



Letters met engagement

Ook Pierre di Sciullo begeeft zich op de grens van kunst, typografie en grafisch ontwerpen, maar hij is vooral typograaf en letterontwerper. Met Zask deelt hij de fascinatie voor hoe taal tot schrift, letters, wordt; bij Zask gaat het dan om de geste, bij Di Sciullo om de klank, de sonorité. In verscheidene fonts geeft hij uitdrukking aan de uitspraak van het Frans. In Quantange (Qu'entends je? – wat hoor ik?) geeft hij een aparte lettervorm voor elke uitspraak van een letter – zo krijg je een stuk of vijf 'e's, etcetera. Onlangs publiceerde Di Sciullo een geperfectioneerd vervolg, Kouije, een font dat "alle spellings- en uitspraaknuances van de Franse taal zichtbaar maakt". Di Sciullo ontwikkelt zijn letters voor zichzelf – ze vormen zijn onderzoek naar de taal en de typografische weerslag daarvan – en gebruikt ze in zijn affiches, boekontwerpen en driedimensionale beletteringen. Zijn maatschappelijke en culturele betrokkenheid blijkt uit het feit dat hij opmerkt dat Kouije een hulpmiddel kan zijn bij het leren van de juiste uitspraak van het Frans – geen ambivalente letters meer als in 'gagé', waar de 'g' op twee manieren wordt uitgesproken. Engagement spreekt ook uit zijn alfabet Amanar, het eerste font voor de tot dan toe uitsluitend handgeschreven Tuareg taal Tifinagh. Amanar is een drukletter voor een van de weinige schriftelijke talen van Afrika, die zonder deze mogelijkheid tot verspreiding in kranten, tijdschriften en boeken gevaar liep uit te sterven.

Het gewone leven Op dit moment werkt Di Sciullo aan een installatie voor de publieke ruimte van een wijk in de Parijse voorstad Saint-Denis, waar tweejaarlijks een biennale d'art contemporain wordt georganiseerd onder de zeer Franse titel 'Art Grandeur Nature'. Di Sciullo maakt er Tables d'orientation, grafische panorama's van wat je om je heen ziet. Daarin wijst hij niet op de gebruikelijke bezienswaardigheden, maar op persoonlijke aspecten van de geschiedenis van de voorstad, haar bewoners, eigenaardigheden en verhalen. "Het gaat me erom het idee van oriëntatie anders in te zetten; niet zozeer geografisch, maar genealogisch en historisch." Hij ontwikkelt het project met bewoners van de voorstad.

Twee jaar geleden hing Pascal Colrat in dezelfde openluchtbiënnale grote billboards op, waarin hij opriep zijn verloren duif terug te vinden, of de mensen bedankte die zijn pluchen beer hadden teruggevonden. Misschien zit in dit soort werk, en in de genoemde projecten in Chaumont, wel de kern van iets typisch Frans in grafisch ontwerp voor de publieke ruimte: een liefdevolle fascinatie voor het gewone leven. Op zijn presentatieaffiche van het voor zijn Chaumont-project À-ce-qu'on-dit ontworpen lettertype Les Ordinaires (tegelijkertijd een woordspeling op het Franse woord voor computer, 'ordinateur') zegt hij "Les mots de l'ordinaire ne sont pas dénués d'intérêt" (Gewone woorden zijn niet van belang ontbloot). De liefde voor het gewone leven van gewone mensen zie je in verschillende sectoren van de Franse cultuur, en is tot hoge kunst verheven in werk van filmmakers als Jacques Tati. Iemand als Jean-Marc Ballée grijpt daarop terug, niet alleen met 'gewone' foto's van 'gewone' nieuwbouwhuizen, maar ook in het nogal nadrukkelijk 'slecht' getyptografeerde boek Antidesign, petite histoire de la capsule d'habitation en images van architectuurhistorica Alexandra Midal, waar hij beelden van hightech design uit de jaren zestig en zeventig confronteert met de ergste daarop geïnspireerde kitsch uit die tijd.

Tegenbeweging Is dit wat de nazaten van Mei '68 onder 'retour à la normale' verstaan, een artistiek vormgegeven en gevoelvol engagement met het gewone leven? Niet helemaal. ACG, NTE en NPP werken nog steeds voor progressieve politieke groeperingen en acties, al gaat het meestal om officiële instituties die al te harde politieke tegenstellingen vermijden. Zo heeft een affiche als Bernards poster voor de Secours Populaire Français, een overheidsinstelling voor sociale hulp, een Liberté, Égalité, Fraternité-gehalte dat zowel prachtig vormgegeven als politiek vrij neutraal is. Hier en daar zijn tekenen van een culturele tegenbeweging, op het internet en in de fysieke publieke ruimte. In plaats van de vroegere wilde plakkers is er in Parijs en andere grote Franse steden een groeiende groep activisten die de straat op de reclame wil terugveroveren – verwant aan de Noord-

Amerikaanse Adbusters. De meest kunstzinnigen onder hen doen dat niet door reclameposters te vernielen of verwijderen, maar door ze te 'verbeteren'. Anonieme anti-pub-activisten trekken erop uit om van saaie en vervelende reclamebillboards levendige uitingen van publieke kunst te maken, of hun vernietigende commentaren aan de wer-vende boodschappen toe te voegen.

centralisme Philippe Lakits verdient zijn brood in de institutionele culturele sector met huisstijlen, affiches en catalogi voor theaters en musea. Hij uitte onlangs zijn zorg over de opkomst van extreem rechts in Frankrijk – en de reactie daarop – in een affiche, dat in de nationale vlag onmiskenbaar echo's van het fascisme laat doorklinken. De witte baan in de Franse driekleur buigt zich tot een half hakenkruis, en erboven en -onder staat 'veiligheid maakt vrij' – een directe verwijzing naar de leus 'Arbeit macht frei' boven de toegangspoort van Auschwitz. Frankrijk als proto-fascistisch concentratiekamp; dat wordt toch iets te direct bevonden, en het affiche wordt op deze pagina's dan ook voor het eerst gepubliceerd. Dergelijke harde kritiek heeft geen opdrachtgevers, en zeker geen betalende. In Frankrijk zijn weinig kanalen buiten het officiële circuit van commerciële of door de staat gerunde instituties voor een kritisch beeldend discours in de openbare ruimte – het land blijft een centralistische cultuur. Pierre Bernard constateert: "De belangrijkste machten in de maatschappij zijn op dit moment niet geïnteresseerd in de ontwikkeling van het publieke debat, maar in de ontwikkeling van de markt. We moeten de opdrachtgever opleiden! We zouden studenten van commerciële vakken, of van opleidingen tot ambtenaar, moeten onderwijzen in design – want daar zitten de toekomstige opdrachtgevers!" Hij kan gelijk hebben – één voordeel van die centralistische cultuur in Frankrijk is dat je om de toekomstige elite te bereiken maar in drie of vier Écoles Nationales Supérieures voet aan de grond moet zien te krijgen. ^{fin}

links:
Catherine Zask
Alfabetempo, 1994.
Systeem waarin Zask
de letters van het alfabet
reduceert tot hun
ritmische essentie:
op, neer, heen, weer.

Catherine Zask
affiche 2001

Met dank aan de culturele
afdeling van de Franse
ambassade, Den Haag

Wie verder meer wil weten
over Franse grafische
vormgeving kan terecht
bij het eerder dit jaar
verschenen boek *The Story
of Graphic Design in France*.
Samnstelling: Michel
Wlassikoff, uitgever
Ginko Press, 356 p,
ISBN 158423220X, €56,70

