in obsegu izvedenih del ter prejetih domačih in tujih priznanj s področja oblikovanja in ustvarjalnosti za vodilno podjetje s področja oblikovanja v Sloveniji. Med prejetimi nagradami so: red dot, BIO, DIDA, Piranesi, ISPO, ICOGRADA, Golden Drum, EPICA, CANNES, IABC, TALUM IDW, Communication Arts, Anfia, ...

sodelavci v projektu speedwave:

Gigodesign:

- Miha Klinar (ustvarjalno vodenje – 3D)
- Luka Stepan (oblikovanje Speedwave 12, 14)
- Martin Šoštarič (oblikovanje Speedwave 8, 10)
- Matevž Medja (ustvarjalno vodenje – grafika)
- Blaž Medja (ustvarjalno vodenje – 2D)

Elan:

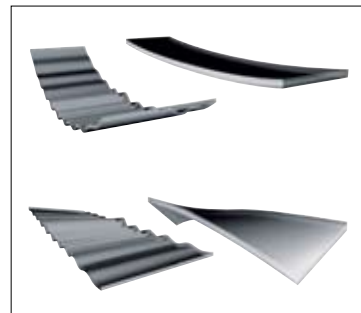
- razvojni oddelek Elana
- oddelek izdelčnega vodenja Elana
- oddelek marketinga Elana

trditve ustreznosti njihovih oblikovnih rešitev, hkrati pa potrjuje pomembno vlogo, ki jo ima lahko oblikovanje, če je pravilno vključeno že v razvojne projekte. Izvedenci iz Elana in oblikovalci Gigodesigna so bili v razvoju izdelka ves čas v dialogu in so ob stalnem preizkušanju usklajevali ideje in rešitve, da so naredili izdelek, ki je bil primeren za serijsko izdelavo in imel tudi estetski ter privlačen videz.

Smuči iz serije Speedwave danes predstavljajo novo kategorijo smučanja, tj. »Speed Carving«. Revolucionarna tehnologija WaveFlex™ omogoča hitro, natančno in udobno zavijanje ob spremenljivem radiju. Konstrukcija v obliki valov prinaša kombinacijo mehkega upogiba smučke in torzijske trdnosti, kar ni uspelo združiti še nobenemu proizvajalcu smuči.

Kakovostnemu delu so sledili uspehi: leta 2006 »Ispos European Ski Award 2006« za inovativen izdelek in »Medal of Excellen-

ce 2006«, leta 2007 pa »red dot Design Award 2007« za oblikovanje in »5 stars VIP Ski Magazin 2007« na testih smuči. Vsa ta priznanja potrjujejo, da je Elan postal glavni igralec »Nove generacije smučanja«. Po »European Ski Award« se serija nagrad za smuči Speedwave le nadaljuje in nadgrajuje.



Speedwave je sočasno trzijsko trdna in mehka v vzdolžni smeri



Nagrada red dot predstavlja izjemno pomemben gradnik v razvoju in na tržni poti serije Speedwave. Inovativnost se je tukaj srečala z oblikovalsko popolnostjo. To so novi prodajni argumenti in z vidika življenjskega cikla izdelka je v smučarski panogi izjemno pomembno, da se vsako sezono dodajo novi. Gledano širše pa »red dot« seveda predstavlja potrditev za celotno blagovno znamko Elan in dokaz, da je v pogledu oblikovanja na dobri poti. In čeprav je blagovna znamka Elan pozicionirana kot tehnična blagovna znamka, je to pomem-

ben argument, saj igra kakovostno oblikovanje vedno večjo vlogo v nakupnih odločitvah končnih porabnikov.

Tako so smuči iz serije Speedwave v letu 2006 v skupni prodaji smuči blagovne znamke Elan predstavljale 9 odstotkov celotne prodaje z vidika prodanih količin in kar 18 odstotkov z vidika vrednosti, saj imajo zaradi boljše pozicije na trgu višjo povprečno ceno. Za leto 2007 v Elanu predvidevajo, da se bo delež smuči Speedwave povečal na 12 odstotkov količinske prodaje, kar bo glede na tržne razmere dober dosežek.

you = kolpa + grafik in fanatik

Kerrock je že dolgo časa »paradni konj« podjetja Kolpa. Znan je kot material za pulte v kuhinjah ali kopalnicah, iz njega je narejenih kar nekaj različnih umivalnikov in korit, še najpogosteje pa ga srečujemo v objektni gradnji povsod, kjer potrebujemo visoko stopnjo čistoče in trpežnosti. Čeprav je njegova sestava monolitna, se je v vseh naštetih oblikah uporabljal kot obloga, pritrjena na različne podkonstrukcije. To pa je pomenilo, da je bila vsaj ena izmed njegovih estetsko popolnoma enakovrednih strani vedno skrita pogledom.

Vodilna ideja pri razmišljanju o zasnovi programa You je bila, da se material uporabi samostojno, brez dodatnih opor, in da se pri tem enakovredno izpostavi celotno telo izdelka. Vodila pri načrtovanju so bila sodobna oblika in preprosta montaža, uporaba in čiščenje, ciljna skupina pa študentje, posamezniki in družine, ki imajo posluš za nove oblikovalske prijeme. Tudi zato je bilo pomembno oblikovati izdelke, kjer bi bila dragocena surovina Kerrock uporabljena čim bolj preudarno, saj vsake nepotrebne potratnosti žepi ciljnih porabnikov ne bi zmogli. Oblikovalca iz podjetja Grafik in Fanatik sta s Kolpo že dlje časa gradila sodelovanje in odločitev za kopalniški sestav v zdajšnjem obsegu je nastajala postopno skozi pozitivne izkušnje. Prvi od elementov sestava je bila pručka; na osnovi njenega videza in zastavljenih oblikovalskih smernic so ji postopoma sledili ostali.

intervju: aljoša podbršček in primož tomšič

Čigava je bila pobuda za zasnovo nagrajenega sestava? Ste s podjetjem Kolpa sodelovali vse od začetka projekta ali ste se priključili šele pozneje?

Pobudo je dala Kolpa v obliki razvojne naloge, katere cilj je bil razvoj končnega izdelka iz materiala Kerrock, ki se je do takrat prodajal le kot polizdelek. Projekt smo oblikovali in razvijali skupaj od samega začetka projekta.

Kaj za vas kot oblikovalce in podjetje pomeni nagrada?

Nagrada nedvomno pripoveduje o kakovosti našega dela, kaj nam bo to prineslo v prihodnosti, pa je odvisno od naše pridnosti, priložnosti, ki se nam bodo ponudile, in tudi sreče (brez katere ne gre).





Pripelješ ...



Nosilec toaletnega papirja



Voziček za brisače in stopnica za v kad



sestaviš in...



Nosilci za zobne ščetke



Police za brisače



dopolniš.

sodelavci v projektu you:

Grafik in Fanatik:

- Primož Tomšič
- Aljoša Podbršček

Kolpa:

- Radoš Kužnik
- razvojni team Kolpa

Izhodišča

Osnova za izdelavo je kompozitni material Kerrock, ki sodi med cenovno dražje materiale, naloga oblikovalske dvojice pa je bila kompenzirati visoke proizvodne stroške osnovnega materiala z nizkimi stroški izdelave. Rešitev se je ponudila v uporabi postopkov CNC- ploskovnega razreza plošč, termoformiranja in brušenja kot končne obdelave.

Dosežek so izdelki preprostih, a dovršenih oblik, z visoko stopnjo dodane vrednosti,

ki presega golo funkcionalnost izdelkov. Oblikovalca sta v sodelovanju s podjetjem Kolpa zasnovala in izvedla celotno družino kopalniških izdelkov, sestavljeno iz kopalniškega sestava in pripadajočih dodatkov. Izdelki so namenjeni medsebojnemu nadgrajevanju in dopolnjevanju – osnovnemu sestavu lahko vsak dodaja elemente glede na svoje potrebe in prostorske možnosti, kar uporabniku omogoča veliko ustvarjalnosti in izražanja individualnosti pri opremljanju kopalnice.

Kopalnica v kovčku

Posebnost kopalniškega sestava je, da je namenjen prodaji v trgovinah kot »kopalnica v kovčku«. Osnovni elementi kopalniškega pohištva – ogledalo, umivalnik z nosilci in voziček (odlagalna površina) na kolesih – so namreč oblikovani tako, da se zložijo v prodajno embalažo iz lepenke, tj. kovček. Odlika te embalaže je, da ima na dnu izreze za kolesa vozička, katera lahko že ob nakupu izkoristimo za lažji transport celotnega kopalniškega sestava po principu trolleyja. Slogan: »Pripelješ, sestaviš in dopolniš«.

Drugo skupino izdelkov predstavljajo kopalniški dodatki, ki se delijo v podskupine glede na funkcijo, in sicer:

- nosilci za brisače, prirejeni še za obešanje kopalnih plaščev;
- nosilci za zobne ščetke funkcijsko nadomeščajo klasičen kozarec z izrezi na zgornjem in s poglobitvami na spodnjem robu nosilca;
- nosilci za toaletni papir so izdelani v ženski različici z vazo za rože in moški različici z izrezom za revije;

- nosilci za milo;
- stopnica za vstop v kopalno kad (pručka) v dveh velikostih.

Slednja je tudi tehnično najzahtevnejša za izdelavo. Od drugih izdelkov se namreč razlikuje po tem, da je podvržena večjim obremenitvam, prenesti mora namreč večkratno človeško telesno težo. Ker je Kerrock krhek material, bi pri obremenjevanju pručke počil, posebno neugodno pa je bilo razpiranje izdelka ob vertikalnih obremenitvah, ki ga je bilo potrebno na neki način zmanjšati. Rešitev se je pokazala v dodanih vzdolžnih rebrih - blago vzvalovanih zunanji robovih, ki sočasno strukturirajo stopno ploskev, povečajo debelino materiala pri prehodu iz pohodne površine v noge, predvsem pa bistveno povečajo nosilnost pručke ter zmanjšajo njeno razpiranje.

Vsi izdelki razen pručke se pritrujejo na zid s pomočjo petmilimetrskih dostančnikov, ki preprečujejo nabiranje umazanije za zgornjim robom nosilcev in s tem omogočajo lažje čiščenje.

Blagovna znamka in poimenovanje izdelka

V studiu Grafik in Fanatik so poleg industrijskega oblikovanja izdelka izdelali tudi njegovo celotno predstavitev. Izhodišče za izdelavo logotipa je osnovni profil v obliki črke U, ki je povezovalni element vseh izdelkov. Drugo izhodišče je sama črka U, ki v angleščini pomeni YOU – Ti (narejeno zate). Kombinacija zgoraj navedenega je avtorje pripeljala do logotipa, ki je zelo neposreden do kupca, preprost in prepoznaven, tako kot so izdelki sami.



Kyocera Fine Ceramics - odkrijte svet napredne keramike.

Distributer: Xenon forte d.o.o., Leskoškova 11, 1000 Ljubljana, Tel. 01 5484 800, www.xenon-forte.si



**PRIVOŠČITE SI
POŠTEN DOPUST!**

Zakaj bi tvegali naval adrenalina ob obisku tržnega
inšpektorja in daljše brezdelje po soočenju s sodnikom?

**Uživajte na soncu, brez skrbi – z legalno
programsko opremo!**

www.bsa.org/slovenia



drugačna karavana



Ustvariti, oblikovati, proizvesti ... prodati? Štirje izrazi, ki pogosto ne najdejo skupne note. Ustvariti neki lep izdelek, pa čeprav ga vsi hvalijo, še zdaleč ne pomeni prodajnega uspeha. Še kako je pomembno, da izdelek, v katerega vložiš veliko ustvarjalnega napora, čim širše predstaviš, da ga pokažeš vsem, opozoriš nase, ne dovoliš nikomur, da te tudi s kotičkom očesa prezre. Današnji svet se spreminja v eno samo veliko predstavlo; pomembno je, da si viden, opažen, da si »in«, tudi če si morda majhen in za koga popolnoma nepomemben. Tako je pred leti iz sebe ustvaril legendo eden najuspešnejših svetovnih oblikovalcev, gotovo pa najmlajši med njimi, Francoz Ora-İto. In podobno zdaj dela Gorenje, ki ga je pred kratkim povabilo, da zanje oblikuje kolekcijo kuhinjskih elementov: vsi, prav vsi jo morajo videti, vsi spoznati, vsi dojeti, da je to tisto, kar je »in«, kar narekuje smernice in kar v Gorenju ponosno predstavljajo kot novo klasiko kuhinje prihodnosti!

Tako, kot je bila pogumna odločitev o angažmaju mladega in za veliko ljudi kontroverznega oblikovalca Ora-İta, prav tako pogumno so se v Gorenju lotili promocijske kampanje za novo kolekcijo gospodinskih aparatov: ustvarili so model futuristične kuhinje, vanjo postavili nove aparate v trendovski črni barvi in se z njim podali na popotovanje po Evropi. Da prav vsem povedo za svoj dosežek.

Črno in belo v sožitju in kontrastu

Elegantne, iz črnega stekla in česanega aluminija popolnoma minimalistično oblikovane kuhinjske elemente, pri katerih prevladuje bleščeča črna barva, mestoma (ročaji), dopolnjena s srebrno ali črno kovino, so postavili v kontrastno, bleščečo belo okolje, ki so ga poimenovali futuristična kuhinja. V njej pridejo črni, strogo geometrijsko oblikovani aparati še posebej do izraza. Futuristična kuhinja je izdelana kot monolit, ki ga dvignemo in postavimo v prostor, ter oblikovana v prepoznavnem minimalističnem slogu oblikovalca Ora-İta – Simplexity. Narejena je iz naprednega kompozitnega materiala, ki ga veliko ljudi imenuje tudi material prihodnosti. Material je odporen proti vsem vremenskim vplivom, tako da lahko kuhinja stoji tudi zunaj.

V prostorskem elementu dolžine 4,3 m, višine 2,6 m in širine 2,35 m je združena vsa potrebna tehnologija, ki jo pričakujemo v sodobnem tehnološkem središču kuhinje, z zanimivimi praktičnimi rešitvami pa je poskrbljeno tudi za dovolj odlagalnih površin in predalnikov, ki se odpirajo na pritisk (sistem push). V ohišje so vgrajeni aparati iz najnovejše kolekcije Gorenje Ora-İto, od

hladilnika, pomivalnega stroja, multifunkcijske »klasične« in mikrovalovne pečice do indukcijskega kuhališča v osrednjem delu »kuhinje«, nad katerim je vgrajena tudi napa. Za popoln užitek kuhanja je še dodatno poskrbljeno z LCD-zaslonom, na katerem lahko prebiramo recepte, si med kuha-

njem ogledamo film ali pa se priključimo na medmrežje, saj je povezan z v omari vgrajenim CD-/DVD-predvajalnikom in računalnikom. Vse odlagalne površine so ergonomsko oblikovane in zaobljene, posebno zanimiva pa je pokončna odprtina za steklenice oziroma pločevinke.



poslanstvo gorenja

Gorenje si želi postati **najizvirnejši, v oblikovanje usmerjen ustvarjalec izdelkov za dom na svetu**. Na svoje trge želi vedno znova pristopati kot voditelj in ne kot sledilec. Je podjetje z ambiciozno vizijo. Na svoji poti pogumno koraka v prihodnost. Se ne ustavlja, ne menca in ne stopiclja. Vsako leto vloži v

razvoj družbe v povprečju od 40 do 50 milijonov evrov.

Zato vlaga v prenovu tehnoloških postopkov vseh proizvodnih programov in na trge uvaja popolnoma nove generacije tehnološko naprednih, inovativnih in do okolja prijaznih aparatov, ki jih na prvi pogled odlikuje prepoznaven dizajn.



Futuristična karavana

Ker je futuristična kuhinja oblikovana tako, da je lahko razstavljena tudi na odprtih prostorih, je od nastanka pa vse do danes stala že kar na nekaj lokacijah – promocijska karavana Gorenja je namreč brez obotavljanja, takoj ob prihodu prvih prodajnih artiklov iz proizvodnje, krenila na pot. Do zdaj je že obiskala Beograjski teden oblikovanja, ki je potekal od 7. do 12. maja 2007 – oblikovalec Ora-İto je bil med predavatelji oblikovalskega tedna, futuristična kuhinja pa je stala v središču Beograda, na Terazijah. Nato se je odpravila v Carigrad, na enega najbolj slikovitih trgov tega mesta, trg Šišli. Njena tretja postaja je bil naša nekdanja prestolnica in mesto, kjer se je kalilo kar nekaj naših slavnih rojakov, Dunaj, kjer smo se ji za en večer pridružili.

V življenja in mladostne energije prepolnem okolju dunajske muzejske četrti – MQ se je predstavitev umestila na vrt jet set kavarne Halle. Muhasto vreme, ki že nekaj časa kali ugodje dišečih pomladnih večerov, se je tokrat »izneverilo« in topel večer je vabil k dogodku pod zvezdami. Odprla ga je Polona Bobinac, izvršna direktorica Gorenja, odgovorna za področje severne in centralne Evrope, vodila pa znana avstrijska publicistka Claudia Stöckl. Med udeleženci je bilo veliko uglednih gostov iz poslovnega in medijskega sveta, glasbeni, modni, televizijski in gledališki ustvarjalci.

Futuristično kuhinjo so na Dunaj pripeljali že 4. junija, da je bila na voljo modnemu fotografu Carlu Henryju Gruberju, ki je v fotografski objektiv v njenem ambi-



kaj dobim



naročnina na klik

10 števil



popusti & ugodnosti

popusti pri nakupu programov

popusti pri nakupu knjig

ter vrsta uporabnih informacij za bralce

na spletni strani revije, kot so:

ceniki storitev

spletne povezave - linki

informacije o sejmih, natečajih ...

kje se naročim?

s priloženo naročilnico

po internetu | www.klikonline.si

po telefonu | + 386 (0) 1 52 00 720

za vse naročnike klika

www.klikonline.si/prodaja.aspx

spletna prodajalna, kjer lahko ceneje kupite programe, katerih vsakodnevno uporabljate pri svojem delu: programe podjetij Adobe, Corel, QuarkXPress ter ArchiCAD, Artlantis, Piranesi in SketchUp

programe lahko naročite s pomočjo naročilnice v reviji ali na www.klikonline.si

dodatne ugodnosti!



V cenah je zajet 8,5 % DDV. Celoletna naročnina je možna le ob vnaprejšnjem plačilu. Vnaprejšnje plačilo naročniku zagotavlja popust in brezplačno dostavo na želeni naslov znotraj Slovenije. Naročnina za naročnike zunaj Slovenije je višja za znesek povišane poštnine in se spreminja ob spremembah cen poštnih storitev. Celoletna naročnina začne kupcu teči takoj po plačilu naročnine. Kupec lahko od naročnine odstopi najkasneje 8 dni po plačilu naročnine. V tem primeru mu založnik v celoti povrne vplačani znesek. Stroške dostave revije do kupcev znotraj Slovenije krije založba. Če kupec po preteku naročnine pisno ne sporoči, da revije ne želi več prejemati, mu založba pošlje račun oz. položnico za naročnino za naslednje leto. Če kupec poslane položnice ali predračuna ne poravnava, se njegova naročnina prekine. Naročilnica je sestavljena v enem izvodu in služi kot osnova za pripravo položnice ali računa.

Naročanje: www.klikonline.si 01 52 00 720

poštnina
plačana
po pogodbi
št. 59/1/s

pro anima
p.p. 2736

1001 Ljubljana

15 julij | avgust



projektiranje
oblikovanje
digitalni mediji
vizualizacija & animacija



kaj dobim



naročnina na klik

10 številc



popusti & ugodnosti

popusti pri nakupu programov

popusti pri nakupu knjig

ter vrsta uporabnih informacij za bralce

na spletni strani revije, kot so:

ceniki storitev

spletne povezave - linki

informacije o sejmih, natečajih ...

Novi KLIK najdete na prodajnih mestih Dela prodaje, knjigarnah MK - Konzorcij, Vale-Novak na Wolfovi ulici v Ljubljani, knjigarni Goga v Novem Mestu ter knjigarni v Kibli v Mariboru.

Vsebino nove številke najdete tudi na **www.klikonline.si**

[naročilnica na klik]

nepreklicno naročam(o) klik od številke:

☐ **90** julij | avgust 2007

☐ **91** september 2007

način plačila

☐ položnica

☐ račun

ime in priimek

podjetje

dejavnost

ulica

poštna številka, pošta

telefon, faks

e-pošta

datum

davčna številka (zavezanec)

kje se naročim?

s priloženo naročilnico

po internetu | www.klikonline.si

po telefonu | + 386 (0)1 52 00 720

16 julij | avgust



Polona Bobinac in Uroš Marolt, Gorenje



Galeristka Elisabeth Michitsch na predhodnem snemanju ...



... na prireditvi z organizatorjem Jurgenom Hirzbergerjem



Doris Golpashin, priljubljena TV-voditeljica.



Andy in Kelly Kainz, plesalca, oba zmagovalca avstrijskega šova Zvezde plešejo



... in velika zvezda večera: futuristična kuhinja.

entu ujel nekatere avstrijske zvezdnice in zvezdnike. Tako so v izvirnem okolju kuhinje pozirali Doris Golpashin, Andy in Kelly Kainz, Gabi Dorschner, Kati Bellowitsch, Miriam Gerstner, Sabine Mord, Nico Fechter, Elisabeth Michtisch, Wini Brugger in Bernd Schlachter, ki so bili tudi gostje Gorenjevega dogodka v Museums Quartierju. Scenografijo dogodka so krasili posnetki, ki jih je z njimi ustvaril na seansah fotograf, natisnjene plakate pa bodo

vsi prejeli v dar in trajno last. Dogodek je spremljala premierno glasbena scena z DeeJane Electric Indigo.

Futuristična kuhinja po Dunaju nadaljuje pot proti vzhodu Evrope, in sicer se bo naslednjič ustavila v ukrajinski prestolnici Kijev, kjer bo na Myhaylivskem trgu v središču mesta na ogled od 5. do 8. julija 2007; morda jo prav kmalu srečate na svojih počitniških potepanjih kje v Parizu, Londonu; Madridu, Berlinu ali v Rio de Janeiru.

kolekcija ora-ito kot vozovnica za uspeh

Sodelovanje Gorenja z najmlajšo svetovno zvezdo industrijskega oblikovanja Ora-Itom, ki svoj oblikovalski slog imenuje Simplexity – združitev preprostosti in kompleksnosti, predstavlja nove smernice za opremljanje jutrišnjih kuhinj. »V kuhinji, ki smo jo v Gorenju ustvarili z Ora-Itom, se prepletajo organske in futuristične oblike. To je kuhinja, za katero je Ora-It navdih črpal iz svetov, v katerih bomo živeli v prihodnosti, hkrati pa je želel ostati zvest svojemu slogu Simplexity, v katerem prepoznavno združuje kompleksnost s preprostostjo, kar mu je po naših odzvih po Evropi in vedno bolj tudi drugod odlično uspelo. Aparati iz kolekcije, ki gradijo njeno bistvo, po naših ocenah že uresničujejo sanje o novih smernicah na področju gospo-

dinjskih aparatov iz Gorenja,« pravi o novi kolekciji gospodinjskih aparatov, integriranih v futuristično kuhinjo, Polona Bobinac, izvršna direktorica Gorenja, odgovorna za področje severne in centralne Evrope.

Kolekcija je sestavljena iz štirinajst različnih modelov vrhunskih gospodinjskih aparatov in štirih dekorativnih plošč:

- samostojni in vgradni hladilno-zamrzovalni aparati (4),
- vgradne pečice (4),
- steklokeramični kuhalni plošči – highlight (2),
- steklokeramična kuhalna plošča – indukcija (1),
- kuhinjske nape – vertikalna, izvlečna, kaminska (3),
- dekorativne plošče za pomivalne stroje in mikrovalovne pečice (4).

Komentar ob rob

Poslovne in prodajne poteze podjetja Gorenje, predvsem pa poslanstvo, ki ga označajo, rušijo stereotipe o nesamozavesti in hlapčevstvu slovenstva. Samozavest in uporno voljo je znal pri svojih potezah izkazati Ora-to, čigar uspeh v veliki meri temelji na premočrnosti njegovih potez ter pogumu in izvirnosti njegovih dejanj.

Ob obisku na Dunaju nas je sprejela in spremljala po turističnih pohajanjih prijetna vodička slovenskega rodu Mojca, ki že dolga leta živi na Dunaju in ga pozna, kot se temu reče, v samo drobovje. Izmenjali smo kar nekaj besed o zgodovini mesta pa o tem, da je bil nekdaj Dunaj naša prestolnica, čeprav gre danes veliko našim rojakom to priznanje le stežka z jezika. Veliko naših rojakov je tam živel in tudi doživljalo na »tujem« Dunaju velike uspehe, želo priznanja ... Govorili smo o ustanovitelju slavnih dunajskih dečkov Juriju Sladkonji pa o Maksu Fabianiju, Hugu Wolfu, Jožetu Plečniku ... Vsi ti so bili takrat tam izjemno uspešni in so s svojimi deli osvojili mesto in monarhijo.

Danes smo, čeprav se tega pogosto popolnoma še ne zavedamo, del Evrope. Avstro-ogrska monarhija je imela v najbolj cvetočem obdobju 56 milijonov prebivalcev, Evropska unija jih bo s pridružitvijo novih članic leta 2007 imela skoraj pol milijarde. S pravo samozavestjo in z odločnostjo, z voljo in vizijo lahko zdaj osvojimo vse to! In pozabimo komplekse in hlapčevstvo neke na dnu tistega blatnega jarka, iz katerega je pred davnimi leti pobiral cesarsko krono majhen, a uporen Napoleon, kajti že danes smo mu lahko enakovredni!



Fotograf Carl Henry Gruber in Eva-Miriam Gerstner, lastnica dizajnerskega hotela Q



novosti z internavtike

Portoroška razstava navtike je dogodek, ki v ta obmorski kraj pritegne vse, ki z njo živijo, dihamo ali služijo. Pogosto je to tudi prelomnica, do katere se na hitro krpajo »prototipi« plovil za njihovo predstavitev novosti željnemu občinstvu, in sicer še pred začetkom sezone. Slovenska navtična proizvodnja in razvoj sta močna in v množici konkurence se rojevajo vedno nove in inovativne ideje – odboji vetrov, ki v naše kraje nosijo drugačne zamisli. Letošnja je bila treking trotrupec z imenom Trokril – dinamično, hitro, lahko in predvsem mobilno plovilo. Takšno, s katerim ste lahko letos v Kaspijskem morju, drugo leto v Genovskem zalivu in tretje leto nekje po otočjih Severnega morja.



Ideja za plovilo se je rodila na osnovi podobnih zgledov iz tujine, projekt in izvedba pa sta v celoti slovenska. Idejni vodja in pobudnik je Andrej Zajc, ki je avtor koncepta plovila in njegove projektne zasnove. Pri projektu in izvedbi so z njim sodelovali Peter Grabnar iz EP Studia Kranj kot projektant, Peter Podunavac, Supreme, d. o. o., pri načrtovanju jader in palubne opreme, Mitja Margon, Sailingpoint, d. o. o., pri palubni opremlitvi in Matjaž Svetek, ki je bil konzultant pri konstrukcijski rešitvi laminatov. Preprosto, zelo nedvoumno in predvsem popolnoma slovensko ime Trokril je prav tako ideja Andreja Zajca; da bi preprečil zlorabe, pa ga je zaščitil tudi kot registrirano blagovno znamko.

Nova razsežnost jadrnanja in mobilnosti

Razlika med monotrupci, kot redko imenujejo običajne jadrnice, in večtrupci je predvsem v načinu jadrnanja. Pri prvih ravnotežje zagotavlja obtežena kobilica, pri drugih pa širina trupa, kobilica sama pa je skoraj zanemarljiva in najpogostejše izvelična. Zato je tudi jadrnanje popolnoma drugačno – večtrupci gladine morja ne »režejo«, ampak na njej drsijo – glisirajo – in jadrnanje z njimi je izjemno hitro, a lahkotno in brez napetosti. Po spletnih straneh o tem kroži na stotine posnetkov tovrstnih plovil, ki lebdiijo v zraku kakšen meter ali več nad vodno gladino. Ker jim stabilnost zagotavlja že sama širina plovila, kobilica ni obtežba, ampak le smernik, kar v nadaljevanju pomeni veliko večjo svobodo pri pristajanju in neovirano gibljivost tudi v plitvi vodi, sočasno pa tudi veliko manjšo težo.

Trotrupcem, torej plovilom s tremi trupi – večjim osrednjim in manjšima stranskima – je dodatna odlika možnost, da se stranska trupa lahko odstrani ali še pogostejše poklopita k osrednjemu. Tako se širina plovila močno zmanjša, kar veliko pomeni tako v marinah zaradi nižjih cen privezov kot posebnost pri prevozu. Trokril tukaj posebno zaradi sorazmerno majhne dolžine (le 6,3 m) še dodatno izstopa. S težo le kakšnih 350 kilogramov ga lahko tako rekoč kadar koli izvlečemo iz vode, premestimo na prikolico in prepeljemo na drugo lokacijo. To pomeni, da se znebimo velikih stroškov za priveze v zimskem času, nadležnega čiščenja alg s trupa, predvsem pa nismo vezani na počasne in pogosto naporne vodne transporte (ki si jih veliko niti ne more privoščiti), ampak se lahko prepeljemo drugam po veliko hitrejših cestnih poteh in za to ne potrebujejo posebnega vozila, ampak zadostuje že manjši osebni avtomobil. To »udobje« so poimenovali navtični treking in postaja v svetu vse bolj priljubljeno.

Preprost in priročen

Velika prednost Trokrila je preprosto manipuliranje: sestavi ga en sam človek v pičlih 15 minutah, ki tudi splovitev lahko opravi samostojno. Enako velja za jadrnanje, ki zahteva le enega jadralca. Stranska trupa se zelo preprosto sklopita ob osrednjega tudi na vodi. Z dvizhima kobilico in krmilom je Trokrilov grez le 14 cm, kar pomeni možnost pristajanja v poljubni plitvini pa tudi preprost in hiter dvig plovila. Zaradi velike širine je trimaran kot plovilo stabilnejši na valovih. Z majhno težo in grezom ima zelo malo upora na vodi, kar mu omogoča ve-



Pohodne mreže med trup



Okno nad kabino in oblika trupa



Poševnik in vpetje



Pritrjevanje bočnih plovcev je hitro in preprosto



like hitrosti tako z jadri kot tudi z motorjem in dinamično, športno jadranje. V brezvetrju je zadosten za premikanje že zunajkrmni motor manjše zmogljivosti, na primer »slavna« Tomosova štirica. Zaradi majhne teže in s tem velike odzivnosti TrokriL ne potrebuje vinčev, kar pomeni izjemne užitke pravega športnega jadrnanja v nenehnem neposrednem stiku z vetrom.

V velikem, skoraj 3 m dolgem kokpitu hkrati zelo udobno sedi 6 ljudi, kabina sama pa nudi bolj špartansko udobje spanja štirim potnikom. Če so na krovu le trije ali še manj, si lahko privoščimo tudi WC. Poležavanju pa seveda tudi dostopu na stranske plovce služijo mreže (trampolini), ki so napete na povezavah. Pod »boka portom« na krmnem delu se skriva skladišče zelo velike prostornine (500 l), kamor spravljamo vso navtično opremo, vključno z motorjem, v pramcu je manjši prostor za shranjevanje osebne prtljage, prav tako na vzdolžnih višjih mrežah pod palubo.

Tehnične značilnosti TrokriLa

Dolžina plovila je 21 čevljev (6,30 m), njegova skupna širina ob plovbi 5,00 m, pri transportu ali v marini pa le 2,30 m. Jambor je visok 8,50 m, prečka glavnega jadra je dolžine 3,20 m. Osnovna jadra merijo skupno 27,5 m².

Prototip je bil izdelan iz vinilestra, medtem ko bodo serijski izdelki iz poliestra in armirani z najsodobnejšimi tkaninami (laminat), tako da bo končna teža najverjetneje še nižja. Jambor in prečka glavnega jadra bosta iz aluminija, serijsko izdelana jadra pa iz dacrona. Vsa palubna oprema je serijska, proizvajalca Harken.

TrokriL je do zdaj morsko vodo in izkušnjo pravega jadrnanja šele dobro poizkusil, pa je z osnovnimi jadri že dosegel hitrost dobrih 15 vozlov, kar je veliko več kot zmorejo enako dolgi enotrupci. S svojimi lastnostmi je jasno nakazal na ciljno skupino: strastne jadralce, ki jim več kot udobje pomeni užitek hitrosti in drsenja na vodni gladini, ki pa vendarle želijo ob tem ohraniti razkošje mobilnosti, s treking izdelkom v tem primeru dvojnega: po vodi od zaliva do zaliva ter po cesti do drugih morij in vetrov.

Tehnični podatki:

Dolžina:	6,30 m
Širina:	5,0 m (2,3 m)
Teža:	350 kg
Grež:	0,14 m
Višina:	9,50 m
Glavno jadro:	17,50 m ²
Flok:	10 m ²

izkušnja egipčanskega jadrnanja v jadranskem morju

Letošnjo Internavtikó bi lahko poimenovali »sejem drugačnih idej«, saj je bila na njej poleg trekking trimarana predstavljená še 6-metrská »egipčanska« jadrnica »Spirit of Piran« – elegantna minijadrnica z enim samim velikim jadrom.

Koncept jadrnice je sicer zarisal priznani avstrijski jadralec Hubert Raudaschl in pri njej združil 3.000 let star koncept egipčanskih jadrnic (latinsko jadro) z najnovejšimi tehnologijami gradnje. Slednje je nase prevzelo slovensko podjetje Ocean tec.

»Spirit of Piran« odlikujejo lahka in hitra splavitev, dobre jadrnalne lastnosti in odzivnost. Zelo primerna je za učenje, in to tako za posameznike kot za jadrnalne šole, vse užítke športnega jadrnanja pa nudi izkušenejšim jadralcem. Zaradi preproste uporabe in malo vzdrževanja je zelo primerna za športno in turistično ponudbo ob jezerih in na morskí obali, prostoren kokpit pa je dovolj velik tudi za družinske dnevne izlete.

Príspevek podjetja Ocean Tec v projektu je inovativen pristop k njegovi gradnji. Podjetje je namreč uspešno vpeljalo tehnologijo izdelave kompozitnih delov plovil po postopku vakuumské infuzije in znani postopek nadgradilo v edinstven proces 3-razsežnostne izdelave trupov in strukture plovila v enem kosu. Tehnologija je plod lastnega znanja in omogoča izdelavo plastičnih delov plovil brez emisij škodljivih hlapov, zato ekološko ni sporna. Zagotavlja popolno ponovljivost in tudi do 30-odstotni prihranek pri teži plovila. Plastični deli (trup s strukturo in paluba z ojačitvami), izdelani po tem postopku, imajo tudi neprimerno boljše mehanske lastnosti in so zato primerni za gradnjo plovil z najvišjimi strukturnimi in mehanskimi zahtevami.

Za izvedbo po enakem postopku so pripravljene že projekti večjih jadrnic, podjetje pa bo v kratkem preselilo proizvodnjo v nove prostore na Jesenicah, ki se kot razvojno usmerjeno mesto izkazuje kot izredno podporno okolje za nova tehnološka podjetja. Jadrnica »Spirit of Piran« podjetju služi tudi kot testni projekt za načrtovanje širitev poslovanja v letošnjem letu.



O izvajalcu

Ocean tec je septembra 2006 ustanovila mednarodna skupina petih strokovnjakov s področja trženja plovil, navtičnega dizajna in inženiringa, tehnologij izdelave kompozitnih materialov ter gradnje plovil s ciljem poslati na trg novo znamko športnih jadrnic.

Temeljna dejavnost podjetja je načrtovanje plovil in tehnologij gradnje.



začaran krog porabništva

Neomajne možnosti izdelkov. Vsi lepi, čudoviti, lepo zapakirani nas kar kličejo k sebi. Želimo jih imeti, si jih lastiti in se z njimi razkazovati. V trgovinah jih občudujemo, se jih dotikamo in preizkušamo; takoj ko prihranimo dovolj denarja, jih z veliko radostjo kupimo. V trenutku, ko je izdelek naš, pa čar izgine. Simbolna vrednost izdelka, ustvarjena s privlačnim tržnim sporočilom, se izkaže za lažno. Pepelka ostane Pepelka in žaba nikoli zares ne postane princ. Spet smo na začetku in spet si želimo nekaj, kar nas bo vsaj za trenutek odpeljalo v drug svet in bomo vsaj za trenutek postali nekdo drug. Pojem porabništva se ne nanaša le na nakupovanje, na režim proizvodnje in gospodarstvo, postal je način življenja v 21. stoletju.



Menjava in nakupovanje obstajata od trenutka, ko je človek ustvaril presežek. Najprej je ustvaril eno posodo; ko je imel dve in tiste druge ni več potreboval, jo je želel zamenjati za nekaj, kar je potreboval. Z menjavo se je ustvaril trg. Vse do industrijske revolucije so obrtniki s spretnim delom ustvarjali predmete za vsakdanjo uporabo. Usmerili so se v izdelavo ene vrste blaga in tako so nastajale kovačije, keramične in tesarске delavnice, čevljarji itd. V 19. stoletju pa je rokodelstvo zamenjal stroj, ki je omogočil reproduciranje predmetov hitro in poceni. Velike serije pa še niso bile dovolj za razvoj porabniške filozofije. Preteči je moralo še nekaj časa, da je industrija začutila potrebo po svojevrstnosti in je posameznik odkril možnost izbire.

Porabništvo je narekovalo izdelke

Za razvoj porabništva so morali obstajati fleksibilnost proizvodnih tehnologij, razvita distribucija in komunikacijski splet in ne nazadnje tudi pripravljenost kupcev.

Pralni stroj je danes del vsakega gospodinjstva. Že od samega začetka je bil njihov namen lajšati naporno in ponavljajoče se delo. Prvi modeli so bili podobni preši, sestavljeni iz lonca z vrtečo se osrednjo osjo. Poganjala jih je človeška sila, a kljub temu je bilo opravilo precej lažje od ročnega stepanja in ribanja. V začetku prejšnjega stoletja so se pojavili prvi električni in plinski pogonski motorji. Pralni stroj se je avtomatiziral, skozi evolucijo pa je dobival dodatne funkcije in enovito obliko. Končno obliko gospodinjanskega aparata je dobil leta 1947, njegova cena pa je bila enaka ceni manjšega avtomobila. Predmet porabe je postal

nekaj let pozneje, ko se je proizvodnja standardizirala in je njegova cena postala dostopna množicam.

Izdelki so se vedno bolj prilagajali potrebam kupcev. Pojavila se je potreba po analizah in raziskavah trga. Renault 4 je bil zasnovan kot avtomobil, ki bo zadostil vsem potrebam uporabnika, naj je voznik ženska ali kmetovalec, če ga uporablja družina ali je mestno vozilo. Oblikovno in strukturno je bila izboljšana različica Citroena 2CV s po-

udarkom na udobju in prostornosti. Danes velja za najuspešnejši francoski avtomobil, ki so ga izdelali v 8 milijonih.

Razvoj porabništva je funkcijo izdelka videl drugače. Poudarek se je od priročnosti in namena preselil na privlačno, prepoznavno obliko. Inženirsko znanje, poznavanje tehnike in procesov je bilo pri tem pomanjkljivo. Skrb za videz izdelka je prevzel marketing. Nastala je vrzel, ki jo je nadomestila nova dejavnost – industrijsko oblikovanje.

Njegovo poslanstvo je bilo prevajanje tržnih zahtev v fizično obliko, ki jo je bilo mogoče ponavljati.

Potreba po oblikovanju

Razmik potrošništva se je zgodil med letoma 1965 in 1972. Več kot 50 odstotkov gospodinjstev je takrat že imelo pralni stroj, avtomobil, televizijo in hladilnik. Denarno blagostanje je dopuščalo, da so si ljudje lahko privoščili tudi drobne luksuzne stvari.



Katrcra, avtomobil, ki je zadostil vsem potrebam uporabnika. Prvi serijski izdelek, za katerega so naredili raziskavo trga. (www.elgefa.de)



Začetki pralnega stroja, preden je postal nepogrešljivi del gospodinjstva. (www.oldewash.com)



Zavajajoča sporočila, ki so spodbujala h kajenju. (www.zanesville.ohiou.edu)



Barbie, najbolj prodajana lutka, je imela velik vpliv na modo in nakupovanje. Že v otroštvu je male deklice skozi igro vzgajala v porabnice. (upload.wikimedia.org)



Ure Swatch so postale modni dodatek. Raznolikost modelov pa je pritegnila k zbiranju. (www.verycool.it)

Za nekatere so bile to počitnice ob morju, za druge novo oblačilo ali kakšen posebno lep kos pohištva.

Danes je Alessi (ustanovljeno leta 1921) družinsko podjetje, znano predvsem po barvitih, plastičnih izdelkih za dom. V začetku je izdelovalo pripomočke za kuhanje in postrežbo iz nerjavečega jekla in srebra. Prevladoval je rokodelski način dela; šele z nastopom porabnišrva so začeli postopoma uvajati tehnologijo. Najemali so znana oblikovalska imena, kot je bil Ettore Sottsass, pozneje Philippe Starck, Zaha Hadid, Marc Newson in druge. Njihova naloga je bila, da so iz vsakdanjih predmetov ustvarili zabavne pripomočke z veliko mero estetike. Izdelki so pogosto delovali kot pomanjšana arhitektura in otroške igrače. Tržili niso samo ožemalca citrusov ("Juicy Salif", Philippe Starck), ampak skulpturo umetniške vrednosti. Kuhanje čaja (čajnik "Bird", Michael Graves) je postalo zabavno, saj je para piskala. Njihovi izdelki so skozi obliko, embalažo in oglasje izražali poetičnost, pripovedovali zgodbe in burili domišljijo.

Že od samega začetka se je kapitalizem kazal z množico izdelkov, med katerimi je mogoče izbirati. Industrija je začutila, da ljudje uživajo v izbiranju in življenju v različne vloge, ko izdelek pomerjajo. Vse pomembnejša sta postajala videz izdelka in njegova navidezna, simbolna vrednost.

Pomembno vlogo pri ustvarjanju te nematerialne strani so odigrali oblikovanje, mediji in oglaševanje.

Oblikovanje simbolne vrednosti

Porabništvo je postalo gonilo gospodarstva. V njegovem interesu je bilo, da ustvari mehanizme, ki bodo še bolj vzpodbujali k zapravljanju. Pojavilo se je vprašanje, kako oblikovati, da ne bi zapadli v dolgočasnost in togost. Izdelki niso bili samo uporabni predmeti, ki zadovoljujejo osnovne potrebe. Kupci so od njih pričakovali veliko več kot le gmotno zadovoljstvo.

Konec 80. let je bila evropska urarska industrija v nezavidljivi tekmi z japonskimi izdelovalci digitalnih ur. Swatchu ni preostalo drugega, kot da preusmeri izdelke na druge trge. Uro kot instrument za merjenje časa je spremenil v modni dodatek. Nicholas G. Hayek je združil švicarsko natančnost z italijanskim smislom za modo. Kombinacija tehnike in mode je pripeljala ljudi k zbiranju ur, ki so jih zaradi sorazmerno nizke cene kupovali po trenutnem navdihu ali kot modni dodatek določenemu oblačilu. Sprememba pristopa k razmišljanju in vlaganju v oblikovanje ni pripeljala le k uspehu podjetja, ampak je pomenila preobrat za celotno urarsko industrijo.

Fenomen porabništva se je kazal v aktivnem posredovanju proizvajalca. Industrija ni več slepo izdelovala predmetov in jih ponudila na prodajnih policah. Izdelovati je začela tisto, za kar je vedela, da bo doživelo uspeh. Okrog njih je napletla zgodbe in jih razstavila na ogled v razkošne, stilizirane izložbe. Predmet hrepenenja je postal, še preden je posameznik začutil pomankanje in razvil motiv za nakup.

Cigarete kot predmet porabe

Ustvarjanje novih statusnih predmetov je raslo, pri tem pa se ni spraševalo o posledicah dejanj. Oglasi in obljube so bili pogosto zavajajoči.

V začetku prejšnjega stoletja je bilo kajenje stvar eksotike in ugleda. Pipe so bile



Izložba, ki prodaja sanje.

rezervirane za moške, cigarete pa so silele h kašlju. Camel je prvi predstavil posebno mešanico tobaka in tako ustvaril prvo pravo cigareto. Kmalu zatem se mu je pridružil Chesterfield s podobno mešanico tobaka. S propagando je želel prepričati, da je kajenje dobro tudi za ženske. Nov krog uporabnic si je želel prislužiti tudi z embalažo. V tistem času je Ameriko osvaja oblikovalec Raymond Loewy, znan po ostrih kritikah predmetov, ki jih ni oblikoval on sam. Nenajavljen je v njegov studio stopil George Washington Hill, predsednik Tobačne industrije, in mu ponudil 50.000 dolarjev, če se domisli najboljše embalaže

za cigarete. Loewy je sprejel izziv in dodal, da se lahko v nekaj urah spomni popolnoma novega, svežega dizajna. Posledica srečanja je bila embalaža cigaret Lucky Strike, katere oblika se vse od leta 1941 ni veliko spreminjala. Zamenjala se je le osnovna barva, ki je iz zelene postala bela. Rdeče-bela kombinacija je izžarevala svežino, čistost in moderno avro. Občasna sporočila so spodbujala k uživanju cigaret s sloganom "Be Happy – go Lucky!" Porabništvo ima danes predvsem negativni predzvon, in sicer kot pretirano nakupovanje in slepo sledenje oglasnim obljubam. Zgodbe, ki so se napletle okrog

izdelkov, so preglasile izvirno funkcionalno vrednost. Dobiček je postal glavni namen porabe. Zato proizvajalci za njegovo rast uporabljajo vsa sredstva, pri tem pa ne poznajo ovir, pravil in etike.

Življenjsko okolje gradimo z izdelki, ki odražajo naš status. Z nakupovanjem sporočamo industriji, kdo smo, kaj si želimo, kako živimo, ustvarjamo pa tudi smernice za prihodnost. Danes kupljen izdelek je namig, da bomo čez čas kupili podobno, izpopolnjeno izdajo ali dodatek. Vsak izmed nas namreč deluje znotraj neke populacije in je ena izmed števil v tržniškem grafikonu.

TEKSTILIJE IN OBLAČILA

NOTRANJA OPREMA

VIZUALNE KOMUNIKACIJE



Visoka šola za dizajn

WWW.VSD.SI

V LJUBLJANI SAMOSTOJNI VISOKOŠOLSKI ZAVOD

GERBIČEVA 51, 1000 LJUBLJANA, SLOVENIJA, TEL: 01 28 33 795, E-MAIL: INFO@VSD.SI

najboljši sosed

Namesto sprehoda po gozdu pohajkovanje po supermarketu. Klepet na trgu, prestavljen v kavarno Starbucks v nakupovalnem središču. Umetniško razstavo v galeriji je zamenjala modna revija v veleblagovnici. Prostočasne aktivnosti so se dandanes zbrale pod eno streho. Športni, kulturni in družabni dogodki so se preselili v zaprte objekte, dolge hodnike in prostrane dvorane. Ob množici različnih čutnih vtisov – vonja, sluha in otipa, nam nakupovala središča in veleblagovnice ponujajo edinstvenost doživetja. Že samo njihova imena nas vabijo na planete in v parke.



Spektakularni akvarij v litovskem nakupovalnem središču (www.travelpod.com)

Velike trgovske hiše danes postajajo svetišča nove "religije" – porabništva. Pa vendar nakupovalna središča niso iznajdba moderne dobe. Prvi prostori za izmenjavo blaga so nastali 7.000 let pr. n. št. na ozemlju današnje Turčije. Sledili so izum trgovine na drobno (leta 700 pr. n. št.) in pozneje združitev javnega prostora (trga) s tržnico. Stojnice so postale razširjen način ponujanja blaga in barantanja za njihovo ceno. V srednjem veku je znan meščanski trg. Prvi pokriti prostori menjave so rasli na Bližnjem vzhodu. Imenovali so jih bazarji, med najpomembnejše pa sodijo najstarejši bazar v Isfahanu (Iran), najdaljši, skoraj 10 km dolg teheranski bazar (Iran) in največji, s 4.000 trgovinami in z 58 ulicami, carigraski bazar (Turčija). Vsi izmed naštetih pokritih nakupovalnih trgov še vedno opravljajo svojo funkcijo. Moderna zahodnjaška nakupovalna središča in veleblagovnice so izšli iz trgovin, ki so v 18. stoletju, nastajale pod arkadami (Oxford, London) in podhodi (Parizu). Za prvo pravo predhodnico pa velja Kristalna palača (1851), ki je gostila svetovno razstavo. Ob postavitvi je veljala za arhitekturni dosežek. Zanj so prvič uporabili prefabricirane, v naprej pripravljene, elemente in jih samo v 17 tednih sestavili v 563 m dolg, 124 m dolg in 19 m visok objekt. Novost sta bila tudi jeklena konstrukcija in obloga iz steklenih plošč. Na ogled so bili postavljeni vsi dosežki takratne dobe, ki so naznanjali tudi nove oblike trgovanja.

Čari veleblagovnic

Nekaj let za tem so v Parizu začele nastajati prve veleblagovnice. V sosedstvu strogega središča, tik ob Operi in železniški posta-

ji Saint-Lazare, so začele druga za drugoim rasti Printemps (1865) in galerije Lafayette (1893). Visoke sprejemnice, več nadstropij, balkoni in razkošno arhitekturno okrasje so dajali vtis mogočnosti. Renesančni kipi, zračnost in visoka okna so ustvarjali posebno, skoraj aristokratsko vzdušje. Imele so do 96 oddelkov, med drugim tudi frizerja, foto-

grafa, čajnico in celo knjižnico. Dobra lokacija je omogočala, da so med malico zaposleni iz okolice prihajali v veleblagovnico po mir, udobje in nakupovanje. Delovale so kot nekakšen pobeg pred mestnim hrupom in naglico. Kompleksnost, velikost in nezmožnost nadzora pa so bili v tistih časih pogosto usodni. Printemps in tudi angleški Harrods sta po-

gorela skoraj do tal. Obe sta bili obnovljeni in od takrat še pompoznejši kot predhodno. Podobno kot so v srednjem veku navduševale cerkve, so sodobnega človeka navduševale velike prodajne površine. Z monumentalnostjo in prostranstvo so zvale posameznika v svojo notranjost in ga s svojo raznolikostjo ponudbe čim dlje zadržale.



Trgovine pod arkadami na Bond Streetu (www.visitbritain.com)



Notranjost in razkošno novoletno okrasje veleblagovnice Lafayette v Parizu

Nakupovalna središča iz Amerike

Na drugi strani Atlantskega oceana pa se je začela razvijati drugačna oblika prodajnih prostorov – poimenovali so jih nakupovalna središča (shopping mall).

Razlika med nakupovalnim središčem in veleblagovnico je v razporeditvi trgovin. Nakupovalna središča so potomci nakupovanj pod skupno streho, pod arkadami. Trgovine imajo razvrščene vzdolž hodnika. Vsaka izmed njih ima svojo podobo, izložbo in je fizično ločena od drugih. Primeri nakupovalnega središča so v Sloveniji City park, City center ali Euro park, medtem ko sta veleblagovnici Maxmarket in Nama. V njih ni ostro zarisane meje med oddelki. Vsak izmed njih ima sicer določen prostor, svojo osvetlitev in vzdušje, vendar se med seboj dopolnjujejo in tako prehajajo od enih zvrsti k drugim.

K naglemu razmiku in večji privlačnosti trgovskih središč in veleblagovnic so prispevale tudi nekatere tehnične in gradbene iznajdbe. Eden takšnih izumov so bile tudi tekoče stopnice, patentirane leta 1892. Omogočale so velik pretok ljudi brez čakalnih vrst, usmerjale so proti zelenemu cilju in bile odporne na zunanje vplive. Kot oče prvih pomičnih, neskončnih stopnic je zapisan inženir Jesse W. Reno, čeprav je bilo nekaj patentnih prijav že prej. Prototip so prvič uporabili na Manhattnu za dostop na Brooklyn Bridge, še vedno delujoče zgodovinske stopnice pa najdemo tudi v bostonski podzemni železnici.



Pokrita tržnica v Isfahanu (Iran), ki še danes velja za večji nakupovalni prostor. (en.wikipedia.org)



Kristalna palača (1851), predhodnica veleblagovnic in nakupovalnih središč (www.ric.edu)

Veliki prostori so že od nekdaj navduševali. Vtis razkošja je bil izražen povsod, v materialih, okrasju, tehniki in v razkošnosti izložb. Vse je bilo usmerjeno k pospeševanju porabe denarja in stalnemu vračanju.

Nastanek porabništva

Velika središča je od malih trgovin ločila predvsem raznovrstnost ponujenega blaga. Na enem mestu si našel tako šivanko kot hladilnik, perilo ali prehranske izdelke. Razstavljeni izdelki so postali predmet ogledovanja in primerjanj. Kupec je lahko užival v ponudbi in v estetskem zadovoljstvu brez obveznosti. Možnost občudovanja in zadovoljitve brez potrebe po posedovanju so do takrat nudile le galerije in muzeji. Omamni spektakel barv in zapeljivih podob so po novem posredovali nakupovalna središča in veleblagovnice.

Harrods je znana londonska veleblagovnica, kjer lahko kupite dobesedno vse. Njihovo poslanstvo se glasi: Omnial Omnibus Ubique – kar pomeni vse stvari vsem ljudem kjer koli. Pod isto znamko se skrivajo banke, nepremičnine, kazinoji in letala. S 330 oddelki in več kot 300 000 m² nakupovalnih površin še danes velja za eno največjih blagovnic. Razvila se je iz majhne prodajalne, ki jo je leta 1834 odprl Charles Henry Harrods. Z dopolnitvijo ponudbe je še pred koncem 19. stoletja zaposloval sto ljudi. Sreča v nesreči je prinesla veleblagovnici sloves, ki ga poznamo danes. Pred božičnim časom je

stavba, v kateri so se nahajali, pogorela. To ni ustavilo trgovca Harrodsa, da ne bi vseeno ustvarjal dobička. Za zveste kupce je tiisto leto dostavljal kupljeno blago na dom in doživel velik uspeh. Z zaslužkom so postavili veleblagovnico Harrods, na Brompton Road v Kingsbridgeu. Njeni ciljni kupci so bili kupci višjega srednjega razreda in visoka družba. Tam so nakupovale zgodovinske osebnosti, kot so pisatelj Oscar Wilde, oče psihoanalize Sigmund Freud, igralka Lily Langtry in vsa kraljeva družina.

Način in prostor nakupovanja sta spremenila tudi način plačevanja in možnost posedovanja, ne glede na položaj in status kupca. Denar je postal merilo vsega. Kdor je lahko plačal izdelek, ga je tudi imel, ne glede na pripadnost spol ali status. To je bila velika socialna sprememba, saj je do takrat veljalo pravilo podedovanega razkošja. Izbrani predmeti in bogastvo so se lahko prenašali le iz roda v rod. Nižjim slojem te stvari niso bile dosegljive. Enakost pred denarjem in fiksne cene (barantanje ni več potrebno) so vodile k nastanku nove družbe – srednjega razreda.

Nakupovanje kot del vsakdana

Višjemu razredu blagovnice niso bile potrebne, delavski razred pa je zaslužil premo, da bi lahko izbirčno kupoval. Urbani srednji sloj pa je v tistem času hitro naraščal. K utrditvi položaja in prepoznavne identitete so veliko prispevali zunanja podoba, oblačila, oprema doma in podobno. Bistvene



Nakupovalni voziček prihodnosti, ki so si ga zamislili pri IDEU (www.ideo.com)



Umirajoča nakupovalna središča in izpraznjeni prostori v Ameriki (www.clui.org/)

ga pomena je postalo samostojno iskanje in izbiranje predmetov, s katerimi si je posameznik utrdil status in položaj v družbi.

Nakupovanje se je v 19. stoletju usidralo v človeško zavest kot del javnega življenja. Temu je sledil tudi razvoj nakupovalnih središč, ki so se postavljala na obrobja mest. Družabne aktivnosti, ki so bile omejene na mestne trge, so se selile v velika zaprta središča s konstantno klimo in z varnostnimi sistemi. Postali so prostori srečevanj, sprostitve, komunikacije in užitkov.

V smislu sodobnih gradov, zabaviščnih parkov in modernih galerij je nastajala tudi notranost. Postavljena in oblikovana je tako, da zaposli naša čustva. Nakupovalno središče v Litvi ima ob stopnišču več metrov visok steklen steber, spremenjen v akvarij. Glasba, osvetlitev in vonj vplivajo neposredno na naše občutke in na dražljaje se odzovemo nezavedno.

V studiu za inovacijo in oblikovanje IDEO so razvili nov koncept nakupovanja z novim vozičkom. Zaradi velikih količin nakupljenega blaga so postale "košare na kolesih" pravo olajšanje. Istočasno pa nas zavajajo k dodatnim nepotrebnim nakupom, saj je vedno videti "tako prazen", ko nakupimo le najnujnejše. Vozički prihodnosti so le kovinsko ogrodje s plastičnimi ročaji, prostorom za osebno prtljago in s poličko za pijačo. Nakupljeno blago bomo zlagali v plastične škatle, ki jih bomo odnesli domov. Na boku vozička bo čitalec cen, ki nam bo izračunal vrednost nakupa.

Umirajoča trgovska središča

Največja središča pa so še v fazi razvoja in zapolnjevanja. Eden takih je kitajski nakupovalni prostor v Dunganu. Na polodprtem 600.000 m² velikem prostoru bo, ko bo dokončan, za zapravljuje na voljo 1.500 trgovin. Razdeljen bo na sedem območij, ki bodo v pomoč orientaciji poimenovana po velenostih in državah, kot so Amsterdam, Pariz, Rim, Egipt, Karibi in Kalifornija. Vendar megalomanski objekti ne prinesejo vedno pričakovanega učinka. Velike površine je težko zapolniti. Pomembne pa so tudi transportne poti in nastanki novih bivalnih naselij. Nov trend v Ameriki postajajo umirajoča nakupovalna središča. Vzrokov za propad je več, predvsem pa so to zmanjšanje prometnih povezav, preseljevanje, zgubljanje privlačnosti in konkurenca. Zapuščeni čakajo na prenovitev ali podrtje, v tem času pa postanejo zanimivi za fotografe in raziskovalce. Spletna stran www.deadmalls.com se ukvarja s težavo obstoja praznih prostorov ter spremlja njihov razpad in opustošenje. Tudi nakupovalna središča imajo svojo prihodnost. Vendar če poznate dokumentarce Češke sanje vam je jasno, da je njihovo izumrtje še daleč. Dokler bodo obstajale akcije in popusti, bodo središča še vedno najboljši sosedje.

brida

Skupina BridA je nastala leta 1996; njeni člani so Jurij Pavlica, Klemen Brun, Sendi Mango in Tom Kerševan. Člani skupine BridA imajo močno ozadje v akademskem znanju, ogibajo se materialnosti svojega medija. S pomočjo kombiniranja računalniških in družbenih ved z umetnostno teorijo in prakso nastajajo njihova dela v hibridnem svetu, v katerem dvo- in tridimenzionalnost sobivata, včasih pa celo zasedata isti prostor. Estetika oblike in materiala umetniškega dela stopi korak nazaj v prid koncepta, pa vendar ni povsem izključena. Zadnji ciklus Bridinih del, *Modux*, je izvrsten primer takšnega pristopa. Vsaka slika je narejena s pomočjo meritev specifičnih vidikov Bridinega okolja. Podatki so nato algoritmično spremenjeni v digitalni format, ki postane plast in specifična barva na vsakem platnu.

(Noel Kelly, kurator in umetnostni kritik)



Začetek skupine BridA sega v leto 1996; ustanovila se je med študijem na beneški akademiji. Skupno ime kot označba, zaščitna znamka, briše sledi individualnosti in spodbuja dvournost posameznikovega položaja v kolektivu, obenem pa zagotavlja sorazmerno varnost, saj se z njo vzpostavlja nov subjekt, ki je sposoben avtonomno obstajati in delovati zunaj njih samih.

Delovanje v skupini vsekakor odpira nove ali drugačne poti tudi za posameznika, ki je del skupine. To se odraža predvsem v tem, da se kot posameznik v skupini vedno znajdeš v drugačni razsežnosti, ki je del skupinskega delovanja in posledica tega je, da se tako odražajo tudi njihovi občutki in vse, kar počnejo, je vedno v duhu skupine in skoraj nikoli v skupini ne delujejo osebno ali posamično; zato bi mogoče to stanje zares lahko primerjali z nekakšno nenehno umetniško akcijo.

Njihova izkušnja je sama po sebi nekaj posebnega in taka v individualni obliki ne bi mogla nikdar obstajati, zato lahko trdijo, da se vpliv kolektivnega delovanja umešča tudi v osebno »narcisoidno« življenje vsakega posameznika. V skupini se ustvarja izreden potencial, ki omogoča hitro delovanje in razmišljanje in to se najbolj pokaže pri iskanju novih zamisli, saj je soočenje različnih idej postavljeno takoj v neposredno konfrontacijo in kritiko ter tako omogoča drugačen in zanimivejši proces razvijanja same ideje. Podobno se dogaja tudi pri konkretnem izvedbenem procesu, kjer je skupinsko delovanje še učinkovitejše. Vse to omogoča, da lahko izvajajo tudi več projektov istočasno, z več samozave-

sti, kar bi bilo za posameznika vsekakor težje ali nemogoče.

Pregled nekaterih projektov

• **Modux**

Modux je projekt vzorčenja idej, materije in okolja prek znanstvenih sistemov v modularno samostojne celice – module in poudarjanje vizualne kompozicije s pomočjo pridobljenega modula ali skupine povezanih modulov. Govorimo o zbiranju informa-

cij, ki so last nekega trenutka ali prostora in jih je mogoče zapisati/ohraniti v trajni obliki. Te so lahko v obliki skice, fotografije, zvoka, temperature, zračnega pritiska oziroma kombinacija določenih informacij, ki jih zaznavamo. Zbrane informacije/vzorke se kodira v smiselno celico, kateri se doda še potrebne vmesnike, prek katerih bo celica pripravljena za prihodnjo obdelavo in za povezovanje z drugimi celicami. Dodelana celica postane modul, pripravljen za uporabo.

Smisel pretvarjanja zbranih podatkov v kodirane zapise ali module je v iskanju novih izraznih oblik. Viri, ki bi jih sicer uporabili pri gradnji umetnine, se tako matematično predrugačijo v skico, ki ni odvisna od trenutne zaznave, ampak je standardizirana preslikava izbranega vira.

Poglavitni cilj takšnega načina iskanja novih oblikovnih tvorb je v tem, da se kot umetniki v nekaterih situacijah zavestno odmaknejo od neposredne gradnje umetniškega



Modux Kranj



Modux 1.0



Modux Bruselj



DIY Tarcento



DIY Meduza



Artists in residence, Dublin (Modux)

dela, tako da uporabijo različne vmesnike; v tem primeru so to merilne naprave in nekateri znanstveni načini statističnega zbiranja informacij iz prostora.

Drugečnost pristopa se utemeljuje skozi celoten proces gradnje likovnega dela. Vsi elementi, ki so sestavni del celotne kompozicije, so kodirani in zapisani. To pomeni, da se jih lahko uporablja tudi v obliki navodil, po katerih se izdeluje slikovni zapis na slikarski površini. Vse podobe, ki jih pridobivamo iz teh procesov, se v določenih fazah prekrivajo in tako ustvarjajo prosojne plasti, prek katerih se lahko zaznava veliko informacij iz začetnega vira. Tako lahko nastale slike primerjamo z nekakšnimi vedutami vidnih krajev. Na končanem izdelku, po nanosu vseh plasti, se prikaže nepričakovana oblika, ki je dosežek celotnega procesa. To obliko imenujejo MODUL, iz tega tudi ime projektu MODUX, kjer „x“ v tem primeru pomeni iskano neznanko.

Baza podatkov, ki si jo ustvarijo z arhiviranjem različnih meritev na terenu in je prva faza projekta, bo postala v nadaljevanju glavni vir – skica – za procesiranje in analiziranje v drugi fazi projekta.

Smisel uporabe modularnih oblik je primerljiv z likovnimi dosežki kitajskega slikarstva iz 17. stoletja, kjer je bila likovna vsebina kodirana v simbole tako, da je umetnik pri slikanju usmeril vso ekspresivnost v dejanje ali potezo, ne da bi pri tem mislil na podobo. Tak način omogoča nekakšen preskok pri dojemanju oblike kot upodobitve. Za umetnika pri tem procesu ni več pomembna vsebina, ki pripada določeni obliki, ampak samo oblika.

Najbolj zanimivo je to, da oblika pri takem načinu uporabe nikoli ne izgubi popolnoma svojega zapisa, pa čeprav ji umetnik ne daje bistvene vrednosti skozi celoten proces gradnje umetniškega izdelka. In prav zaradi tega drugačnega načina dodeljevanja vrednot se rezultati pri končnem produktu bistveno razlikujejo.

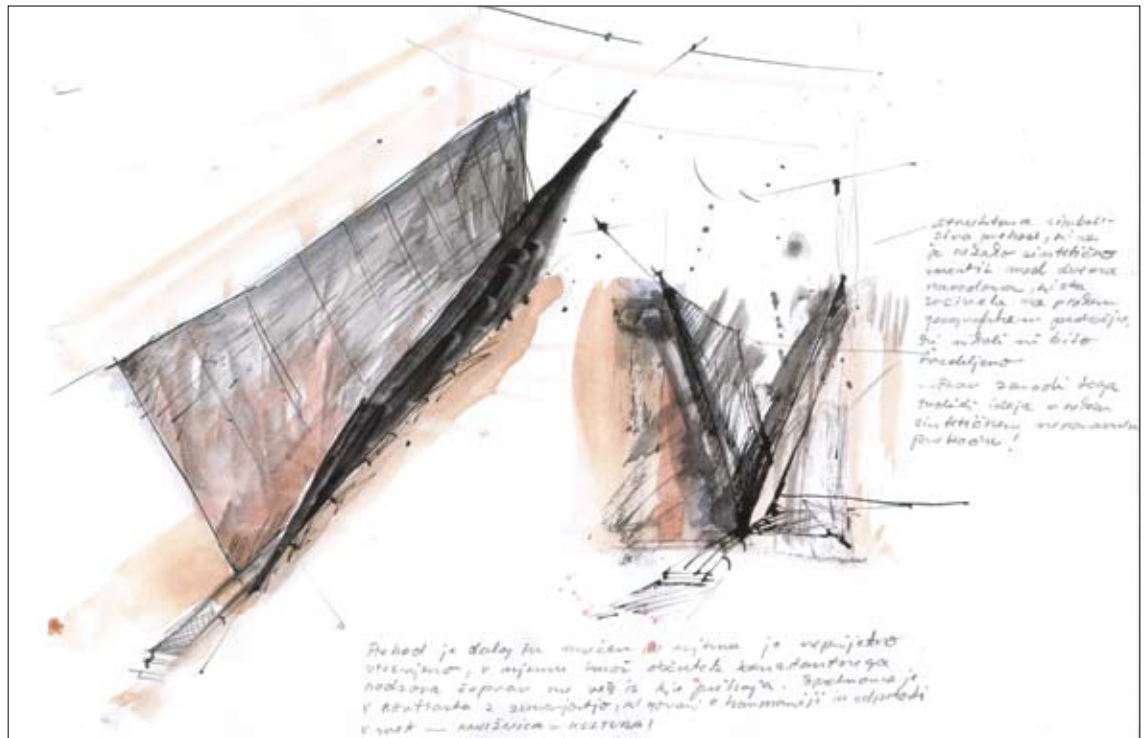
• Do It Yourself (DIY)

Projekt je BridA razvijala v več fazah, pri čemer je šlo za razvoj samega procesa in tudi koncepta projekta. Pri zidni poslikavi v Tarcentu (2004) je šlo za pretvorbo digitalnega zapisa podobe do tako nizke gostote pikslov, da je postala mreža barvnih kvadratov izrazito čitljiva, prvotna podoba pa nerazpoznavna. Ta slikovni zapis je bil potem pretvorjen v zvočna navodila za barvanje kvadratnih polj, tako da je nastala v mrežo ujeta podoba. Povsem eksperimentalni izdelek je pozneje BridA konceptualno razvila v projektu »Naredi sam – Do it yourself« (2005), v katerem je bil zvočni zapis z navodili za izdelavo slike dejanski umetniški produkt, medtem ko je dejanski končni izdelek (slika iz mreže kvadratov, ki predstavlja digitalizirano podobo) s pomočjo zvočnih navodil lahko izdelal vsak sam. BridA je pri tem projektu prvič vključila naključne obiskovalce z možnostjo, da sami ustvarijo umetniški produkt.

V splošnem javnem prepričanju je umetnik tisti, ki z idejo inicializira program nastajanja slike, se vplete v nadzor in izvedbo ter določi konec, po katerem je delo postavljeno v oceno gledalcu. Da bi predrla to hermetičnost nastanka umetniškega dela, je bilo treba klasičen način zavestno spremeniti. Projekt *Naredi sam* vodi v ponovno analizo že znanega in utečenega postopka, zahteva njegovo razgradnjo in ponovno sintezo z drugačnim pristopom.

• Prehod

Postavitev strukture simbolično prikazuje *Prehod*, ki se je prisiljeno umestil v to pokrajino. Njegova sintetična oblika in njegov nenaravni izvor sta očitna. Nikakor se ne more spojit z naravo, ki izžareva harmonijo in dolgoletno izročilo, last tega prostora. Prehod je dolg, hoja skozenj pa je mučna in neprijetna. Ves čas obstaja občutek nadzora. Njegova struktura je v popolnem nasprotju s prostorom, v katerega je postavljen. Oblika je zastavljena tako, da grobo posega v



Prehod

prostor in je namenoma moteča, vsiljiva ter zgrajena iz nenaravnega materiala. Struktura ima torej vlogo tujega elementa. Višeče stene iz črnega platna še poudarjajo njeno nestabilnost. Pot skozi prehod deluje nepričljivo in negotovo. Platno je postavljeno tako, da usmerja pogled v nasprotno točko glede na arhitekturo prostora in tako ustvari izkrivljeno prostorsko predstavo. Namen strukture je, da nam izkrivi pogled na resničnost in da posega v harmonični prostor klasične arhitekture in klasične miselnosti ter nam tako poskuša odpreti nove prehode do drugačnega videnja.

Takšnih prehodov je veliko. V naši družbi in človeški zgodovini se vseskozi pojavljajo in se vedno bodo. Zrasejo, ne da bi se napovedali, kot ta, ki ga je postavila skupina BridA. Zamisel o prehodu je nastala v sklopu kulturnih dogodkov, in sicer na območju, ki je še vedno razdeljeno z državno mejo. Prek prehodov se povezujejo dve mesti, Nova Gorica in Gorica. Čeprav bodo mejo kmalu odstranili, bodo prehodi ostali. Zamisel ne ponazarja le mejnih prehodov, ampak vse, ki so jih ljudje že prehodili in jih še bodo. Če jih podrobneje analiziramo, opazimo, da so to le navidezni, ki se pojavljajo in izginjajo.

Več informacij kot tudi različne videoizseke najdete na spletni strani skupine BridA: www.brida-kud.si

• Video

Skupina se predstavlja tudi s tremi eksperimentalnimi videi na temo družbe in prostora/okolice. *Borderpass* se ukvarja s temo (navideznih) mej, specifično nanašajoč se na lokacijo Nove Gorice, destruktivni odnos do harmonije v *Napadu na Štanjel* ter igra kontrastnih oblik o nasprotjih med domišljijo kot utopijo in realnim svetom v *Nek levi tip*.

ob materinem mleku zrasli ...

V ne tako zgodnjem majskem jutru se je s koncem tradicionalno nepozabne sklepne zabave nepreklicno končal še en, in sicer že deveti Festival kreativne komunikacije Magdalena. Uradni vrhunec je festivalsko dogajanje doživelo že dan prej, 19. maja zvečer, na slovesni podelitvi nagrad v mariborskem Narodnem domu.



Z glavno nagrado, zlato Magdaleno za leto 2007, je žirija nagradila glasbeni video *Mother's Milk* kosovskih avtorjev Petrita Qarkagjiuja, Ariana Rexhepija, Ylla Çitakuja in Meritona Ahmetija. Video, posnet leta 2005, za istoimensko skladbo alternativne rock/grunge skupine Jericho je po bese-

dah predsednika žirije, Petra Biláka, prepričal, ker: »/.../ najbolje izmed vseh videnih del združuje dva ključna kriterija, izvirnost ideje in izvrstnost izvedbe, hkrati pa družbeno občutljivo izpostavlja vprašanje identitete, izjemno aktualno za čas in prostor, v katerem je video nastal.«

Poleg Magdalene in dveh zlaih modrcov za *Mother's Milk* je ekipa mladih ustvarjalcev iz prištinskega studia Koperativa prejela še tri dragocene unikatne kose magdaleninega perila; video *Relax* je bil nagrajen z zlatima modrcema za najboljše oblikovanje in najboljši promocijski film, video *I Asked*

the Sky pa za najboljšo animacijo. Zasluženo zmago slavje je žal zagrenila birokracija; večkratni nagrajenci kljub dvodnevnomu posredovanju na obeh straneh nikakor niso mogli dobiti vizumov za vstop v Slovenijo, zato so se žiriji zahvalili, nabito polno dvorano obiskovalcev pa pozdravili kar prek vide-



Predsednik žirije Peter Bilák kar pred občinstvom pomeja zlati modrc.



Boštjan Napotnik v dvojni vlogi; kot snovalec in voditelj sklepne prireditve ter hkrati član žirije, ki je na odru utemeljila svoj izbor.



Nastajajoči kup nagrad, ki jih večkratni nagrajenci iz Prištine zaradi birokratskih zapletov niso mogli prevzeti.



Dobitniki zlate Magdalene so se žiriji in občinstvu za nagrado zahvalili kar s kratkim videom.



Prešerno razpoložena dobitnika zlatega modrca za najboljšega debitanta Matija Kocbek in Tine Lugarič.



Po podelitvi nagrad v mariborskem Narodnem domu je za nepozabno zadnjo noč poskrbel bosanski glasbeni projekt Basheskia.



Sproščeno magdalensko vzdušje je obiskovalce v Pekarni zadržalo vse do jutra.



Zlata petka v skupini tisk: *Myfingerprints*



Zlati modrc za debitanta leta: *Mongoose*



Mother's Milk

oposnetka. Še dobro, da jim izdelava videov ne dela težav.

Zlato petko, drugo najuglednejšo nagrado festivala, ki nagraduje najboljšo delo v vsaki izmed tekmovalnih skupin, je žirija, poleg že omenjenemu zmagovalnemu projektu, namenila tiskanemu oglasu *Myfingerprints* avtorja Emira Šehanovića iz Bosne in Hercegovine.

Poleg Magdalene, zlatih petk in skupno dvanajstih zlatih in desetih srebrnih modrcov ter pokroviteljskih denarnih nagrad za najboljša dela kreativnih razpisov sta bili na letošnji Magdaleni podeljeni še dve posebni nagradi: nagrada občinstva in nagrada New Moment New Ideas Company za

umetnost v oglaševanju. Skladno s statistiko prijav – skoraj dve tretjini prijav sta letos prispeli iz tujine – je tudi večina nagrad odpotovala čez mejo; zlati modrc je v Sloveniji obdržal le debitant leta Tine Lugarič, nagrada občinstva pa Jernej Žumer.

Finaliste in zmagovalce je izmed 681 del, prispelih na letošnji festival, izbirala šestčlanska mednarodna žirija; poleg Petra Biláka, tipografskega ustvarjalca iz Slovaške, še Jacek Mrowczyk (Poljska), soustanovitelj in sourednik revije *2D- + 3D-grafika plus produkt* ter grafični oblikovalec in predavatelj Denis Kovač (Hrvaška), ustanovitelj in kreativni direktor studiev *Bunch* v

Londonu in Zagrebu, Alex Carvalho (Brazilija), samostojni režiser, umetniški direktor in animator, Gesche Joost (Nemčija), višja raziskovalka oblikovanja pri podjetju Deutsche Telekom AG in Boštjan Napotnik, kreativni direktor v slovenski agenciji Futura DDB. Z mešanico profesionalne resnosti in sproščenega norčevanja – za slednjo naj bi bila kriva odlično vzdušje na festivalu in dejstvo, da se je šesterica med seboj »takoj poštekal« – so letošnja dela ocenili kot zanimiva in pogosto kakovostna, sočasno pa izpostavili in pogrjali namige na spolnost, ki jih je bilo po njihovem mnenju neokusno preveč. »Obupno veliko del je, ki bolj ali manj

odkrito, skoraj vedno pa neutemeljeno namigujejo na seks. No, vsem je jasno, da je ta mladim še kako pomemben, vendar pa bi od bodočih ustvarjalcev pričakoval, da se bodo potrudili in razmišljali globlje od najočitnejših in banalnih rešitev.«

Za jubilejno, deseto Magdaleno, ki se obeta prihodnje leto, organizatorji napovedujejo nekaj sprememb v tekmovalnem delu, predvsem pa, kot se za okroglo obletnico spodobi, še posebej kakovosten izbor predavanj in razstav ter seveda kronanje tradicije zloglasnih večernih zabav, ki mariborskemu festivalu dajejo tisti posebni, sproščeni, malce odklopljeni »Magdalena spirit«.

zakaj helvetica?

Na svetu obstaja ogromno dokumentarnih filmov o nenavadnih živalih, nepojasnjenih skrivnostih, pomembnih dogodkih, o zgodovinskih osebnostih, kratka, o vsem mogočem. Razen o tipografiji. Takega filma ni. Oziroma natančneje: ga ni bilo, dokler ga ni posnel ameriški režiser Gary Hustwit.



Meet the cast:

ABCD
EFGHIJK
LMNOP
QRSTU
WXYZ

Now see the movie:

Helvetica

A documentary film by Gary Hustwit

A Burger Bros production
Produced and
Directed by
Gary Hustwit
Executive Producer
Michael O'Keefe
Producer
Chris O'Keefe
Casting
Shirley Stang
Additional Editing
Larry Woodberg
Sound Editor
Brian L. Lippert
Sound Mixer
Perry Pitt
Music
Thomas M. Leonard
Casting
Shirley Stang
Production Office
Gary Hustwit
Post Production
Gary Hustwit
Dolby Digital
© 2007 Sony Pictures
All Rights Reserved

Hustwit, zasvojen z dokumentarci, prihaja iz južne Kalifornije. Je nekdanji punker, založnik, neodvisni filmski producent nagrajenega filma o glasbeni skupini *Wilco: I Am Trying to Break Your Heart* in od pred kratkim je tudi režiser. Helvetica je njegov prvenec. Razlog zanj je bil neverjetno preprosto. Hustwit je želel videti film o tipografiji. O oblikovanju tipografij v preteklosti, sedanjosti in prihodnosti. A je v trenutku dojel, da bi tak projekt vzel vsaj pet let trdega dela in se je osredinil samo na Helvetico, tipografijo, ki je pustila tako dramatične posledice v vizualni kulturi zahodnega sveta v drugi polovici 20. stoletja.

V popotovanjih skozi mestna središča ZDA, Anglije, Nizozemske, Nemčije, Belgije, Francije in Švice v objektiv svoje kamere lovi Helvetico v akciji in interakciji med ljudmi ob popolnoma vsakdanjih opravilih. Film po eni strani duhovito, po drugi pa skrajno dokumentarno in brez dodatnega komentarja prikazuje, kako tipografija naseljuje urbanizirane prostore. To, za dokumentarni film tako zelo nenavadno ozrače odlično dopolnjuje glasba, ki so jo posebej za glavno igralko Helvetico napisali *The Album Leaf, Battles, Caribou, Chicago Underground Quartet, El Ten Eleven, Four Tet, Kim Hiorthøy, Motohiro Nakashima* in *Sam Prekop*.

Hustwit o Helvetici sicer pravi, da se mu je vedno zdela kot glasbeni film o tipografiji. A to vendarle ni tako.

Na njegovo izhodiščno vprašanje: *Zakaj? Zakaj je tipografija, ki jo je pred petdesetimi leti oblikoval malo znani Švicar Max Miedinger, postala tako priljubljena, tako vseprisotna?* odgovarjajo legende grafičnega oblikovanja, kot so *Erik Sp-*

ekermann, Matthew Carter, Massimo Vignelli, Wim Crouwel, Hermann Zapf, Neville Brody, Stefan Sagmeister, Michael Bierut, David Carson, Paula Scher, Jonathan Hoefler, Tobias Frere Jones in veliko drugih. Čeprav je Helvetica »nevtralna« tipografija, je pogledov, mnenj, videnj, razlogov in teorij o njenem neizmernem uspehu v zadnjih 50 letih še veliko več, kot je razpravljalcev v filmu; in sleherni izmed njih prispeva kamenček v mozaik odgovorov. Tak nedogmatski pristop je gotovo ena največjih odlik tega filma, v katerem enoznačnega odgovora ni mogoče dobiti niti ga ni pričakovati. Ravno tako in z mojstrskim obvladovanjem filmske govornice Hustwit predstavlja fenomen Helvetice preprosto in zelo izobraževalno.

Veselimo se, da tega odličnega dokumentarca ni posnel grafični dizajner, ampak »font freak«. Zato je film profesionalno popolnoma neobremenjen in absolutno gledljiv. Za dizajnerje je vsako vabilo k ogledu odveč, saj ga bodo želeli videti zaradi ugle da in zato, da v odgovorih svojih idolov najdejo ustrezne argumente, ki jih zagovarjajo pri lastnem delu. Vsem drugim piščočim in beročim, ki črke okrog sebe jemljejo kot samoumevne in ki jih morda tudi popolnoma nič ne zanimajo, pa tole Helvetico toplo priporočam. Svet okrog vas bo ostal enak, le videli ga boste popolnoma drugače. Uživate. Jeseni tudi na DVD.

Helvetica. Dokumentarni film, 80 min. R: Gary Hustwit, 2007

Avtor članka je bil prisoten na nemški premieri, 19. maja 2007, v Berlinu. <http://www.helveticafilm.com/>



time heals ...

Blaž Erzetič, grafični oblikovalec, ilustrator, glasbenik in stalni sodelavec revije Klik, se z računalniško grafiko ukvarja od leta 1992. Svoje grafične cikle (*Human Behaviour*, *Gothique*, *(F)utile Machines*) je v zadnjih letih predstavil na več samostojnih razstavah. Sodeloval je tudi na pomembnih svetovnih festivalih računalniške umetnosti in animacije; samo v lanskem letu na mednarodnem festivalu animacije Red Stick (Beaton Rouge) v ZDA in na festivalu Computer Space v Sofiji, kjer je prejel tretjo nagrado v kategoriji računalniške grafike. Avtorjevo zanimanje je posvečeno človeku kot gonilni sili nepremišljenega tehnološkega razvoja, ki že resno ogroža svojega ustvarjalca. Rdeča nit nove serije grafičnih del *Time Heals ...*, ki bo do 10. julija na ogled v poslovni stavbi Modra Hiša v Ljubljani, je razmerje med človekom, novo tehnologijo in časom.



Serijo *Time heals ...* (*Čas ozdravi ...*) sestavlja šest računalniško, v 3D-tehniki ustvarjenih diptihov, ki se z izjemno natančnostjo predmetne modelacije, zamišljene na brisanju vidnih ločnic med realnim in navideznim, približujejo fotografskim posnetkom (kombinacija 3D-tehnike in avtorjeve lastne fotografije je le prva slika diptiha *Time heals ...* 5). Blaž se je v svojem zadnjem ciklu računalniških grafik osredinil na prikaz razpadanja različnih, zlasti cenenih materialov novodobne množične porabe, izdelkov človekovega vrtoglavega tehnološkega razvoja, pri čemer je največjo pozornost namenil oblikovanju površin materialov, njihovega sijaja, različnih tekstur, senc, svetlobnih odseviv in odbojev, ki jih je mogoče doseči z razpoložljivimi računalniškimi programi. Pomembno vlogo pri sestavljanju realističnih predmetnih podob so imeli tudi avtorjevi lastni eksperimenti z globino polja (defokusiranje zunaj ciljne točke gledanja), osvetlitev z razpršeno svetlobo in druge optično-fizikalne simulacije. Največ pozornosti pa je posvetil prikazu razpadajočega in trohnečega ustroja materialov, saj je za bogate površinske strukture uporabil lastne fotografske posnetke. Vendar podobe predmetov niso natančne kopije izvirnikov, saj le-ti ne obstajajo v realnem svetu, ampak so avtorjevi domišljjski izdelki, oplemeniteni z bogatim simbolizmom, ki prikazuje fiktivni proces staranja.

Že na prvi pogled opazimo, da kronološko zaporedje slik posameznega diptiha – pravkar narejen, bleščeč porabniški izdelek in njegova razpadajoča podoba – ne ustreza pomenu ustaljenega izreka *Time heals ...* Po avtorjevem osebnem

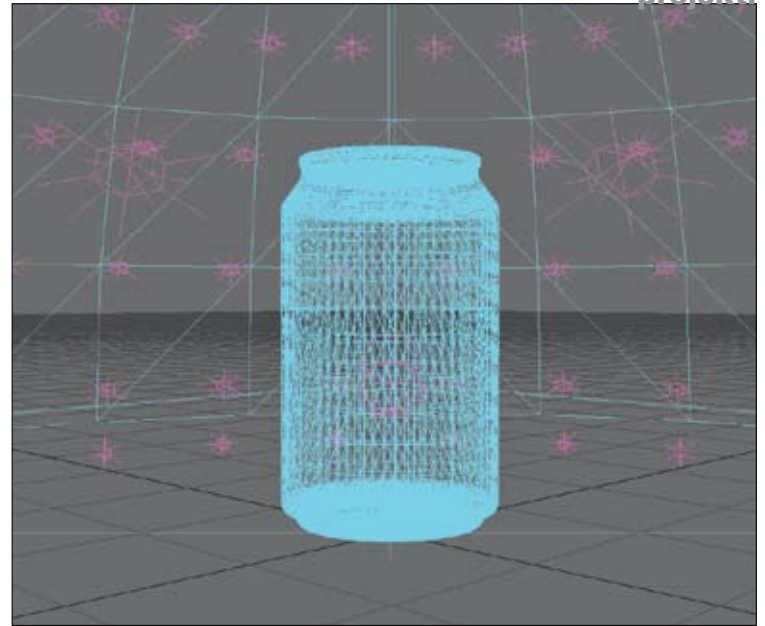
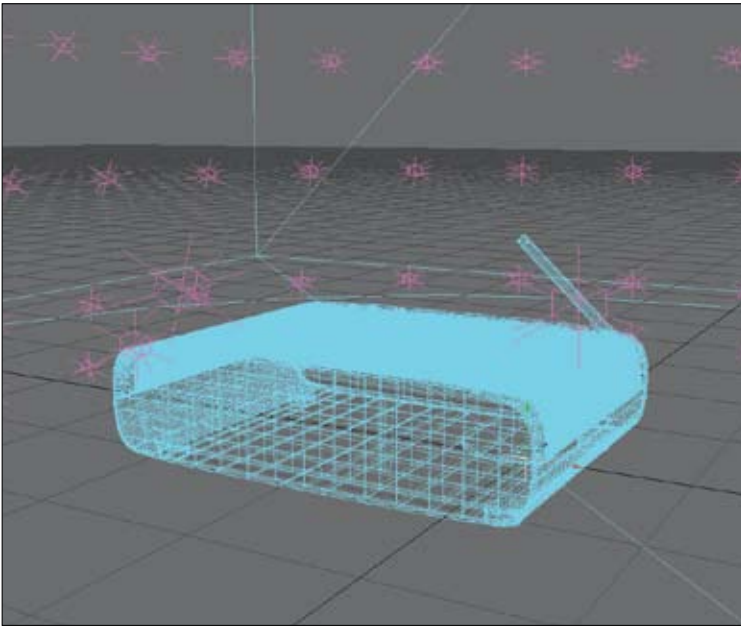


pojmovanju dobi obrabljena fraza ironičen prizvok in postane besedna igra z novim, s protislovnim pomenom, ki poudarja, da se čas obstoja prej ali slej izteče tako slehernemu živemu bitju kot tudi na videz trajnim materialnim proizvodom. Vsi človekovi napor, da bi prevzel položaj kronokratorja, so le bežna utvara, ki naj bi pregnala tesnobo ob zavedanju neizogibnega dejstva, da je čas gospodar življenja

in brezpogojno določa meje v trajanju. V primerjavi s človeškim časom, omejenim na stoletje, je »življenjska doba« cenenih materialov (plastike, pločevine) sicer daljša, a kljub temu končna. Njihovo razkrajanje in gnitje pa namigujeta na prepoved v novo, boljše, sublimirano življenje. Tudi v posameznih predmetnih oblikah (vaza, pločevinka, skrinjica), ki jih avtor ni izbral naključno, razberemo globlji pomen, saj

posredno zaznamujejo prostor, v katerem so shranjeni različni napoji življenja oziroma naše duhovno bogastvo.

Sporočilo Blaža Erzetiča je jasno berljivo: večnosti se ne moremo približati s podaljševanjem trajanja. Pobeg iz časa se nam lahko uresniči le z bogatim ustvarjalnim življenjem v tem trenutku, z ustvarjalno igro, ki je pravzaprav nenehen boj s samim seboj.



2. evrošola o znanosti materialov

Med 20. in 26. majem letos je v kongresnem centru Mons potekal izjemno zanimiv, a malo poudarjen dogodek – drugo nadaljevanje evropske šole o znanosti materialov. To organizira evropska mreža odličnosti Complex Metallic Alloys (CMA), ki je ob svojem ustanavljanju organizacijo stalne Evrošole ponudila svojemu stalnemu članu – slovenskemu Inštitutu Jožef Stefan, ki jo je z veseljem sprejel, saj pomeni veliko priznanje slovenski naravoslovni znanosti.



Za zmanjšanje znanstveno-tehnološkega zaostanka Evropske unije za ZDA in Japonsko je Komisija za znanost in raziskave EU v okviru 6. okvirnega programa (OP) organizirala evropske mreže odličnosti, v katerih so združeni najboljši znanstveni laboratoriji raziskovalnih institutov in univerz držav članic EU. Načelo odličnosti predpostavlja, da imajo odlični laboratoriji že vse, kar potrebujejo (opremo, kadre, sredstva za delo), treba pa jih je povezati v integrirane mreže, kjer bodo znanstvenikom na voljo znatna sredstva za medsebojno komunikacijo in skupno delo na področjih, ki so prioritete EU. Ena izmed prioritet so novi materiali, ki so ključnega pomena za izdelke visoke tehnologije.

Poseben poudarek je namenjen raziskavam in razvoju t. i. »pametnih« materialov, ki naj bi imeli lastnosti, ki so pri do zdaj znanih klasičnih materialih neznane ali medsebojno izključujoče. Take »pametne« lastnosti so, na primer, kovinska električna prevodnost, povezana s toplotno neprevodnostjo (do zdaj znani klasični materiali so ali istočasno dobri električni in toplotni prevodniki ali pa ne prevajajo ne elektrike ne toplote), velika trdota in elastičnost (pri klasičnih materialih so trdi materiali krhki), majhen količnik trenja, slabo omakanje površin s tekočinami, odsotnost pojava spontanega hladnega varjenja v vakuumu in skladiščenje velikih količin vodika v kristalno mrežo. Ob pričakovani energetske krizi v naslednjih desetletjih (naftna črpališča bodo polagoma usahnila) že danes poteka intenziven razvoj pogonskih sredstev z gorivnimi celicami, ki kot gorivo uporabljajo vodik in kisik, oddajajo pa elektriko in vodo. Pri tem je veli-

ka težava skladiščenje vodika in izkazalo se je, da lahko največjo gostoto vodika dosežemo s skladiščenjem v materialih, znanih kot kovinski hidridi.

Na področju materialov je bila v 6. okvirnem programu leta 2005 ustanovljena mreža odličnosti *Complex Metallic Alloys* (CMA), kamor se je uspel vključiti tudi Inštitut Jožef Stefan (IJS). V mrežo CMA je vključenih skupno dvaindvajset institutov in univerz iz dvanajstih držav EU (Avstrija, Belgija, Francija, Italija, Luksemburg, Nemčija, Poljska, Švedska, Španija, Švica, Velika Britanija in Slovenija) s prek štiristo znanstveniki z doktoratom. Mreža je organizirana v obliki

virtualnih integriranih laboratorijev (VIL), kjer npr. laboratoriji za fizikalne raziskave materialov Instituta Max Planck iz Dresdene, CNRS iz Nancyja, ETH iz Züricha, Tehniške Univerze na Dunaju in IJS nastopajo kot en integriran laboratorij.

Virtualnih integriranih laboratorijev znotraj mreže CMA je šest, in sicer 1) za razvoj in sintezo novih materialov, 2) za njihovo strukturno karakterizacijo, 3) za raziskave fizikalnih lastnosti, 4) za fiziko in kemijo površin, 5) za tankoplastne tehnologije in 6) za tehnološko uporabo novorazvitih materialov. Glavna naloga VIL-ov je znanstveno-tehnološki razvoj, poleg njih pa v

mreži obstajata še dve posebni virtualni integrirani enoti z namenom razširjanja znanja v državah EU: 1) enota za prenos novega znanja v industrijske organizacije in 2) Evropska šola o znanosti materialov (*European School in Materials Science*; kratko: Evrošola).

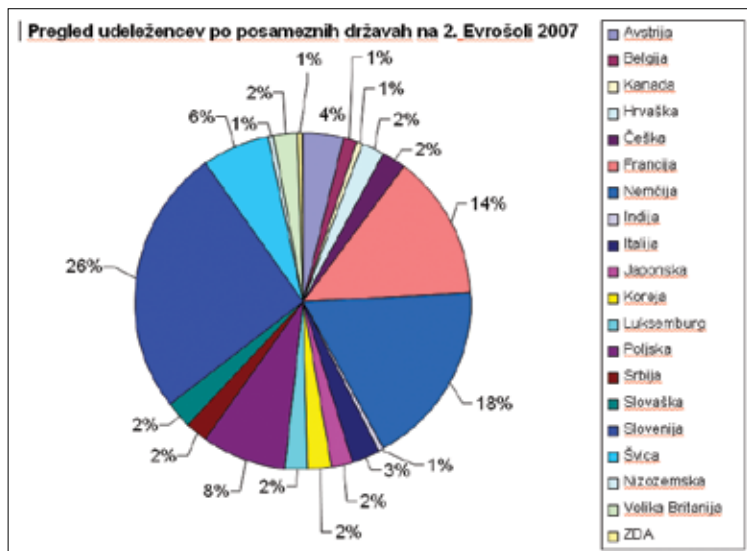
Evrošola ima vsakoletni značaj in bo potekala ves čas trajanja mreže CMA (2005–2009). Končni cilj mreže CMA je ustanovitev zakonite znanstvene ustanove v okviru EU, ki bo nadaljevala delo mreže tudi po uradnem izteku 6. okvirnega programa. Evropske mreže odličnosti tako predstavljajo zametke evropskih virtualnih integriranih



Andreja Kocijančič - rektorica Uni-Lj



Janez Dolinšek - direktor Evrošole



Pregled udeležencev po državah

institutov, kjer bo zbrana večina evropske »pameti« na prednostnih področjih znanosti in tehnologije.

Osnovni cilj Evrošole je razširjanje znanja o novih materialih med dodiplomskimi in podiplomskimi študenti v obliki klasičnih predavanj na dveh ravneh: osnovna predavanja zavzemajo dve tretjini učnega časa, njihova nadgradnja pa so posebna poglavja. Tematika je namenjena predvsem študentom naravoslovnih smeri – fizike, kemije in metalurgije. Program je zgoščen v šest dni s skupno 38 urami predavanj (vsaka v trajanju 50 minut). Predavatelji so vabljeni po načelu odličnosti iz akademskih institucij (univerz in raziskovalnih institutov) in v manjši meri iz industrijskih razvojnih laboratorijev.

Vsaka Evrošola ima tudi posebnega gosta, ki je zgodovinska osebnost na nekem področju in ki z osebnim vzorom študente motivira za raziskovalno delo na področju novih materialov. Posebni gostje so uveljavljeni starejši znanstveniki velikega mednarodnega slovesa, ki so navadno izdali mednarodno odmevno strokovno knjigo. Vsak

predavatelj Evrošole tudi napiše poglavje za knjigo, ki izide pri priznani založniški hiši (prva knjiga bo pravkar izšla pri World Scientific iz Singapurja). V njej so zbrana vsa predavanja in služi študentom udeležencem pozneje kot učbenik.

Ob ustanavljanju mreže CMA je bila organizacija stalne Evrošole ponujena IJS, ki je to dolžnost in privilegij z veseljem sprejel, saj je to veliko priznanje slovenski naravoslovni znanosti. Stalni sedež Evrošole je na Odseku za fiziko trdne snovi IJS v Ljubljani (spletni naslov <http://euroschooll-cma.ijs.si>). Sredstva iz skladov EU so zagotovljena za prve štiri Evrošole. Prva Evrošola je potekala od 21. do 27. maja 2006 v hotelu Mons in kongresnem centru v Ljubljani. Naslov šole je bil *Phase Transformations in Metals and Alloys*, udeležilo pa se je 158 udeležencev iz 16 držav (tudi zunaj Evrope). Odlična zasedba predavateljev je omogočila izvedbo kakovostnega znanstveno-pedagoškega programa in je privabila študente iz najrazvitejših držav na svetu (od tega 36 iz Nemčije, 25 iz Francije itd.).

Po uspešni izvedbi prve Evrošole je dru-

ga Evrošola potekala od 20. do 26. maja 2007, ponovno v kongresnem centru Mons, ki omogoča visok standard namestitve udeležencev in konferenčnih uslug po sprejemljivih cenah. Naslov druge Evrošole je bil *Properties and Application of Complex Metallic Alloys*. Poudarek je bil na materialih za shranjevanje vodika za potrebe pogonskih sredstev na osnovi gorivnih celic. V ta namen je druga Evrošola uspešno pridobila najpomembnejše svetovne strokovnjake za to področje.

Prof. Etsuo Akiba iz Tsukube, svetovalec japonske vlade za vodikovo energijo, je predaval o strategiji Japonske pri uvajanju t. i. vodikove ekonomije. Prof. Jong Won Kim iz Daejeona, direktor korejskega nacionalnega središča za raziskave vodikove energije, je predstavil korejski program skladiščenja vodika za potrebe gorivnih celic. Evropska strokovnjaka iz Švice, prof. Andreas Züttel (predsednik švicarske fizikalne družbe) in prof. Louis Schlapbach (direktor švicarskega zveznega inštituta za raziskave materialov EMPA) sta predstavila nove materiale za skladiščenje vodika in izdelavo gorivnih celic. Posebni gost 2. Evrošole je bil prof. Rex Harris iz Birminghama, ki je predstavil uporabo vodika pri procesiranju novih kovinskih materialov. Poleg raziskav materialov za shranjevanje vodika so bile na 2. Evrošoli predstavljene tudi druge zanimive teme s področja novih materialov. Prof. Paul Canfield iz Ames (ZDA) je predstavil načrtovanje, izdelavo in fizikalne lastnosti novih intermetalnih spojin. Prof. Jean-Marie Dubois, direktor Inštituta Jean Lamour (CNRS, Nancy), je predstavil zanimivo področje »pametnih« materialov, ki združujejo lastnosti prevodnikov in izolatorjev električnega toka in toplote. Gost iz Tokia, prof. Ryuji Tamura, je predstavil kvazikristalne kovinske zlitine z novim, kristalografsko prepovedanim, atomskim redom dolgega dosega. Tretji predavatelj iz Japonske je bil dr. Ryoji Asahi,

ki je industrijski znanstvenik iz Toyotinih laboratorijev. Predstavil je iskanje in načrtovanje novih posebnih materialov za potrebe avtomobilске industrije. Omeniti velja še vodilnega svetovnega znanstvenika za desettsevne kvazikristalne zlitine, prof. Srinivaso Ranganathana iz Indije, ki je predstavil fiziko in metalurgijo kovinskih stekel. Izbor res vrhunskih predavateljev je tako omogočil kakovostno izvedbo programa 2. Evrošole.

Izmed skupno 20 držav udeleženk so se 2. Evrošole udeležili tudi predstavniki zunajevropskih držav (Koreja, Japonska, Indija, ZDA, Kanada). Če izvezememo Slovenijo, je največ udeležencev prišlo iz nemških univerz in institutov (skupno 31), sledijo Francija (25), Poljska (14), Švica (11).

Govor ob odprtju na 2. Evrošoli je imela prof. Andreja Kocijančič, rektorica Univerze v Ljubljani, ki je poudarila pomen Evrošole za ljubljansko univerzo. Kljub natrpanemu urniku so udeleženci po končani drugi Evrošoli izrazili zadovoljstvo s tematiko Evrošole, časovnim urnikom in splošno organizacijo tega visokotehnološkega in za Slovenijo izjemnega dogodka. Tukaj gre vsa zahvala članom organizacijskega odbora, ki so prišli z IJS in s Fakultete za matematiko in fiziko Univerze v Ljubljani. Evrošola je bila tudi odlična priložnost za promocijo slovenske znanosti med tujimi strokovnjaki, saj so nekateri izmed njih obiskali raziskovalne laboratorije IJS in pa navezavo koristnih osebnih stikov. Poseben poudarek je bil dan tudi vzpostavitvi osebnih stikov med študenti udeleženci (danes še doktorski študentje, čez desetletje pa že profesorji, direktorji institutov itd.), čemur so bili namenjeni prosti termini z organiziranimi družabnimi dejavnostmi (obisk središča Ljubljane, izlet na posestvo Pule pri Mokronogu, koncerti in degustacije vin v hotelu Mons). Druga Evrošola o znanosti materialov 2007 je bila tako uspešno izvedena, tretja Evrošola pa je že napovedana za maj 2008.



Otvoritvena slovesnost



Predavanja na drugi Evrošoli

ne le pametna, tudi zelo uporabna

Korenine keramike segajo daleč v preteklost; iz nje so že naši pradedni predniki ustvarjali posodje za hrano in pijačo, okrasne predmete, piščali ipd. Surovin je bilo na voljo povsod dovolj in obdelava je bila tako preprosta, da je bila dostopna vsakomur. A ta keramika je bila krhka in občutljiva, zato je kot takšna pogosto končala na odpadku v obliki črepinj. Ko danes spregovorimo o tehnološko dodelani, tj. pametni keramiki, pa je situacija prav nasprotna: po trdoti je primerljiva z najtršim, tj. diamantom, ne prevaja elektrike in jo uporabljamo tam, kjer si je včasih niti zamisliti nismo mogli.



Ni jih veliko, ki vedo, da je vodilni svetovni proizvajalec napredne keramike podjetje Kyocera. V reviji smo ga pogosto omenjali, največ v povezavi z laserskimi tiskalniki velikega formata in drugimi tiskalniki ali večfunkcijskimi napravami s področja tiskanja, skeniranja ali preslikavanja, redkeje kot proizvajalca solarnih modulov. Da so vodilni na področju keramike, je prav gotovo za veliko ljudi presenečenje.

Vrste keramike

Razpon izdelkov, ki jih proizvajajo v Kyoceri, je širok – od keramičnih sestavnih delov za telekomunikacijsko opremo, polprevodniške pakete in elektronske naprave do pridruženih izdelkov, kot so solarni moduli in sistemi, uporabniških izdelkov, umetnih dragih kamnov, medicinskih iz-

delkov do industrijskega rezalnega orodja. Vsi ti izdelki seveda niso iz materiala enakih lastnosti, ampak je bilo le-tega treba za vse nekoliko prilagoditi ali spremeniti, da je bil popolnoma ustrezen. Poznamo kar nekaj naprednih keramičnih materialov; med najpogostejše uporabljanimi so naslednji:

- Alumina je najpogostejše uporabljana napredna keramika; izjemno odporna je proti obrabi in koroziji ter zelo trdna, in to vse skupaj po zelo sprejemljivi ceni. Zaradi neprevodnosti je predvsem primerna za elektronske izdelke in sestavne dele industrijskih strojev.
- Silicijev nitrid presega druge keramične materiale v vzdržljivosti proti toplotnim udarom. Je zelo dobra kombinacija nizke gostote, majhne razteznosti in

odpornosti proti rjavenju, zato se veliko uporablja v avtomobilski in letalski industriji, v strojih za proizvodnjo papirja, za ohišja ipd.

- Silicijev karbid je najbolj odporen proti rjavenju in ohranja trdnost tudi pri temperaturah nad 1.400 °C. Pohvali se lahko z izjemno odpornostjo proti obrabi in vzdržljivostjo na toplotne udare. Uporablja se za različna ohišja, mehanske pečate, šobe, dele črpalk ipd.
- Cirkonija je najtrdnjša in močna pri sobnih temperaturah. Z drobnostno sestavo je primerna za izdelke z izjemno gladko površino in ostrimi robovi; mednje sodijo škarje, noži, različni pritrdilni elementi ipd.
- Safir, enotni kristal safir, ima izjemne mehanske lastnosti, je kemično stabi-



Nož FK-Q121M

len in rahlo prevoden, zato se uporablja za mikrovalovne plazma cevi in okna, spojne elemente za visokotemperaturne naprave in modri LED.

Napredna keramika in napredno oblikovanje

Večina visokotehnoloških izdelkov napredne keramike ostaja, kot se iz zgornjega pregleda vidi, očem skrita znotraj različnih strojev in naprav, nekateri pa se le prebijaajo v področje široke uporabe in na prodajne police. To so predvsem izdelki iz cirkonije. Zaradi izjemnih lastnosti seveda ne na področju nizkocenovnih izdelkov, ampak so na drugem koncu – pri visokokakovostnih in tehnološko dovršenih proizvodih. K temu pa sodi tudi poudarjeno skrbno oblikovanje.



Večnamenski lupilnik Perfect Peeler



Lupilnik za večje sadje in zelenjavo



Luksuzni žepni nož

Pa najprej nekaj besed o sami tehnologiji: v Kyoceri so v štirih desetletjih razvili umetni postopek tvorjenja kristalov. Pri izdelavi nožev, na primer, v postopku zmeljejo cirkonijev in aluminijev oksid v izredno fin prah, s katerim napolnijo jeklene modele. Na preši stisnejo prah v obliko noža s pritiskom več kot 300 ton, polizdelke pa nato še žgejo v posebni peči za keramiko pri temperaturi okoli 1.000 °C. S tem postopkom so pospešili tisočletja dolg naravni postopek kristalizacije kamnin pri visokih temperaturah. Postopek omogoča izdelavo napredne keramike z odličnimi mehanskimi zmožnostmi, ki že predstavlja učinkovit nadomestek za kovino.

Cirkonijevo keramiko odlikuje izjemna trdnost, saj je od nje trdnjši le še diamant. Omogoča izvedbo izjemno tankih in ostrih robov, vse to pa so lastnosti, ki jih iščemo pri izdelkih, namenjenih rezanju, kot so noži, škarje ipd. Keramična rezila so izjemno ostrina in se skrhajo desetkrat počasneje kot običajna jeklena rezila, izdelki pa so približno dvakrat lažji od podobnih jeklenih in imajo predvsem privlačen videz. Poseben čar jim daje barva površine, ki ni kovinska, kot smo je vajeni, ampak lahko izbiramo med grafitno in belo barvo. Keramična rezila so kakovostnejša od običajnih jeklenih tudi zato, ker se pri njih ne pojavljajo oksidacija in ionizacije živil ter posledično zarjavelost rezila in spre-



Noži KT-401

njen okus hrane, ki tako po rezanju še dolgo ostane sveža. Zaradi gladke površine se hrana ne stiska in ne prijema na rezilo. Posebno primerna so za rezanje občutljive hrane, posebno, na primer, v restavracijah z azijsko kuhinjo, ki temelji na sveži zelenjavi, sadju in začimbah. Keramični noži so preprostejši tudi za vzdrževanje, saj se jih po uporabi preprosto spere z vodo, rezilo pa je brez ponovnega brušenja uporabno več let.

Seveda pa se uporabnost keramike ne ustavi le pri nožih; poleg njih se na trgu pojavlja še vrsta drugih izdelkov: večnamenski lupilnik za hrano, strgala, škarje ipd. Visoko tehnologijo materiala poleg brezčasnega oblikovanja vedno spremlja

tudi inovacija. Tako so na sejmu Ambiente v Frankfurtu pred kratkim predstavili dva oblikovno in drugače zanimiva izdelka: lupilnik Perfect Peeler in žepni nož. Skrivnost prvega je premična glava rezila, ki jo je mogoče postaviti na štiri različne načine – navpično, vodoravno ali v dveh 45-stopinjskih kotih. Primeren je tako za desničarje kot za levičarje. Visokokakovostni žepni nož je peresno lahek, slogovno oblikovan in ima izredno ostro keramično rezilo ter valovom podobno strukturo na ročaju rezila. Ročaj je narejen iz nerjavečega jekla ali iz pravega karbona. Na voljo je v štirih različicah in tehta samo 62 ali 36 gramov. Pravi kultni izdelek, torej!

Dobro oblikovanje kot popotnica

Dosežki Kyocere na področju izdelovanja naprednih keramičnih proizvodov seveda niso neopaženi. Za kuhinjski nož Fine so leta 2001 prejeli nagrado Good Design Award, ki jo na Japonskem podeljuje Združenje industrijskega oblikovanja. Kakovostne in estetske prednosti, ki jih ima cirkonijevo rezilo, so priznali izdelku Fine. Komisijo je prepričala njegova oblikovna funkcionalnost, ki je po njihovem mnenju dosegla »obliko za vse čase«. Formula, ki torej vedno drži, visoka tehnologija, kakovostno oblikovanje in inovacija!

prednosti keramike v kuhinji:

- 1 odpornost pred rjo: ker ni kovina, keramika ne rjavi, kar 10-krat dlje pa ohranja ostrino;
- 2 biološka čistost: poleg tega, da ne rjavi in drugače ne spremeni videza, tudi ne vpliva na okus, vonj ali videz hrane, ki jo obdelujemo;
- 3 izjemna ostrina: tudi mehkejšo hrano lahko režemo ali sekjamo na izjemno tanke kose;
- 4 nizka teža: keramični nož tehta skoraj natančno pol manj kot enakovreden jekleni, kar veliko pomeni predvsem pri dolgotrajni uporabi;
- 5 lahko čiščenje: ker ne vpija sokov, jo lahko le pobrišemo s krpo, pa se ti ne bodo več prenašali na drugo hrano.



Noži iz serije FK

karbonska keramika – inovativen kompozit prihodnosti

Nemški koncern SGL Carbon je med vodilnimi na področju uporabe karbonskih vlaken, a kot izvedenci za področje visokotemperaturnih tehnologij razpolagajo tudi z močnim razvojnimi izdelkom. Ta je razvil s karbonskimi vlakni utrjen silicijev karbid, ki se je izkazal kot izjemen material za izdelavo avtomobilskih zavor. Poleg izjemno dolge življenjske dobe, ki je enakovredna življenjski dobi avtomobila, ga odlikujejo skoraj dvakrat manjša teža od običajnih jeklenih zavor, skoraj nična obraba, izboljšana dinamika vožnje ter krajša zavorna razdalja. Inovativen material je že prejel prvo priznanje uradnih ustanov, ki podpirajo inovativnost, to je od deželne iniciative »Nemčija – država idej«; najpomembnejše odlikovanje pa so prodajni uspehi, saj najdemo karbon-keramične zavore pri vseh tehnološko najbolj dovršenih modelih avtomobilov, katerim se poleg uglednega Audi A8 pridružuje veliko »sanjskih avtomobilov«, kot so Porsche, Bentley, Lamborghini ali Bugatti.



illustrator cs3

Vsakokrat, ko najavljajo obnovo ustvarjalne zbirke (to je po novem vsako pomlad) se sprašujem, kam bodo Adobejevcu tokrat »zapeljali« program Illustrator. Osebnost se mu vse bolj izogibam, saj je v primerjavi z veliko hitrejšim in sodobnejše programiranjem InDesignu prava nadloga. Ker slednji iz različice v različico pridobiva vse več orodij, potrebnih za »ilustratorsko« delo, ga je veliko varneje in udobneje uporabljati, predvsem ker večinoma delam »prelom«. A zbirka je zbirka in Adobe se ne želi kar tako odpovedati enemu izmed programov v celoti, zato mu išče nove ustvarjalne vode. Poglejmo si, v katere je speljal Illustratorjevo barko v različici CS3 to pomlad.



illustrator cs3
adobe
www.adobe.com
polna različica
762 eur (brez ddv)
724 eur (za naročnike)
nadgradnja
s freehanda
233 eur
221 eur (za naročnike)

Prva izkušnja takoj na začetku je sama namestitev programa. Za to na žalost ne moremo zapisati, da je hitra in brez zapletov, ker za prvo točko to nedvomno ne drži! Že dolgo ne pomnim, da bi bila kakšna namestitev tako dolgotrajna. Enako velja za odstranitev programa, saj sem Illustratorja najprej namestil kot betarazličico, ga nato nedelujočega odstranila in nadomestila s poskusnim programom (trial). Do »zakonitih«, polno delujočih različic se v uredništvu ne »preinemo«, zato vam nasveta, da se čim prej opremite z nadgradnjo programa, ne upam dati. Moje prve izkušnje, sicer s poskusnimi in z betarazličicami, so bile slabe in glede na zasoljeno evropsko ceno programa bi bil moj nasvet, da z nadgradnjo ni treba hiteti, če novosti programa ne rešujejo vaših življenjskih težav. Že sama namestitev namreč traja toliko časa, da bi kakšen hudo zlovoljen novinar v tem času »raztrgal« celotno Adobejevo

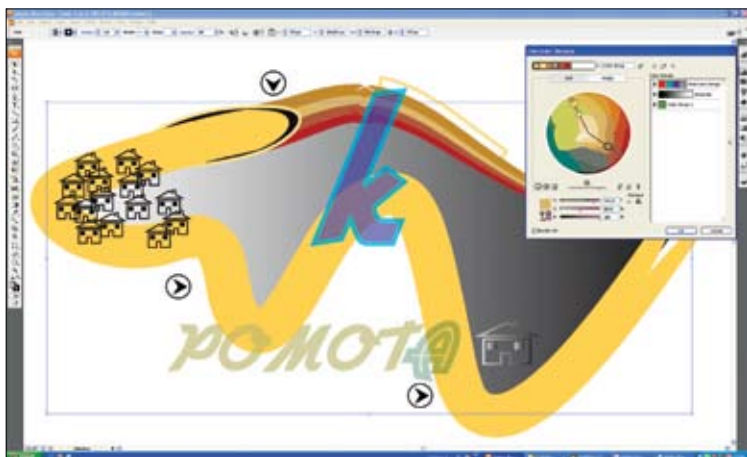
programje, ne le enega samega njegovega delčka. Na osnovi dozdajšnjih izkušenj je bolje počakati na kakšno servisno izboljšavo. Ob zagonu programa je razveseljiva novost okno, kjer si že ob odprtju dokumenta nastavimo nekaj najbolj ključnih izbir. Posebno dobrodošle so mere, ki so bile do zdaj v *Preferences* in zato pogosto takšne, kot si jih nismo želeli. Namizje programa je bolj čisto in elegantno, takšno, kot ga ima zdaj celotna zbirka. To sočasno pomeni tudi fiksno sklopno paleto ob desnem robu, kjer imamo nabor ukazov za delo z barvami, obrobi, s polnili, prosojnostjo, skratka vse to, kar neki risar najpogosteje uporablja. Novo rešitev smo pohvalili že ob pregledu InDesigna in zanjo ne bi več izgubljali besed.

Glavna izboljšava: žive barve

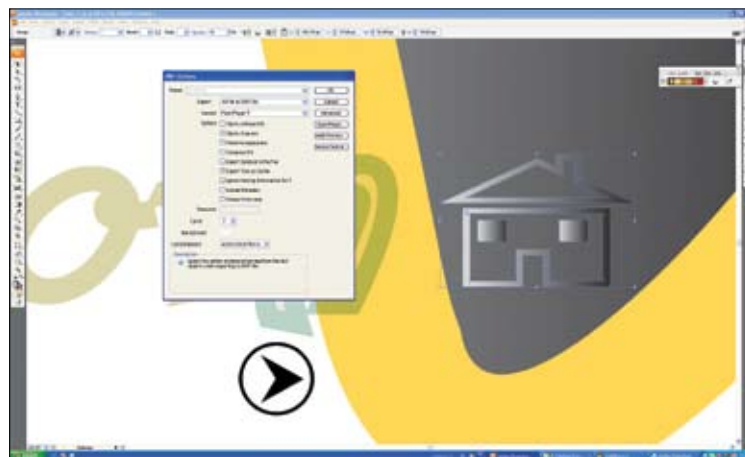
Največ pozornosti so tokrat posvetili paleti z barvami, ki po novem nudi veliko več raz-



ličnih možnosti dela. V povezavi z že prej omenjeno sklopno paleto ob desnem robu zaslonskega okna omogoča zares hitro in intuitivno delo, seveda pa se bo spremenjenemu načinu treba predhodno privaditi, predvsem pa se dodobra spoznati z množico novosti. Pospešitev dela bo posebno opazna pri vseh tistih, ki si bodo vzeli dovolj časa, da si bodo delovno okolje predhodno skrbno uredili, si shranjevali lastne palete, nastavitve ipd. Sestavni del Živih barv je še Barvni vodič, ki pomaga pri iskanju, izbiri in nastavljanju barv. Za nastavljanje barvnih shem imamo na voljo kar 23 pravil barvne harmonije, vse od komplementarnosti do analognosti, monokromatičnosti itd. Barve najsvobodneje nastavljam v dialognem oknu Živih barv, kjer imamo ves čas v živo prikazane vse sprotne spremembe. Poleg številnih novih možnosti dela so seveda še nadalje vključene vse običajne barv-



Namizje s paleto živih barv



Izboljšano sodelovanje s Flashem



Zagonsko okno



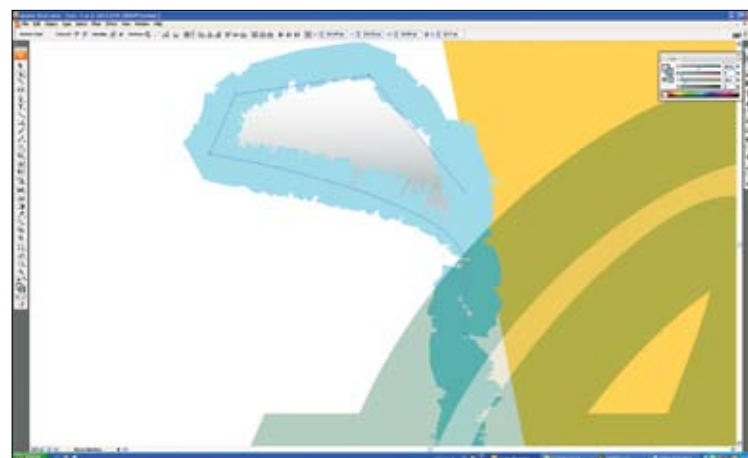
Izbira področja dela ob zagonu programa – mobile device



Izbira področja dela ob zagonu programa



Izbira področja dela ob zagonu programa – print in cmyk



Nove možnosti pri editiranju posameznih točk

ne palete, in to ne le za ilustratorsko delo v pripravi za tisk, ampak tudi za vse, kar potrebujemo pri pripravi spletnih strani, izdelavi podlog za filme, animacije ter za mobilne naprave. Seveda je ob tem omogočena kar največja usklajenost z drugimi programi znotraj programske hiše Adobe, posebno s Flashem (s katerim je bil Illustrator dobro usklajen še takrat, ko je bil ta Macromediijin) in z After Effects – vse spremembe se posodablja v živo, kar pomeni, da se izvršeni učinki sočasno vidijo v obeh aplikacijah. Nove možnosti, ki jih ponuja paleta Živih barv, so dobrodošle tudi ob predstavitvah izdelkov naročnikom, saj omogočajo hiter in učinkovit prikaz barvnih različic in primerjave z izvirnikom.

Dodatna zblížanja s Flashem

Illustrator je že do zdaj eno glavnih podpor- nih orodij Flashu, odkar sta postala enakovredna člana iste družine, pa je bilo veliko dela programerjev vloženo v to, da se to »sožitje« še poveča. Vektorski elementi, ustvarjeni v Illustratorju, ostajajo popolnoma istovetni in jih lahko preurejamo (editiramo) tudi v Flashu: ohranja se zasnova poti (paths) skupno z vsemi posameznimi točkami, ohranjajo se prelivi, maske, plasti itd. Dodatna pozornost v programu je bila po-

svečena simbolom, ki jih uporabniki Flasha veliko uporabljajo. Nadzorne palete za simbole so od zdaj popolnoma usklajene, vsako vektorsko grafiko iz Illustratorja lahko shranimo kot simbol in jo prenesemo v Flash ter tam neovirano uporabljamo. Poleg dela s simboli je izboljšano tudi delo z besedili, ti dve postavki pa sta tisti, ki sta za ustvarjalce Flashgrafik najpomembnejši.

Nova orodja

Dobrodošla novost različice CS3 je izboljšano orodje za urejanje posameznih točk vektorskih risb. Prva izboljšava je možnost nastavitve velikosti kvadrata, znotraj katerega program zaznava točke. Ko se s kazalčkom pomikamo prek točke, se točke znotraj njega samodejno povečajo, zato je veliko lažje tudi njihovo izbiranje. Ko točko izberemo, se vsi potrebni ukazi za delo z njo izpišejo v nadzorni paleti pod padajočimi meniji, tako da lahko nove točke takoj in neposredno dodajamo, brišemo ali spreminjamo, popolna novost pa je, da jih lahko tudi medsebojno poravnavamo (*Align*). Nadzorna plošča (*Control Panel*) sama po sebi je tudi izboljšana in po novem občutljiva na vsebino. Tam se glede na izbiro pojavljajo ukazi, ki jih potrebujemo za delo, nameščena pa je vedno na spodnjem robu ukaznega

traku pod padajočimi meniji. Ta rešitev omogoča hitrejšo in bolj intuitivno delo.

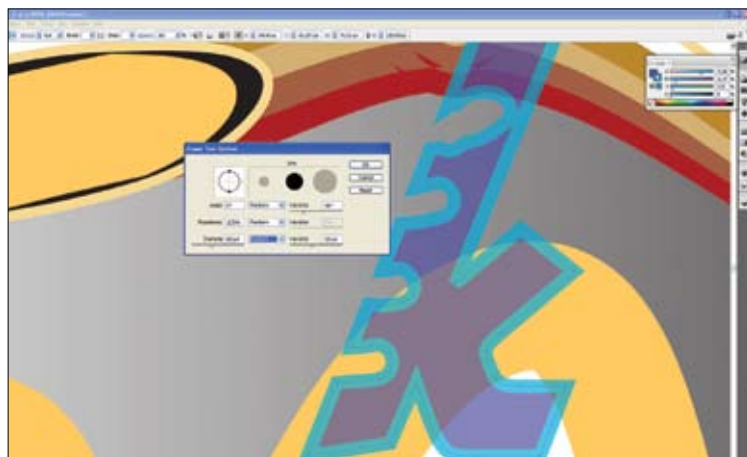
Če radi brišemo, kar smo ustvarjali, bodo dobrodošle izboljšave orodja za brisanje – *Eraser Tool*. Temu lahko, podobno kot v Photoshopu, zdaj nastavljamo premer, kot in zaokroženost, vse skupaj pa deluje kar v vektorskem okolju. Ob tem se obstoječe poti samodejno posodablja. Z dvojnim klikom na orodje priključimo meni za izbiro nastavitv (*Options*).

Nove možnosti so bile dodane tudi orodju za izrezovanje (*Crop Tool*), predvsem več nadzora nad merami izrezanih grafik in objekti, ki jih ob tem želimo ščititi (*Safe Areas*). Boljši nadzor nad obsegom izrezov je posebno pomemben povsod tam, kjer moramo imeti popoln nadzor nad merami izreza, to pa je predvsem na spletnih straneh, v filmu in pri mobilnih napravah. To pa so vse področja, ki so vedno bolj razširjena. Z orodjem za izrezovanje je mogoča tudi hitra in preprosta priprava grafike za prikaz naročniku v formatu .PDF: z dvojnim klikom označeni objekt izberemo in ga nato s *File/Save As*. .PDF izvozimo kot samostojni element. Oblikovalcem, ki izgubljajo veliko časa za zaščito in izločitev z območja dela vseh delov risbe, ki jih želijo ohraniti nedotaknjene, in sicer ob tem, ko druge še preurejajo, bo

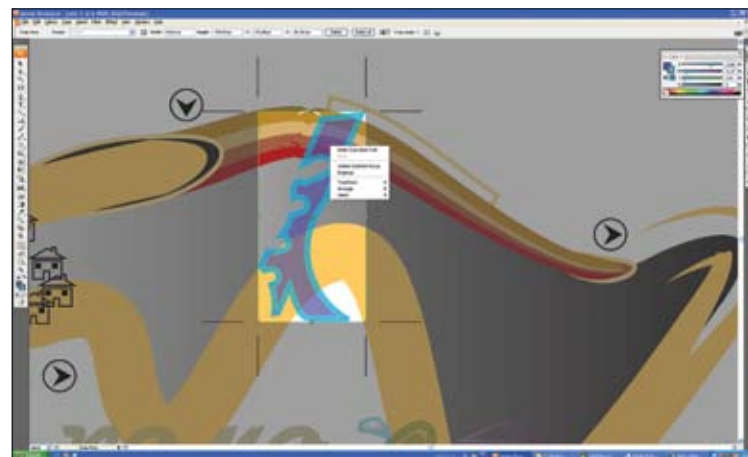
dobrodošlo orodje *Isolation Tool*. Z njim označimo dele risbe, ki jih želimo preurejati, preostali deli grafike pa pri tem postanejo zamagljeni in istočasno orodjem nedosegljivi, tako da se nam ne more pripetiti, da po pomoti naredimo kakšno »generalno napako«. Obnovljenemu Illustratorju so izboljšali tudi usklajenost s strojno opremo, ki je trenutno na pohodu; to so računalniki z več procesorji. Nam ob testiranju ni bilo omogočeno preizkusiti teh novih možnosti (ker ni bilo pri roki nobenega večprocesorskega stroja, na žalost).

Kam pes taco moli?

Če ponovimo na malce drugačen način vprašanje iz uvoda: v kateri pristan pelje Adobe Illustratorjevo barko? Na osnovi pregleda programa se kaže smer v podpori programom, ki ne potrebujejo dela z večstranskimi dokumenti, sem pa se uvrščajo vsi spletni programi, tisti za podporo filmom ter za mobilne naprave. Za prelomaše je Illustrator kar preveč okoren in počasen, predvsem pa jim InDesign zagotavlja že skoraj vse, kar potrebujejo. Lahko bi se celo vprašali, ali se Illustrator celo nahaja v napačni zbirki in ga bodo bolj potrebovali »produkciji« in »spletniki«? Takšna je naša ocena, končno rešitev pa bo pokazal čas.



Prenovljene možnosti orodja za brisanje



Izbira objekta za izrez ali izvoz z dvojnim klikom

sony dcr-sr290e

Sonyjeva kamera DCR-SR290E z obliko svojega ohišja in visoko ceno ne bo pritegnila ljudi, ki se zaljubijo na prvi pogled. To pa je edina njena lastnost, na katero ne bi mogli dati visoke ocene.

Ko pa te prevzamejo kakovostno delovanje kamere in vizualizacije dizajna, ohišje kar izpuhti. Objektiv Carl Zeiss Vario Sonnar T in senzor CMOS ClearVid delata odlično in podajata impresivno sliko. Tako dobro, da kamera lahko konkurira nekaterim cenejšim profesionalnim kameram. Slike se lahko shranjujejo na Memory Stick Duo.



Kamera premore 6 milijonov slikovnih pik in kakovost njenih posnetkov se lahko primerja s fotoaparatom. Velika pa je razlika v času odprtosti zaslone, ki je veliko daljši kot pri fotoaparatih. Težava se opazi pri gibajočih se objektih, kjer povzroči zameglitev slike. Kar nadomesti prejšnjo pomanjkljivost, je možnost fotografirati med snemanjem. Pri fotografiranju je kamera sicer precej počasna, kar pa ji ne moremo šteti kot slabost, saj je njena primarna dejavnost snemanje filmov. Posnete slike lahko prikazujemo na televizorju ali pa jih vključimo pri montaži videa. Poudariti je treba tudi, da ima kamera serijsko vgrajeno bliskavico.

Če se vrnemo k snemanju filmov, lahko poudarimo, da je Sony za vse, katerim se pri snemanju tresejo roke, v kamero vgradil optični stabilizator Super SteadyShot. Na kameri je 2,7-colski LCD, ki s svojim viewfinder pripomore k še boljšim posnetkom. Tako lahko že pred snemanjem določimo najboljše razmere zanj. Če boste kamero uporabili za snemanje gasilskih vesel, boste z zaslona brisali mast odojka ali jagenjčka. Vzrok je v občutljivosti zaslona na dotik in s tem v možnosti premikanja po menijih. Za ljudi, ki živijo nočno življenje, kamera ponuja odličen Super Night Spot plus. Z njim snemamo zelo zanimive in kakovostne posnetke. To pa je le ena izmed veliko možnosti in prednastavitev, ki jih ponuja kamera. Izstopa še ena možnost, ki me je navdušila, in to je možnost počasnega snemanja.

sony dcr-sr290e
sony
www.sony.si
939,90 eur (z ddv)



Ko jo enkrat spoznaš in izkusiš, se ji le težko odrečeš. Pri tej priložnosti bi omenil še, da kamera omogoča 10-kratno optično in 20-kratno digitalno povečavo.

Mikrofone ima razporejene tako, da omogoča snemanje Dolby Digital 5.1. To me je na začetku zelo razveselilo, pozneje pa se je izkazalo, da je zapis zelo težko pozneje obdelati. Drugače povedano: noben program za obdelavo videa, do katerega sem imel (oziroma običajni smrtniki imamo) dostop, ni znal pretvoriti signala v Dolby Digital.

Po zagotovilih zastopništva za Sony pa to pretvorbo brez težav naredi hišni kino. Kamera snema v MPEG2; omogoča HQ (9Mbps), SP (6Mbps) in LP (3Mbps). Vse shranjuje na trdi disk zmogljivosti 40 GB. Tako je mogoče posneti kar 28 ur videografa, pri čemer je treba le menjavati baterije. Disk je zaščiten s sistemom senzorja 3G in pomnilnikom. Posnetke lahko gledamo na TV, prek USB-ja ali jih s Handycam station prenesemo na računalnik. Ko priklopimo kamero na računalnik, se ta prikaže kot zunanji disk.

Posnetke lahko prenesemo s Kopiraj/Prilepi. Kamera ponuja še dve dodatni možnosti prenosa videografa: Handycam station ima tipko takojšnja peka videa in možnost uporabe tehnologije PictBridge.

Kot sem že poudaril, je kamera zelo uporabna in ponuja veliko možnosti. Če jo upravlja sposoben ustvarjalec, nudi odlično osnovo za fantastičen film. Posebno je primerna za vse, ki si še niso omislili LCD-zaslona in niso pripravljeni vložiti v kamero visoke ločljivosti (in temu primerno višje cene, seveda).





mimovrste

Spletni nakupovalni center

www.mimovrste.com



ARHITEKTURNI KOMPLET

AKCIJA in UGODNO FINANCIRANJE!

**AutoCAD Architecture 2008
+ ACAD-BAU XP2008**

4.800€ + DDV

LEASING: 1.486€ + 13 x 350€

Autodesk

Pooblaščen učni center
Pooblaščen prodajalec



ARHINOVA

WWW.ARHINOVA.SI

mail: info@arhinova.si tel: 04-5155-800 in 041-71-00-89

licence, nadgradnje, naročnine ...

Nakup in vzdrževanje programske opreme danes sploh nista več preprosti opravili. In ker odštejemo za to kar nekaj denarja, je prav, da smo poučeni, kakšni so pravila, omejitve in ugodnosti, ki jih lahko koristimo.



1 | Prvi nakup programske opreme, kot je npr. AutoCAD, predstavlja kar precejšnjo naložbo. A ker gre za sredstvo, ki nam omogoča samo delo in s tem zaslužek, je nakup treba opraviti. Če sledimo objavi različnih akcij, si lahko pridobimo novo licenco pod ugodnejšimi pogoji – vsak odstotek pa pri velikih zneskih tudi veliko pomeni.



2 | Kupljena licenca je namenjena enemu delovnemu mestu. Pri tem je pomembna informacija, da lahko program namestimo in avtoriziramo na službenem računalniku in sočasno na prenosniku, in sicer pod pogojem, da tako izvirno kot drugo kopijo uporablja isti človek in da hkrati dostopamo le do ene izmed kopij programske opreme.



3 | Ob nakupu pa je pametno razmišljati že vnaprej, ali bomo čakali in se vsako leto sproti odločali o nakupu nadgradnje ob njenem izidu ali pa se bomo poleg tega odločili še za naročniško pogodbo za sprotno samodejno posodabljanje programa.



kaj dobim

naročnina na klik

10 števil



popusti & ugodnosti

naročnina na revijo - cenik

Letna naročnina 36,72 EUR | 8.800 SIT
Podaljšanje naročnine . 33,05 EUR | 7.920 SIT

kje se naročim?

s priloženo naročilnico
po internetu | www.klikonline.si
po telefonu | + 386 (0)1 52 00 720

45 julij | avgust

[kupon popustov in ugodnosti za bralce klik-a | več na: www.klikonline.si/prodaja.aspx]

s seznama na spletni strani klika nepreklicno naročam(o):

.....	■
.....	■
.....	■
.....	■
.....	■

Če želite kot bralec Klika uveljaviti popust pri nabavi programov ali drugih izdelkov, pri katerih na seznamu na naši spletni strani ni navedena končna cena, ampak samo znesek popusta, morate ta kupon poslati na uredništvo revije (naslov: Pro anima, d.o.o., p.p. 2736, 1001 Ljubljana), da vam ga potrdimo in s tem jamčimo prodajalcu vašo istovetnost.

ime in priimek
podjetje
dejavnost
ulica
poštna številka, pošta
telefon, faks
e-pošta
datum
davčna številka (zavezanec)

[naročilnica na klik]

nepreklicno naročam(o) klik od številke:

■		90	julij avgust	2007
■		91	september	2007

način plačila

■		položnica
■		račun

ime in priimek
podjetje
dejavnost
ulica
poštna številka, pošta
telefon, faks
e-pošta
datum
davčna številka (zavezanec)

[naročilnica na knjige]



**Photoshop CS
udarni triki**
jezik: slovenski
strani: 240
izid: marec 2005
cena: **31,26 eur**

za naročnike:
■ **26,33 eur**



**Hitri vodnik skozi
CorelDRAW X3**
jezik: slovenski
strani: 160
izid: maj 2006
cena: **24,58 eur**

za naročnike:
■ **20,91 eur**



**Naučite se Macromedia
Dreamweaver 8 v 24 urah**
jezik: slovenski
strani: 514
izid: julij 2006
cena: **32,92 eur**

za naročnike:
■ **28,00 eur**



**Fotografirajmo
digitalno**
jezik: slovenski
strani: 284
izid: junij 2005
cena: **24,58 eur**

za naročnike:
■ **20,91 eur**



pro anima
p.p. 2736

1001 Ljubljana

Naročanje: www.klikonline.si 01 52 00 720



V cenah je zajet 8,5 % DDV. Celoletna naročnina je možna le ob vnaprejšnjem plačilu. Vnaprejšnje plačilo naročniku zagotavlja popust in brezplačno dostavo na želeni naslov znotraj Slovenije. Naročnina za naročnike zunaj Slovenije je višja za znesek povišane poštnine in se spreminja ob spremembah cen poštinskih storitev. Celoletna naročnina začne kupcu teči takoj po plačilu naročnine. Kupec lahko od naročnine odstopi najkasneje 8 dni po plačilu naročnine. V tem primeru mu založnik v celoti povrne vplačani znesek. Stroške dostave revije do kupcev znotraj Slovenije krije založba. Če kupec po preteku naročnine pisno ne sporoči, da revije ne želi več prejemati, mu založba pošlje račun oz. položnico za naročnino za naslednje leto. Če kupec poslane položnice ali predračuna ne poravnava, se njegova naročnina prekine. Naročilnica je sestavljena v enem izvodu in služi kot osnova za pripravo položnice ali računa.

Naročanje: www.klikonline.si 01 52 00 720

[naročilnica]

ime in priimek

podjetje

ulica

poštna številka, pošta

davčna številka (zavezanci)

način plačila

položnica ☐

račun ☐

pro anima
p.p. 2736

1001 Ljubljana



kaj dobim



naročnina na klik

10 števil



popusti & ugodnosti

popusti pri nakupu programov

popusti pri nakupu knjig

ter vrsta uporabnih informacij za bralce

na spletni strani revije, kot so:

ceniki storitev

spletne povezave - linki

informacije o sejmih, natečajih ...

kje se naročim?

s priloženo naročilnico

po internetu | www.klikonline.si

po telefonu | + 386 (0)1 52 00 720

46 **julij | avgust**



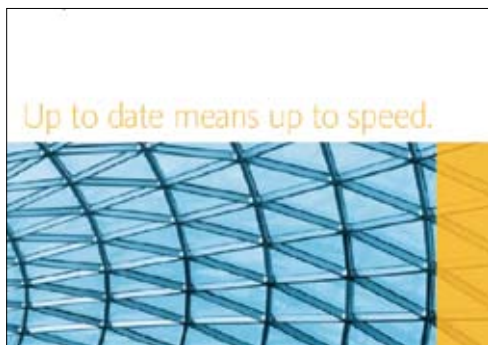
4 | Prvi način ima več pomanjkljivosti. Običajno vsako leto ne kupimo nadgradnje in tudi znanja ne nadgrajujemo redno. Novosti se kopičijo in vse bolj nas je strah nove različice. Enako velja tudi za strošek, ki narašča; če zamudimo rok »upokojitve«, ki je nekako 4 leta, moramo nato kupiti dejansko novo licenco.



5 | Zato se danes vse bolj uveljavlja sistem naročniških pogodb. Ob nakupu nove licence ali nadgradnji le-te kupimo še naročniško pogodbo (*subscription*). S tem za eno leto vnaprej pokrijemo stroške vzdrževanja programske opreme in si zagotovimo novo različico ob njenem izidu brezplačno – to pa pomeni redno obnovo različice, in sicer enkrat letno, kar je zdaj za Autodeskove programe že nekaj časa okvirno konec marca!



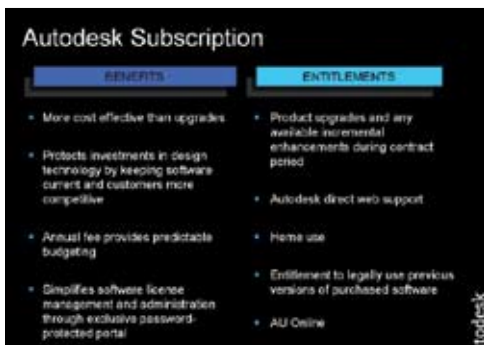
6 | Pogodba se potem letno obnavlja. Pred iztekom smo o tem obveščeni in jo lahko podaljšamo ali pa tudi ne. Ima pa toliko prednosti, da je njena podaljšava nedvomno smiselna! Poleg tega, da je to finančno najugodnejša možnost, saj je v primerjavi s klasičnimi nadgradnjami tudi do 30 odstotkov cenejša, nam omogoča še:



7 | • načrtovanje stroškov: plačuje se letno, po želji pa tudi za dve ali tri leta vnaprej na znani datum. Daljša obdobja nudijo ugodnejše cene.

• delo na najsodobnejših različicah: med veljavnostjo pogodbe dobite vse nadgradnje in servisne popravke programov brezplačno. Tako svoje znanje redno nadgrajujete in uporabljate vse novosti takoj, ko so na voljo!

• spletna podpora: Autodesk vam ob aktiviranju spletne podpore nudi ugodnosti, kot sta elektronsko učenje na daljavo, možnost rešitve vaših tehničnih vprašanj ...



8 | • uporaba starejših različic: samo stranke s pogodbo so zakonito upravičene do uporabe starejših različic (katere koli) po namestitvi zadnje nadgradnje. To je včasih potrebno zaradi uporabe različnih aplikacij, ki tečejo na starejših različicah.

• domača uporaba: program lahko namestite in avtorizirate tudi na domačem računalniku za namene izobraževanja in dodelave projektov iz službe.



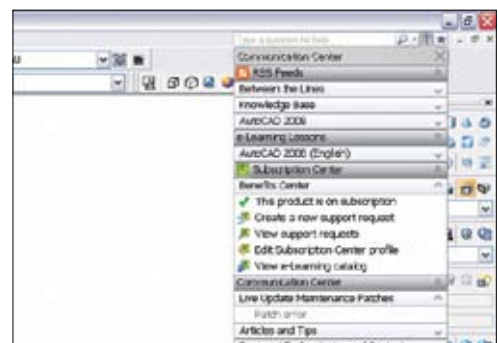
9 | Kot rečeno, je določene ugodnosti naročniške pogodbe treba aktivirati prek spleta na naslovu <http://pointa.autodesk.com/local/enu/portal/signinSubAware.jsp>. S svojim uporabniškim imenom in z geslom lahko potem dostopamo do spletne podpore, izobraževanja, preverjanja podatkov o pogodbah ...



10 | Ne glede na to, ali imamo naročniško pogodbo ali ne, pa lahko s servisnimi popravki obnavljamo našo trenutno različico prek interneta. Gre za podoben sistem kot pri obnavljanju operacijskega sistema Windows. V AutoCAD-u imamo posebno ikono z imenom Communication center, ki je v starejših različicah desno spodaj, v 2008 pa desno zgoraj.



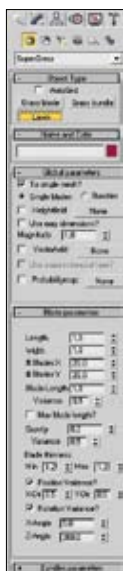
11 | Tam si najprej nastavimo nekaj parametrov, kot je država prebivanja, časovno obdobje preverjanja posodobitev ... Nato se AutoCAD samodejno povezuje na podano obdobje in nas sproti obvešča o najnovejših zadevah, kot so servisne različice, članki, triki in nasveti, baza znanja ...



12 | Če se odločimo za samodejno posodobitev s servisno različico, nas program samodejno z navodili vodi skozi postopek. Včasih pa avtomatika tudi odpove in si servisne popravke (service pack) sami presnamemo in namestimo. Natančna navodila se razlikujejo od različice do različice in so napisana v datoteki readme, ki nam jo program predlaga prebrati še pred začetkom namestitve popravkov.

super trava

Po dolgem času se bom ponovno lotil predstavitve dodatka: pri MAX-u in VIZ-u se ti imenujejo imenuje plug-in-i. Super Grass je namenjen izdelavi travnatih površin. Je resnično kakovosten, saj poleg natančne opredelitve travnih bilk in celotne trate vsebuje tudi MAP Grass Shader. O travi sem že kar nekaj napisal v starih številkah Klika. Pa vendar je dodatek Super Grass vreden posebnega članka. Predvsem je preprost za uporabo, kakovosten, upodabljanje je hitro in seveda: Super trava je brezplačna.



1 | Namestitev

Potem ko smo presneli datoteko ZIP, prenesemo vsebino v naslednje mape:

- v C:\Program Files\Autodesk\VIZ2008\plugins kopiramo GRASS.DLO;
- v C:\Program Files\Autodesk\VIZ2008\mentalray\shaders_autoload\include prenesemo grass_shader.mi;
- in v C:\Program Files\Autodesk\VIZ2008\mentalray\shaders_autoload\shaders prenesemo še grass_shader.dll.

Ko poženemo MAX ali VIZ, pridemo do ukazov na *Create/Geometry/SuperGrass*. MAP za material je seveda na *Material/MAP Browser*-ju.



2 | Oblike: travna bilka

Bilke lahko nastavimo velikost in obliko pa tudi učinek gravitacije, ki jo upogne proti tlem. Če bo trave veliko, nastavite samo velikost in gravitacijo in ne povečujte števila ploskvic, da ne povečate prekomerno časa upodabljanja. Na sliki je prikazana travna bilka, upognjena z učinkom gravitacije.



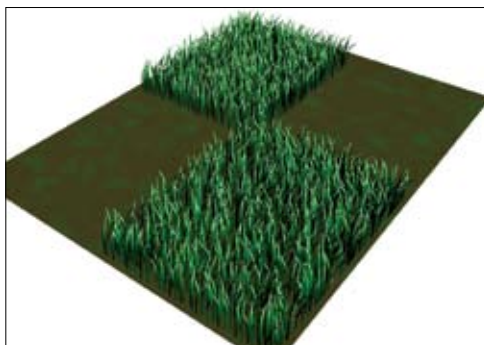
3 | Oblike: travni sveženj

Sveženj združuje več bilk. Nastavitve so enake kot pri bilki. Dodatni sta le variacija za velikost bilk v svežnju in možnost rotacije svežnja v določeno smer. Seveda lahko nastavimo tudi število bilk v svežnju, vendar le-to ne more biti večje od 10. Bilke in svežnje lahko uporabimo v kombinaciji z ukazom Scatter, s katerim jih porazdelimo po poljubnem distribucijskem objektu. Na sliki je sveženj bilk, pri katerem je del bilk upognjen.



4 | Oblike: trata iz bilk ali svežnjev – 1

Napreden sistem, kjer lahko izdelamo travno površino. Leta je sestavljena iz bilk ali svežnjev bilk. To določimo vnaprej. Nastavitve za bilke in svežnje so enake kot prej pri posameznih elementih. Dodatno lahko izberemo MAP-e za višino – *Heightfield*, smer trate – *Vectorfield* in količinsko razporeditev – *Probabilitymap*. Na sliki je travnata površina – *Lawn*.



5 | Oblike: trata iz bilk ali svežnjev – 2

Slika prikazuje travnato površino – *Lawn* – z mapo razporeditve *Checker*.



6 | Material – 1

Oglejmo si še material *MAP Grass Shader* za travo, ki je dodatku priložen. V *Material Editorju* izberemo *Standard* ali kakšen drug osnovni material (*Raytrace*, *Architectural*, *Arch & Design* ...). Temu materialu dodamo *Diffuse MAP Grass Shader*. MAP-u lahko določamo:

- *Blade color* – barvo bilke;
- *Root color* – barvo korena/korenine, spodnjega dela bilke;
- *Driedout color* – barvo sušenja, ki se pojavi na konicah bilk;
- ...



7 | Material - 2

Šop in bilka z različnimi nastavitvami barv v *Grass Shader* MAP-u.



8 | Material - 3

Šop in bilka z različnimi nastavitvami barv v *Grass Shader* MAP-u.



9 | Scatter – 1

Za razporeditev bilk in šopov trave po poljubnem distribucijskem objektu uporabimo orodje *Scatter*, s katerim lahko še dodatno spreminjamo obliko in postavitev bilk. Orodje *Scatter* najdete na kartončku *Create/Compound Objects/Scatter*. Pred izborom ukaza naj bo izbrana bilka, nato pa izberete še distribucijski objekt. Na sliki je prikazana razporeditev na poljuben objekt.



10 | Scatter – 2

Razporeditev na poljuben objekt.



11 | Za konec

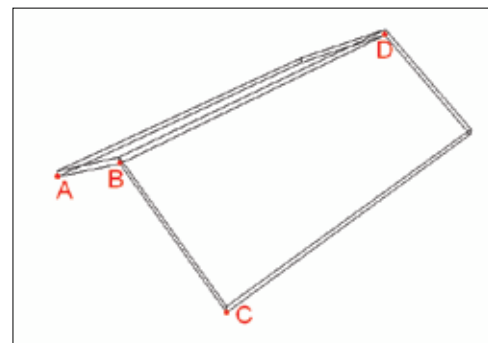
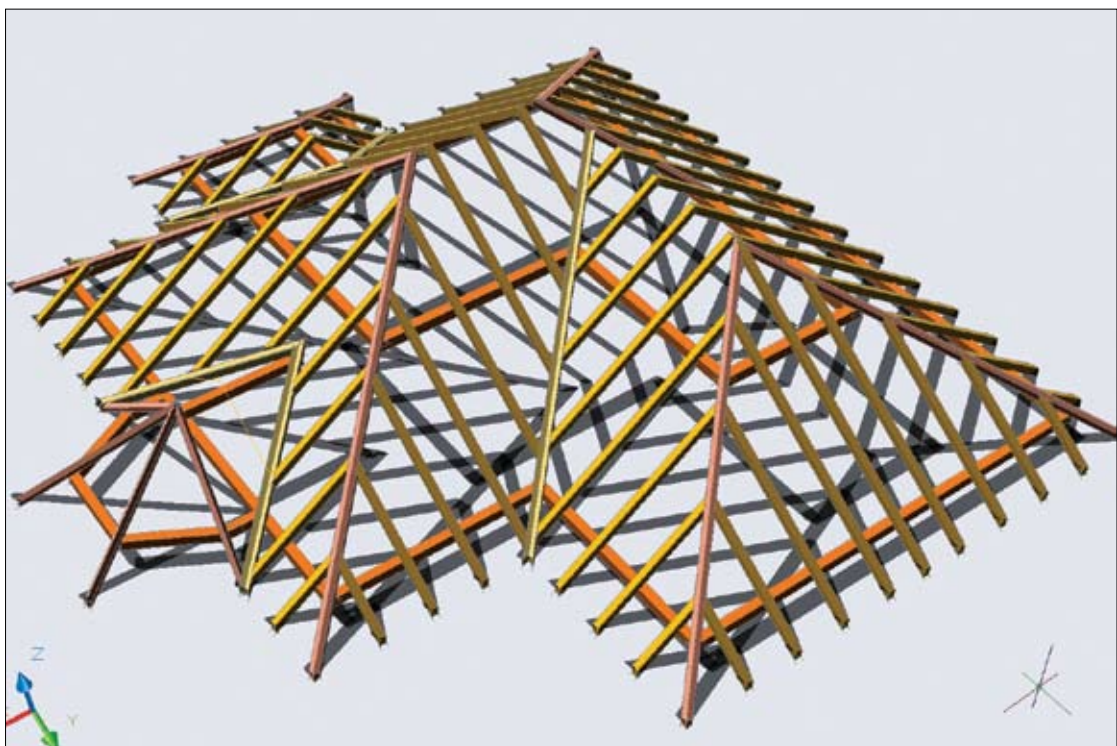
Super Grass je brezplačni dodatek za vse trenutne različice MAX-a in VIZ-a. Za VIZ 2008 namestite različico za MAX 9. Prilagam še izvirno spletno stran, od koder jo lahko presname: www.antiflash.net/supergrass/download.html.

graphisoftov program za mlade arhitekte

Lansko poletje je Graphisoft začel akcijo, s katero je omogočil študentom arhitekture in gradbeništva brezplačno uporabo ArchiCAD-a 10. Sedaj je akcijo nadgradil v program za mlade arhitekte, s katerim študentom olajša začetek njihove profesionalne kariere. Vsi, ki so registrirani na izobraževalnih straneh podjetja Graphisoft in ArchiCAD uporabljajo pri študiju, so upravičeni do 30 odstotkov popusta pri nakupu profesionalne različice programa do 3 leta po končanem študiju. Svojo pravico do popusta lahko uveljavijo enkrat in to v lastnem podjetju ali s.p., prenesejo pa jo lahko tudi na podjetje, ki jih po končanem študiju zaposli. V tem primeru je lastnik licence podjetje. Študenti, ki niso registrirani, lahko v program vstopijo največ leto dni po zaključku študija, kar dokazujejo s kopijo diplome. Več informacij: info@pilon-lrsi.gr.

strešne konstrukcije

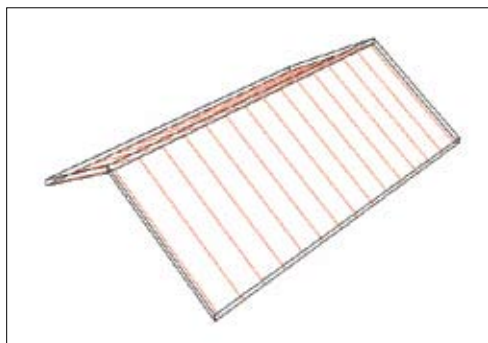
Strešne konstrukcije niso del izvirnega nemškega ACAD-BAU-a, ampak smo jih dodali k slovenski različici programa kot samostojni dodatek na osnovi aplikacije Strešne konstrukcije 2. Podpirajo izris 3D-modela ostrešja in izpeljavo 2D-načrtov, kar zadostuje za arhitekturni načrt. Zahtevnější uporabniki (tesarji) pa lahko to različico nadgradijo na Strešne konstrukcije 8, ki podpira tudi vse detajle spajanja, sheme elementov, popise ...



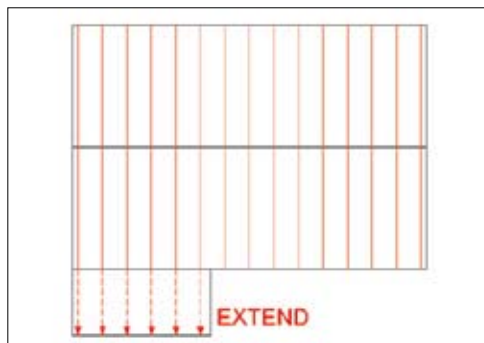
1 | Za izris strešne konstrukcije najprej potrebujemo strešne ploskve oz. streho. Te že prej izdelamo z ACAD-BAU-om, z vsemi detajli (čopi, frčade, odprtine ...). Postavimo se v aksonometrični pogled in pokličemo ukaz *Strešna konstrukcija* na paleti *Strehe*.

2 | Odpre se pogovorno okno, kjer so 4 stolpci. Prvi stolpec je namenjen risanju posameznih elementov (lega, škarnik, žlotnik), drugi samodejno obdela trikotno strešno ploskev (zatrepi, čopi), tretji obdela enokapno streho in četrti celo dvokapnico. Vsak stolpec ima na vrhu shemo s prikazanimi točkami, ki jih je treba podati v risbi. Gumbi za točke so v 2. stolpcu.

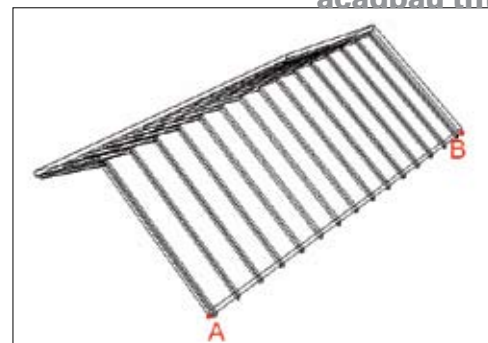
3 | Ko kliknemo gumb Točka A, pademo v risbo in podamo točko A na našem modelu strehe (ki ustreza točki, prikazani na shemi). Samodejno se vključi iskalo *Endpoint*. Točke vedno podajamo na spodnjem robu strehe. Postopek ponovimo za vse potrebne točke.



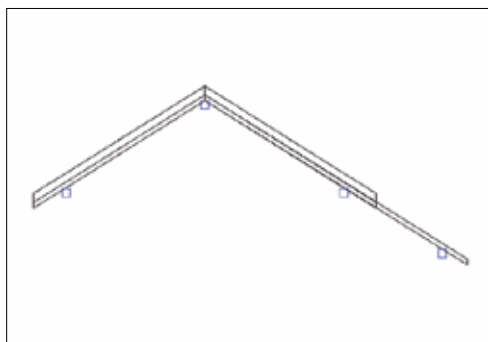
4 | V našem primeru preproste dvokapnice bomo uporabljali 4. stolpec. Točke so podane in vpišemo samo še potrebne mere: *Širino* in *Višino škarnika* (špirovca) ter razmik med škarniki (osna razdalja – npr. 90). Nato kliknemo gumb *Riši*. V risbi se izrišejo osi škarnikov kot objekt AutoCAD *Line*. V tej fazi je konstrukcijo mogoče še poljubno popravljati.



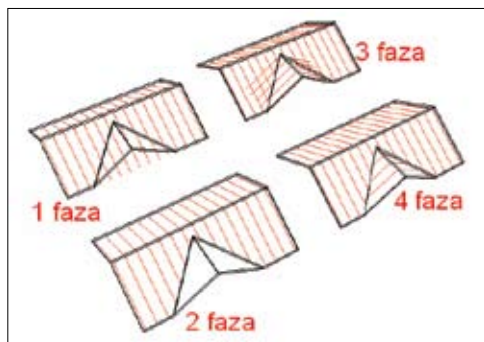
5 | *Line* lahko premikamo, kopiramo, brišemo oz. jih postrizemo s *Trim* ali podaljšamo z *Extend*. Pri tem se naklon lepo ohranja. Ko so vsi popravki izdelani, pretvorimo *Line* v 3D-element. Spet pokličemo ukaz *Strešne konstrukcije* in izberemo gumb 2D v 3D (seveda v četrtem stolpcu). Vsi elementi se izrišejo kot *3D-Polyface*.



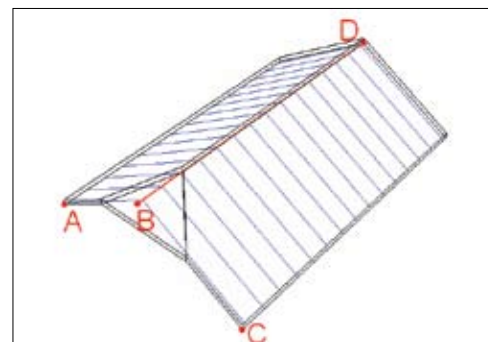
6 | Če bi želeli dodati lego, nadaljujemo delo v 1. stolpcu. Podamo točki A in B – najbolj kar po napušču oz. spodnjem robu strešine. Nato vpišemo mere, npr. 20 x 20, in s seznama izberemo ukaz *Lega*. Z možnostjo *Riši* se izriše lega kot *Line*.



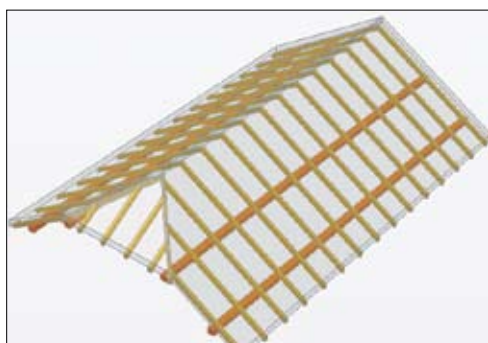
7 | Podobno kot za škarnike velja, da jo lahko zdaj poljubno popravljamo, na koncu pa pretvorimo v 3D prek gumba 2D v 3D (prvi stolpec). Ko je lega že v 3D, je najboljši čas, da jo pomaknemo na pravo mesto na zid, tako da se primerno »zajeda« v škarnike. Na enak način izrišemo druge elemente, ki zahtevajo 2 točki (žlotnike, grebene ...).



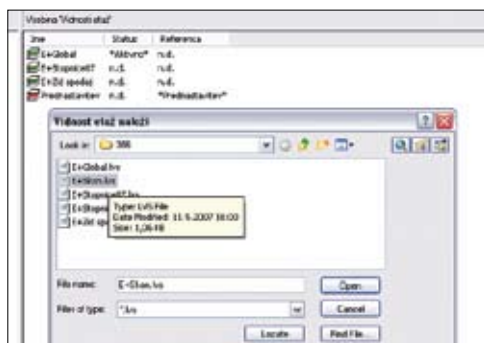
8 | Kadar imamo kombinacijo 2 dvokapnic, izrišemo najprej eno streho kot celoto, nato pa v tlorisu z ukazom *Trim* postrizemo vse odvečne črte. Nadaljujemo izris druge dvokapnice in spet v tlorisu počistimo odvečno konstrukcijo. Šele ko je vse tako, kot mora biti, pretvorimo risbo v 3D oz. spet dodamo posamezne elemente (lege, žlotnike ...).



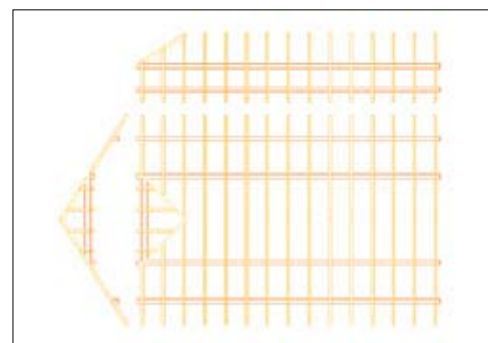
9 | Težava se lahko pojavi pri čopih. Za izris navadne dvokapnice uporabimo točki B ali D v slemenu. V primeru čopa pa ta točka ni določena z nobeno geometrijo. Pomagamo si lahko tako, da narišemo pomožen *Polyline*, ki ima začetno točko nekje v slemenu (spodnji rob), drugo točko pa pokažemo na sredini napušča čopa ali pa v tlorisu podaljšamo *Polyline* z *Extend* do roba čopa. Tako nam končna točka te pomožne črte predstavlja točko B ali D za konstrukcijo dvokapnice.



10 | Dvokapnico lahko tako skonstruiramo po znanem postopku, vendar potem v tlorisu postrizemo konstrukcijo na delu čopa s *Trim* in jo nadomestimo z novo konstrukcijo. Le-to izrišemo z možnostmi drugega stolpca, ki nam omogoča obdelavo trikotnih strešnih ploskev. Na koncu sledi pretvorba v 3D in dodelava z drugimi elementi (lege, grebeni ...).



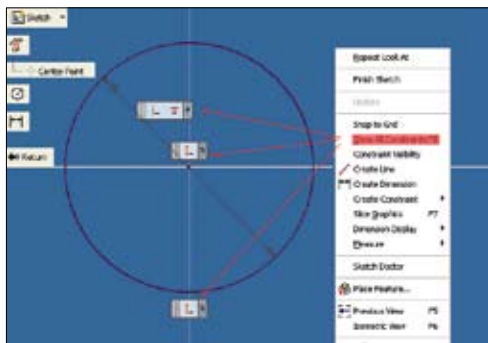
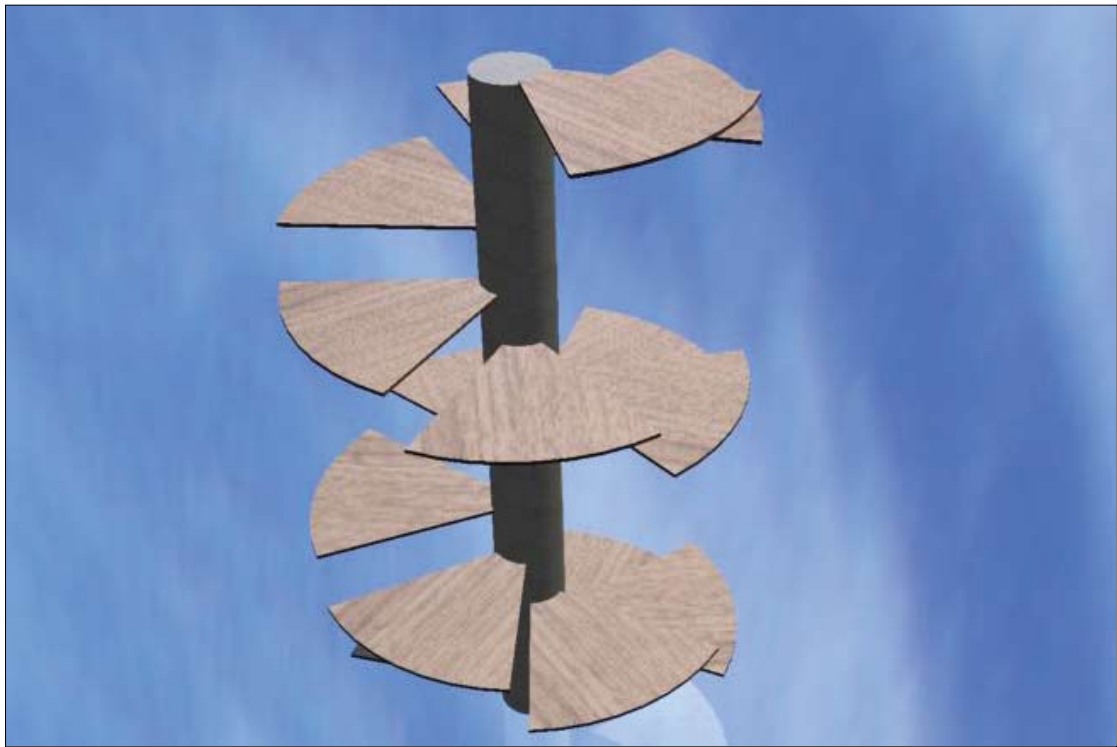
11 | Strešno konstrukcijo želimo običajno prikazati z določeno etažo – npr. s tisto, kjer je postavljena sama streha. Pripravljena je že *Vidnost*, ki to omogoča, le da jo moramo naložiti iz datoteke: *Prednastavitve/Vidnosti etaž* – desna stran priročni meni *Naloži iz datoteke*. Poiščemo *E + Skon* in potrdimo. Če obstaja v risbi stara definicija vidnosti *E + Skon*, jo prej še zberemo. Ko aktiviramo novo vidnost *E + Skon* na Toolbaru ACB, se poleg aktivne etaže vedno vidi tudi strešna konstrukcija. Enako velja pri vstavljanju načrtov v *Layout*.



12 | 2D-načrte strešne konstrukcije lahko dobimo s pretvorbo ACAD-BAU 3D v 2D – pa naj gre za prereze, tlorise, aksonometrične ali perspektivne poglede ... Te 2D-načrte lahko še dodatno obdelamo (kotiramo, šrafiramo).

izdelava stopnišča

Eno izmed zamudnejših modeliranj je izdelava stopnišča. Z izdajo Inventorja 2008 to ni več tako. Zdaj s kombinacijo *Helical Curve* in *Rectangular Pattern* to ustvarimo za šalo. Različica 11 se je medtem že prelevila v 2008, in sicer s kar nekaj spremembami, tako vz izualnimi kot tudi s funkcijskimi.



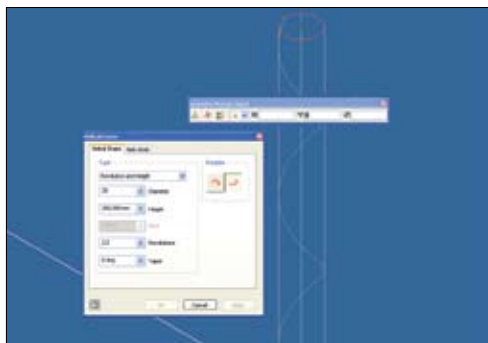
1 | Delo začnemo s projiciranjem koordinatnega središča. V to točko postavimo središče kroga. Skico končamo s kotiranjem.



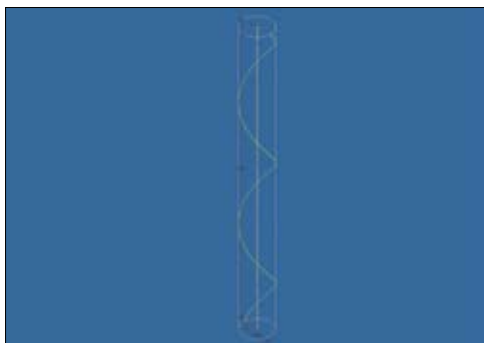
2 | Nosilni steber narišemo s pomočjo ukaza *Extrude*.



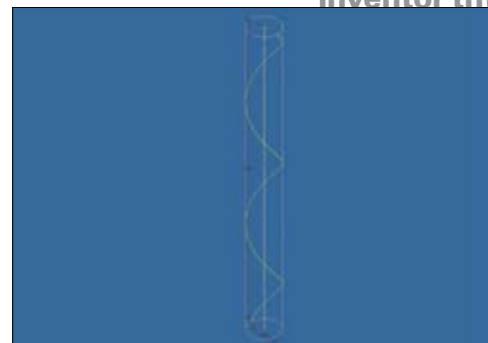
3 | Pa smo prišli do novosti, ki je poimenovana *Helical Curve*. Ukaz je aktiven v 3D-skici. Po zagonu ukaza se odprejo okni, koordinatno izhodišče in kazalček, ki nosi trenutno vijainico. V okno *Helical Curve* vnesemo zelene podatke. V našem primeru bo premer isti, kot je premer valja, višino pa bomo določili pozneje. Podamo pa le število ovojev.



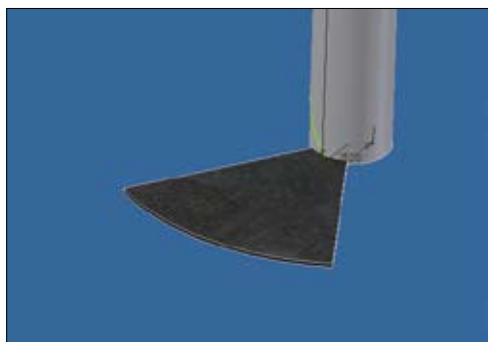
4 | Sledi določanje začetne in končne točke valja vijačnice. To naredimo tako, da s kazalčkom potrdimo na roba valja. Tako smo tudi določili višino vijačnice.



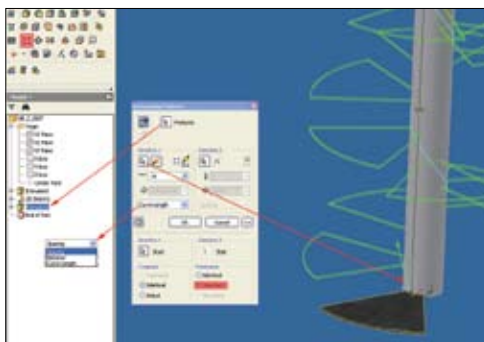
5 | Za konec pa je treba določiti še začetno točko vijačnice. Najprej je treba določiti osnovno ravnino, nato pa se odločiti med preostalima dvema možnostma – levo ali desno. Nadaljnji izbor je preprost, saj je odvisen od položajev (levega ali desnega) kazalčka, ko ga potrdimo.



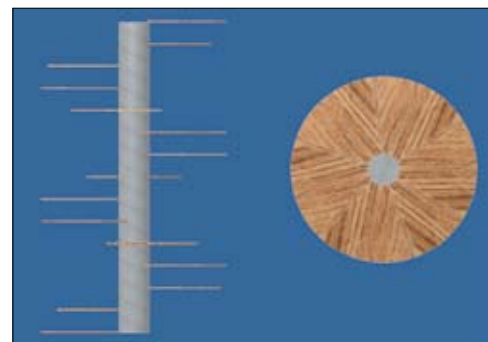
6 | Tako je videti naša vijačnica. Do zdaj smo nastavili vzpon stopnišča.



7 | Narišemo osnovno stopnico.



8 | Zdaj uporabimo razmnoževanje *Features*. Izberemo osnovno stopnico kot element, ki se bo razmnožil. Za smer izberemo prej narejeno vijačnico. Podamo število kopij in nastavitve, da se kopije enakomerno porazdelijo po vsej vijačnici. Na koncu ne smemo pozabiti potrditi še možnosti *Direction 1*.



9 | No, pa smo končali izdelavo stopnišča. Postopek je zelo preprost in hiter. Tisto, kar je pomembno, je to, da je učinkovit.

TTA
>>>2007

Register @ >>>
www.toptalent.europrix.org

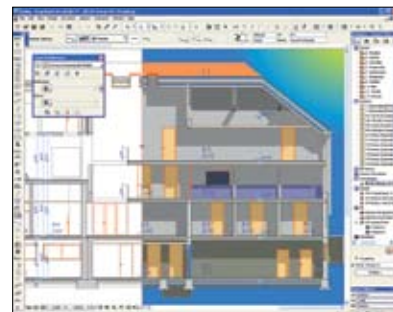
Europe's contest for innovative projects and creative content
for students and young professionals using all multimedia
channels and platforms.

Deadline: 15 july 2007

referenčni pogledi in archicad 11



Že dozdajšnje različice so imele možnost prikaza obrisa poljubnega nadstropja v projektu in uporabniki so to s pridom uporabljali. Z različico 11 pa se je ta funkcionalnost popolnoma spremenila in skladno s tem tudi preimenovala iz *Ghost Story* znotraj *Virtual Trace*. Pa pogledjmo, kako deluje in kje jo je smiselno uporabljati.



1 | Izбира reference

Kot referenco lahko zdaj prikazemo poljuben pogled in ne več le tlorisa »etaža«. V navigatorju z desnim klikom na pogledu prikažemo meni in izberemo *Show as trace reference*. Tako se pod trenutnim pogledom takoj prikaže izbrana referenca.



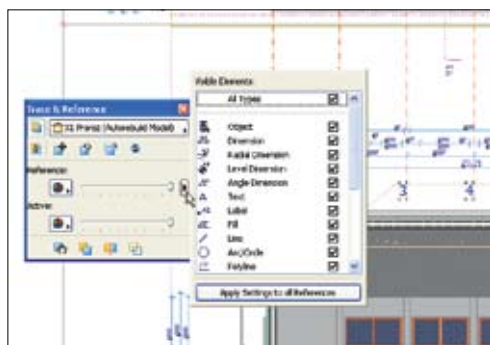
2 | Lastnosti reference

V meniju *Window/Palettes* izberemo *Trace & Reference* in prikažemo paleto z nastavitvami na zaslonu. Najprej spremenimo barvo prikaza reference. Izbiramo lahko med poljubno enotno barvo ali prvotnimi barvami pogleda. Z drsnikom poleg barve določamo še prosojnost prikaza.



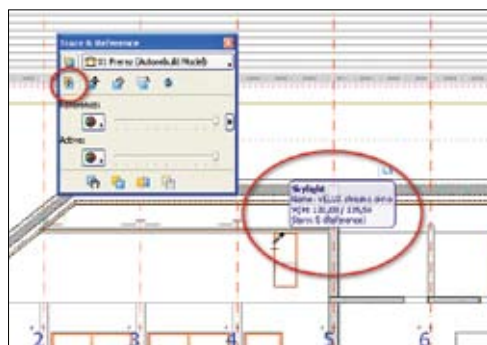
3 | Položaj

Zdaj referenco še postavimo na pravo mesto. Z izbiro ikone za premik na vrhu palete referenco prestavimo na poljubno mesto. Sosednja ikona omogoča tudi vrtenje, če npr. prikazujemo pogled, ki ni pod pravim kotom.



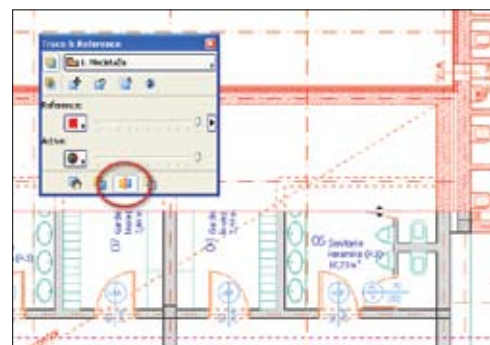
4 | Filter prikaza

Referenčnemu pogledu lahko določimo tudi objekte, ki naj jih prikazuje. V ta namen aktiviramo ikono ob drsniku za prosojnost in izberemo vidnost tistih objektov, ki jih potrebujemo.



5 | Prevzem parametrov

Največja prednost dela z referenčnimi pogledi je, da so pogledi živi in povezani z modelom. Tako lahko spremembe, narejene v aktivnem pogledu, takoj vidimo tudi v referenčnem. Med objekti nad njima lahko s »kapalko in injekcijo« prenašamo tudi lastnosti, zelo preprosto pa tudi zamenjamo aktivni in referenčni pogled.



6 | Primerjava pogledov

Referenčni pogledi so idealni tudi za primerjavo dveh pogledov. Če vklopimo delilnik (*Splitter*), se ob robu okna pojavijo štirje drsniki, s katerimi z drsenjem prek risbe odkrijemo več ali manj referenčnega pogleda. Tako zelo preprosto odkrijemo morebitna neskladja.

tekoča kovina

Tokrat si bomo ogledali, kako v Photoshopu narišemo tekočo kovino.



1 | Ustvarimo nov dokument – na primer 500 x 500 px. Za ozadje izberemo črno barvo. Dodamo filter *Lens Flare* (Filter/Render/Lens Flare) in uporabimo naslednje nastavitve.



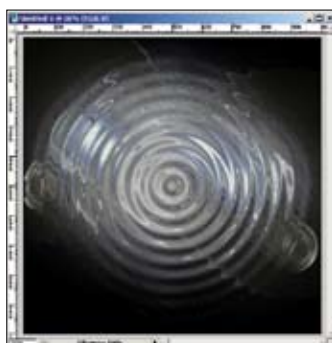
2 | Ponovimo učinek z naslednjimi nastavitvami.



3 | Odpremo filter *Plastic Wrap* (Filter/Artistic/Plastic Wrap) in uporabimo privzete nastavitve, kot kaže slika.



4 | Dodamo filter *ZigZag* (Filter/Distort/ZigZag) z nastavitvami, kot kaže slika.



5 | Po vseh izvedenih učinkih je naša slika videti nekako takole.



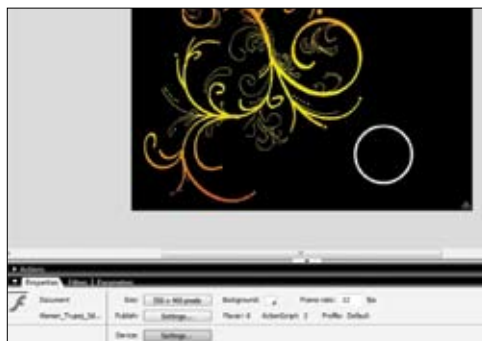
6 | Podvojimo plast (Ctrl + J). Novi plasti spremenimo *Blending Mode* na *Linear Light* in ... to je to. Po potrebi uporabimo še kakšen filter za povečanje učinka. Če z ustvarjenim nismo zadovoljni, lahko v četrtem koraku spremenimo moč učinka valov (*Ridges*).

3d-animacija

V tokratni vaji se boste naučili preprosto 3D-animacijo, ki bo obračala krog okrog njegove osi. Gre za zelo preprosto vajo, ki ne potrebuje predznanja ActionScripta. Učinek lahko uporabite na logotipih ali kakšnih drugih animacijah, saj naredi objekt zanimivejši in privlačnejši.



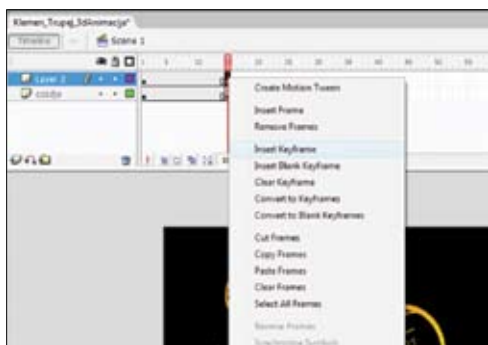
1 | Odprite nov Flash dokument. V nastavitvah dokumenta lahko nastavite poljubno sliko ali barvo za ozadje, hitrost filma (fps, torej) pa nastavite na 42. S tem boste Flashu ukazali, da predvaja 42 sličic (frejmov) na sekundo.



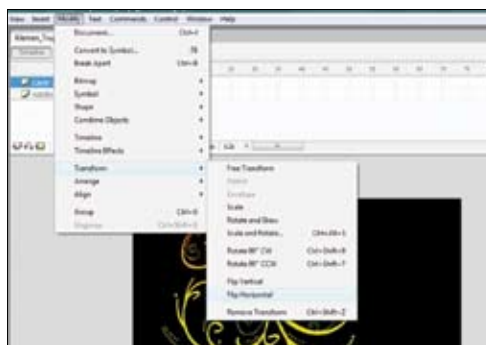
2 | Izberite orodje *Oval tool* (O) za risanje krogov in elips. V okencu *Properties* izberite črno barvo obrobo kroga, notranjost kroga pa naj bo prozorna. Slog črte naj ostane *Solid*, debelina pa naj bo 4 slikovne pike.



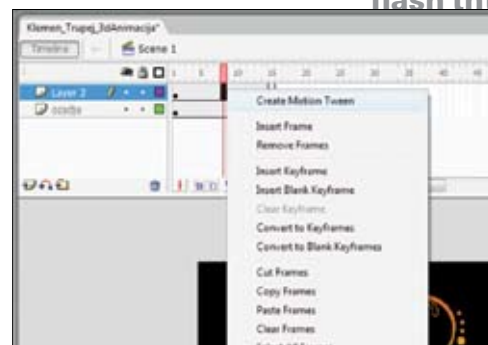
3 | Ko ste krog narisali, ga ponovno označite in s klikom na desni miškin gumb (ali s pritiskom na tipko F8) potrdite možnost *Convert to Symbol*. Simbol poimenujte *Krog* in v meniju *Type* označite *Movie Clip*.



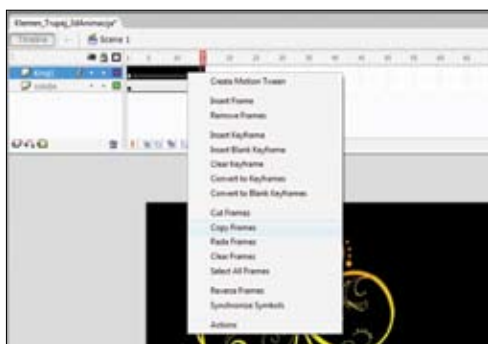
4 | Kliknite na 15. frejmi plasti in pritisnite tipko F6. S tem boste dodali novo ključno sličko.



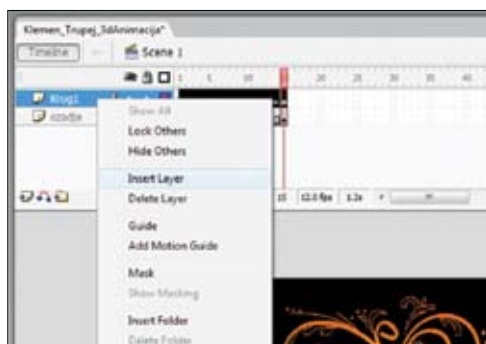
5 | Ponovno označite krog in v meniju *Modify* izberite *Transform/Flip Horizontal*. Ker je lik, ki ste ga narisali, krog oziroma elipsa, sprememba ne bo opazna.



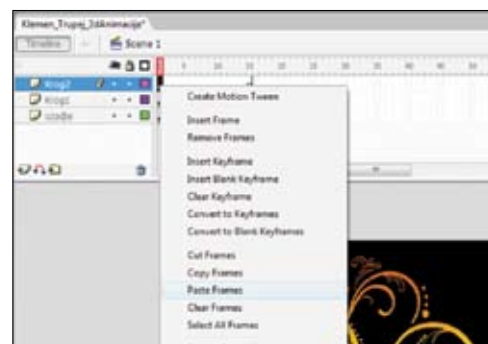
6 | Zdaj kliknite kjer koli v sivem območju plasti z desnim miškinim gumbom in potrdite *Create Motion Tween*. Flash bo samodejno ustvaril animacijo, ki bo obrnila krog za 360 stopinj.



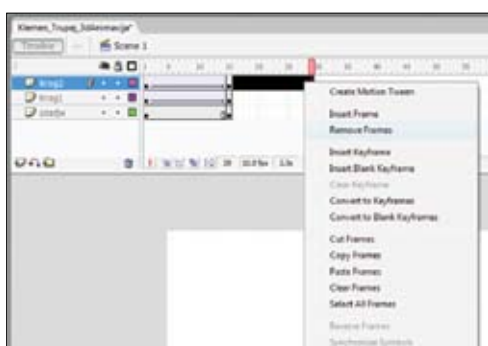
7 | Z dvojnim klikom na *Layer 1* ga preimenujete *Krog 1*. Ko ste lejer (plast) preimenovali, izberite orodje *Selection Tool (V)* in označite prvih petnajst frejmov v plasti *Krog*. Kliknite desni miškin gumb in potrdite *Copy Frames*.



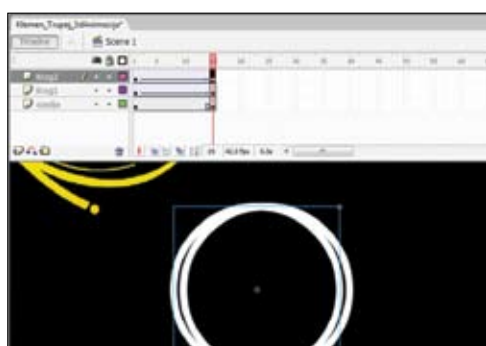
8 | Kliknite na plast *Krog 1*. S klikom na desni miškin gumb potrdite možnost *Insert Layer*. Zdaj je flash ustvaril novo plast in jo postavil nad plastjo *Krog 1*.



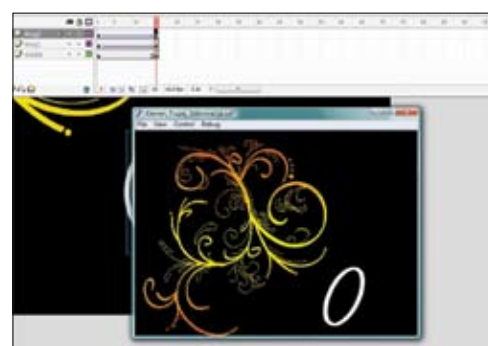
9 | Ponovno z dvojnim klikom plast preimenujete (tokrat novo) v *Krog 2*. Z desnim miškinim gumbom kliknite na slednjo plast in potrdite *Paste Frames*. Zdaj ste kopirali animacijo prve plasti na drugo plast, imenovano *Krog 2*.



10 | V novi plasti se vam je ob potrditvi *Paste Layers* dodalo 15 frejmov. Spet izberite orodje *Selection Tool (V)*, označite frejme od 16 do 30 in ob kliku na desni miškin gumb izberite *Remove Frames*. Vedno bodite pozorni, da res uporabljate *Selection Tool*, kot je napisano v vaji. V nasprotnem primeru animacija ne bo delovala.



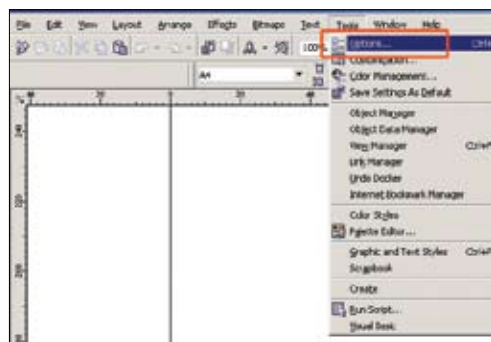
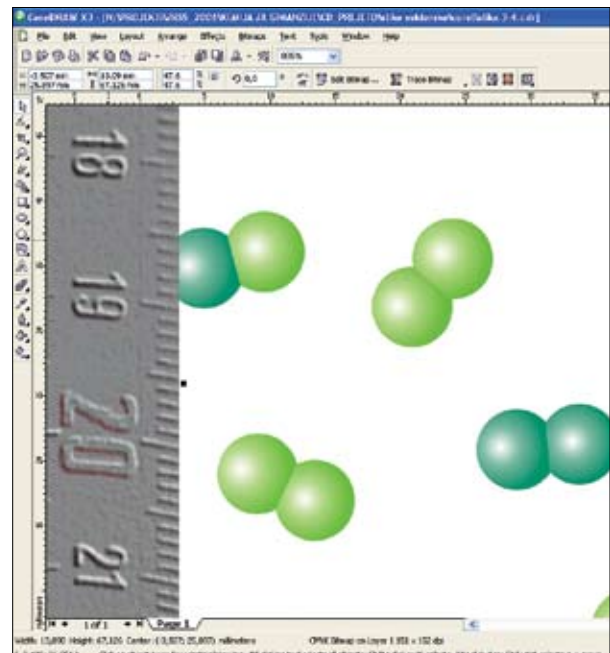
11 | Ponovno izberite *Selection Tool* in kliknite na plast *Krog 2*. Označen krog na prizorišču pomaknite za malo v levo (to bo naredilo celotno animacijo 3D-videza).



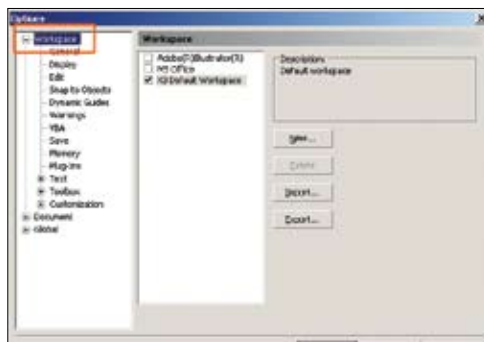
12 | Zdaj lahko animacijo preizkusite s klikom na tipki *Ctrl + Enter*. Predlagam, da namesto kroga uporabite kakšen vektorski logotip, da vidite, kje ima animacija resničen učinek.

zooom

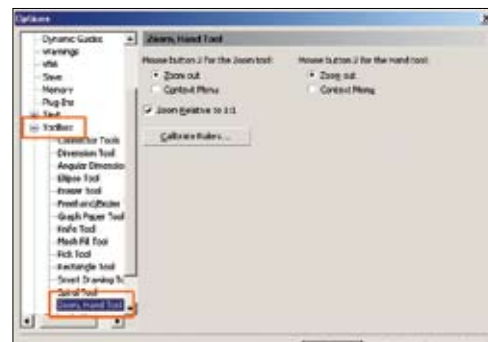
V tokratnem nadaljevanju si bomo ogledali, kako v CorelDrawu umerimo (kalibriramo) naše orodje zoom, da je vrednost 100 odstotkov resnično 1 : 1 na zaslonu in če jo na njem pomerimo z običajnim merilom.



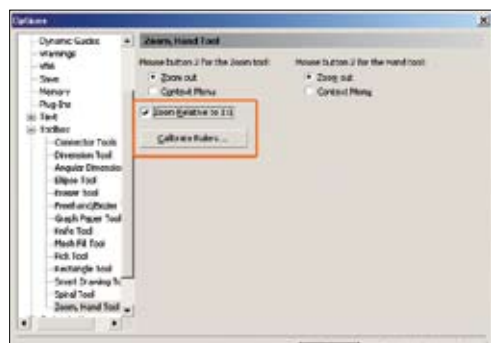
1 | Odpremo CorelDraw, izberemo ukaz *Options* v meniju *Tools* (*Tools/Options*).



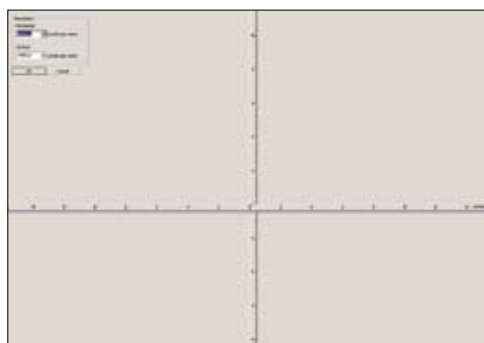
2 | V dialognem oknu *Options* izberemo *Workplace* in ga razširimo s klikom na znak +.



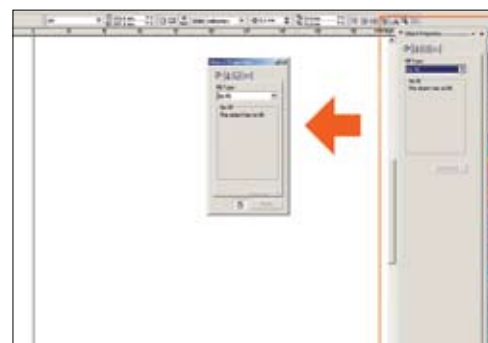
3 | Razširimo možnost *Toolbox* in izberemo *Zoom, Pan Tool*.



4 | Odkljukamo nastavev *Zoom Relative 1 : 1* in kliknemo na gumb *Calibrate Rulers*.



5 | Odpre se nam celotna zaslonska slika z zaslonskimi – digitalnimi ravnil. S pomočjo običajnega (analognega oz. plastičnega) ravnila, priloženega na zaslon, umerimo Corelov meter. Ko nastavimo, potrdimo z *OK*. Seveda to ni stoođstotno zanesljivo, saj različni kot gledanja spremeni razdaljo, je pa vseeno bolje kot nič.



6 | CorelDraw 10 in 11 imata hrošča (bug), ki povzroči, da ravnila ne kažejo pravilno, če imamo orodne palete usidrane v samo okno Corela. To lahko rešimo, da jih odstranimo oziroma jih naredimo plavajoče.

**Posebna številka
revije Monitor
že v prodaji!**

Monitor

**DIGITALNI
FOTOAPARAT**

POSEBNA IZDAJA REVIE Monitor • JULIJ 2007

CENA: 6,22 EUR (vklj. DDV)



POSEBNA IZDAJA DIGITALNI FOTOAPARATI

**PREIZKUS
100
fotoaparatorov**

VSE O DIGITALNI FOTOGRAFIJI

**Tudi v spletu:
www.monitor.si**



IZBIRA FOTOAPARATA
Na kaj moramo paziti in kateri bo pravi.



FOTOGRAFSKI NASVETI
Vse o skrivnostih za dober posnetek.



TEHNOLOGIJA
Kako delujejo digitalni fotoaparati.



O DOBRI FOTOGRAFIJI
Učiti se, učiti in še enkrat učiti.

UTRIP SRCA POSPEŠUJEMO S TOKOM MISLI.

Napredno in dovršeno.



PRISTOP

Trimo, d. d., Prijateljeva cesta 12, 8210 Trebnje, www.trimo.si