

Naravoslovnotehniška fakulteta
Oddelek za tekstilstvo
Grafična tehnologija

Tipografija v digitalnih medijih

**KAJ JE MODERNIZEM:
SAMO UPORABA LINEARNIH ČRK
ALI KAJ VEČ
(evropsko področje)**

Mentorica:
doc. dr. Klementina Možina

Avtorica: Nataša Ahačič

Ljubljana, 2006

UVOD	2
1 MODERNIZEM	3
<i>Ekspresionizem</i>	<i>3</i>
<i>Sachplakat</i>	<i>4</i>
<i>Dadaizem</i>	<i>5</i>
<i>Avantgarda</i>	<i>7</i>
<i>Futurizem (Italija)</i>	<i>7</i>
<i>Konstruktivizem (Rusija)</i>	<i>8</i>
<i>De Stijl</i>	<i>10</i>
2 KOMERCIALNI MODERNIZEM	11
<i>Francija</i>	<i>11</i>
<i>Nemčija</i>	<i>13</i>
<i>Španija</i>	<i>15</i>
<i>Italija</i>	<i>16</i>
<i>Nizozemska</i>	<i>17</i>
ZAKLJUČEK	18
LITERATURA	19
SEZNAM SLIK	20

UVOD

Modernizem se pojavi v začetku 20. stoletja. V tem obdobju se zgodi mnogo premikov in sprememb na vseh področjih (industrija, kultura, politika). Vse te spremembe pa močno so močno vplivale tudi na ostala kulturna področja, kot so npr.: umetnost in tipografija.

Tako kot v poeziji in prozi, so se tudi v tipografiji pogledi na estetiko črke in njeno funkcionalnost tekom časa stalno spreminjali.

Na samem začetku so uporabljali le renesančno pisavo, z oblikovanjem novih črk pa se niso ukvarjali. Te so združevali z različnimi elementi in tehnikami (kolaž, fotomontaža). Nekateri tipografski izdelki so bili le v črno-beli verziji, drugi so bili polni barv. Pomen besed ali črk znotraj konteksta je bil v različnih obdobjih in državah različen. Ponekod je imela večji pomen informativnost besed, drugod je bila bolj pomembna efektivnost videza.

Nekatera gibanja se kasneje niso več zadovoljila le s pisavami in so oblikovali take, ki so izražale njihovo prepričanje. Pisave so ponekod poudarili še za barvami, ali pa različnimi velikostmi črk, da je bil efekt sporočila večji.

Vsekakor pa je bila črka v času modernizma inštrument komunikacije, ki mora s svojo precizno obliko predstaviti določeno informacijo. Uporaba tipografije in pisave je tako postajala pomemben atribut komuniciranja.

Komercialen modernizem se je pričel v Parizu od koder je preplaval vso Evropo. Razširil se je celo v ZDA. Dizajni so se med različnimi narodi razlikovali, saj se je čutil vpliv predvsem tistih gibanj, ki so v določeni državi bili prisotni.

1 MODERNIZEM

Ob začetku novega stoletja je grafično oblikovanje doživelo premike, predvsem v obliki in praksi. Napredki v tehnologiji so vodili do sprememb pri metodah, ki so bile usmerjene v masovno komunikacijo. Amerika in Evropa sta postali bolj potrošniško usmerjeni, oglaševanje pa je postalo pomembna kulturna sila. Že takrat je bil tisk (revije, časopisi, ipd.) močno usmerjen v masovno komunikacijo in so vložili kar precej truda, da bi izboljšali sam medij. Tako je bil napredek v oblikovanju, proizvodnji in porazdelitvi vrste pisav velikega pomena. Z naraščanjem prometa v mestnih ulicah se je povečalo tudi število možnih lokacij za oglaševanje. Združitev črke in slike je bila neprecenljivo orodje za njihov uspeh. Več lokacij je pomenilo tudi naraščanje števila sporočil in boljšo borbo za pozornost javnosti.

Bistvo oglaševanja je bilo poenostavljanje, razjasnitev in prepoznavnost. Najbolj popularna metoda pri razširjanju novega sloga je bil t.i. *Sachplakat* ali »*plakat predmetov*«, ki je nastal v Nemčiji leta 1906. Znan je bil po pustih slikah in odebeljenih blok črkah. Blok črka, ki je bila oblikovana v tistem obdobju, je izhajala iz gotske pisave (*old Gothic*) in rokopisne pisave. Umetnost je imela zelo močen vpliv na oblikovanje črk in njihovo podobo. Nemški ekspresionizem in dadizem sta redefinirala funkcijo tipografije.

Ekspresionizem

Nemški ekspresionizem se je pojavil leta 1905 in je pomenil gibanje uporniških slikarjev, ki so zavračali akademske kritike. Formirali sta se dve ekspresionistični skupini: leta 1905 *Die brücke* in leta 1911 *Der blaue Reiter*. Prvi so se zanimali za figuracijo in slednji za abstrakcijo. Barve francoskih slikarjev – *fauvistov* so močno vplivale na obe skupini. Produkt njihovega kolektivnega radikalizma je bil jezik, ki je temeljil na primitivni ikonografiji. Ta je vključevala tudi afriške toteme in maske. Lesorez je bil njihov medij, s katerim so izražali skrita čustva. Deformacija figure je povišala stopnjo izražanja. Med prvo svetovno vojno in po njej se je ekspresionizem vmešal v politiko. S svojimi metafizičnim pristopom ustvarjanja je nasprotoval konvencionalnim pogledom na svet in umetnost. Svojim lesorezom pa so vključili tudi črke, kar je dalo podobam in njihovi sporočilnosti še večjo moč.

Ekspresionisti se niso lotili oblikovanja črk v komercialne namene, so pa močno vplivali na ostale vrste pisav, ki so sledile, ko se je gibanje ekspresionistov že končalo.



Slika 1: E. L. Kirchner: Ovitek kataloga, 1919

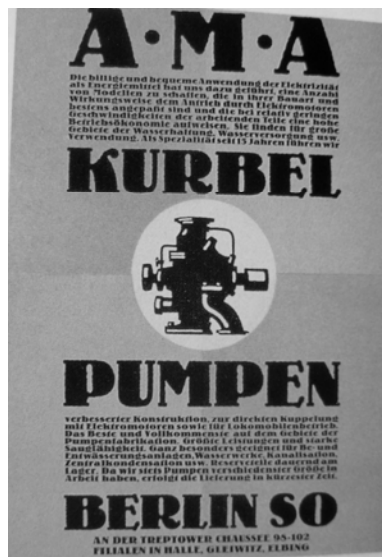
Sachplakat (plakat predmetov)

Sachplakat (plakat predmetov)

Je popolnoma nemška iznajdba. Nastal je kot reakcija na pretiravanja Art Nouveau. Ta žanr minimalističnih plakatov je nastal pod okriljem Luciana Bernharda kot način oglaševanja produktov. Za *Sachplakat* je značilno, da je vseboval minimalno število sporočilnih elementov. Ponavadi je bila to slika produkta, logo ali blagovna znamka in odebeljene linije črke (pogosto tudi ročno zapisane velike tiskane črke). To metodo so prakticirali tudi oblikovalci pri berlinskem plakatu (*Berliner plakat*), ki so spodbujali razvoj originale in kopije verzij velikih tiskanih črk. Mlademu Bernhardu sicer sprva tak način ni bil preveč všeč, ko pa so sestavili njegove značilne črke v pisavo, je tudi sam vstopil v posel. Mnoge podobe črk je imenoval po sebi. Takega pristopa se je posluževal tudi Louis Oppenheim. Svoje originalne črke je želel zaščititi z oblikovanjem lastne pisave. Pisavi Bernhard, Oppenheim in ostale niso bile značilno moderne. Čeprav so bile nekatere brez serifov, so se druge zgledovale po gotški pisavi in romanskemu rokopisu. Tipična pisava, značilna za *Sachplakat*, je bila odebeljena (bold) in razširjena. Vsebovala pa je tudi majhne obilne serife.



Slika 2: O. W. Hadank: plakat, 1920



Slika 3: Neznani avtor: oglaš, 1910

Dadaizem

Dadaizem obdobje se je začelo leta 1917 v Švici. Dadaizem je pomenilo novo gibanje izseljenih pisateljev in umetnikov, ki so zapustili svoje domovine z namenom, da bi protestirali vojni in vsem, ki jo spodbujajo. V primerjavi z ekspresionizmom je veljalo to gibanje še za bolj krvavega.

Začetki Dadaizma segajo že nekaj let nazaj. Leta 1913 je nek ruski umetnik, Kasimir Malevich uvedel supermatizem in odstranil vse pripovedne simbole iz umetniških slik.

Pod vplivom še enega uporniškega gibanja – futurizma, ki ga je začel F.T. Marinetti leta 1909, je bil dadaizem predhodnik tipografskega razdora, ki je sledil. To predhodno obdobje je povezovalo umetnost (oz. neumetnost) in obdobje t.i. Novo tipografije, ki je sledila v letu 1920.

Dadaizem je pomenila vstajo proti svetu, ki je bil sposoben nepopisne groze. Zavračanje meščanske umetnosti (in s tem tudi konvencionalne tipografije) je bil napad na odvratne socialne in kulturne vrednote, ter hkrati na umetniške stile in manierizem (izumetničenost), ki sta simbolizirala te vrednote.

Dadaizem se je razširila iz Švice v Nemčijo in nato v New York. Med mnogimi metodami vizualnega izražanja, so dadaisti svoje poglede širili tudi preko raznih publikacij, na katere so pisali naslove, kot so: Dadaizem, Revolucija in Nova mladina. V glavnem je bila Dadaizem velika sovražnica meščanskega okusa.

S tipografskega vidika, je to obdobje za črke pomenilo en velik kaos in anarhijo.

V Dadaizmu so se besede »red« močno izogibali. Oblikovalci teksta niso upoštevali nobenih pravil glede postavitve teksta, velikosti formatov in črk. Črke so bile brez nekega pravega reda razkropljene po listu papirja. V eni sami kompoziciji so uporabili pisave iz različnih družin pisave in črke različnih velikosti. Večinoma so besede in številke neharmonično tavale po listu papirja. Včasih se je v ozadju znašla tudi kakšna slika. Predvsem so bile strani papirja nasičene z tekstom, posameznimi besedami in številkami, ki so se vrtele v vse smeri. Besede niso imele posebnega pomena, medtem, ko so naslovi – Dadaizem, Revolucija in podobne močne besede, značilne za gibanje, močno izstopale iz lista papirja. Bistvo vsega je bilo prikazati kaos v družbi.

Obstajal pa je še en način, s katerim so dadaisti izražali svoje poglede na svet. To je bilo oblikovanje kolaža. Črke so izrezovali iz časopisov in jih premešali, tako da so dobili željene pomene besed. Te pa so nalepili na posebne liste. Črke so izražale razpoloženje, simulirale zvok in prikazoval resnično sliko predstavljenih idej.

Namen dadistov ni bil oblikovati novo vrsto pisave, temveč z grafičnim oblikovanjem izražati revolucionaren duh.



Slika 4: Raoul Hausmann: Platnica revije, 1919

Avantgarda

Po prvi svetovni vojni je predvsem na področju arhitekture, fotografije in tipografije prišlo do mnogih premikov. Meščanstvo se je glede eksperimentalne umetnosti omehčalo.

Modernizem, ki je vključeval družino že neodvisnih skupin evropskih kulturnih gibanj in šol, je predlagal združitev umetnosti in oblikovanja, ki naj bi predstavljala izboljšanje in človeštvo. Za elito umetnost ni veljala kot razvedrilo, temveč bolj kot produkt koristljivosti, namenjen masi. Umetniki so poudarjali vse poglede na svet, še posebno grafični dizajn in oglaševanje, katera sta bila omejena z arhaičnimi pravili in tehnologijo. Črka, ki je postala oboje, simbol in orodje za preoblikovanje, je bila prvi indikator pri širjenju »novega duha«.

Prvi poskusi se začnejo leta 1909, ko je F. T. Marinetti oblikoval prvega od mnogih tipografskih manifestov, ki ga je imenoval »besede svobode«. Od leta 1913 do leta 1916 je Guillaume Apollinaire napisal in oblikoval prvo konkretno pesem z naslovom *Calligrames*.

Vse to je navdahnilo ponovno revolucijo tipografije, ki se ja pojavila v Rusiji, Nemčiji, Holandiji, Italiji in Vzhodni Evropi. Njeno bistvo pa je bilo zavračanje okraševanja. Jan Tschichold je nekje zapisal, da naj bi t.i. Nova tipografija pomenila zamenjavo starodavne in zastarele črke zamenjale asimetrična ureditev črk brez serifov, ter mešanje črk in fotomontaža. Za novo tipografijo je bila bistvena čitljivost in berljivost.

Črke so bile v asimetričnem odnosu z linijami, puščicami, barvnimi pikami in v nasprotujočih se vertikalnih smereh. Drugače, kot je bilo v pretekli praksi tipografije, je bila avantgardna moderna črkovna razporeditev pod vplivom abstraktnega slikanja.

Futurizem (Italija)

F. T. Marinetti je videl v svobodnem verzu idealen model, s katerim bi lahko predstavil idejo o individualni svobodi zoper socialni hierarhiji in slavo intuiciji, kot ključ do kreativnega izražanja. V ta namen je leta 1909 izdal prvi futuristični manifest, v katerem je pozdravljal vse futuristične pisatelje in pesnike k uporabi svobodnih verzov, ter upodabljanju slik in zvokov v gibanju. Futuristično gibanje ni opustilo slikanja. Nasprotno so umetniki na svojih platnih povečevali hitrost in tipografske kompozicije. Črke so jim služile, da so z njihovo pomočjo simulirali zvok strojev. Futuristi pa so bili drzni tudi na drugih področjih. Eksperimentirali so z ovitki knjig ter z oblačili (zelo vpadajoče barve blaga).

Futurizem je navduševal mnoge družbene skupine, med drugim tudi fašiste. Futurističen stil je ponazarjal moč hitrosti in strojev. Plakati in drug oglaševalski material so dali gledalcu vtis gibanja. Črke so bile napisane zelo mehanične. Včasih so bile senčene in so vsebovale koničaste (pointed) ascenderje in descenderje. Originalno je futura »pisava svobode« namenoma uporabljala že obstoječo romansko pisavo za poudarjanje gorečega nasprotovanja tradiciji. Kasneje pa so predstavljale skoraj parodijo na obliko, ki naj bi jo futuristična pisava prestavljala. Depero je bil glavni v razvijanju komercialnih futurističnih črk. Uporabljal je zanimivo mešanico avantgarde, črke brez serifov in romansko pisavo. Futura je imela veliko različic (od najbolj zadržanih pa do tistih najbolj kičastih).

Leta 1930 je fašizem postal manj toleranten do futurističnega eksperimentiranja in tako se je gibanje »dinamične in uporabne« umetnosti zaključilo.



Slika 5: Fortunato Depero: Platnica revije, 1926

Konstruktivizem (Rusija)

Konstruktivizem se je pojavil leta 1915 v Rusiji, ko je Vladimir Tatlin eksperimentiral s »strojno umetnostjo« ali tudi drugače imenovano »umetnost izdelkov«. Pristop izhaja iz supermatizma. Tu je šlo za abstraktno umetnost, ki so jo označevali kvadrati in pravokotniki, obrobjeni z negativnim prostorom.

V konstruktivizmu sta bila pomembna Alexander Rodchenko in Vladimir Mayakowsky. Slednji je oblikoval platnico iz kolaža za neko revijo (*LEF*). Lazar Lissitzky pa je združil supermatistične in konstruktivistične elemente v eksperimentalne oblike, ki jih je imenoval »Prouns«.

Po revoluciji pri Bolševiku je mnogo avantgardnih ustvarjalcev te poskuse na utilitarističnem grafičnem dizajnu za izdelke in proizvode. Temu pristopu so rekli »umetnost produktov«.

Lissitzky-jeve kompozicije so bile supermatistična mešanica geometričnih oblik, ki so simbolizirale bolševiško nadvlado nad nazadnjaško srenjo.

Na konstruktivizem je močno vplivalo pomanjkanje, ki ga je prinesla prva svetovna vojna. Tisti čas je bil tiskovni material – papir, črka, črnilo – visoko cenjeno, tisk pa je bil temeljen način komunikacije z javnostjo.

Tipografija je v konstruktivizmu razvila posebno obliko. Črke in besede so pod pravimi koti obdane z močnimi črtami in okvirji, natisnjene v eni ali dveh primarnih barvah. Deloma zaradi omejitve materiala za črkovnjak, ki je preprečil vse razen tako minimalističnega pristopa. Poleg tega, so sovjetski umetniki kričeče okraske povezovali s caristi in oligarhičnim uživanjem. Umetniki in oblikovalci so navdih iskali tudi na Nizozemskem in v Nemčiji.



Slika 6: Neznani avtor: Plakat, 1926

De Stijl

Urejena pokrajina, kjer tipografijo definirajo pravi koti in ravne linije. De Stijl je nova avantgardna smernica, ki jo je ustanovila skupina nizozemskih nadebudnežev (*Theo van Doesburg, Vilmos Huszar, Antony Kok, Bart van der Leek, Piet Mondrian in J. J. P. Oud*).

V slikarstvu in dizajnu so se pogosto pojavljali pravokotniki in ravne linije. Barve, ki so jih uporabljali, so bile: črna, bela, siva ter osnovne barve (rdeča, modra in rumena).

Tako kot pri dadaizmu, tudi De Stijlu umetniško izražanje ni kaj dosti pomenilo. Umetnost so celo pojmovali kot nekaj, kar ovira funkcijo življenja.



Slika 7: Paul Schuitema: *Platnica* revije, 1935

2 KOMERCIALNI MODERNIZEM

V letu 1920 je bil modernizem (znan tudi pod izrazom »moderna«, modernistično, art deco) nekakšen meščanski kompromis med tradicionalnim in radikalnim oblikovanjem. Predstavljen je bil v Franciji leta 1925 na *Exposition internationale des arts decoratives et industriels modernes*. Razširjen je bil po vsej Evropi in Aziji. Kar je kasneje postalo znano kot deco stil, je svojo pot nadaljevalo tudi v ZDA, kjer je služilo kot oglaševalsko orodje. Modernizem naj bi omogočil izražanje kar je še bilo neizraženega. Avantgardni modernizem je odseval manierizem, čeprav so bile edine podobnosti s komercialnim modernizmom bolj površinske narave.

Moderna je bila združba modernistične umetnosti in sodobnega trženja. V mnogih člankih je bilo tisti čas sicer zaslediti, da je »Nova tipografija« bolj filozofija in ne stil. Kakorkoli je bilo v tistem času naivno pričakovati, da bo javnost z odprtim srcem sprejela avantgardno smernico. Zgodovina dokazuje, da je bila strogost avantgardnega oblikovanja težko sprejeti v svoji puristični obliki. Ko se je Nova tipografija namenila preoblikovati obstoječe medije, je bilo že znano, da je obsojena na ponarejanje. Vsak narod s potrošniško ekonomijo je privolil v modernost. Črka je bila glavna komponenta tega trenda in leta 1920 in 1930 je bil čas, ko se je oblika črke na veliko srečevala z ogromnimi potrebami oglaševanja. Vrste pisave so postale modni dodatki.

Francija

Moderna umetnost – komercialna faza modernizma – se je začela v Franciji v času pred 1. svetovno vojno. Njen razvoj pa je bil prekinjen zaradi vojne.

Trženje stila se je začelo leta 1925 v Parizu. V tistem času je *Exposition internationale des arts decoratifs et industriels modernes* veljala za ogromen prostor, namenjen razstavi modernističnega blaga izdelanega za svetovno vodilno pohištvo, oblačila, kozmetiko in različne proizvajalce. Čeprav so se na mnogih razstavah pojavljali primerki konstruktivizma, je vseeno prevladoval komercialni dizajn, predstavljen z vsemi svojimi različicami okrasja.

Tisti čas je bila Deberny in Peignot najbolj sofisticirana livarna, ki se je ukvarjala tako z tradicionalno elegantno črko, kot tudi z razstavljenimi novostmi, ki so bile moderne. Da bi javnost hitreje sprejela aktualen stil, so v ta namen tiskali stilistične knjige.

V Franciji so se zares trudili, da bi modernistični dizajn sprejela čim širša javnost. Moderni stil se je pojavljal povsod, kjer je bilo možno: na stavbah, škatlicah za vžigalice itd.

Ravna linija črke je postala simbol lepote. Zgodnje moderni ornamenti so vključevali cvetje, živali, nimfe, ki so bili vstavljeni v geometrične vzorce. Ti pa so vsebovali različne oblike (cikcak, oblika črke V, puščice v različnih oblikah). Oblikovalci so se poigrali z egipčanskim stilom, z motivi iz Majske kulture in Orienta. Vse kar je tisti čas prinašalo dobiček, je bilo hitro sprejeto. Zato so tisti čas oglaševalske agencije, razni umetniški ateljeji in trgovine s črkami hitro rasle.

V oglaševalskem materialu in modernih plakatih je francoska tipografija imela veliko svobodo. Črka naj bi imela najpomembnejšo vlogo. Na plakatih naj bi se vse vrtelo okrog besede ali pa so bile besede nanizane po plakatu v obliki kvadrata. Rezultat tega je bil, da so črke včasih služile tudi kot nadomestek ilustracije oziroma so bile ilustracije. Eleganca, po kateri je bila znana francoska tipografija iz časa Fournierja in Didota, se je nadaljevala tudi pri tipografiji v času modernizma. Francoska pisava v 30.-ih naj bi imela milino in stil, ali kot so jo radi imenovali – da je bila *chic* (ljubka, čedna, urejena).



Slika 8: A. M. Cassandre: Črka, 1929



Slika 9: Paul Renner, 1930

Nemčija

Nemška črka je bila bolj nacionalistično usmerjena, kot ostali narodi. Nemci so uporabljali Roman vrsto pisave. Nemška pisava je res bila precej toga, vendar so vseeno težili k temu, da bi se odmaknili od nacionalistične tradicije. Na oblikovanje nemške črke so vplivale različne smernice. Ena je bila gotska pisava. *Sachplakat* je ponovno ovrednotil antično pisavo. Poleg tega pa predstavlja tudi vrsto pisave, ki je značilna za plakate. Velik vpliv pa je imel tudi nemški modernizem. Pisava je bila brez serifov. Najbolj so se zgledovali po Rennerjevi futuri. Ostale pisave brez serifov, pa so se uporabljale bolj za predstavitev novosti.

Dekoratívna pisava je pomenila združitev starega in novega stila.

Črkoslikarjem in tiskarjem se dotedanja gotska pisava (pa tudi okrašena različica) ni zdela dovolj privlačna za komercialne namene. Zato so izdelali popolnoma nov set črk. Za to pisavo je značilno, da je znotraj podobe črke dodana še dodatna barva. To da pisavi vtis globine in dimenzije. Marsikdo dobi občutek, da bodo črke skočile iz natisnjene strani. Nekatere črke so imele poudarjene zunanje ali pa notranje obrobe podobe črke, druge so gotsko pisavo spremenile s senčenjem podobe črke.

Nekega dne, leta 1925, je nemško tiskarsko društvo doživelo šok, ko je opazilo, da se je videz neke revije čez noč popolnoma spremenil. Klasične obrobe in ozke poteze frakture je zamenjala avantgardna kompozicija črk brez serifov; uveljavile pa so se bolj odebeljene rdeče in črne črke. Za uveljavitev avantgarde v nemški tipografiji, pa je bil sokriv tudi Jan

Tschichold, ki so ga poklicali, da bi uredil stran revije. Prva stran izdaje je imela precej praznega prostora z zelo veliko okrasja. Notranji izgled izdaje je bil precej surov z ponovno veliko praznega prostora in poln pisave brez serifov. Vendar se ta način oblikovanja revij in časopisov ni dolgo obdržal. Kmalu se je stil oblikovanja povrnil na starega.



Slika 10: Paul Klein: Abeceda, 1930



Slika 11: Neznani avtor: Typographische Mitteilungen, 1925

Španija

V Španiji je konec leta 1920 dekorativna pisava (deco) postala del neuradnega grafičnega stila tudi v Španiji. Takšno grafiko so uporabljali znotraj Španije za promocijo marsikaterih produktov in storitev, ki so že kazali napredek v drugih državah. Želeli so se primerjati z industrijsko proizvodnjo drugod po svetu. Originalno so imeli odgovornost nad proizvodnjo reklamnega materiala in posterjev tiskarji. Sčasoma pa so oblikovalci ustvarjali vizualno formo, medtem ko je skrb tiskarjev postala oglaševalska agencija. V Barceloni je postalo oglaševanje komercialna nujnost. Vse kar je bilo prej obrtniško usmerjeno in se strogo držalo svetovnih tipografskih dogovorov, je zdaj postalo izvor oblikovalskega eksperimentiranja. Predstavitev modernističnega manierizma v tipografiji, je leta 1920 pomenil iskanje potrošnikove pozornosti. Čeprav zelo malo originalnih vrst pisav izhaja iz Španije so oblikovalci uredili mnogo sodobnih tujih črk. Španske livarne črk so uvozile podobe črk iz Francije, Nemčije in Anglije. Francoska nagnjenja k dekorativnosti in nemške racionalistične ideje so se povezovale s špansko črko. Drugače pa je bilo v tem času pogostokrat videti, da so bile črke na posterjih popisane ročno.

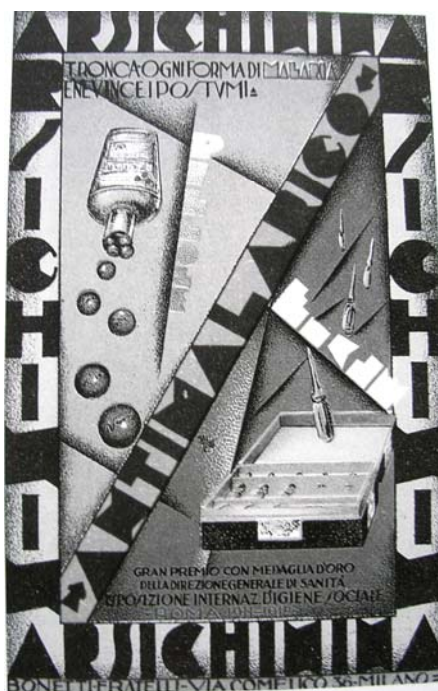


Slika 12: Neznani avtor: certifikat, 1930

Italija

V Italiji so zavračali kakršenkoli videz simetrije. Da bi se temu uprli, so s pisavo futuro na papirju simulirali zvok navdušenega govora in hrup brnečih strojev. Leta 1920 so kreirali svoje lastne oblike črk, ki so posnemale avantgardne oglaševalske dogodke. Ti novi pristopi so jim omogočili hiter preskok iz njihovih manifestov na komercialno umetnost.

Fortunado Depero kot mojster komercialnih in futurističnih pisav, je porabljal nenavadno sintezo avantgardnih pisav brez serifov in renesančnih pisav. Predstavil je nabor dinamičnih ročno narisanih črk, ki so simbolizirale hitrost in gibanje. Stopničaste gotske pisave, v vsej svoji linearni zobatosti, so se razvile iz čiste improvizacije v popolno in komercialno uspešno abecedo. Sodobna pisava se je uporabljala za različne namene – od plakatov za avtomobile, cigarete in alkoholne pijače do dokumentov za fašistično stranko in njene propagande. Italijanski grafični oblikovalci so z uporabo sodobne pisave skušali privabiti predvsem mlade potrošnike.



Slika 13: Neznani avtor: Razglednica, 1925

Nizozemska

Nizozemski dekorativni stil pisave je bil zelo bujen in barvno poln. Komercialna oblika črke je bila kombinacija različnih vplivov. Med temi velja na prvem mestu omeniti *Wendigen* stil, ki je bila prototip avantgardnega stila. Ekscentričen in dekorativen, tako kot njegov kreator H. Th. Wijdeveld, se je stil uporabljal v istoimenskih umetniških in arhitekturnih revijah. V osnovi je bila to linearna pisava, oblikovana tako, da je dajala vtis mrežne poravnosti, vendar z zarezanimi robovi in nenavadnimi koti, podobno kot oznake na zemljepisni karti. Drugi pomembnejši vpliv na črko je imel De Stijl in škatlasta oblika črke, ki jo je originalno oblikoval Theo van Doesburg. Te črke so bile osnovane na obliki kvadrata. Nekatere so bile precej okorne, predvsem pa so se izogibale okrasju.

Uporaba kombinacije vseh teh stilov zaznamuje oziroma definira tedanjo fazo nizozemskega komercialnega oblikovanja.

Najbolj priznana ustvarjalca te dobe sta Piet Zwart in Paul Schuitema s svojimi primeri nove tipografije, čeprav je bila velika večina tiskanih publikacij med vojnama oblikovana v modernističnem stilu. Nizozemski izdelovalci črk so, tako kot ostale države v Evropi, izdelovali dekorativne pisave, bodisi polne, bodisi v obrisu. Le-te so bile tačas najbolj iskane, saj so njihovo uporabo diktirale razne oglaševalske revije.



Slika 14: Neznani avtor: Platnica revije, 1932

ZAKLJUČEK

Zaradi različnih kulturnih gibanj razvoj linearne črke ni ostal na eni in isti točki. Vsako prepričanje ji je dalo svoj pridih, svoj prispevek k temu, da se je razvijala.

V modernizmu ni šlo le za uporabo linearne črke, temveč predvsem za izražanje idej, prepričanj, čustev. Ta pa so umetniki, kulturniki in druge struje lahko izrazili s tem, da so »izkoristili« tipografijo in jo uporabili za prenašanje sporočil.

Treba pa je poudariti, da sama črka v modernizmu ni bila dovolj za prenašanje sporočil širši publiki. Tu je imela zelo pomembno vlogo tudi barva, kontrastnost, pa tudi različni ornamenti. Odvisno od čustev, ki so jih izražali umetniki, so se črke in barve znašle v različnih razmerjih in velikostih, oblikah in kompoziciji.

Linearna črka ni bila le črka, ampak je ponekod dobila tudi dimenzijo, vtis prostorsкости.

Mediji, ki so značilni za to obdobje, so bili plakati. Ti so nastali, delno iz želje po eksperimentiranju, delno pa ravno zaradi te silne želje po komunikaciji s širšo javnostjo.

Ravno tu je eksperimentiranje s črkami prišlo najbolj do izraza.

Po drugi strani pa so bile linearne črke v času modernizma lahko tudi zelo togih in ostrih oblik. Na strani kakšnih publikacij so bolj kot ne samevale v belem prostoru. Okoli besed pa so bili bolj redko kakšni ornamenti.

Skratka, linearna črka je v obdobju modernizma igrala različne vloge. Ponekod je bila njena vloga bolj pisana in radoživa. V formaciji z drugimi črkami je lahko ustvarila neverjetna sporočila. Na drugi strani pa je bila njena drža v kontekstu z ostalimi elementi na strani lista bolj suhoparna, zadržana.

LITERATURA

- [1] Steeven Heller, Louise Fili: Typology: Type design from the Victorian era to the digital age. San Francisco, Chronicle books, 1999, str. 61-65, 79-85, 89-90, 95-123

- [2] Herbert Spencer: Pioneers of modern Typography. Aldershot, Lund Humphries, 2004, str. 24-35, 52, 59-66

- [3] Jan Tschichold: The new Typography: A handbook for modern design. Barkeley, University of California Press, 1998.

SEZNAM SLIK:

Slika 1:	E. L. Kirchner: Ovitek kataloga, 1919	4
Slika 2:	O. W. Hadank: plakat,1920	5
Slika 3:	Neznan avtor: oglas, 1910	5
Slika 4:	Raoul Hausmann: Platnica revije, 1919	6
Slika 5:	Fortunato Depero: Platnica revije, 1926	8
Slika 6:	Neznan avtor: Plakat, 1926	9
Slika 7:	Paul Schuitema:Platnica revije, 1935	10
Slika 8:	A. M. Cassandre: Črka, 1929	12
Slika 9:	Paul Renner, 1930	13
Slika 10:	Paul Klein: Abeceda, 1930	14
Slika 11:	Neznan avtor: Typographische Miteilungen, 1925	15
Slika 12:	Neznan avtor: certifikat, 1930	16
Slika 13:	Neznan avtor: Razglednica, 1925	17