

Oblikovanje celostne grafične podobe Škofjeloškega pasijona

Na začetku je potrebno poudariti, da je nastala celostna grafična podoba rezultat poglobljenega študija in usmerjenega strokovnega dela z jasno zastavljenimi cilji. Vsak njen sestavni del je premišljen, ima svojo funkcijo in je oblikovan v skladu z likovnimi pravili.

Oblikovanje ima še vedno predznak umetniškega ustvarjanja oziroma, ozko gledano, le likovnega izražanja določenih posameznikov. Likovno ustvarjanje je seveda del oblikovalskega poklica, vendar je delo oblikovalca veliko bolj poglobljeno in strokovno. Grafično oblikovanje je v prvi vrsti komuniciranje, snovanje in oblikovanje sporočil z jasnimi cilji. Za kvalitetno oblikovanje je značilen presežek golega komuniciranja, ki pa se izkaže kot dodatna vrednost v ideji, likovni kvaliteti in kulturnem nivoju izdelka, katerega ocenjevanje se ne sme zreducirati na subjektivno ocenjevanje 'všečnosti' narejenega. Oblikovalska stroka je vez med zahtevami naročnika in potrebami uporabnika, je instrument za doseganje ekonomskih, tehnoloških in kulturnih ciljev. Le v okviru teh se lahko ovrednoti in poišče pozicijo oblikovanja. Poleg obvladovanja likovne teorije in tehnik mora imeti oblikovalec tudi znanja s področja psihologije, sociologije, umetnostne zgodovine, kulturne dediščine, ekonomije in trženja.

Pasijon

Pred samim kreativnim delom oblikovanja je bilo potrebno natančno predelati vso vsebino Pasijona, določiti strategijo in imidž prireditve, ki sta se kasneje oglaševali v javnosti.

Škofjeloški pasijon je najstarejše ohranjeno dramsko besedilo v slovenskem jeziku in nesporno spada med najelitnejšo kulturno dediščino Slovencev. Zaradi svoje vsebine, posebnosti in spektakularnosti ima izrazito privlačno moč. Pasijon je kljub svoji zgodovinski zlahčnosti tržno gledano prireditev, ki jo je potrebno uspešno in na pravi način oglaševati.

Zgodba Škofjeloškega pasijona je torej prikaz agonije Kristusovega trpljenja. Nastal je v baroku, vendar so v njem elementi srednjeveškega gledališča in je ena izmed zadnjih tovrstnih predstav v Evropi, zato je mešanica različnih kultur in tudi nasprotij (odlomki iz grške kulture, poganstvo). Skozi celotno zgodbo se prepletajo

žalost, trpljenje, smrt in odrešitev. Pasijon je mešanica misterija in moralitete, v njem so igrali navadni ljudje (folklorni pristop), razdeljen pa je na 13 slik, ki si sledijo v procesiji. Ponovna uprizoritev oživi čas prve uprizoritve s scenografijo tisočletnega mesta, s takratnimi oblačili, glasbo in hrano.

Celostna podoba

Celostna grafična podoba je osnova za začetek tržnega komuniciranja, organiziranega nastopa na trgu in oglaševanja. Največkrat se pri celostni podobi govori o znaku – simbolu in logotipu, vendar je potrebno oblikovati in določiti vse tiskovine in druge medije, kjer se pojavljata znak in logotip ali drugi prepoznavni elementi. To je osnova, da je celostna grafična podoba učinkovita in kvalitetna, seveda pa je potrebno še veliko več.

Oblikovanje je, kot smo že omenili, komunikacija, sporočanje informacij z likovnimi sredstvi. V prvi vrsti je bilo potrebno dramski jezik prevesti v likovni, z distanco in odgovornostjo do kulturne dediščine. O Pasijonu ni bilo ohranjenih vizualnih zapisov, pred prvo ponovno uprizoritvijo pa tudi ni bilo fotografij rekonstruirane prireditve. Ta pomanjklivost se je z brezkompromisnim oblikovanjem spremenila v prednost. Tiskovine in oglasi so oblikovno izstopali tudi zaradi tega ter v kratkem času dosegli močno prepoznavnost.

Celostna podoba je, poleg tiskovin in oglaševanja v vseh medijih, skušala zajeti tudi ureditev mesta in ponudbe v času prireditve. Zastavljena naloga je bila izredno široka, saj je, poleg internih tiskovin: dopisov, kuvert, tiskovin za pridobivanje sponzorjev in vabil, vsebovala še vse potrebne tiskovine za samo prireditev: bandere, vstopnice, gledališki list, posodo za baročno hrano, papir za zavijanje ter posebne nalepke. Za oglaševanje na lokalnem nivoju so najprej izdelani številni transparenti, kasneje, za predstavitev po vsej Sloveniji, pa še triptih plakatov, promocijske zgibanke za turistične agencije, veleplakat, časopisni oglasi in televizijski telop. Skrbno je bila načrtovana predstavitev na sejmu Alpe-Adria. Oblikovana je bila naslovnica za ponatis knjige Škofjeloški pasijon. Za gostilne, ki so v času uprizoritve ponujale baročno prehrano, je bila izdelana označitev in jedilni listi. Oblikovane so bile tudi strani na internetu. Ob uprizoritvi so bile izdane tudi razglednice in oblikovan je bil poštni žig, po predstavi je nastala tudi videokaseta. Za vse tiskovine je bilo skupno izdelanih 40 ilustracij, oblikovana je bila tudi nova tipografija, ki se pojavlja na večini tiskovin.

Vizualna podoba temelji na natančno določenih proporcih in treh osnovnih barvah: beli, rdeči in črni s svojimi simboličnimi pomeni ter dodatni rjavi barvi. Kljub tematiki Pasijona je celostna podoba zasnovana s svežo likovno govorico.

Oblikovanje znaka in logotipa

Posebnost Pasijona je njegov potek, premikanje predstave, ki s svojo uprizoritvijo sklene krog, vrne se na začetek. Osnovna krožna podoba torej predstavlja pot s trinajstimi podobami (zunanje špice) in sedmimi dodanimi (notranje špice). Prekinitev kroga ponazarja začetek in konec pasijona, oziroma širše gledano pojmovanje časa v zahodni kulturi (linearno) za razliko od vzhodne – ciklično. Hkrati

krožna oblika predstavlja Kristusovo trnovo krono s svojim močnim simboličnim pomenom. V sredino krone je vstavljen nagnjen križ, ki prav tako narekuje gibanje procesije, silhueta križa pa stilizirano izriše figuro. Celotna kompozicija pa tvori stilizirano črko P. Okvir znak likovno poenoti, predstavlja pa prostor, scenografijo, oziroma mesto, kjer je (bil) uprizorjen Pasijon. Znak vsebuje torej kontinuum predstave in osnovne simbole, ki so, vsak posebej, povezani z vsebino Pasijona in so večplastno proporcionalno združeni v večpomenski znak. Znak je izdelan v tehniki lesoreza (+tuš), ki poudari folklorni (ljudska, skoraj primitivna tehnika) pristop uprizoritve Pasijona, hkrati pa je ta tehnika kot likovna izpoved blizu temi in grobi prvinskosti pasijona (trpljenje, žalost, smrt, narurna uprizoritve).

Logotip nakazuje potek procesije s svojo vertikalnostjo. Močan latinski napis predstavlja pot, napis »Škofjeloški pasijon« pa množico igralcev v procesiji. Izbrana tipografija je blizu rokopisu Pasijona. Napisa se med seboj povežeta z drobnimi detajli. Znak in logotip lahko med seboj proporcionalno nastopata v treh različnih razmerjih.

Vsa teorija in analitično razlaganje ter uporabljeno znanje se je uresničilo v končnem izdelku, katerega največja kvaliteta je v tem, da so ga ljudje sprejeli, kar je največja potrditev za dobro opravljeno delo. Uresničitev zastavljene naloge je poleg profesionalnega in osebnega zadovoljstva pomenil tudi velik napor, veliko neprespanih noči in pa vsaj v začetni fazi prepričevanje promocijske skupine o pravilno zastavljenem oblikovalskem delu. Opravljeno bo potrebno v naslednjih letih še nadgraditi, razširiti in rafinirati. Veliko bo potrebno postoriti še na področju dodatne ponudbe, ureditve mesta in dejavnosti v času med dvema uprizoritvama. Vsako področje pa potrebuje strokovni pristop, na primer področje spominkov ali izdelkov, povezanih s pasijonsko vsebino, je tako kompleksno, da za kvalitetne izdelke potrebujemo sodelovanje izdelovalcev, oblikovalcev, etnologov in strokovnjakov s področja trženja.