

Adaptacija tipografije Swiss dizajna na glazbenim plakatima

Vidulina, Lina

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts / Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:216:065144>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-29**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Graphic Arts Repository](#)





Sveučilište u Zagrebu
Grafički fakultet

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

Lina Vidulin

Smjer: Dizajn grafičkih proizvoda

ZAVRŠNI RAD
ADAPTACIJA TIPOGRAFIJE SWISS DIZAJNA NA
GLAZBENIM PLAKATIMA

Mentor:
doc.dr.sc. Ivana Žiljak Stanimirović

Student:
Lina Vidulin

Zagreb,
2018.

Sažetak

U teorijskom dijelu rada analizirat će se tipografija i Swiss dizajn. Naime, tipografija čini važnu karakteristiku Swiss dizajna stoga je bitno razumijeti njene korijene i osnovne pojmove. Swiss dizajn se razvio 1950-ih godina, specifičan je po tehničkom pristupu, uporabi mreže, izjednačenim debljinskim vrijednostima i tipografiji bez serifa zbog čega postaje poznat pod sinonimom Internacionalni tipografski stil. Iz tog razdoblja nastali su neki od najpoznatijih fontova, Univers i Helvetica. S obzirom da se danas minimalizam i funkcionalizam stila može primijetiti u svim sferama grafičkog dizajna, cilj istraživanja je obrazložiti učestalost korištenja bezserifne tipografije kroz primjere glazbenih plakata, odnosno učestalost primjene fonta Helvetica. Također, cilj je prikazati prilagodbu Swiss dizajna u današnjici, te novonastalih pisama što će se prikazati vlastitom serijom plakata. Iako se kod izrade plakata koristi bezserifna tipografija novog doba, uspoređuje se s plakatom izrađenim u originalnom fontu Helvetica, kako bi dobili jasnu predodžbu razlika, mana i vrlina između dva navedena pisma. Principi koje su postavili dizajneri Swiss stila redovito inspiriraju dizajnere, potiču na razvijanje novih tipografskih rješenja i minimalističkog dizajna.

Ključne riječi: Swiss dizajn, bezserifna tipografija, minimalizam

Abstract

In the theoretical part of this study, typography and Swiss design will be analyzed. In fact, typography is an important feature of Swiss design, so it's important to understand its roots and basic concepts. Swiss design developed in the 1950s, it is known by technical approach, the use of grid, equal stroke thickness and the sans-serif typography, which makes it known by the synonym International typographic style. In that period, some of the most famous fonts were created, Univers and Helvetica. Considering that minimalism and style functionalism can be noticed today, in all spheres of graphic design, the aim of research is to explain the frequency of using sans-serif typography through examples of music posters, or frequency of using Helvetica font. Also, the aim is to show the adaptation of Swiss design to present, as well as new typefaces that will be shown with poster series. Even though the sans-serif typography from new era is used for posters, it is compared to a poster which is made with original Helvetica font, to give a clear idea of the differences, virtues and flaws between the two typefaces. The principles set by Swiss style designers are inspiration for designers nowadays and encourage the development of new typographic solutions and minimalist design.

Keywords: Swiss design, sans serif typography, minimalism

1. Uvod.....	1
2. Teorijski dio	2
2.1. Osnovni tipografski pojmovi	2
2.2. Elementi slovnih znakova.....	5
2.3. Podjela tipografije	6
2.3.1. Serifna tipografija na glazbenim plakatima	6
2.3.2. Bezserifna tipografija na glazbenim plakatima.....	8
2.3.2. Rukopisna tipografija na glazbenim plakatima	10
2.4. Swiss dizajn	12
2.4.1. Gestalt.....	14
2.4.2. Mreža.....	15
2.4.3. Tipografsko oblikovanje	15
2.4.3.1. Univers	16
2.4.3.2. Helvetica.....	17
2.4.4. Fotografija.....	17
2.5. Analiza radova drugih autora	18
3. Eksperimentalni dio	24
3.1. Odabir i razrada ideje	24
3.2. Proces izrade koncepta kroz programe i alate.....	26
3.3. Prezentacija rješenja	31
4. Rezultat i rasprava	36
5. Zaključak	38
6. Literatura.....	39
7. Popis slika.....	43

1. Uvod

U ovom završnom radu prikazat će se primjena tipografije Swiss grafičkog dizajna na primjerima glazbenih plakata. Pioniri stila bili su Josef Muller-Brockmann, Ernst Keller i Armin Hofmann, a dizajneri poput Massima Vignellia i Wim Crouwela zaslužni su za širenje te minimalističke estetike diljem svijeta. Slijedili su principe ruskih konstruktivista, nizozemskog De Stijl pokreta, i princip “oblik slijedi funkciju” karakterističan za Bauhaus. Naime, zbog snažnog oslanjanja na tipografske elemente, taj je stil postao poznat i kao International Typographic Style odnosno Internacionalni (međunarodni) tipografski stil. [1] Univers, tipografija Adriana Frutigera započela je eru Neo-Grotesknih pisama, a Helvetica Max Miedingera iz 1957. je najčešće prisutno pismo svih vremena. [2] Oba pisma imala su razinu funkcionalnosti koju prethodnici nisu mogli postići sa svojim tradicionalnim pristupom dizajnu. Njihova je namjera bila stvoriti pismo koje će dostaviti poruku što je moguće jasnije, koje se neće povezivati sa političkim propagandama ili buntom. Stvorili su pisma koja su univerzalna, jasna, čitka i funkcionalna. Swiss dizajn bio je najzastupljeniji stil u svijetu do sedamdesetih godina prošlog stoljeća, ali i danas je moguće prepoznati njegovu uporabu kod dizajna časopisa, plakata, web sučelja itd. [3] U ovom radu pojasnit će se osnovni pojmovi iz tipografije kako bi se mogla razumjeti važnost, učestalost Swiss dizajna i tipografije nastale u tom razdoblju. Kroz primjere plakata iz područja glazbe objasniti će se principi tog dizajna, te će se u praktičnom djelu prikazati njegova adaptacija na vlastitoj, suvremenoj seriji glazbenih plakata.

2. Teorijski dio

U povijesti čovječanstva uvijek je postojala potreba za prijenosom određenih informacija, zato su ih ljudi zapisivali na razne načine. Počevši od slikovnih pisama prapovijesnog doba, zatim urezanih i klesanih hijeroglifskih zapisa, sve do revolucije tiska Guttenbergovim pomičnim slogom, razvijala se tipografija. Do 1439. godine, kada je Johannes Gensfleisch Guttenberg patentirao pokretni olovni slog, tipografija se nije smatrala grafičkom disciplinom. Kako je tisak počeo evoluirati, pojavile su se nove potrebe oblikovanja čime se tipografija počela drugačije shvaćati. [4]

“Tipografija se najbolje može opisati kao umijeće i tehnika izrade, oblikovanja, slaganja i funkcionalnog korištenja slova te slovnog materijala.” [5] Tipografija komunicira, prenosi informacije i zbog toga mora biti čitka, jasna i ugodna oku čitatelja. Kako bi to postigli, mnogi dizajneri drže se tehničkih, estetskih i vizualnih principa. “Tipografija sa jedne strane može biti vrlo ekspresivna: može vikati ili šaptati, biti snažna ili fragilna, biti prekrasna ili vulgarna. S druge strane, može biti posve anonimna i suptilno komunicirati.” [6]

2.1. Osnovni tipografski pojmovi

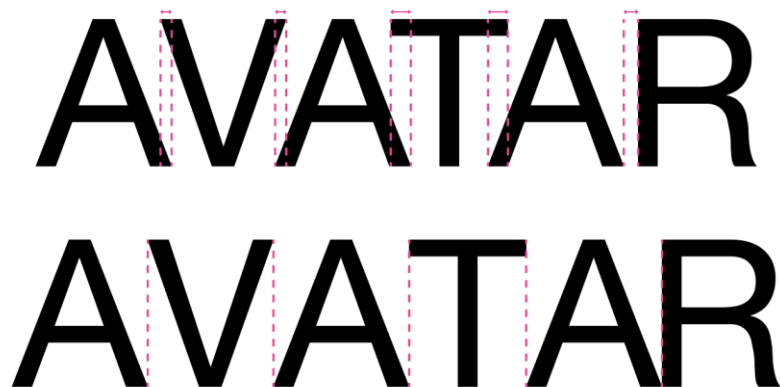
U nastavku su opisani osnovni tipografski pojmovi koje je potrebno poznavati za razumijevanje ostalih cjelina završnog rada. Svi tipografski znakovi (slova, brojevi, interpunkcijski i dijakritički znakovi) u svim svojim veličinama i stilovima nazivaju se tipografskim pismom. U govoru se često koristi engleski izraz *typeface* i izjednačuje ga se s fontom. Naime, to su dva različita pojma. Tipografsko pismo odnosi se na estetiku pisma, njegov dizajn. Ono se mjeri u točkama (*point*) i odgovara 1/12 pika ili 1/72 inča. [4] Font je nekada označavao skup olovnih slova jedne vrste pisma u određenoj veličini. Razvojem digitalne tehnologije i računala, naziv font odnosi se na elektronički dokument (.OTF, .TTF i .FNT formata) koji prikazuje tipografsko pismo u svim veličinama koje korisnik poželi. Nadalje, rez podrazumijeva stilsko oblikovanje nekog pisma. Isto pismo može imati više različitih stilova. Najčešće se radi o zadebljanim slovima (*bold*) i ukošenim ili kurzivnim slovima (*italic*). Osim toga, pisma mogu biti tanka, svijetla, normalna, poludebela, debela, uska itd. [5]

Font-family prevodi se kao pismovna porodica i čini je skup fontova jednog pisma. [4] Drugim riječima, svi rezovi, svi stilovi pisma pripadaju porodici. Tako primjerice Helvetica Neue u svim svojim rezovima (*ultra light, thin, medium* itd.) čini pismovnu porodicu Helvetica Neue, a prikazana je na Slici broj 1.

Helvetica Neue 25 Ultra Light
Helvetica Neue 35 Thin
Helvetica Neue 45 Light
Helvetica Neue 55 Roman
Helvetica Neue 65 Medium
Helvetica Neue 75 Bold
Helvetica Neue 85 Heavy
Helvetica Neue 95 Black

Slika 1. Rezovi Helvetica Neue (izvor: <https://www.lifewire.com/kinds-of-helvetica-fonts-1077404>)

Izrazi koje je također potrebno poznavati u tipografiji, kako bi razumijeli naredne cjeline rada su *kerning*, *tracking* i *alignment*. Slika br. 2. prikazuje podrezivanje (kerning), prilagođavanje razmaka između dva susjedna slova u riječi. U praksi je često potrebno dodatno raditi s kerningom; neke kombinacije slova ne čini se skladnima jer postoji previše ili premalo bjeline među slovima unutar riječi. [8] To je čest slučaj kod slova V, A, L, i T. Dakle, kerningom se parovi slova međusobno približavaju ili udaljavaju kako bi se postigao vizualni sklad.



AVATAR
AVATAR

Slika 2. Kerning, razmak između dva susjedna slova (autorsko djelo)

Tracking ili *letterspacing* se odnosi na razmak između slova u riječi, rečenici ili paragrafu. Ako je razmak među slovima optimalan, harmoničan, tekst će biti vizualno ugodan za čitanje. Smanjivanjem vrijednosti razmaka među slovima proporcionalno se smanjuju i pripadajuće bjeline tipografskog znaka, odnosno povećanjem razmaka povećavaju se bjeline, što je vidljivo na Slici broj 3., na primjeru riječi “tracking” Proučavanjem pisane riječi općenito moguće je primijetiti ispravan ili neispravan razmak između slova. U slučaju kad postoji više prostora između svakog slova, tekst se ne čini kao povezana cjelina. S druge strane, kad je manje prostora između slova tekst se čini prilijepljenim i potrebno ga je razdvojiti, olabaviti. [4]

Poravnanje ili isključivanje teksta (*alignment*) podrazumijeva način na koji su se lijevi i desni rubovi teksta međusobno pozicionirali. Postoje četiri vrste poravnanja: centralno ili u sredinu, obostrano ili na puni format (*justified*), u lijevo i u desno. [8]



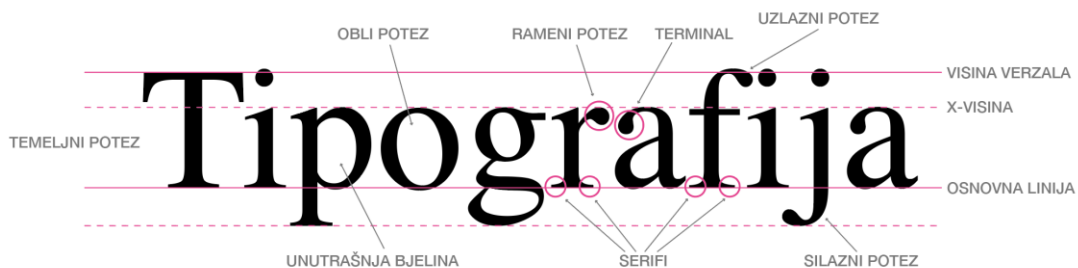
Tracking
Tracking
Tracking

Slika 3. Prikaz razmaka između slova u riječi (autorsko djelo)

2.2. Elementi slovnih znakova

Svaki oblik slovnog znaka izrađen je od grafičkih elemenata, no oni variraju od pisma do pisma. Grafički dizajner treba poznavati i razumijeti elemente od kojih su građeni slovni znakovi; omogućuje mu raspoznavanje karakteristika različitih tipografskih znakova i pisama, odnosno uspješan odabir tipografije u svom radu. Osim toga, poznavanje anatomije pisma potrebno je ukoliko želi stvarati nova rješenja. “Neki od zajedničkih elemenata su: temeljni potez (*stem*), poprečna crta (*crossbar*), dijagonalni potez (*diagonals*), obli potez (*bowl*), uzlazni potez (*ascender*), silazni potez (*descender*), unutrašnja bjelina (*counter*), rameni potez (*shoulder*), spajajući potez (*junction*), zakrivljeni potez slova S - kralježnica (*spine*), terminal (*terminal*), rep (*tail*), ruke (*arms*), noge (*legs*), vrh (*apex*) i podnožje (*vertex*).” [4]

Serif (*serif*) je zadebljanje, ukrasni potez na rubovima slovnih znakova karakteristično kod pisama koji se koriste u tekućem tekstu. Serifi optički povezuju slova, što objašnjava njihovu primjenu u većim odlomcima teksta. [8] Slika broj 4. prikazuje osnovne elemente slovnih znakova (temeljni i obli potez, unutrašnja bjelina, rameni, uzlazni te silazni potez i serifi) te osnovnu, x-visinu, i visinu verzala.



Slika 4. Prikaz anatomije tipografije (autorsko djelo)

Osnovna linija ili linija teksta često se u praksi naziva engleskim izrazom *baseline*. Ona je zamišljena linija kojoj je funkcija činiti pismo ugodnim; kako za čitanje, tako i estetski. U principu, po njoj se poravnavaju podnožja tipografskih znakova. [4] X-visina (*x-height*) predstavlja udaljenost od osnovne linije do vrha malih slova (kurenata), odnosno linija koja služi za poravnanje vrhova verzalnog pisma naziva se visina verzala, vrh ili kapa slova (*cap-height*). Slova j, p, g, q, y (ponekad Y, Q) karakteristična su po nastavcima, djelovima slova koji prolaze ispod osnovne linije. Ti nastavci se nazivaju silaznim

potezima (*descender*). Slova poput f, t, k karakterizira element koji prelazi x-visinu, a naziva se uzlaznim potezom (*ascender*). [8]

2.3. Podjela tipografije

Tipografska pisma se generalno mogu podijeliti na knjižna pisma ili pisma za tekući tekst (*text type*), te naslovna ili *display*. Pisma za tekući tekst osmišljena su da, unutar 6 do 14 točaka, budu lako čitljiva u dugim odlomcima teksta. S druge strane, kao što i sama riječ govori, naslovna pisma pogodna su za korištenje na naslovnica (knjiga, časopisa), plakatima, ali i ekranima itd. [9] *Display* pisma moraju veličinom privlačiti pozornost, jasno komunicirati važne informacije ili čitatelju stvoriti određeni ugođaj. U praksi, kod te skupine pisama manje je bitno hoće li funkcionirati u tekućem tekstu. [10] Zbog razvoja tehnologije i kreativne slobode dizajnera, danas postoje razne druge podjele, primjerice *fancy*, *basic*, *script* itd. [11].

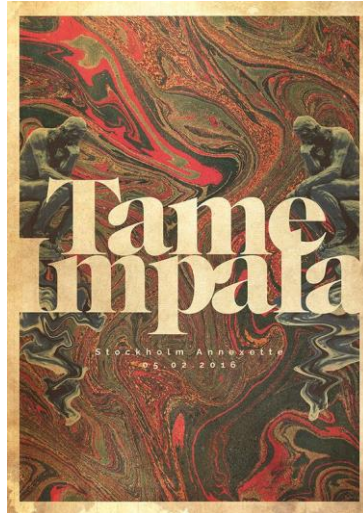
U daljnjem tekstu prikazani su glazbeni plakati, tipografski najopćenitije podijeljeni na serifnu, bezserifnu i rukopisnu tipografiju. Naglasak je na bezserifnoj tipografiji, a neki od prikazanih plakata su u eksperimentalnom dijelu završnog rada dobili novo ruho, inspirirano Swiss dizajnom.

2.3.1. Serifna tipografija na glazbenim plakatima

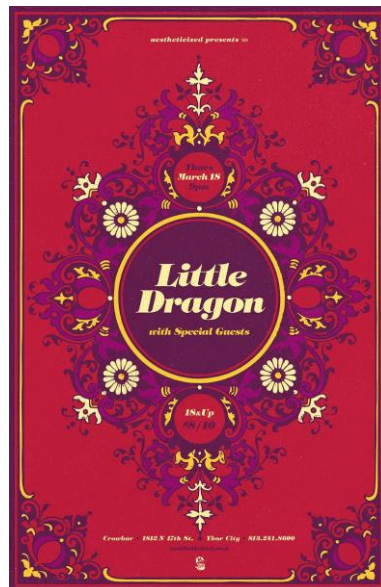
Serifna je tipografija svoj naziv dobila po serifima koji vizualno olakšavaju povezivanje slova u riječi. Serifna se tipografija najčešće koristi za tekući tekst kod tiskanih dokumenata, no primijenjuje se i kod digitalnih. Unutar serifa postoje daljnje podjele. Old Style serifi datiraju iz 15. stoljeća, najstariji su u ovoj klasifikaciji i karakterizira ih suptilni kontrast poteza. [6] Ovoj skupini pripadaju Caslon, Garamond i Palatino pisma. Prijelazni oblici serifa nastali su sredinom 18. stoljeća, a čini ih većina često korištenih serifnih pisama. Times New Roman, Baskerville i Georgia primjeri su te skupine. S više kontrasta u linijama i vertikalnom osi razlikovali su se od svojih predaka.

Moderni serifi, koji uključuju Didot i Bodoni, imaju najizraženiji kontrast između tankih i debelih linija te vertikalnu os tipografskih znakova. Takve osobine čine ih vrlo elegantnima, stoga su gotovo uvijek u funkciji *display* pisma. Zbog jakog kontrasta između linija nisu pogodna u funkciji tekućeg teksta. [12] Moderni serifi primijenjuju se

na glazbenim plakatima; Slika broj 5. prikazuje plakat grupe Tame Impala čije je ime napisano modernim serifima, centrirano i povećano, dok se na Slici broj 6. vidi plakat za koncert grupe Little Dragon, kod kojeg su sve informacije napisane isključivo jednim modernim serifnim pismom u različitim veličinama. Posljednja skupina serifa je Slab serif ili egiptijana, nastala u 19. stoljeću. Karakterizira je mali ili nepostojeći kontrast između debelih i tankih linija. [6] Najbolji primjeri ove skupine su Claredon, Courier i Rockwell. [12]



Slika 5. Tame Impala plakat (izvor: <https://www.pinterest.es/pin/523121312950952591>)

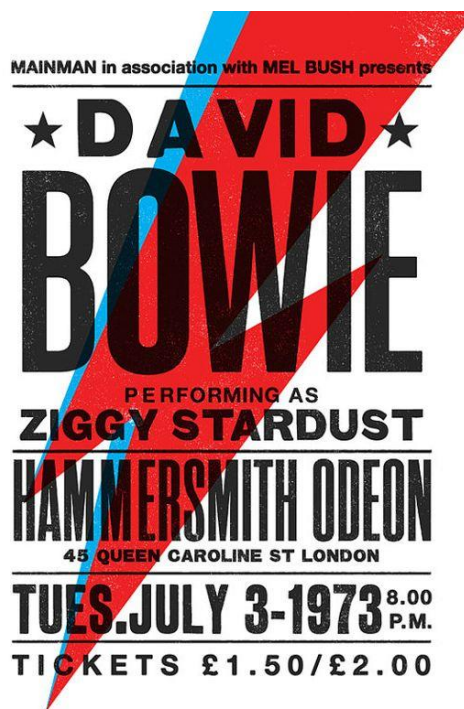


Slika 6. Little Dragon plakat (izvor: <https://fromupnorth.com/more-great-gig-poster-designs-eff91264a987>)

2.3.2. Bezserifna tipografija na glazbenim plakatima

Kao što sama riječ govori, bezserifna (*sans-serif*) tipografija nema serife. Takva tipografija često je modernijeg izgleda od serifne, te ima širi raspon pismovnog reza. Bezserifnu tipografiju čine grotesk, neo-grotesk, humanist i geometrijska pisma. [13] Kada se kombiniraju sa serifnim pismima tekst može izgledati narušeno. Zato je potrebno izjednačiti x-visine, koja je kod *sans-serif* pisama veća od serifnih. [14]

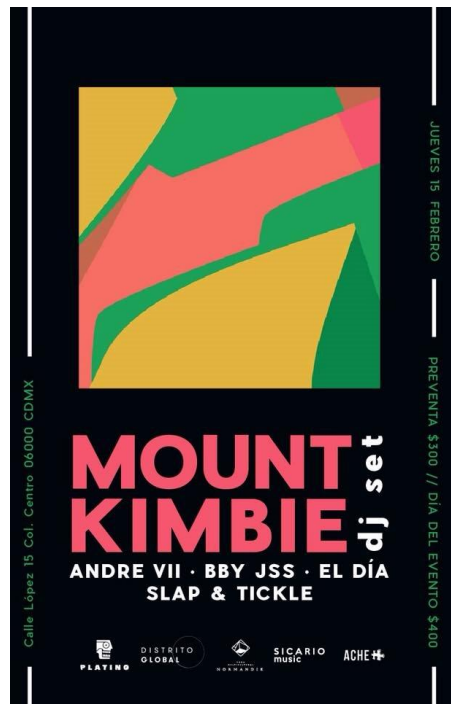
Prva bezserifna tipografija nastala je krajem 19. i početkom 20. stoljeća, te se naziva grotesknom tipografijom. Predstavници skupine su Franklin Gothic i Akzidenz Grotesk. Ta pisma su u početku imala samo verzale definiranih širina jer su se koristila za naslove i reklame, stoga nije bilo potrebe za malim tiskanim slovima. [9] Na Slici broj 7., glazbenom plakatu Davida Bowia, vidljivo je da groteskno pismo kojim su ispisane informacije sadržavaju kurente. Dakle, danas ipak groteskna pisma sadržavaju sve slovne znakove i njihove oblike.



Slika 7. David Bowie plakat (izvor: <https://fromupnorth.com/20-wicked-gig-poster-designs-911987499270>)

Još jedna karakteristika ove skupine je jednaka debljina poteza, te kraći nastavci koji prelaze osnovnu liniju. Na Slici broj 8., plakatu grupe Mount Kimbie, vide se različiti

rezovi pisma i slovo “j” koje ima zaista blagi silazni potez. Unatoč imenu, može se reći kako je groteskni oblik pisma nevjerovatno postignuće zbog njegove elastičnosti. Slova variraju od tankih, preko masnih, do izduženih itd. Pritom ne gube karakteristike, niti deformiraju proporcije unutar slova. [9]



Slika 8. Mount Kimbie plakat (izvor: <https://www.residentadvisor.net/events/1064709>)

Neo-grotesk pisma uključuju najpoznatija pisma; MS Sans Serif, Arial, Helvetica i Univers, a evoluirala su od groteskni pisama. Slika broj. 9. prikazuje jednu od njihovih karakteristika - male otvore slova. S lijeve strane istaknut je otvor na slovu “c” Akzidenz Grotesk pisma, a s desne strane Helvetica. Nadalje, izjednačene su debljinske vrijednosti poteza, pisma teže geometrijskoj formi, a generalno izgledaju ugađenije od groteskni pisama. Pojavom Internacionalnog tipografskog stila (Swiss dizajna) 1950-ih neo-groteskna pisma počela su se koristiti diljem svijeta. Gill Sans, Tahoma, Verdana i Lucida Grande pripadaju skupini humanist bezserifnih pisma i vuku inspiraciju iz tradicionalnih serifnih pisama. Naspram drugih *sans serifa* imaju najizraženiji osjećaj kaligrafije, izmjenjuju se tanki i debeli potezi. Ova kategorija doživjela je uspjeh između 1980. i

1990. godine; dolaskom novih tehnologija razvila se potreba za čitkim fontovima, a između ostalog dizajnerima je dosadilo korištenje Helvetice i Universa. [13]



Slika 9. Razlika u otvoru odnos Akzidenz Grotesk - Helvetica (autorsko djelo)

Geometrijski bezserifi naginju geometrijskim oblicima, a u odnosu na druge kategorije bezserifnih pisama najmanje su upotrebljivi za tekući tekst. [15] Općenito, slovo “o” izgleda poput pravilnih kružnica, dok slovo “a” skoro uvijek izgleda kao kombinacija kruga i repa. Takvi bezserifi započeli su razvoj u Njemačkoj 1920-ih, a sljedećih 10 godina bili su popularni zbog dobro definiranih i ugodnih oblika, te modernog dizajna. Do danas su razvijene mnoge verzije geometrijskih pisma: ITC Avant Garde, Brandon Grotesque, Gotham, Avenir itd. Najbolji primjer je Futura koju je izradio dizajner Paul Renner 1927. [13]

2.3.2. Rukopisna tipografija na glazbenim plakatima

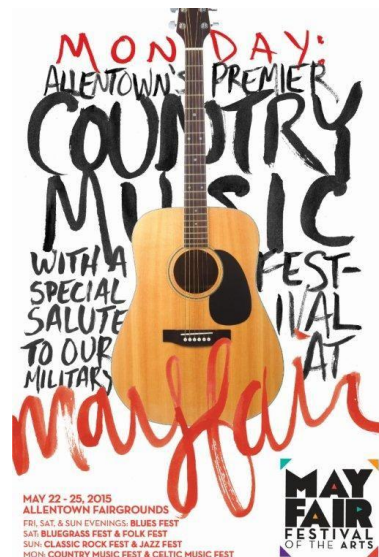
Rukopisni oblici nazivaju se *Scripts*, a ono što ih odlikuje od prethodno obrađenih pisama jest imitacija rukopisa i slobodno oblikovanje. Danas se na internetu nalazi bezbroj rukopisne tipografije, od kojih je većina besplatna za osobnu ili komercijalnu uporabu. Moguće ih je pronaći pod skupinama formalnih oblika, kaligrafskih, *casual*, dekorativnih i *blackletter*. [15] Generalno, može se reći da rukopisne oblike čine podebljani potez, jednolični potez, izmjenični potez i potez kistom. [16] Oni dobro funkcioniraju na plakatima ili kao naslovi jer im se pri malim veličinama gube karakteristike i postaju nečitki. S obzirom da je debljina linija konstantna kod jednoličnog poteza, on se ipak smatra najčitkijim pismom u skupini. Rukopisne oblike moguće je postići flomasterom,

markerom, običnim ili kaligrafskim perom. [17] Primjer takvog pisma vidi se na glazbenom plakatu producenta hip hop glazbe Kaytranada na Slici broj 10.



Slika 10. Kaytranada plakat (izvor: <https://www.residentadvisor.net/events/883542>)

Slika broj 11. prikazuje kombinaciju rukopisnog i bezserifnog pisma na plakatu za country glazbeni festival; na sans serifima nije naglasak, koriste se kako bi određene informacije bile lako i brzo dostupne.



Slika 11. Plakat Country Music Festival (izvor: <https://www.pinterest.com/pin/214413632236305083/?lp=true>)

2.4. Swiss dizajn

Po završetku Drugog svjetskog rata (oko 1950. godine), sukladno napretku dizajna i tehnologije koji se tada u Europi počeo događati, pojavio se poseban stil u grafičkom dizajnu, tzv. Swiss dizajn. Švicarske su dizajnere tada najčešće inspirirali umjetnički pravci Rusije, Nizozemske i Njemačke: konstruktivizam, suprematizam, De Stijl, i Bauhaus. Swiss dizajn tragao je za jednostavnošću, ne ljepotom kao samom i jedinom svrhom. Dvije su dizajnerske škole u Švicarskoj u kojima se o ovom stilu učilo i u kojima se on izgradio; Allgemeine Gewerbeschule je bila u Baselu pod vodstvom Armina Hofmanna i Emila Rudera, dok je druga u Zurichu pod vodstvom Joseph Muller-Brockamanna. Svi su studirali u Školi primjenjene umjetnosti Kunstgewerbeschule u Zurichu prije Drugog svjetskog rata. [1] Često nazivan “ocem Swiss stila”, grafički dizajner Ernst Keller bilo je profesor u Školi primjenjene umjetnosti Kunstgewerbeschule od 1918. do 1956. godine, gdje je prenosio svoje znanje o mreži (*grid*), strukturiranju i slaganju pisma. [18] Njegove su ideje kasnije prezentirane i opisane u knjizi jednog njegovog studenta, Josefa Muller-Brockmanna, “Grid System in Graphic Design”. Novi stil pronašao je svoju primjenu u mnogočemu, a postao je sinonim za izgled mnogih švicarskih kulturnih institucija koje su se oglašavale plakatima. [19] Slika broj 12. prikazuje plakat Armina Hofmanna za glazbeno-scenske događaje u kazalištu Basel, dok Slika broj 13. prikazuje Muller-Brockmannov plakat za događaj u koncertnoj dvorani Tonhalle u Zurichu. Hofmannov je naglasak na fotografiji, eksperimentiranju sa ekspozicijom i fotomontažom. [20] Muller-Brockmann također je koristio fotografiju u svojim radovima, no tipografija i geometrija ipak su činile njegovo područje interesa. [19]



Slika 12. Armin Hoffman, Stadt theater Basel , 1965–1966 (izvor: <https://www.invaluable.com/auction-lot/armin-hofmann-1920-.-stadt-theater-basel-196-ad8d967d2e>)



Slika 13. Joseph Muller-Brockmann, Musica Viva - Zurich Tonhalle, Zurich Tonhalle, 1958 (izvor: <http://chaudron.blogspot.com/2012/10/joseph-muller-brockmann-musica-viva.html>)

Swiss dizajn imao je utjecaj daleko izvan švicarske granice. Za razliku od drugih stilova posvetio se detaljima, preciznosti, standardu tiskanja, tehničkim vještinama i jasnoj, preglednoj tipografiji. Zbog važnosti koja se posvećivala tipografskim elementima, novi stil postao je poznat i kao Međunarodni tipografski stil (International Typographic style). Osim toga bio je savršeno prilagođen svjetskom poslijeratnom tržištu; žudilo se za jasnoćom riječi i simbola. Velike firme i korporacije htjele su biti međunarodno priznate i dokazati se, a globalni događaji poput Olimpijade trebali su univerzalna rješenja. Upotreba Međunarodnog tipografskog stila rasla je brzo u cijelom svijetu. Hofmann je u Yale University (školi dizajna) održao predavanje, što je rezultiralo novim vodećim američkim središtem Swiss dizajna. [1] Međunarodni stil počeo se gasiti krajem 70-ih godina prošlog stoljeća. Mnogi su estetiku Swiss dizajna smatrali hladnom, formalnom, autoritativnom i dogmatičnom. Jedan od njih bio je Wolfgang Weingart, iako je podučavao uz Armina Hoffmanna u Baselu, bio je revolucionist u dizajnu koji je pokrenuo postmodernističke ideje. [3] Ipak, Swiss dizajn je zbog svojih karakteristika nadživio razne trendove, te ga je moguće prepoznati u svim sferama grafičkog dizajna; od dizajna ambalaže, vizualnih identiteta, do plakata, web dizajna, filmova itd. U nastavku su izdvojene i objašnjene karakteristike koje ga čine jasnim, racionalnim, skladnim i svezremenskim stilom grafičkog dizajna.

2.4.1. Gestalt

Pregledom plakata iz razdoblja Swiss dizajna jasno se uočava pažnja grafičkih dizajnera na ujednačenim elementima dizajna i geometrijskim oblicima unutar kompozicije, težili su Gestalt psihologiji. Gestalt je njemački naziv koji označava cjelinu, formu. Naime, ta forma nije samo jedan element, već kombinacija različitih elemenata zajedno koji tvore cjelinu. Ona ima karakteristike koje se ne mogu objasniti pojedinim elementima ni njihovim međusobnim zbrajanjem. Zakonitosti gestalta se danas često primjenjuju u dizajnu, pr. načelo sličnosti, blizine, kontinuiteta itd. Elemente slične po boji, formi ili veličini doživljavamo kao grupu, pa se takva percepcija odnosi na načelo sličnosti. Isto se dešava ako se elementi nalaze jedan pokraj drugog, međutim tad govorimo o načelu blizine. [4]

2.4.2. Mreža

Swiss grafički dizajneri stvarali su kompozicije pomoću mreža ili *grid*. Prve verzije mreža postojale su još u srednjem vijeku, no grupa Swiss dizajnera, ponajviše inspirirana geometrijom i željom za čistim dizajnom, počela je graditi novi sistem postizanja reda unutar određenog formata. [4]

Međusobnim presjekom vertikalnih i horizontalnih linija u proporcionalnim, matematičkim odnosima, nastaje mreža. “Mjerne jedinice mreže moraju odgovarati mjernim jedinicama tipografskih elemenata.” [7] To znači da, ako je veličina pisma izražena u točkama (*points*), mreža mora biti mjerena u točkama.

Jednom kad se odredi mreža, ona čini bazu, nepromijenjiva je. Grafički elementi su promjenjivi i pozicioniraju se ovisno o mreži. Prvi put te su ideje predstavljene 1981. u knjizi “Grid Systems in Graphic Design” Josef Muller-Brockmanna. Za dizajnere Swiss stila mreže nisu predstavljale vizualni okvir, već logičku organizaciju elemenata kojom su osigurali cjelovitu, urednu i jedinstvenu strukturu. Danas se u tiskarstvu i web dizajnu često koriste jer omogućuju dobro strukturiran i balansirani dizajn. [21]

2.4.3. Tipografsko oblikovanje

Jedna od snažnih karakteristika tipografije Swiss dizajna je uporaba bezserifnih pisama i lijevog poravnanja sloga. Kod takvog poravnanja, lijeva margina teksta ostaje fiksna, dok je desna promijenjiva tj. fleksibilna u svakom redu. [4] Bezserifna pisma poput Akzidenz Grotesk, Neue Haas Grotesk ili Helvetica, sinonimi su za Swiss dizajn. Jan Tschichold 1929. objavio je “Die neue Typographie” u kojoj je apsolutno ignorirao uporabu serifnih pisama. [19] Vođeni tom psihologijom, grafički dizajneri Swiss stila su ciljali na jednostavnost i univerzalnost. To potvrđuje citat Massima Vignellia, talijanskog dizajnera, koji u dokumentarnom filmu Helvetica govori: “I don’t think that type should be expressive at all. I can write the word ‘dog’ with any typeface and it doesn’t have to look like a dog. But there are people that think that when they write ‘dog’ it should bark.” [22] U prijevodu: “Ja ne mislim da bi pismo trebalo biti ekspresivno. Mogu napisati riječ ‘pas’ bilo kojim tipografskim pismom i ne mora izgledati kao pas. No postoje ljudi koji misle da bi pismo, kad napišu ‘pas’, trebalo lajati.”. Prema tome, u Swiss dizajnu pisma nemaju ulogu prenošenja emocija, nego moraju biti nenametljiva, jasna i pregledna.

Različitim veličinom pisma postiže se bolja čitkost, kontrast i hijerarhija među tekstualnim elementima. Na taj način uspješno se vodi i upućuje čitatelja kroz sadržaj. Veličina pisma utječe i na ritam. On se, između ostalog, može postići pravilnim ili nepravilnim dijeljenjem linija riječi tj. s jednakim ili različitim razmacima. [7]

Emil Ruder se kod tipografskog oblikovanja držao nekih principa kako bi na posljetku tiskano djelo bilo estetski ugodno i kvalitetno. Kod organizacije tekstualnih elemenata unutar mreže, smatra da je potrebno proučiti odnos između različitih veličina teksta, otisnutih i neotisnutih površina, odnos između boje tiskanog materijala, itd. [4]

2.4.3.1. Univers

Dizajner Adrian Furtiger dizajnirao je novo bezserifno pismo 1954. godine. Temelji se na Akzidenz Grotesku; Furtiger je prvenstveno htio čitko pismo koje će biti prikladno za velike tekstove. Deberny & Peignot, tadašnji proizvođač ljevanih metalnih slova, 1957. godine je izradio pismo u “fizičkom” obliku. [1] Međutim, kasnije je veća korporacija Linotype kupila pismo, te je s Adrianom Furtigerom kompletno preoblikovala Univers. Taj je proces rezultirao Linotype Universom u 59 težina. [23]. Slika broj 14. prikazuje neke od rezova pisma Univers, koji čak u međusobnoj kombinaciji djeluju homogeno. To pismo čine čiste i objektivne forme, djeluje racionalno i elegantno istovremeno. Može se reći da je pogodan za skoro svaku potrebu jednog grafičkog dizajnera.



Slika 14. Kombinacija rezova Univers (izvor: <https://www.linotype.com/267/univers.html>)

2.4.3.2. Helvetica

Helvetica je najrasprostranjenije pismo, a razvili su je 1957. godine dizajner Max Miedinger i Eduard Hoffman. Hoffman je bio direktor u Haas Type Foundry - proizvodnji ljevanih pisama, dok je Miedinger bio freelance dizajner; zajedno su imali sve što je potrebno za izradu novog pisma. Miedinger i Hoffman projektirali su neutralnu tipografiju koja je izrazito čitka i od samog je početka imala široku primjenu. Izvorno pismo nazvano je Neue Haas Grotesk, no kako su je Linotype i Stempel kompanije kupile, odnosno počele reklamirati i prodavati 1961. godine, došlo je do ideje da se nazove Helvetia. Helvetia je latinski izraz za Švicarsku, no s tom idejom se dizajner Miedinger nije slagao. Na poslijetku, nazvali su pismo Helvetica. [24] Ona se ističe po većoj x-visini kurenata, što je čini čitkim pismom čak i kada se nalazi na većoj udaljenosti od čitatelja/promatrača. Zatim, ističe se po malenom razmaku između slova i verzalima jednakih širina. Osim toga, ima manje otvore kod slova a, g, e što je prikazano na Slici broj 15. [25]



Slika 15. Mali otvori kao karakteristika Helvetice (autorsko djelo)

Početakom 1980. Linotype je licencirao Helveticu Adobe-u i Apple-u; Helvetica na taj način postaje jednim od prvih fontova koje podržava PostScript, a osim toga doživljava opću prihvaćenost i popularnost. Tijekom godina, Helvetica se izdavala u različitim težinama, širinama i veličinama, a danas postoji i Neue Helvetica prilagođena svim jezicima i pismima na svijetu. [26]

2.4.4. Fotografija

Iako se Swiss dizajn više pamti po uporabi *sans serifa* i matematičke mreže, fotografiju su koristili pojedini dizajneri u svome radu i vrijedno ju je spomenuti. Armin Hoffman, Herbet Matter i Josef Muller-Brockmann neki su od grafičkih dizajnera koji su smatrali da je fotografija bolji alat za prikaz stvarnosti naspram crteža i ilustracija. Novinska fotografija, za razliku od subjektivne, bila je odličan način komuniciranja baš zbog

objektivnih, neuljepšanih prikaza stvarnosti. [27] Časopis Neue grafik publikacija je Josef Muller-Brockmanna koja je izašla u osamnaest primjeraka između 1958. i 1965. Većina sadržaja bila je posvećena fotografiji i njenoj primjeni u dizajnu. [28] U to doba, otisnuti fotografiju bilo je puno teže; tiskarske tehnike zahtjevale su rastriranje fotografija, odnosno mogao se prvo otisnuti jedan ton boje, zatim drugi itd. Dakle, višetonske fotografije su se tehnikom rastriranja pretvarale u jednotonske, što je omogućilo njihovo otiskivanje.

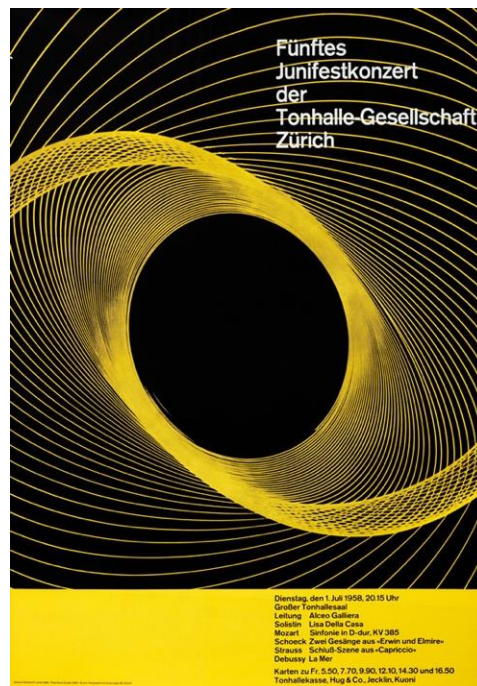
2.5. Analiza radova drugih autora

Minimalizam podrazumijeva ukloniti sve nepotrebno, nevažno, naglašavajući važno; stvar je u funkcionalnosti i jednostavnoj uporabi osnovnih elemenata. Taj princip je jedan od glavnih razloga zašto Swiss dizajneri pridaju toliko pažnje tipografiji. Slika broj 16. prikazuje Joseph Muller-Brockmannovo djelo iz 1955. godine, plakat za glazbene i dramske događaje u kazalištu u Zurichu. [29] Plakat čine različite veličine teksta čime je postignut ritam, te geometrijski elementi (pravokutnici i crte) dijagonalno postavljeni. Kompozicija je definirana mrežom, a time i rasporedom elemenata unutar nje. Zbog dijagonalnog položaja elemenata, plakat se čini izrazito dinamičnim.



Slika 16. Joseph Müller-Brockmann, Zürich Town Hall Poster, 1955. (izvor: <http://www.designishistory.com/home/swiss/>)

Tri godine nakon, Richard P. Lohse izdaje plakat za pet lipanjskih koncerata Tonhalle Zurich, prikazan Slikom broj 17. [30] Korištenje žarke boje na crnoj privlači pozornost, ali ipak je naglasak na igri i eksperimentiranju s elipsama, krivuljama, što će kasnije zainteresirati suvremene grafičke dizajnere. U kontrastu s tim, donji dio plakata podijeljen je na pravokutnu površinu žute boje i nosi tekstualne informacije o događanju u crnoj boji. Hijerarhija je uočljiva veličinom, bojom i pozicijom elemenata. Iako se do 1980. Swiss dizajn rijetko koristio, bezserifna tipografija i matematička podjela formata ostale su prisutne, nekad blago, a nekad više izražene. Slijedio je postmodernizam u kojem se eksperimentiralo sa svim elementima dizajna. [3] Slika broj 18. prikaz je plakata Seigrieda Odermatta koji iregularnim razmakom među slovima postiže ritam unutar kompozicije; vizualni element čini Indijska zastava zakrenuta vertikalno, a njene plohe suptilno dočaravaju mrežu, što objašnjava poveznicu sa Swiss dizajnom.



Slika 17. Richard P. Lohse, Funftes Junifest Konzert der Tonhalle Gesellschaft Zurich, 1958. (izvor: <https://www.internationalposter.com/product/funftes-junifest-konzert-der-tonhalle-gesellschaft-zurich>)



Slika 18. Siegfried Odermatt, Serenaden 1987. (izvor: <https://www.internationalposter.com/product/serenaden-1987>)

S druge strane, djelo Niklaus Troxlera također iz 1987. pruža sasvim drugačiji ugođaj. [31] Uporaba jakih, kričavih boja i apstrahirane ilustracije udaljava se od Swiss dizajna, ali tipografija i uporaba mreže i dalje je prisutna, što se vidi na Slici broj 19.



Slika 19. Niklaus Troxler, Jazz Festival Willisau '87, 1987. (izvor: <https://www.internationalposter.com/product/jazz-festival-willisau-87>)

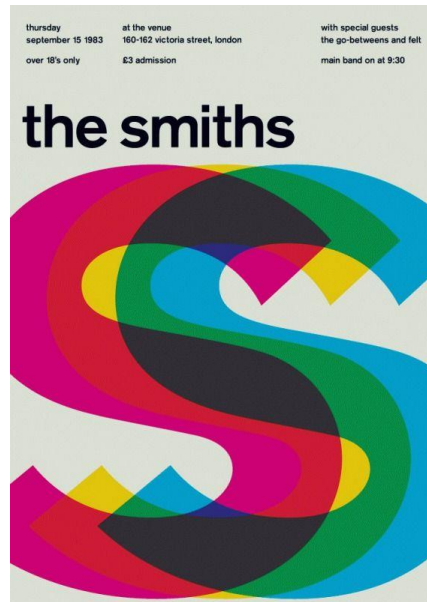
Početak 21. stoljeća obilježen je, između ostalog, ubrzanim razvojem i širenjem tehnologije koja je pridonijela globalizaciji. Vizualnih sadržaja bilo je sve više, no neki su dizajneri zbog toga posezali za univerzalnijim i čišćim dizajnom. Jedan od njih je Bruno Monguzzi, koji je 2004. izradio plakat inspiriran principima Swiss dizajna. Slika broj 20. prikazuje njegov plakat “Chiasso Musica”, u kojem se primjećuje strukturirana kompozicija (mreža), geometrijski oblici, fotografija i naravno *sans serifno* pismo. [32]



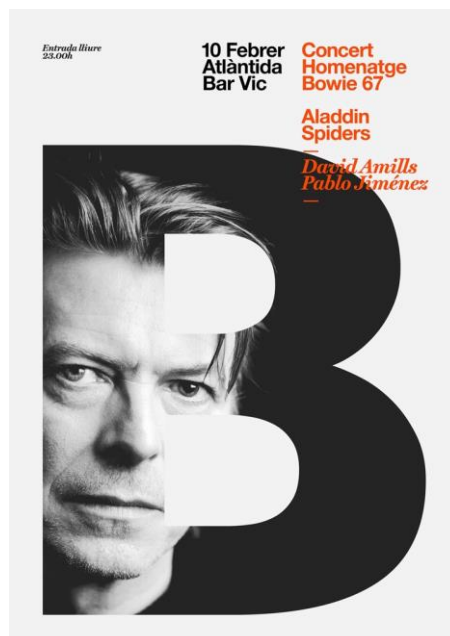
Slika 20. Bruno Monguzzi, Chiasso Musica 2004, 2004.(izvor: <https://www.internationalposter.com/product/chiasso-musica-2004>)

Mike Joyce radio je na projektu “Swissed” 2014., kojim je vintage rock postere predstavio u novom “starom” ruhu. On je izradio 200 takvih plakata, što potvrđuje da je moguće stvoriti nevjerovatne kombinacije unutar okvira Swiss dizajna. [33] Slika broj 21. prikazuje rad iz serije; plakat za grupu The Smiths na kojem je tipografija jedini grafički element. Marin Quim se u svom dizajnu najčešće koristi trobojnom shemom; crnim, odnosno sivim tonovima u kombinaciji sa jednom čistom bojom. Štoviše, koristi se fotografijom i igrom otisnutih - neotisnutih površina, tj. bijelim prostorom (*whitespace*). [34] Slika broj 22. prikazuje njegov plakat u kojem smješta fotografiju Davida Bowia unutar slova B; koristi monokromatske boje i jednu akcentnu. Nadalje, Basic Studio, dizajn studio u Meksiku, izradio je cijeli vizualni identitet za izdavačku kuću Zugasti Records na temelju Swiss dizajna. [35] Slika broj 23. prikazuje seriju plakata koji su

pratili glazbene događaje izdavačke kuće, a karakterizira ih uporaba crne i bijele boje, bezserifne tipografije i mreže, te modificiranje određenih grafičkih elemenata što daje suvremeniji osjećaj.



Slika 21. Mike Joyce, plakat The Smiths iz serije Swissted, 2014.(izvor: <https://www.swissted.com/products/the-smiths-at-the-venue-1983>)



Slika 22. Glazbeni plakat autora Marina Quima (izvor: <https://trendland.com/modernist-swiss-style-posters-by-quim-marin/>)



Slika 23. Serija plakata Basic Studia (izvor:
<https://www.behance.net/gallery/42731229/Zugasti-Records>)

Može se reći da se najsvremeniji dizajneri drže principa Swiss dizajna kada stvaraju jednostavna, harmonična i strukturirana djela.

3. Eksperimentalni dio

U eksperimentalnom dijelu napravljena je serija plakata po uzoru na Swiss dizajn. Analizom starih i novijih rješenja glazbenih plakata moguće je vidjeti poveznice sa Swiss dizajnom. U svijetu koji vrvi vizualnim podražajima, napretkom računalne tehnologije, u svijetu koji nameće nove trendove, potreban je odmak. Iz tog je razloga odlučeno realizirati ovaj rad u obliku tradicionalnog grafičkog proizvoda - plakata. Dodatan razlog je taj što je u sferi grafičkog dizajna 1950-ih plakat bio glavno sredstvo komunikacije. Korišteno je novo tipografsko pismo koje vuče inspiraciju iz Swiss dizajna, Anderson Grotesk, te Helvetica kako bi se tipografija mogla usporediti. Suvremene kombinacije boja prezentiraju određene žanrove, sinesteziju vizualnog i auditivnog. Ukupni dojam je jednostavan i racionalan, jasan i skladan. Rastrirane fotografije korištene u eksperimentalnom dijelu ovog rada nisu autorske, već su preuzete sa različitih izvora.

3.1. Odabir i razrada ideje

Ideja je prikazati spoj glazbe s dizajnom, pri tome dizajn svesti na minimalističke elemente koji će svojim karakteristikama pripadati određenom žanru. Radi se o seriji koncertnih plakata inspiriranih Swiss dizajnom. Tame Impala australijska je psihodelična pop-rock grupa koju predvodi multi instrumentalist Kevin Parker. Little Dragon švedska je grupa čiji je žanr kombinacija elektronike i trip-hopa. Trip-hop novi je naziv za stil hip-hopa "s psihodeličnim iskustvom". [36] Nadalje, Mount Kimbie čini elektronički duo iz Engleske, a njihova glazba spada u žanr art-pop. Posljedni plakat pripada Kaytranadi, kanadskom producentu hip-hop glazbe koji u proteklih nekoliko godina neiscrpno radi na novom, drugačijem i istančanom zvuku hip hopa, te surađuje sa sve više poznatih glazbenika. Moguće je zaključiti kako navedeni izvođači imaju barem jednu dodirnu točku, žanrovi im se u nekoj razini preklapaju. Analogno tome, svaki žanr moguće je prevesti bojom.



Slika 24. Kombinacija boja grafičkih elemenata (autorsko djelo)

Stoga psihodelični, “trip” žanrovi opisani su ružičastom bojom, pop žutom, hip-hop ljubičastom, “art” žanrovi koji eksperimentiraju zvukom tirkiznom bojom. Slika broj 24. prikazuje kombinaciju boja koja se koristi na plakatima nastala je po tom principu. Tame Impala ima grafičke elemente u gradijentu ružičaste i žute boje jer one zastupaju psihodelične i pop žanrove, potom Little Dragon ružičasto-ljubičaste, Mount Kimbie tirkizno-žute i Kaytranada tirkizno-ljubičaste. Podaci na plakatima izvučeni su sa postojećih, prvih verzija plakata koji su drugačije oblikovani i koji su prikazani u podpoglavljima podjele tipografije ovog završnog rada.

Tipografija je u skladu sa načelima Swiss dizajna, samo je iz novijeg doba. Koristi se Anderson Grotteks, neo-groteskno pismo koje je 2017. godine dizajnirao Stephen French. Pismo se sastoji od više rezova, a moguće ga je besplatno preuzeti na internetu za osobnu i komercijalnu upotrebu. [37] Te licence ne podržavaju ikakvo modificiranje pisma unutar programa za izradu digitalne tipografije, stoga se u radu Anderson Grotesk koristi isključivo onakvim kakvim je. Slika 25. prikazuje Helveticom zapisan pojam *typography*, ispod čega stoji ista riječ u Anderson Grotesku; u nijansama se razlikuje od Helvetice, primjerice u širini slova i zaobljenju. Slovo “O” i noga slova “R” oblija su kod Anderson Groteska.

TYPOGRAPHY

TYPOGRAPHY

Slika 25. Odnos Helvetica - Anderson Grotesk (autorsko djelo)

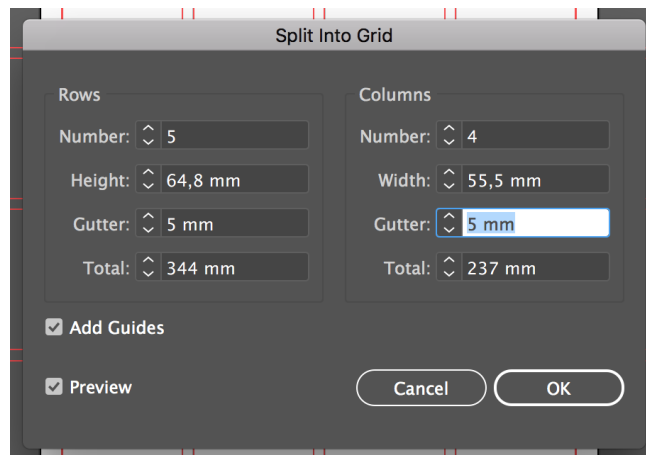
Ono što je također vidljivo iz gornje usporedbe triju pisama, a što posebice dolazi do izražaja u usporednom prikazu plakata rađenih s navedena dva pisma u nastavku ovog rada, jest i kerning. Helvetica odaje dojam najskladnije i mirnije dinamike, dok kod Anderson Groteska postoje situacije u kojima se doima da kerning nije doveden do tolike razine usklađenosti. Obzirom da se u ovom praktičnom primjeru radi o dizajnu glazbenih plakata suvremenih i pomalo ekscentričnih umjetnika, Anderson Grotesk, kao manje konvencionalni izbor pisma, definitivno bolje odgovara temperamentu i izričaju izvođača za koje se plakati dizajniraju.

Posljednji element plakata je fotografija, a koristila se u reklamnim plakatima Swiss dizajna. Fotografije izvođača preuzete su s interneta i obrađene u programu Adobe Photoshop kako bi se izvele jednobojno, jednotonski, s efektom rastera. U vrijeme konvencionalnih tehnika tiska fotografije su se trebale pripremiti za tisak što se vršilo rastriranjem, stoga je efekt rastera idealan način da se povuče paralela između tradicionalnog i suvremenog.

3.2. Proces izrade koncepta kroz programe i alate

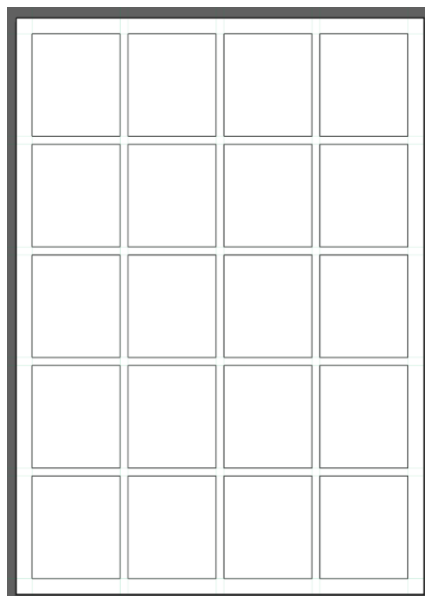
Idejna rješenja realizirana su u Adobe Illustratoru CC 2018, programu za vektorsku grafiku, i u Photoshopu za rastersku grafiku. Na formatu B4 papira (257x364 mm) prvo je postavljena mreža. Postoji više načina izrade mreže, u ovom slučaju izrađena je u nekoliko koraka. Prvo je iscrtan pravokutnik dimenzija formata papira. U izborniku *transform* sa širine i visine oduzeto je 20 mm, što odgovara manje 10 mm sa svake strane

lista. Pravokutnik novih dimenzija centriran je u sredinu dokumenta. Nakon klika na *object* u navigacijskoj traci potrebno je odabrati *path*, a pod time i naredbu *Split Into Grid*. Slika broj 26. prikazuje prozorčić naredbe *Split Into Grid* unutar koje se definiraju vrijednosti varijabli (broj stupaca, redaka, njihova visina ili širina, *gutter*).



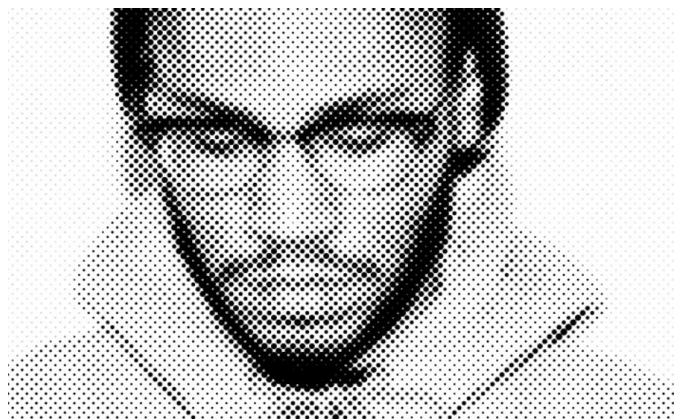
Slika 26. Naredba *split into grid* (autorsko djelo)

Nakon što je postavljen broj redova, stupaca i međusobnog razmaka, dobiva se matematički proporcionalna mreža, koju prikazuje Slika broj 27. Unutar mreže postoji bezbroj mogućnosti i načina slaganja elemenata. Mreža u ovoj seriji plakata je konstanta, ali se raspored elemenata mijenja.

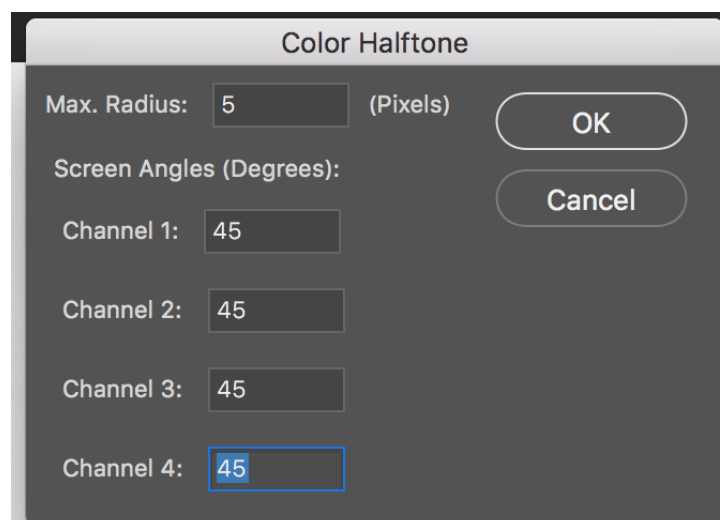


Slika 27. Izgled mreže (autorsko djelo)

Paralelno, u Photoshopu je potrebno pripremiti fotografije. Svaka fotografija prvo je pretvorena u crno bijelu fotografiju naredbama *Image – Adjustment – Desaturate*. Povećan im je kontrast i bjelina kako bi nastale jasnije konture. Zatim uz pomoć *Color Halftone* filtera fotografija dobiva efekt rastriranja. Slika broj 28. prikazuje detalj efekta na fotografiji Kaytranade. Raster-efekt ovisi o veličini polumjera i kutovima pod kojima se rastrira određena CMYK boja. Slika broj 29. prikazuje izgled prozorčića *Color Halftone* i vrijednosti koje su korištene za ovaj rad; u ovom slučaju maksimalni polumjer rastera iznosi 5 piksela, a CMYK kanali ili kut rastriranja svakog kanala iznosi 45 stupnjeva.

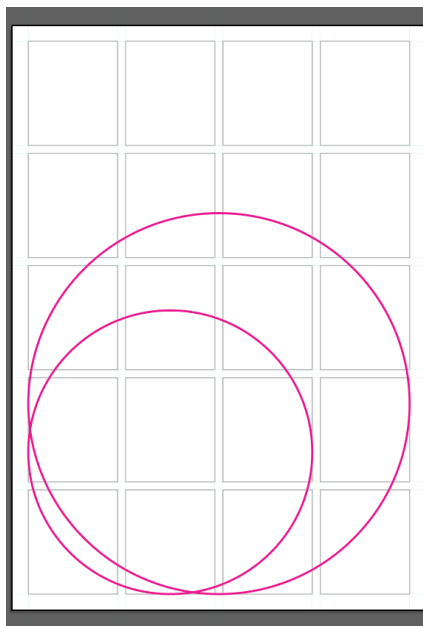


Slika 28. Detalj raster-efetka (izvor originalne fotografije: <https://prvnce.com/2015/10/03/kaytranada-eight-new-tracks/>)

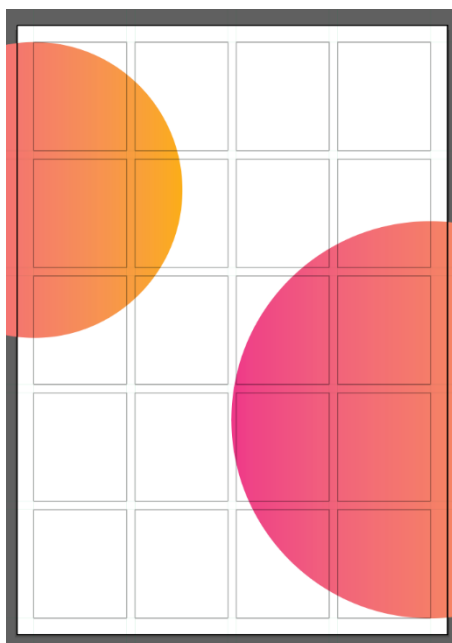


Slika 29. Izgled i vrijednosti Color Halftone filtera (*screenshot* postupka)

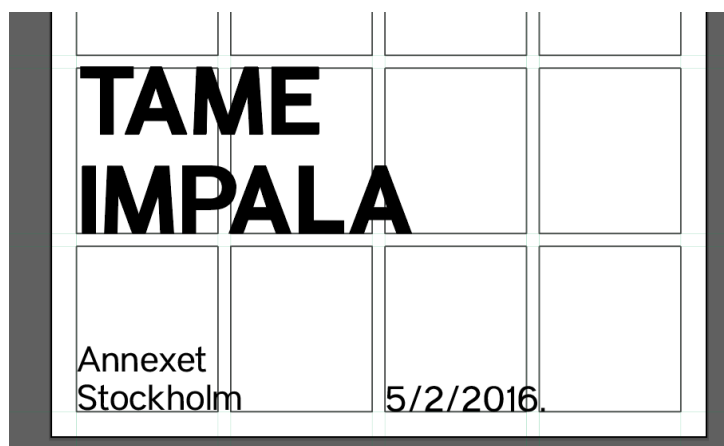
Nakon što su fotografije spremne, elementi se mogu “slagati” unutar okvira mreže u programu Adobe Illustrator. Geometrijske oblike čine krugovi, koji predstavljaju srž principa Swiss dizajna, u različitim *blending modovima*. Blending modovi opisuju odnos između dva *layera*, sloja u digitalnom editiranju, odnosno način na koji se međusobno miješaju. Veličina krugova definirana je mrežom, tj. svaki je krug rađen unutar horizontalnih i vertikalnih linija mreže. Slika broj 30. prikazuje dvije kružnice koje se koriste kod plakata grupe Tame Impala; jedna se rasprostire kroz širinu tri stupca, a veća kroz četiri. Slika broj 31. prikazuje kako su razmještene kružnice unutar mreže; manja kružnica poravnata je s prvom horizontalnom linijom, tako da joj središte leži na prvoj vertikalnoj liniji, a veća kružnica je smještena s desne strane, gdje joj središte leži na zadnjoj vertikalnoj liniji. Potom se postavlja ime grupe, datum i mjesto koncerta - tekstualni elementi. Na Slici broj 32. vidi se raspored tekstualnih elemenata; ime grupe prolazi kroz jedan (četvrti) red plakata, dok ostala dva elementa stoje zasebno pri dnu. U svim plakatima iz serije tekstovi su poravnati ulijevo.



Slika 30. Definiranje veličine krugova (kružnice) unutar mreže (*screenshot* postupka)

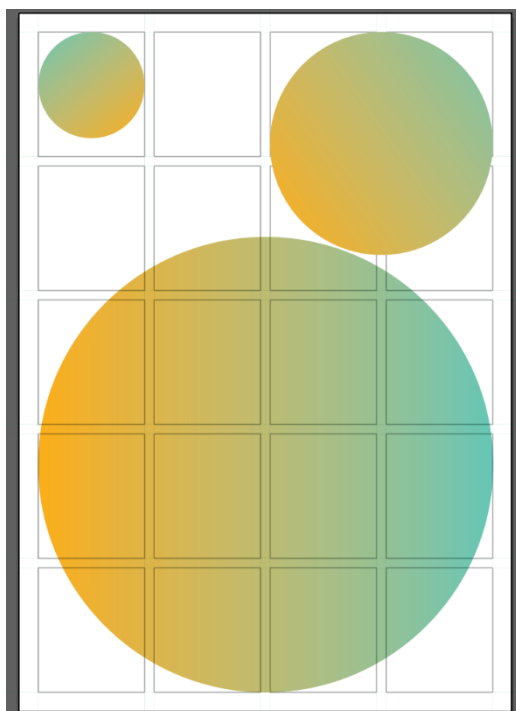


Slika 31. Razmještaj kružnica unutar mreže (*screenshot* postupka)



Slika 32. Raspored tekstualnih elemenata kod plakata grupe Tame Impala
(*screenshot* postupka)

U principu, svaki je plakat složen tom analogijom. Primjerice, kod plakata za Mount Kimbie upotrebljavaju se tri kruga različitih veličina. Slika broj 33. Prikazuje veličine tih krugova unutar mreže i s odgovarajućim *blending* modovima; jedan je širine jednog stupca, promjer drugog kruga u gornjem desnom kutu odgovara širini dva stupca, dok najveći krug ima promjer širine sva četiri stupca.



Slika 33. Definirane veličine krugova za plakat dvojca Mount Kimbie
(*screenshot* postupka)

3.3. Presentacija rješenja

U ovom poglavlju prikazat će se serija plakata koja je nastala iz prethodno opisanih koraka. Kroz plakate vlada harmonija, osjeća se pripadnost istoj skupini. Kontrast je postignut različitim veličinama pisma, te između bijelih površina koje čine fotografije i crnih površina koju čini pozadina. Ritam je stvoren pozicioniranjem kružnica i tekstualnih elemenata, poravnatih ulijevo. Prvi plakat iz serije prikazan je Slikom broj 34., za grupu Tame Impala, kojeg karakteriziraju dvije kružnice ružičasto-žutih gradijenata. Potom, Slika broj 35. prikazuje drugi rad iz serije, plakat za elektronički duo Mount Kimbie, čije su karakteristične boje tirkizna i žuta.



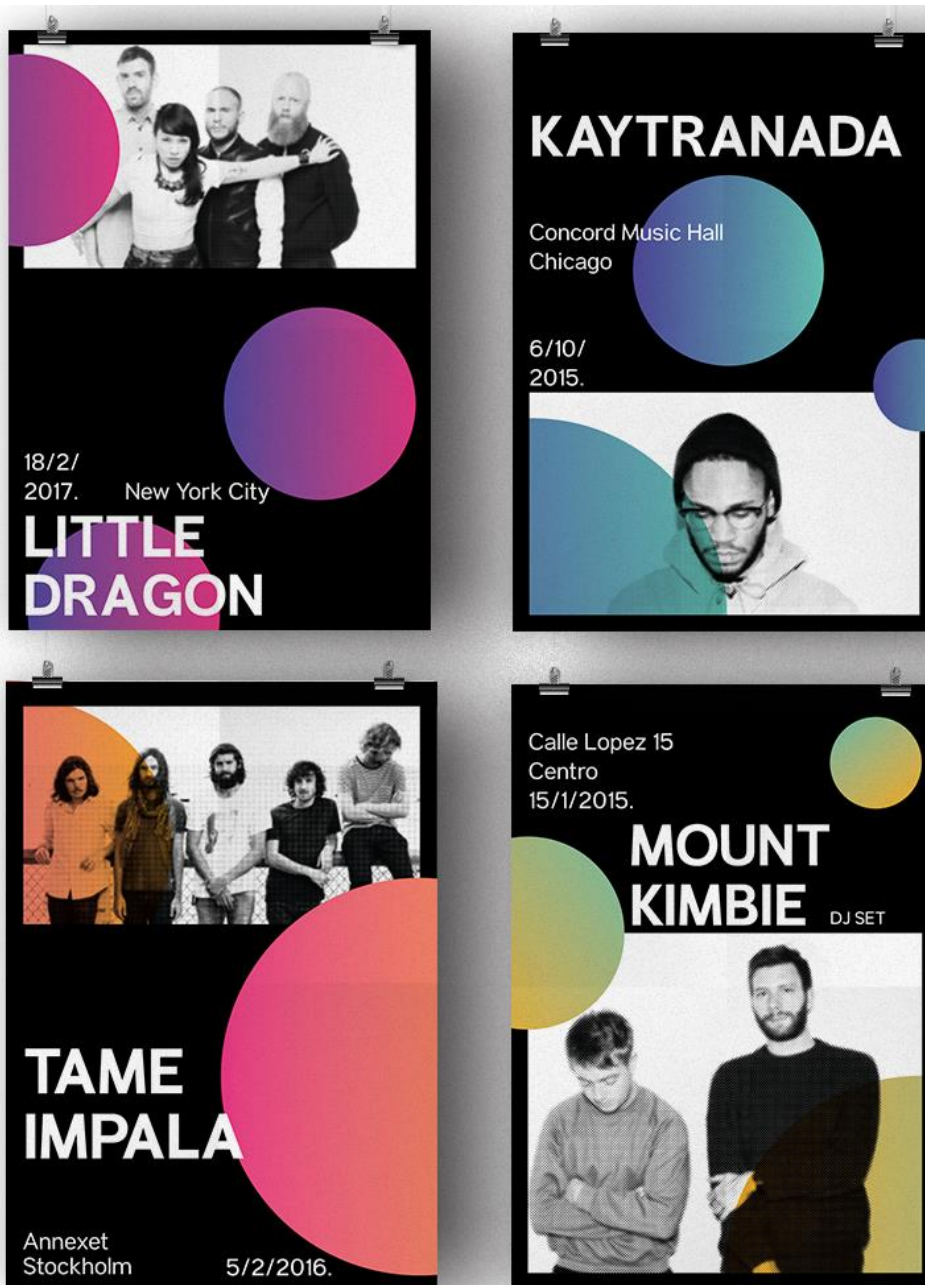
Slika 34. Plakat Tame Impala iz serije (izvor originalne fotografije: <https://hypebeast.com/2018/7/kevin-parker-tame-impala-new-album>)



Slika 35. Plakat Mount Kimbie iz serije (izvor originalne fotografije:
<http://houseoflords.xyz/mount-kimbie-delta/>)

Cijela serija plakata prikazana je Slikom broj 36., u kojima se uočavaju karakteristike Swiss dizajna, iako su upotrijebljene u suvremenom, novom kontekstu.

Naime, kako je u ovome radu cilj prikazati utjecaje Swiss dizajna i njegove prilagodbe današnjici, odnosno usporediti Swiss dizajn “nekad i sad”, napravljen je verzija plakata s Helveticom kao izborom pisma. Na Slici broj 37. prikazana je verzija plakata Little Dragon grupe za koje je karakterističan ružičasto-ljubičasti gradijent, s tekstualnim elementima u Helvetici.



Slika 36. Serija plakata (autorsko djelo)



Slika 37. Uporaba Helvetice u verziji plakata Little Dragon (izvor originalne fotografije: <http://dancemusicnw.com/upstream-fest-2nd-main-stage-artists-little-dragon-superduperkyle/>)

4. Rezultat i rasprava

Seriya plakata koja je dobivena koristeći pojedine zakonitosti Swiss dizajna, u općem smislu, kombinirano odaje dojam modernog i tradicionalnog. Dvodimenzionalna grafika i korištenje dvotonskih gradijenata obilježje su koje vežemo uz suvremeni grafički dizajn i minimalizam, dok odabrana bezserifna tipografija, iako također minimalistička, dobro funkcionira s pedesetak godina starim trendovima grafičkog dizajna. Grafički elementi koji također doprinose “retro” dojmu ove serije plakata su izraženi raster-efekt, korišten kod obrade fotografije, te sama crno-bijela fotografija.

Prilikom izrade praktičnog dijela ovog rada i dizajna serije glazbenih plakata, posebna je pozornost usmjerena na centralnu temu ovog rada - tipografiju. Prilikom izbora tipografije, koja je u svakom slučaju trebala odgovarati principima i konceptu Swiss dizajna, postojalo je nekoliko opcija koje bi zadovoljile kriterije. Radi lakše usporedbe mogućih rješenja, opcije koje su ušle u obzir mogle bi se podijeliti na: konvencionalne (više “tradicionalne” i češće zastupljene u ovoj sferi grafičkog dizajna) i nekonvencionalne (više modernističke) opcije.

Konvencionalna opcija uključivala je korištenje određenog bezserifnog pisma koje je vrlo često korišteno u ovom stilu, stoga je uzeta Helvetica, predstavica ove opcije. To je pismo samo po sebi možda i najsigurnija opcija, u smislu kompozicije, čitkosti i ostalih obilježja. Prema tome, Helvetica definitivno može biti korištena kao naslovna tipografija nekog plakata izvedenog u stilu Swiss dizajna. Međutim, ovdje je ipak riječ o glazbenim plakatima umjetnika koji na razne načine, pa tako i vizualnom komunikacijom, pokušavaju biti drukčiji te se izdvojiti iz mase prosjeka i predvidivih trendova. Između ostalog iz tog razloga je Helvetica bila ipak manje poželjno rješenje.

S druge strane, kao manje konvencionalna opcija, odabrano je neo-grotesk *sans serif* pismo iz 2017., po uzoru na Helveticu. Ono se po svojoj konstrukciji i strukturi vrlo malo razlikuje od prvog izbora, ali ipak ima određenih odmak u odnosu na neosporiv sklad i ritam Helveticice. Riječ je o Anderson Grotesku. Ovo je pismo u potpunosti moguće aplicirati u stil Swiss dizajna, no po pojedinim karakteristikama poput manje pravilnog i skladnog kerninga stvara odmak od tradicionalnog i očekivanog. Slika broj 38. daje uvid

u te blage nepravilnosti; iznad isprekidane ružičaste linije prikazuje se detalj plakata na kojemu se koristi Anderson Grotesk, a ispod Helvetica.



Slika 38. Usporedba Anderson Grotesk - Helvetica na plakatu (autorsko djelo)

Kod Anderson Groteska vidljiv je nepravilan kerning između kose crte i broja 2 u datumu, te između slova A-G;G-O. Slovo G se u usporedbi sa slovom G u Helvetici čini optički manjim. Iako je kerning neskladan i djelomice vizualno odvaja riječi, upravo je taj odmak detalj koji bi i predmetnim umjetnicima (glazbenicima), u vizualnom smislu, pomogao da realiziraju svoj identitet.

5. Zaključak

Nevjerojatna je pomisao kako cijeli svijet poznaje jedan font - Helveticu. Njena prisutnost već više od 50 godina sasvim je jasna i opravdiva. Swiss dizajneri htjeli su postići jasan, funkcionalan, minimalistički dizajn, a Max Miedinger i Eduard Hoffman upravo su to postigli s Helveticom. Danas ima zaista široku primjenu u svim sferama grafičkog dizajna, bilo da se radi o ambalaži, časopisima, vizualnim identiteta, webu, plakatima itd. Osim toga, Swiss dizajn je potaknuo razvoj mreže i njeno korištenje koje se osjeti u modernom dobu. Suvremeni umjetnici i dizajneri koriste se mrežom kao alatom kojim postižu racionalna (“empirijska”), objektivna i skladna djela. Mnogobrojna groteskna (odnosno neo-groteskna) pisma koja su nastala posljednjih godina ukazuju na interes i težnju prema Helvetici. Iako zahtjevaju još dorađivanja, oblikovanja, rada sa kerningom i drugo, što je dokazano kroz eksperimentalni dio, to ne znači da nisu utjelovili Swiss duh. Naprotiv, genijalne ideje i pravila koja su nastala 50-ih godina prošlog stoljeća i dalje se razvijaju, inspiriraju dizajnere i umjetnike diljem svijeta, te nas konstantno dovode do novih, posebnih rješenja.

6. Literatura

- [1] *** <https://99designs.com/blog/design-history-movements/swiss-design/>, What exactly is Swiss Design, anyway? 13.9.2018.
- [2] *** <https://en.wikipedia.org/wiki/Helvetica> Helvetica, 25.8.2017
- [3] *** http://www.designhistory.org/Poster_pages/SwissPoster.html, Swiss Poster 25.8.2017.
- [4] Nedeljković U., Puškarević I., Banjanin B. (2015). Pismo i tipografija praktikum, FTN Izdavaštvo, Novi Sad
- [5] Tomiša M, Vusić D., Milković M. (2013). Utjecaj povijesnog razvoja tipografije na suvremenu klasifikaciju pisama, izvorni znanstveni članak dostupan na *** <https://hrcak.srce.hr/109802>, 5.9.2018.
- [6] Williams J. (2012) Type matters!, Marrel, London
- [7] Ruegg R. (1989), Typografische Grundlagen/Basic Typography, Van Nostrand Reinhold
- [8] ***<http://www.ziljak.hr/vilko/predavanja/tipografija1/Tipografski%20rjecnik1.htm>, Tipografski rječnik, 13.9.2018.
- [9] Roberts R. (1966) Typographic Design, Ernest Benn Limited, London
- [10] *** <https://www.fonts.com/content/learning/fontology/level-1/type-anatomy/text-v-display>, Text v. Display 13.9.2018.
- [11] *** <https://www.dafont.com/themes.php>, Themes 13.9.2018.

- [12] *** <https://liahperez.com/2014/05/15/typography-through-the-ages/>,
Typography through the ages, 3.8.2018.
- [13] ***<https://en.wikipedia.org/wiki/Sans-serif>, Sans-Serif, 3.8.2018.
- [14] Gelderman M., A short introduction to font characteristics (2016), dostupno na ***
<http://www.ntg.nl/maps/22/16.pdf>, 5.9.2018.
- [15] *** <https://www.fonts.com/content/learning/fontology/level-1/type-anatomy/type-classifications>, Type Classifications 13.9.2018.
- [16] Nastavni tekst „Tipografija klasifikacija“ (2017), dostupno na *** <http://app.eva-sms.com/claroline/>, 3.9.2018.
- [17] *** <https://www.linotype.com/2210/script-fonts.html>, Script fonts 13.9.2018.
- [18] *** <https://allimacblog.wordpress.com/2016/11/27/the-bauhaus-de-stijl-and-the-swiss-movements/>, Facts about The Bauhaus, De Stijl and the Swiss movements.
13.9.2018.
- [19] *** <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/graphic-designer-muller-brockmann-swiss-style>, Josef Muller-Brockmann “swiss style”, 4.9.2018.
- [20] *** <http://www.designishistory.com/1940/armin-hofmann>, Armin Hofmann,
13.9.2018.
- [21] *** <https://medium.com/subform/are-grid-systems-still-relevant-in-digital-407beb4128c1>, Are grid systems still relevant in digital product design?, 13.9.2018.
- [22] Massimo Vignelli u dokumentarnom filmu Helvetica (2007), redatelj Gary Hustwit

- [23] ***<https://www.linotype.com/fr/267/univers.html>, Univers, 23.8.2017.
- [24] *** <https://visualartsdepartment.wordpress.com/swiss/>, Swiss, 13.9.2018.
- [25] *** <https://en.wikipedia.org/wiki/Helvetica> Helvetica, 25.8.2017
- [26] *** <https://www.fonts.com/font/linotype/helvetica/story>, Helvetica, 25.8.2017.
- [27] *** <https://www.smashingmagazine.com/2009/07/lessons-from-swiss-style-graphic-design>, Lessons from Swiss Style graphic design, 15.8.2018.
- [28] *** <https://www.lars-mueller-publishers.com/neue-grafiknew-graphic-design> graphisme-actuel-1958-%E2%80%93-1965, New Graphic Design 13.9.2018.
- [29] ***www.designishistory.com/home/swiss/, Swiss, 4.9.2018.
- [30] ***<https://www.internationalposter.com/product/funftes-junifest-konzert-der-tonhalle-gesellschaft-zurich/>, 4.9.2018.
- [31] ***<https://www.internationalposter.com/product/jazz-festival-willisau-87>, 4.9.2018.
- [32] ***<https://www.internationalposter.com/search/?categories=acb5e07f-088f-4fb8-a310-4132e18ac5d7>, 4.9.2018.
- [33] ***<https://www.swissted.com/pages/about-us>, 4.9.2018.
- [34] ***<https://trendland.com/modernist-swiss-style-posters-by-quim-marin/>, Modernist Swiss style posters by Quim Marin, 4.9.2018.
- [35] ***<https://www.behance.net/gallery/42731229/Zugasti-Records>, 5.9.2018.

[36] ***https://hr.wikipedia.org/wiki/Trip_hop, 2.9.2017.

[37] ***<https://befonts.com/anderson-grotesk-font-family.html>, 12.9.2018.

7. Popis slika

Slika 1

[https://www.lifewire.com/thmb/XVsp6nxj0a8_xWfCfYj4nY024t8=/768x0/filters:no_upscale\(\):max_bytes\(150000\):strip_icc\(\)/1280px-Helvetica_Neue_typeface_weights.svg-59e125b922fa3a00108e436f.png](https://www.lifewire.com/thmb/XVsp6nxj0a8_xWfCfYj4nY024t8=/768x0/filters:no_upscale():max_bytes(150000):strip_icc()/1280px-Helvetica_Neue_typeface_weights.svg-59e125b922fa3a00108e436f.png)

Slika 2. Kerning, razmak između dva susjedna slova

Slika 3. Prikaz razmaka između slova u riječi

Slika 4. Prikaz anatomije tipografije

Slika 5. <https://i.pinimg.com/564x/60/1d/ca/601dcdf39f3ac7d5d22651eaaecad2e3.jpg>

Slika 6. https://cdn-images-1.medium.com/max/2000/1*TvHkhEK-sIO1xuGuItZ7-A.jpeg

Slika 7. [https://cdn-images-](https://cdn-images-1.medium.com/max/1600/1*zvCXWkAkL_d6h8kDzjwFXQ.jpeg)

[1.medium.com/max/1600/1*zvCXWkAkL_d6h8kDzjwFXQ.jpeg](https://cdn-images-1.medium.com/max/1600/1*zvCXWkAkL_d6h8kDzjwFXQ.jpeg)

Slika 8. <https://www.residentadvisor.net/images/events/flyer/2018/2/mx-0215-1064709-front.jpg>

Slika 9. Razlika u otvoru odnos Akzidenz Grotesk - Helvetica

Slika 10. <https://www.residentadvisor.net/images/events/flyer/2016/10/us-1006-883542-front.jpg>

Slika 11.

<https://i.pinimg.com/originals/3a/21/c2/3a21c2c0471c404e3b91f1d138b9cd52.jpg>

Slika 12 <https://image.invaluable.com/housePhotos/Swann/24/318824/H0132-L28106898.jpg>

Slika 13. [http://2.bp.blogspot.com/-](http://2.bp.blogspot.com/-QojVPUoM7pg/UIo5EtknTxI/AAAAAAAAACcw/6lJulXR6SBQ/s400/4.%2BZurich%2BTonhalle.%2Bmusica%2Bviva.%2BConcert%2Bposter%252C%2B1958.jpg)

[QojVPUoM7pg/UIo5EtknTxI/AAAAAAAAACcw/6lJulXR6SBQ/s400/4.%2BZurich%2BTonhalle.%2Bmusica%2Bviva.%2BConcert%2Bposter%252C%2B1958.jpg](http://2.bp.blogspot.com/-QojVPUoM7pg/UIo5EtknTxI/AAAAAAAAACcw/6lJulXR6SBQ/s400/4.%2BZurich%2BTonhalle.%2Bmusica%2Bviva.%2BConcert%2Bposter%252C%2B1958.jpg)

Slika 14. http://image.linotype.com/cms/univers_545_01_d13347i60.gif

Slika 15. Mali otvori kao karakteristika Helveticice

Slika 16. http://www.designishistory.com/files/gimings/49_swiss02.jpg

Slika 17. <https://www.internationalposter.com/media/53112/swl23841.jpg>

Slika 18. <https://www.internationalposter.com/media/52663/swl06905.jpg>

Slika 19. <https://www.internationalposter.com/media/52866/swl12325.jpg>

Slika 20. <https://www.internationalposter.com/media/53166/sw125439.jpg>

Slika 21.

https://cdn.shopify.com/s/files/1/0140/7312/products/smiths_2_1024x1024.gif?v=1384796633

Slika 22. <https://i0.wp.com/trendland.com/wp-content/uploads/2015/11/quim-marin-modernist-music-posters-13.jpg?w=1200&ssl=1>

Slika 23. <https://mir-s3-cdn->

cf.behance.net/project_modules/max_3840/20018a42731229.57d607e2adf3a.png

Slika 24. Kombinacija boja grafičkih elemenata

Slika 25. Odnos Helvetica – Anderson Grotesk

Slika 26. Naredba split into grid

Slika 27. Izgled mreže

Slika 28. Detalj raster-efetka (izvor originalne fotografije:

<https://prvnce.files.wordpress.com/2015/10/kaytranada.jpg?w=1024&h=680>)

Slika 29. Izgled i vrijednosti Color Halftone filtera

Slika 30. Definiranje veličine krugova (kružnice) unutar mreže

Slika 31. Razmještaj kružnica unutar mreže

Slika 32. Raspored tekstualnih elemenata kod plakata grupe Tame Impala

Slika 33. Definirane veličine krugova za plakat dvojca Mount Kimbie

Slika 34. Plakat Tame Impala iz serije (izvor originalne fotografije: <https://image-cdn.hypb.st/https%3A%2F%2Fhypebeast.com%2Fimage%2F2018%2F07%2Fkevin-parker-tame-impala-new-album-0.jpg?q=90&w=1400&cbr=1&fit=max>)

Slika 35. Plakat Mount Kimbie iz serije (izvor originalne fotografije: <http://houseoflords.xyz/wp-content/uploads/2017/08/Mount-Kimbie.png>)

Slika 36. Serija plakata

Slika 37. Uporaba Helveticice u verziji plakata Little Dragon (izvor originalne fotografije: <http://dancemusicnw.com/wp-content/uploads/2018/02/little-dragon-band-image-e1519758508415.jpg>)

Slika 38. Usporedba Anderson Grotesk - Helvetica na plakatu