

SIMON  
PÉTER BENCE

**TYPOSPECT**

TYPOGRAPHIC  
VIEWPOINT

PICTORIAL RIDDLES  
TEXTUAL SOLUTIONS

TIPOGRÁFIAI  
NÉZŐPONT

KÉPREJTVÉNYEK  
SZÖVEGMEGOLDÁSOK

A



---

**Simon Péter Bence**

**TYPOSPECT (tipográfiai nézőpont)**

**képrejtvények – szövegmegoldások**

TYPOSPECT (typographic viewpoint)

pictorial riddles – textual solutions

---

témavezető: Vargha Balázs habilitált egyetemi docens

Moholy-Nagy Művészeti Egyetem Doktori Iskola

Budapest, 2022

---

## TARTALOM

---

<b>1. BEVEZETÉS / 1.1. A KÍSÉRLETI TIPOGRÁFIA HELYZETE / 1.2. A KUTATÁS KERETEI / 1.3. ÉRTEKEZÉS SZERKEZETE</b>	<b>6</b>
<b>2. A KLASSZIKUS TIPOGRÁFIA / 2.1. KIINDULÓPONT / 2.2. KORAI KÖNYVNYOMTATÁSI TECHNIKÁK / 2.3. A NYOMTATÁS, MINT ÚJ KÉZÍRÁS / 2.4. KÉZÍRÁS ÉS NYOMTATÁS VISZONYA / 2.5. TIPOGRÁFIA ÉS TECHNOLÓGIA / 2.6. TIPOGRÁFIA KIALAKULÁSA</b>	<b>12</b>
<b>3. NEW TRADITIONALISTS MOZGALOM / 3.1. KLASSZIKUS TIPOGRÁFIAI MINŐSÉG / 3.2. BEATRICE WARDE ÉS A TIPOGRÁFIAI HŰSÉG MAXIMUMA / 3.3. NEW TRADITIONALISTS MOZGALOM ALAPELVEI, TIPOGRÁF SZABÁLYOK A SZÖVEG OLVASHATÓSÁGÁNAK TÜKRÉBEN</b>	<b>16</b>
<b>4. ARTS AND CRAFTS – ÚJ TIPOGRÁFIAI HELYZETEK / 4.1. FIGYELEM-FELKELTÉS, ÚJ SZEMPONT AZ OLVASHATÓSÁGON KÍVÜL</b>	<b>20</b>
<b>5. NYOMDATERMÉKEK ÁTALAKULÁSA / 5.1. IPAROSODÁS HATÁSA A KÖNYVEKRE ÉS PERIODIKÁKRA / 5.2. VÉDŐBORÍTÓ / 5.3. ÚJSÁG / 5.4. REKLÁM ÉS HIRDETÉS / 5.5. A KÖNYV ÉS AZ ÚJSÁG KÖZÖTTI KÜLÖNBSÉG</b>	<b>22</b>
<b>6. AZ AVANTGÁRD TIPOGRÁFIÁJA / 6.1. KÖRNYEZET / 6.2. MALLARMÉ / 6.3. ÚJ MŰVÉSZET SZEMLELET / 6.4. AVANTGÁRD TIPOGRÁFIA KETTŐS HELYZETE / 6.5. KOMMUNIKÁCIÓS SZTENDEREDÉK ÉS TIPOGRÁF SZABÁLYOK ELLENÉBEN</b>	<b>28</b>
<b>7. A SZÖVEG ÁTALAKULÁSA – ÚJ TIPOGRÁF MEGJELENÉS / 7.1. SZÖVEG OLVASÁSÁNAK KORLÁTAI / 7.2. ÚJ OLVASÁSI HELYZET / 7.3. ÚJ BETŰFORMA – A GROTESZK</b>	<b>32</b>
<b>8. AZ ÚJ TIPOGRÁFIA (DIE NEUE TYPOGRAPHIE) / 8.1. FÜGGETLENEDNI A RÉGI TIPOGRÁFIÁTÓL / 8.2. NYOMDAIPAR MINT VISSZAHÚZÓ TÉNYEZŐ / 8.3. TSCHICHOLD / 8.4. NOHOLY-NAGY / 8.5. A FUNKCIONÁLIS TERVEZÉS / 8.6. DEKORÁCIÓ NÉLKÜLI TISZTA FELÜLET / 8.7. ÉRTHETŐSÉG, OLVASHATÓSÁG HELYETT / 8.8. AZ ÚJ TIPOGRÁFIA MEGTORPANÁSA</b>	<b>36</b>
<b>9. A SVÁJCI TIPOGRÁFIAI STÍLUS / 9.1. A MÁSODIK VILÁGHÁBORÚ UTÁNI KÖRNYEZET / 9.2. A SVÁJCIÁK SIKERE – A MODERN TIPOGRÁFIA MEGVALÓSUL / 9.3. A SVÁJCI METÓDUS PROMOTÁLÁSA</b>	<b>42</b>
<b>10. KONKRÉT MŰVÉSZET TIPOGRÁFIAI KAPCSOLATAI / 10.1. A KONKRÉT MŰVÉSZET SZEMLELETE / 10.2. A KONKRÉT KULCS ALKOTÓI / 10.3. KONKRÉT MŰVÉSZET ÉS A SVÁJCI TIPOGRÁFIA</b>	<b>46</b>

---

50	<b>11. SVÁJCI TIPOGRÁFIA KARAKTERE</b> / 11.1. VIZUÁLIS SAJÁTOS- SÁGOK / 11.2. KÍSÉRLETEZŐ HOZZÁÁLLÁS / 11.3. KRITIKÁK – A TÚL SZEMÉLYTELEN BETŰ
52	<b>12. SZABADSÁG, A POSZTMODERN TIPOGRÁFIA KEZDETE</b> / 12.1. WE- INGART / 12.2. MŰVÉSZI TIPOGRÁFIAI ATTITŰD / 12.3. NEW WAVE / 12.4. 8VO / 12.5. BRODY / 12.6. FUSE / 12.7. HARD WERKEN / 12.8. McCOY
58	<b>13. ÁTALAKULÓ TECHNOLÓGIAI ÉS KULTURÁLIS KÖRNYEZET – NYOLCVANAS ÉVEK</b> / 13.1. MACINTOSH / 13.2. SZÁMÍTÓGÉP ÉS A TI- POGRÁFIA / 13.3. YOUTH CULTURE
60	<b>14. EMIGRE</b> / 14.1. KORTÁRSÁK / 14.2. KÍVÜLÁLLÓK / 14.3. EMIGRE MA- GAZIN / 14.4. BETŰTERVEZÉS
62	<b>15. AZ „OLVASHATÓSÁG HÁBORÚJA”</b> / 15.1. AZ EMIGRE KÖZPONTI SZEREPE / 15.2. ÚJ BETŰK / 15.3. ÚJ SZÖVEG – ÚJ TÖRDELÉS – ÚJ OLVASHATÓSÁG
66	<b>16. CARSON</b> / 16.1. KEZDETEK / 16.2. SIKEREK / 16.3. TIPOGRÁFIAI INTUÍCIÓ / 16.4. SZÖVEGKEZELÉSI ÉS TIPOGRÁFIAI METÓDUS / 16.5. KÍSÉRLETEZŐ HOZZÁÁLLÁS ÉS A SZÖVEG / 16.6. AZ OLVASHATATLAN SZÖVEG – AZ OLVASHATÓSÁG ELLENPONTJA / 16.7. CARSON STÍLUS
72	<b>17. HUSZONEGYEDIK SZÁZAD – A POSZTMODERN TIPOGRÁFIA UTÁN</b> / 17.1. KIFORROTT TECHNOLÓGIA / 17.2. TECHNOLÓGIA ÉS A POSZTO- DERN TIPOGRÁFIA KAPCSOLATA / 17.3. DIVERZ TIPOGRÁFIAI KÖZEG
74	<b>18. OLVASHATÓSÁGI SZEMPONTOK ÉS ELVEK</b> / 18.1. TIPOGRÁFIAI SZEMPONTOK KONFLIKTUSA / 18.2. KLASSZIKUS TIPOGRÁFIAI ATTITŰD / 18.3. MŰVÉSZI TIPOGRÁFIAI HOZZÁÁLLÁS / 18.4. ELLENTÉT / 18.5. VITÁK
76	<b>19. OLVASHATÓSÁGOT BEFOLYÁSOLÓ (KÜLSŐ) TÉNYEZŐK</b> / 19.1. CÉLKÖZÖNSÉG MÉRETE ÉS SOKSZÍNŰSÉGE / PÉLDÁNYSZÁM / 19.2. NYOMDAI FOLYAMATOK FELETTI TERVEZŐI KONTROLL / 19.3. SZÖVEG TERVEZŐI ÉRTELMEZÉSE
80	<b>20. TIPOGRÁFIÁRA BEFOLYÁSSAL LEVŐ TÉNYEZŐK HATÁSAINAK ÉR- TELMEZÉSE KÜLÖNBÖZŐ HELYZETEKBEN</b> / 20.1. ARTS AND CRAFTS / 20.2. AVANTGÁRD MOZGALMAK / 20.3. NEW TRADITIONALISTS / 20.4. NEUE TYPOGRAPHIE / 20.5. SVÁJCI TIPOGRÁFIA / 20.6. EMIGRE / 20.7. CARSON
86	<b>21. ÖSSZEGZÉS</b>
88	<b>TÉZISEK / KIVONAT /</b>
92	<b>KÉPGYŰJTEMÉNY</b>

---

---

---

**A KÍSÉRLETI TIPOGRÁFIA HELYZETE****1.1.**

A kísérleti tipográfia a tipográfia egyik szubverzív, radikális, felforgató és szabályszegő területe (ha a legelterjedtebb értelmezése szerint vizsgáljuk). Mára már nem számít annyira meglepőnek vagy meghökkentőnek, mint a nyolcvanas évek végén, és egyáltalán nem új jelenség.

A kísérleti tipográfia gyakorlata hasonlíthat a szabad útkereséshez. Egy fantasztikusan inspiratív és progresszív dolog. Nincs előre lefektetett szabályrendszere. Új tipográf vizualitást kereső, az ismeretlen felé irányuló érdekes és spontán, kutatótevékenység. Olyan intuitív megoldások jellemzik, amiket még addig senki sem próbált. A kipróbálás a kísérleti mivoltának lényege. Ennek tükrében minden alkotó a saját módján viszonyul hozzá. Elméleti források (például Rick Poynor) a posztodern-, új-, nagyhatású- vagy radikális tipográfia terminust is előszeretettel használják erre a területre, aminek időbeli korlátja nagyjából a nyolcvanas évek és kilencvenes évek időtartamára korlátozódik.

Ebben az időszakban professzionális tervezőművészek rendkívül érdekes, új szemléletmódú tipográf munkákat hoztak létre. Ezeknek a munkáknak köszönhetően hihetetlen népszerűsége tett szert a terület. Jellemzője egyfajta intuitív, személyes, művészi indíttatású tipográfiai hozzáállás. Szakmai beszélgetésekben legtöbbször kísérleti tipográfia néven említik; aktualitása a kilencvenes évek végére lezárult.

Ellentmondás, hogy a kísérleti tipográfia, mégis, a mai napig is jelen van. Kurrens tervezőgrafikai területnek számít, és folyamatosan virágzik. Ezek szerint, ezt a terminust nem lehet kizárólag a nyolcvanas-kilencvenes évek (posztodern) tipográfiai forradalmára szűkíteni. Ami a kísérleti tipográfiának egy újabb meghatározását hozza előtérbe. A „klasszikustól” eltérő, „új”, személyesebb tipográfia útjainak keresése, a huszadik század elejének avantgárd művészeti irányzatai közül szinte mindegyiknek jellemzője<sup>1</sup>. Később a Bauhaus tipográfiája és a svájci tipográfia is hangsúlyt fektetett a kísérletezésre. Vagyis a kísérletező hozzáállás a tipográfiában, már a huszadik század legelejétől megjelenik, és azóta is folyamatosan jelen van.

A kísérleti jelzőnek többféle meghatározása vagy értelmezési lehetősége van. Sokan úgy gondolják, hogy a művészi értékű tipográf alkotómunka egyenlő a kísérletezéssel. Ezzel szemben vannak, akik egyfajta lekicsinylő jelzőként használják arra a munkára, ami még nem készült el (még csak kísérleti fázisban van). A tudományos életből kölcsönzött értelmezése megintcsak más megközelítést takar.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> DRUCKER, Johanna: *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923*, Chicago Press, 1996

<sup>2</sup> BILKAK, Peter „Experimental Typography Whatever that means”, in: BIERUT, Michael (szerk.) és DRENTTEL, William (szerk.) és HELLER, Steven (szerk. és előszó): *Looking Closer: 5, Critical Writings on Graphic Design*, Allworth Press, 2006

---

A terület definiálásakor a többféle értelmezés lehetősége miatt hiányoznak a fogódzkodók. Így a szakmai diskurzusok sok esetben olyasmire szűkülnek, mint amit Mr. Keedy (Jeffery Keedy) ironikus bevezetőjében fogalmazott meg:

„... egy általános vélemény: »Nem tudok sokat az ilyen designról (mert nem fárasztom magamat azzal, hogy elolvassam, vagy kitaláljam), de azt tudom, hogy én mit szeretek, és ezt nem szeretem.«”<sup>3</sup>

Ennek a szituációnak az okát abban látom, hogy bár rengeteg könyv jelent meg a kísérleti tipográfiáról, ezek a legtöbb esetben, antológia szerű kép gyűjtemények. Például Poynortól a *Typography Now*<sup>4</sup> és *The Graphic Edge*<sup>5</sup> antológiák, Hellertől a *Faces on the Edge*<sup>6</sup> vagy *Carter Experimental Typography*<sup>7</sup> könyve (legtöbbjük antológia esetleg „idea book”, vagyis követendő példákat és megvalósítási segédanyagokat közlő könyv), Triggs *The Typographic Experiment*<sup>8</sup> könyve a kortárs alkotókra és munkáikra koncentrál, ennek a könyvnek a nagyobb része is grafikákat bemutató művész-album. Az elérhető ismeretanyag gerincét sok, rövid (pár oldalas online vagy nyomtatott) cikk, kritika és az antológiákhoz kapcsolódó bevezető szövegek alkotják. Ennek a területnek a kontextualizálását és értelmezését célzó, kifejezetten elméleti hozzáállású könyvek száma (globálisan is) hihetetlenül kevés. Ilyen például Robin Kinross *Modern Typography*<sup>9</sup> könyve, ami alapos és átfogó (általánosan szemléli a tipográfiát, és kitér a kísérleti megközelítésű tipográfia előzményeire is), Johana Drucker *The Visible Word*<sup>10</sup> könyve is széles körben foglalkozik ezzel a területtel is és talán ez az első, ahol a kísérleti tipográfia szóösszetétel nyomtatásban megjelent.

Az elméleti ismeretanyag hiányossága ellenére a világ minden tervezőgrafikusa és tipográfusa számára érthető, hogy mit takar a kísérleti tipográfia terminus. A visszás helyzetet fokozza, hogy nagyon nehéz volna tudatosan keresni, hogy mi is ez a dolog valójában, mert nagyon kevés szöveges dokumentumban kerül egyáltalán leírásra a „kísérleti tipográfia” szókapcsolat.

Ennek a helyzetnek az eredménye, hogy aki kezdőként csöppen a tipográfia területére, (tévesen) úgy érezheti, hogy a kísérleti tipográfia az a terület, ahol nem kell nagy fáradságok árán megtanulnia a tipográfia történetét vagy annak

---

3 VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna és KEEDY, Jeffery: *Emigre (The Book)*, *Graphic Design into the Digital Realm*, Van Nostrand Reinhold és Byron Preiss Visual Publications, 1993, 7. o.

4 POYNOR, Rick és BOOTH-CLIBBORN, Edward: *Typography now, the next wave*, Booth-Clibborn Editions, 1994

5 POYNOR, Rick: *The Graphic Edge*, Booth-Clibborn Editions, 1993

6 HELLER, Steven és FINK, Anne: *Faces on the Edge: Type in the Digital Age*, Van Nostrand Reinhold, 1997

7 CARTER, Rob: *Experimental Typography*, Roto Vision, 1997

8 TRIGGS, Teal: *The Typographic Experiment: Radical Innovation in Contemporary Type Design*, Thames and Hudson, 2003

9 KINROSS Robin: *Modern typography an essay in critical history*, Édition B42 / Hypen Press series, (első kiadás: 1992) 2019

10 DRUCKER, Johanna: *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923*, Chicago Press, 1996



---

szakmai ismereteit, mert ő ezen a területen könnyen és gyorsan (csupán intuícióiból építkezve) tud látványos eredményeket elérni, ráadásul ezzel az egyik legprogresszívebbnek tartott tendencia részese lehet.

A terminus definiálatlanságára több mentség vagy magyarázat is található, ami elsősorban a személyes vagy szabályszegő mivoltából is eredhet, és ezáltal akár tudatosnak is tűnhet. Mivel pontosan erre, az elvek nélküli szabadságra építenek a posztmodern tipográfia „sztár grafikusai”, Carson, Emigre (Licko és VanderLans), Brody, ... Ezek az ösztönös tipográfiai zsenik, „rock-sztár” hozzáállásukkal csak tovább gerjesztik a kísérleti tipográfia forradalmi, határokat felrúgó, szabályszegő attitűdjét. Másik magyarázat lehet a számítógépes technológia megjelenése, ami előzmények és minták nélküli helyzetet eredményezett. Teal Triggs 2003-ban megjelent könyvében<sup>11</sup>, sok kísérleti attitűdű, a kilencvenes években ezen a területen alkotó művészt megkérdezett, hogy számukra mit jelent a kísérleti tipográfia, és szinte mindegyik művész merőben más megfogalmazásra jutott.

A kísérleti tipográfiával szemben a klasszikus tipográfia többféle szempontból (vizuális, irodalmi, mediális, történeti, ...) is átfogóan kutatott, dokumentált terület. A klasszikus tipográfia és a kísérleti tipográfia összehasonlítása és kapcsolatainak értelmezése nyilvánvaló megoldás lehet. A kísérleti tipográfia a szabadelvűségből építkezik, míg a klasszikus tipográfia, szabályok sokaságával rendelkezik. Bármennyire is öntörvényű és szabadelvű a kísérleti tipográfia a klasszikus tipográfia nélkül nem lehet értelmezni, mert a kísérleti tipográfia alapállása tagadó, felfogható egyfajta „cáfolatként” is, aminek ellentéte, az „állítás”, maga a klasszikus tipográfia. A két attitűd közötti vitahelyzet fókuszpontja, a legtöbb esetben, az olvashatóság kérdése. A szöveg olvashatósága lehet példás; amikor gyorsan, megakadások és keresgélés nélkül, zökkenőmentesen, magától értetődő módon szaladhat az olvasó szeme a sorokon. De nem minden szöveget szánnak példásan olvashatónak; van olyan szöveg amelyik kitűnik az általánosan elfogadott vizualitású szövegek közül, megjelenése inkább feltűnést kelt, mintsem, hogy belesimuló volna. Ez a tervezői hozzáállás a kísérleti tipográfia előszobája. Ebből a szempontból kiindulva a motivációk és mozgatórugók jobban értelmezhetők és átláthatóbbak.

## A KUTATÁS KERETEI

1.2.

A szöveg olvasásának folyamatát különböző betegségek (mint például a diszlexia) és fiziológiai képességek (mint a rossz látás) is befolyásolhatják. Ugyanakkor lehet kultúrából eredő szempont. Az írásunk jellegzetességeit fiatalon sajátítjuk el (balról jobbra haladó betűk és fentről lefelé haladó sorok, bekezdések, margók, ...) és az ember szöveg-olvasó képessége csak később fejlődik igazán, amikor kialakul a gyakorlott olvasóra jellemző „futó” olvasás.

---

<sup>11</sup> TRIGGS, Teal: *The Typographic Experiment: Radical Innovation in Contemporary Type Design*, Thames and Hudson, 2003

---

A művészi vagy kísérletező szöveg nehezített olvashatósága az ókortól kezdve a mai napig fellelhető. Léteznek szöveg vagy betű alapú művészeti indíttatású produktumok (technopaegnia, carmina figurata, poeme phonetique, ... konkrét költészet, code poetry). Sokféle művészeti ág (legyen az például irodalom vagy képzőművészet) határterülete érinti a betű alapú kísérleteket. Ezeken a határterületeken születtek térbeli alkotások, fényinstallációk, művészkönyvek, interaktív digitális tartalmak, ... sokféle környezetben jelentek meg betű alapú kísérletek.

A nehezen olvasható vagy inkább vizuális elemként értelmezett szöveg felvetésekor, óhatatlanul előkerül a „pictorial turn” (képi fordulat) és több, más média-teoretikai elmélet (M. McLuhan, W.J.T. Mitchell, M. Castells, Theo van Leeuwen, Gunther Kress, Hartmut Stöckl, ...).

Értekezésemben a kísérleti tipográfiát és az olvashatóság kérdését kizárólag, a tervezőgrafika (vagyis a vizuális kommunikáció) keretein belül vizsgálom. A modern tervezőgrafikán belül sok terület kötődik a tipográfiához; a plakáttervezésben, az arcualattervezésben, bélyegtervezésben, és más szakterületeken is nagyon fontos a betű és minden helyzetben specializáltan jelenik meg a tipográfiai tartalom. A címek, dekorált, rövid szövegek vagy pár szavas, kiemelt helyzetben megjelenő feliratok olvashatósági szempontjai is eltérnek az általam analizált területtől. Kutatásaim kapcsán az olvashatósági szempont a hosszabb verbális tartalom megjelenítési módjait takarja. Ezt az olvashatósági minőséget, leginkább a nyomtatott szöveg különböző megjelenéseinél lehet értelmezni.

Történeti perspektívából vizsgálom a területet, de nem az a célom, hogy minden korszakot és számottevő alkotót, egymásutániségában felsoroljak. Nem célom a betű vagy az írás történetének bemutatása, ahogyan a tipográfia korszakainak időrendbeli elemzése, a betűtípusok csoportosítása, fejlődésük követése és a tipográfia szövegkezelési szabályainak bemutatása vagy értelmezése sem.

Vizsgálódásaim fókuszában az olvashatóság áll. Az olvashatóságot, mint tipográfiai értéket vizsgálom. A lehető legtökéletesebben olvasható szöveg az egyik sarokpontja a kutatásaimnak (ahogyan a New Traditionalists mozgalom is deklarálta); amivel szemben a tökéletesen olvashatatlan „szöveg” áll (David Carson által tervezett Bryan Ferry cikk, Ray Gun magazin, 1994.). Az olvashatóság kánonjának alakulását és az olvashatóság szempontrendszerének alakulását, mint két végpont közötti (alakulóban lévő) folyamatot értelmezem. Kutatásaimat nem szándékozom tovább vinni az online vagy digitális tartalmakra, sem a huszonegyedik század, diffúz művészeti közegébe. Ezek a területek ebből a szempontból nehezen vizsgálhatók, mert a két ellentétes nézőpont egyszerre van jelen.

### 1.3. ÉRTEKEZÉS SZERKEZETE

Értekezésem gerincét az olvashatóság megvalósulásának kérdése alkotja. A jól olvasható és a nehezen olvasható szöveg szembenállását vizsgálom; a két ellentétes oldal tipográfusi motivációit és a szöveg megjelenését befolyásoló tényezőit követem.

---

A második fejezetben ismertetem a tipográfia fogalmát, hogy a viszonyítási alapokat megteremtsem. A klasszikus tipográfia elveinek és érveinek rendszerét szemléltetem. Ezeknek az elveknek az egyik legfontosabb fókuszpontja az olvashatóság kérdése. A szöveg tipográfiai értelemben vett olvashatóságának leghitelesebb megvalósulása, a New Traditionalists mozgalomhoz köthető. Az ő érv és szempontrendszerük tisztázása, a harmadik fejezetem témája, amivel az olvasható és olvashatatlan között feszülő ellentét egyik végpontját, a tökéletesen olvasható szöveget helyezem tipográfiai kontextusba.

Dolgozatom legnagyobb része (a negyedik fejezettől a tizenhetedik fejezetig), a másik végpont felé vezető út követéséről szól. A teljesen olvashatatlan szöveg, mint az olvashatóság szempontjának legszélsőségesebb példája a nyolcvanas években David Carsonnál jelenik meg. A tizenkilencedik század végétől a huszadik századon át, időrendben, több olyan tipográfiát érintő művészeti törekvést vizsgállok, ahol az szöveg olvashatóságának a klasszikus tipográfiában lefektetett kritériumait megkérdőjelezzik (Arts and Crafts, Avantgárd mozgalmak, Die neue Typographie, Svájci Tipográfiai Stílus, Wolfgang Weingart, New Wave, 8vo, Neville Brody, Fuse, Hard Werken, Katherine McCoy, Emigre, David Carson).

A történeti fókuszú elemzésem következtetéseit, a tizennyolcadik fejezetben felsorolt elvek mentén vonom le. A tizekilencedik fejezetben bevezetek olyan külső tényezőket, amik a tervezésre hatással voltak. A huszadik fejezetben a levont következtetéseket a korábban vizsgált tervezőművészek és művészeti tendenciák esetén értelmezem.



**KIINDULÓPONT**

2.1.

A kísérleti tipográfiához kapcsolódó gondolatmenetem kiindulópontjaként fontosnak érzem lefektetni a tipográfia tervezőgrafikai definíciójának meghatározását. Hogy mi is az pontosan, amit tipográfiának nevezünk?

A kísérletiként aposztrofált tipográfiai törekvés alapállása szabályszegő és tagadó. Ez az elutasító attitűd a klasszikus tipográfia ellen irányul. Ezért a kísérleti tipográfia definiálásához fontos a klasszikus tipográfia alapelveinek tisztázása. Így lehet a két terület egymáshoz való viszonyát egzaktul feltérképezni.

**KORAI KÖNYVNYOMTATÁSI TECHNIKÁK**

2.2.

Gutenberg találmánya után nemsokkal a kézírás fontossága gyengült. A múlt kódexíró kultúrája kézműves tevékenység volt, amit felváltott az ipari termékként gyártott könyv. A nyomtatással, nem egy, teljesen új technológia került bevezetésre, inkább sokféle technológia összehangolása és új célból való felhasználásuk történt meg. Régebben a könyvek alapanyaga papirusz volt, amit a papír már jóval a nyomtatás előtt (1300 után) felváltott. A könyvtárgy előállításához a papír sokkal alkalmasabb volt. A nyomtatáshoz felhasznált új, olaj alapú festék nem a kézíráshoz használt anyag volt, hanem inkább a festők alapanyagaiból származhatott. Az első nyomdai sajtók formailag és technikailag a szőlőprések utódainak voltak tekinthetők. A cserélhető betűk metszésének és öntésének technikája pedig az aranyművesek szakmai ismereteire épült. Sokféle és összetett lelemény egyesítése kellett ahhoz, hogy a nyomtatás forradalma megtörténhessen. Az ősnyomatok készítésekor (XV. században), a felhasznált papír, a festék és a préselési eljárás sem volt még tökéletes. Ez a lágy, erősen mintázott papír a betű-formák kontúrjait barázdálta, egyenetlen préseléssel, elmosott, recegős és a részleteknél kissé becsukódó betű-formák születtek.

**A NYOMTATÁS, MINT ÚJ KÉZÍRÁS**

2.3.

A mozgatható betűk ötletének megjelenésekor még nem lehetett tudni a nyomtatás minden előnyét, és azt sem, hogy hova fog fejlődni. A nyomtatás kezdetén a nyomtatványra nem úgy, mint gép által előállított szövegre, hanem inkább egy olcsóbban és ezáltal könnyebben megszerezhető írásra tekintettek. A nyomtatott munka már az első próbálkozásoknál is megtévesztésig hasonlított a kódexekhez. Valójában, egészen hosszú időn át (a XV. században), tényleg nem sok látható különbség volt a nyomtatott oldalak és a kézzel írott könyvoldalak között. A lapot nyomtató nyomdász és az, aki olvasta, szintúgy abban a hitben volt, hogy a nyomtatott szöveg a kézírás közvetlen utódja, mintegy folytatása. Így is hívták „artificial scribere”, mesterséges írás: a kézírás egy másik formája.

---

## 2.4. KÉZÍRÁS ÉS NYOMTATÁS VISZONYA

Gutenberg óta, a formába öntött, többször használható és mozgatható betűknek köszönhetően, és a nyomtatás technikájából adódóan, minden egyes lapon mindig teljesen azonos formájú betű karakterek jelentek meg. A nyomtatott betű formája egy befoglaló téglalapon belül él. Ez a téglalap, a betűk egymás mellé illeszthetősége miatt, minden betűnél azonos rácshoz igazodik, mintázatának szabályos ismétlődése a tipográfiai kép fontos része.

Habár a nyomtatott szöveg eredendően a kézzel írott szövegből, mint formai előképből ered, a betűmetszés és nyomtatási folyamat gépiességének hatására mindenképpen eltávolodik a kézírástól. A kézíráshoz képest, a nyomtatott szövegből jellegzetes részletek vesztek el.

A kézírás eredendően más, mert itt a betűknek nem kell, a gépi nyomtatás szabályos téglalapjának a keretein belül maradniuk (a betűk lehetnek szélesebbek vagy keskenyebbek, akár egymásra is lóghatnak, nem úgy, mint az ólombetűknél), ezért is lehet a kézírás, már struktúráját tekintve is, organikusabb. A kézzel írott szöveg a nyomtatott szöveg szabályos, téglalapba kényszerített betű elrendezésével ellenben, minden íróra egyedileg jellemző, karakteres, életteli, pulzáló ritmusú.

A nyomtatott szöveg természetét a gép határozza meg. A betűmetszés és a nyomtatás általában véve egy komplex technikai folyamat. Mindezek ellenére a nyomtatott „betűtömeg” is ritmizálható. Ritmus alakulhat ki: a betűközök, a sortáv, a sorhossz, a sortörések, betűméretek, a szövegblokkok, a papír oldalarányai és szövegelhelyezésük viszonya között. Ez a gépi írás saját ritmusa. A gépi betű formája is megőrzi a kézírás eszközeinek bizonyos karaktereit (széles vágású toll, hegyes író toll, ...), ezeket igyekeznek visszaadni a gépi nyomtatás betűinek (vékony-vastag) formáiban.

A kézzel írott szöveg egyedi, eredeti és megismételhetetlen. Az író személy karaktereit hordozza magán ezért személyes és spontán. A nyomtatott szöveg etalonja (ősnymtatványok korában) a kézírás volt. Hasonlóság tekintetében a megtévesztés szintjét sikerült elérni. A nyomtatás viszont az egyediséget soha nem tudta felmutatni, ebben nem volt képes vetélkedni a kéziratokkal. Ebből a szempontból, kiváltképp a középkori viszonyok tükrében nézve, és többé-kevésbé azóta is, a nyomtatás alárendelt és alsóbbrendű érzést hordoz magán. Az egyediség kapcsán fennálló különbség az egyik olyan lényegi tényező, ami miatt a kézírást és a nyomtatást, nem csak technikai szempontból, hanem alapvetően véve is elkülönítve kell vizsgálni. Nem helyénvaló a nyomtatott szövegre úgy tekinteni, mintha az a kézzel írott szöveg „folytatása” vagy evolúciója lenne.

A mozgatható betűs szövegnyomtatás feltalálásával nemcsak a betűk formája volt minden nyomaton ugyanolyan, hanem egy nyomtatott oldal minden példánya pontosan ugyanolyan lett. A szöveg sokszorozása miatt az egyediség és spontaneitás nemcsak, hogy nem elérhető, ellenben a váratlan helyzetek miatt, elkerülendő tényezők voltak.

A megismételhető szövegoldalak miatt elengedhetetlen lett a szövegkép megtervezésének kérdése, ezáltal a kalkulálhatóság és az egész nyomtatványon, vagy akár több kiadványon átívelő összhang elérése. Olyan rendszerre volt szükség, ami az objektivitáson, tisztaságon, következetességen és precíz arányokon alapul, így az előzetes tervezéssel (a gyártás folyamán) nem kívánt meglepetések elkerülhetők.

A kódexek elkészítésének hagyományával ellentétben, az oldalak pontos kinézete még a nyomtatás előtt eldőlt. A korai nyomdák szempontjai szerint a nyomtatás két fő elemből állt, az oldalak előzetes komponálása és a nyomtatás [ekkor még a betűkre, mint egyfajta nyomdai felszerelésre tekintettek]. Gutenberg óta élő fontos tényező a könyv-, az oldal-, és a betűtervezés összehangolásának szükségessége, ez az, ami a mai napig elengedhetetlen tervezői terület, és összefoglaló szóval tipográfiának hívunk. Ez a diszciplína a kézzel írott szövegtől alapvetően eltér, mivel a tipográfia természete a betűk és a nyomtatott lapok pontosan ugyanúgy kinéző ismételhetőségének alapvetéséből származik. Az egységes szövegkép minősége fő koncepcionális vonás, ahol mindig fontos szempont a funkció, a vizualitás és a technika viszonya.

## TIPOGRÁFIA KIALAKULÁSA

2.6.

A kezdeti ősnyomtatványok kora után, a XVI. századtól (Gutenberg találmánya után 50 évvel), a nyomtatás már külön iparág volt. Ekkoriban, csak Velencében, több mint 150 nyomda működött.

A betűtervezés elengedhetetlen része volt a nyomtatással kapcsolatos feladatoknak, mivel minden egyes nyomdának szüksége volt saját betűkre, amikkel nyomtathattak. A nyomda által megbízott betűtervező művész, egyedileg, a megbízó nyomda számára tervezett és metszett új betűket. A nyomda minden kiadványának nyomtatásánál csak ezeket tudta használni, ezért a nyomdai betűk (formaviláguk, esztétikájuk, olvashatóságuk) a nyomda védjegyévé és a piaci sikerének zálogává váltak. A nem jól sikerült betűknek nem volt hosszú életük. Ezért a betűtervező művészek kénytelenek voltak kivételesen magas szakmai érzékenységgel viszonyulni az arányok, ívek és formák iránt.

Az első igazán nagy nyomdászok és betűmetszők, mint például Francois-Ambroise Didot (1730–1803), Giambattista Bodoni (1740–1813), Pierre-Simon Fournier (1712–1768) és kortársaik, a nyomtatás teljes technológiai vertikú-

---

mára (például papír formázás, fém megmunkálás, festék minőség, ...), ezáltal a minőségi kivitelezésére is külön hangsúlyt fektettek. A tipográfia szempontjából mégis az a legfontosabb, ahogyan ezeknek a nyomdász szakembereknek a figyelmébe a nyomtatott oldal szövegének egységes megjelenésére („homogénéité de la page”) irányult. Az oldal homogenitása több tényezőt is magában foglal: a betűk és a szöveg terének egységességét, az egyforma fekete tónussal bíró szövegképet eredményező betűtípusokat, optikailag teljesen egyenes szövegsorokat, a szavak közötti szóközök egyöntetűségét, az oldalpárok szimmetrikus elrendezését és sok más szakmai tényezőt [ezek a tipográfiai tényezők ma már magától értetődőek]. Így érhatték el a nyomtatványok kivételesen tiszta, uniformizált és harmonikus megjelenését. Következetes tervezési elvek felállításával létrehozták a nyomtatás sztenderdjeit (pl.: G. Bodoni: Manuale Tipografico, 1818). Az értékes tartalom (a verbális mondanivaló) továbbítása volt az a cél, amit a harmonikus tipográf formák, a betűtípusok tiszta szépsége révén értek el. Egyetértettek abban, hogy a formának illeszkednie kell a tartalomhoz, de úgy vélték, hogy tisztán a funkció, esztétikai szempontok nélkül, önmagában nem elég a jó végeredmény eléréséhez.

A szakmai ismervek, a Gutenberg óta eltelt fél évezred alatt, a folyamatosan gyarapodó tapasztalatok következtében tovább finomodtak és ezen tapasztalatok folyamatos egymásra épüléséből alakult ki a mai (értelemben vett) tipográfia.



**KLASSZIKUS TIPOGRÁFIAI MINŐSÉG****3.1.**

A XX. század első felében alakuló New Traditionalists mozgalom képviselői, Beatrice Warde (1900–1969) és S. Morison (1889–1967) a Monotype nyomdatechnikai cég londoni részlegén találkoztak. A mozgalom eltökélt szószólóiként, a nyomtatás esztétikai és technikai minőségének fontosságáért álltak ki. Több elméleti publikáció, a világ több pontján tartott előadás és számottevő oktatói munka jellemezte tevékenységüket. Eredményeik kulcsa a legújabb nyomdatechnikai fejlesztések alkalmazása, a hagyomány iránti nagy tisztelet és a jó olvashatóság, vagyis a szöveg tisztasága volt. Ennek tükrében sok teljesen új betűtípus született (pl. Eric Gill, Gill Sans-a) és sok régi betűforma került „újrametszésre”, olyan mai napig is előszeretettel használt betűk születtek újjá, amik évszázadokkal korábban, még más technológiai körülmények között (durva papírra, egyetlen prérésekkel, ...) készültek, ezért csak silányabb nyomatokon maradtak fenn. Ilyen az „újraélesztett” Bodoni, Garamond és Bembo is.

A XX. századra a nyomtatott szöveg olvasása széleskörű nyilvánosság számára vált tényezővé, egyre fokozódó igény alakult ki a minőségi nyomtatványok iránt. A könyv-piac soha nem látott méretűvé nőtt és egyre tudatosabb és fogékonnyabb könyv-fogyasztó közönséggel szembesült. A XX. század közepére, olvashatóság szempontjából, a mozgatható betűelemekkel készülő nyomtatott anyag minősége az ezidáig tapasztalható legmagasabb szakmai szintet érte el. Ezek következtében számottevő mennyiségű kiváló minőségű kiadvány, példásan kivitelezett nyomtatvány született. Gutenberg óta a nyomdaipar és a nyomtatás piaca technológiailag (a nyomtatás minősége szempontjából) rengeteget fejlődött és (a mozgatható betűvel) az elérhető legtisztább olvashatóság etalonjához talán ekkor volt a legközelebb.

**BEATRICE WARDE ÉS A TIPOGRÁFIAI HŰSÉG MAXIMUMA****3.2.**

Beatrice Warde elhivatott volt ügyük képviselésében, globális szinten hívta fel a figyelmet és bőszen érvelt a nyomtatott termékek minőségért, büszkén hirdette, hogy az a jól nyomtatott lap, ahol a legkevesebb az akadály a szerző mondanivalójának célba érése előtt, mert a nyomtatás hivatása az, hogy közvetítse azokat a szavakat, amiket az író mond. Ezért a nyomtatás szakmai részének (vizualitás és technika) észrevétlenül kell közvetítenie a mondanivalót. Ahogyan a rádióban hallható tiszta, kellemes orgánumú és jól érthető felolvasó hangja is semleges marad.

„A betű tervezése a legkonzervatívabb olvasó tempóját követi. Ezért a jó betűtervező rájön, hogy az új betűkészlet sikeréhez annyira jónak kell lennie, hogy csak nagyon kevesen ismerjék fel újszerűségét.”<sup>12</sup>

---

12 MORISON, Stanley: *First Principles of Typography*, New York, Macmillan, 1936

---

Beatrice Warde híres „kristály kehely” hasonlata<sup>13</sup>, az akadály nélküli olvashatóság találó példázata. Azóta a tipográfia egyik legtöbbet idézett irományaként ismert. Warde hasonlata szerint a borhoz értő ember szívesebben iszik bort egy tiszta, átlátszó, kristály kehelyből, mint egy tömör arany kehelyből. Az arany, ugyan sokkal drágább és elegánsabb tárgy, de a bor színét és állagát teljesen elfedi. A borhoz értő ember számára a bor élvezete fontosabb, mint egy drága serleg birtoklása általi magamutogatás. Ezt a helyzetet hasonlítja Warde a tipográfiához, ahol a nyomtatott szöveg akkor tudja legjobban átadni tartalmát (a szöveg mondanivalóját), ha a vizuális megjelenés mikéntje az olvasó számára nem tűnik fel, vagyis nem tolakodó és nem magamutogató, hanem szinte „láthatatlan”, vagyis az olvasó számára észrevehetetlen. Csak így, külső zavaró elemek nélkül, lehet a legzavartalanabban elolvasni a szöveget.

### 3.3. NEW TRADITIONALISTS MOZGALOM ALAPELVEI, TIPOGRÁF SZABÁLYOK A SZÖVEG OLVASHATÓSÁGÁNAK TÜKRÉBEN

A klasszikus tipográfia szabályai, nem szubjektív tényezőkön alapulnak és megvalósításuk nem egyéni tervezői ízléstől függ. Az egyértelmű és gyorsan olvasható szöveggel ismerve, Gutenbergtől indulva, több mint ötszáz éves fejlesztés eredménye. Az európai olvasó, azóta folyamatosan, szoktatja és trenírozza szemét ezekhez a szövegekhez, a nyomtatvány sajátos tipográfiai megjelenéséhez, az egymásután futó betűk elrendeződéséhez, az egymás alatt folytatódó sorokhoz, a szövegblokkokhoz, a könyvek oldalainak elrendezéséhez, ... Az európai nyomtatás feltalálása óta eltelt időnek köszönhetően az európai ember szeme felkészült a tipográfiai sajátosságokra és hasonlatosságokra. Az olvasás spontán tevékenység lett.

„A tipográfiai forma racionális és a hagyomány keretrendszerének tükrében alakult ki. Évszázadok hibái, próbálkozásai és javításai hozták létre azokat a hasonlatosságokat, amiket a szemünk felismer így ezektől függ az olvashatóság és értelmezhetőség.”<sup>14</sup>

Az olvasót tudat alatt is zavarja, ha nem tud jól eligazodni egy könyvben vagy egy oldalon. Az olvasás sebességét pedig befolyásolja a zavaró formájú betű vagy a rossz tördelés. A túl közel, vagy túl távol kerülő betűk, szavak vagy sorok bizonytalan olvasást eredményeznek és ezáltal csökkentik a sebességet. A kiegyensúlyozott szöveggel eléréséhez alázatos tervezői hozzáállás szükséges, a tipográfus önálló művészi indíttatásait háttérbe kell szorítania (B. Warde 1930)<sup>15</sup>.

---

13 WARDE, Beatrice: *The Crystal Goblet or the Printing should be invisible*, (előadás) British Typographers' Guild, St. Bride Institute, London, 1930. okt. 07.

14 MORISON, Stanley: *Printing The Times, 1785-1953: Some Account of the Means of Production and Changes of Dress of the Newspaper*, London, Printing House Square, 1953, kivonatolva in: „Stanley Morison: Changing the Times”, *Eye magazine*, no. 84, vol. 21, 2012

15 WARDE, Beatrice: *The Crystal Goblet or the Printing should be invisible*, (előadás) British Typographers' Guild, St. Bride Institute, London, 1930. okt. 07.

---

Egy szöveg tipográf megvalósításával foglalkozó tervezőművész célja a tisztaság, egyértelműség, kiegyensúlyozottság. Ezeknek a szempontoknak is köszönhető, hogy az olvasó felismeri az elemeket és jól eligazodik a szöveg részei között (tudja miből és hogyan épül fel a szöveges oldal), így lehet egy szöveg könnyen olvasható és üzenete jól értelmezhető. A végeredmény tisztán (félreértések nélkül) és gyorsan befogadható szöveggé, aminek következtében az író üzenete akadály nélkül jut el az olvasóhoz. Ez a többszáz éves hagyomány is indokolja a tipográf szabályok kötöttségét, ami a „kivitelező” (tervező) és a „befogadó” (olvasó) érdekeit is ugyanúgy szolgálja.

„Stanley Morison alapelveit sajátjának is tekintette [...]: »A tipográfia egy hatékony eszköz, ami alapvetően haszonelvű és csak véletlenszerű esetekben esztétikai a cél, a [betű] minták élvezete csak a legritkább esetben számít az olvasó fő céljának. Ezért, minden olyan szándék arra, hogy a nyomtatási anyag, legyen bármilyen indíttatásból is, az olvasó és az író közé helyezkedik, az hibás.« Ez a tipográfia egészére vonatkozik, de különösen igaz a betűre, ami a betűszedés és a design legfontosabb része.”<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> CAFLISCH, Max „Schriftanalysen: Untersuchungen Zur Geschichte Typographischen Schriften”, (belső borító bevezető szövege), St. Gallen, Typotron, 2003, in: PARADIS, Louise, FRÜH, Roland és RAPPO Francisco (szerkesztők): ECAL: 30 years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter (TM RSI SGM 1960–90), Lars Müller Publishers, 2017



**FIGYELEMFELKELTÉS, ÚJ SZEMPONT AZ OLVASHATÓSÁGON KÍVÜL****4.1.**

A XIX. század második felében az Arts and Crafts mozgalomhoz kapcsolható Fine Press Movement, a nyomdatechnikai minőség fejlesztésének érdekében jött létre, viszont nem az olvashatóságot tartotta a legfontosabb szempontnak a tipográfiában. A Fine Press Movement, William Morris (1834–1896) nevéhez és az Arts and Crafts-hoz kötődik és az iparosodással szemben, a humanizmus előtti értékekhez tért vissza. Előszeretettel használta a kézzel írott kódexek vizualitását.

A Fine Press Productions nyomdatechnikai irányelvei kapcsán, vizsgálta a nyomdai tevékenységek minden részét (betű, festék, papír, ...). Visszautalt a kódexek esetében bevált egyedi és igényes kézműves kötészeti és felületmegmunkálási technikákra. Emberközelibb megoldásokban és érzelemgazdagabb vizualitásban hitt. Előszeretettel használt organikus motívumokat, indás formákat, dekoratív mintázatokat. A grafikai stílus és a szöveg sajátos vizualitást alkotva kapcsolatba lép egymással. Ez jellemző az akkori igényes kiadványok borítóra és az oldalakra is. Ennek esett áldozatául az olvashatóság. Az Arts and Crafts nyomtatványok esztétikáját, bírálói úgy jellemezték, mint a nyomatok romantikusan túlfokozott nosztalgiáját, túlzott finomkodást, történetiséget és túlburjánzó vizualitást.

Mégis, Morris munkái hatással voltak a kor olvasóira, az oldal expresszív vizuális megjelenése „érzékenyítette a közönség szemét”. Elérte, hogy általános legyen az a szemlélet, miszerint a kiadvány vizualitása is fontos eleme egy irodalmi alkotásnak.

„Arts and Crafts hatása nem stílusában kereshető, inkább az öntudatos figyelme az irodalmi szöveg megjelenítésének irányába ... ahogyan a betű egyedi vizuális karaktert adott a szövegeknek.”<sup>17</sup>

---

17 DRUCKER, Johanna: The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art 1909–1923, Chicago Press, 1996, 98. o.

---



**IPAROSODÁS HATÁSA A KÖNYVEKRE ÉS PERIODIKÁKRA**

5.1.

A XVII. században Európában már jelentek meg periodikák (leginkább havi vagy kétheti, ritkán heti megjelenések is). Az első újságnak nevezhető (angol) kiadvány, a *Corante, or newes from Italy, Germany, Hungarie, Spaine and France* (1621. szeptember 24.). 1830-ig ezeket egyáltalán nem a minőség jellemezte. A század végére alakult ki a mai értelemben vett szórakoztató célú (magazin) kiadvány.<sup>18</sup>

Az első ipari forradalom korára tehető (XVIII. század második fele és a XIX. század első fele) a nyomtatás és a papíripar, a korábbinál sokkal nagyobb mértékű fejlődése, ami többek között az új találmányoknak köszönhető (papíripar, festék, nyomtatás, ...), ami olcsóbb papírárakat, szebb nyomtatminőséget és nagyobb példányszámokat hozott.

A XIX. század elején még sokan nem tudtak olvasni. Ami nem volt meglepő, hiszen addig a könyv egy olyan nyomdai termék volt, ami rendkívül drága, értékes tárgy, csak keveset és hosszútávra vásárolta az olvasó, így egy könyvnek akár több generációt is ki kellett szolgálnia. A könyv „fényűzését” nem engedhette meg magának minden társadalmi réteg. De a technológiai fejlesztéseknek köszönhetően a könyvek árai már szélesebb közönség számára is megfizethetők lettek. 1840-re Amerikában már minden iskolásnak saját olvasókönyve lehetett. Az oktatás pedig egy-két évtized alatt tovább növelte az olvasóközönség méretét és a könyvek iránti igényt. 1860-as évek elejétől megjelentek a filléres (ponyva) regények, kisvárosi könyvtárak alakultak, elérhetővé váltak a magazinok és napilapok.

**VÉDŐBORÍTÓ**

5.2.

A XVIII. században a könyv tárgyak rendkívül értékesek voltak, doboz szerű, kicsúsztható tokban esetleg védő papír csomagolásba kötve kerültek eladásra. A legdrágább ajándékkönyvek borítói selyemmel vagy bőrrrel voltak kötve, ezeket védte a védőborító, mint egyfajta csomagoló papír. Ezek nem jártak a könyvhöz, csupán a könyv fizikai védelme volt a feladatuk, legtöbbször a könyvesboltok a vásárláskor, helyben készítettek ilyen csomagolást a könyvhöz. A védőborítók megjelenése kezdetben nagyon egyszerű volt, a könyv azonosítására szolgáltak, csak a könyv írója, címe és a tulajdonos nevének üres helye került rá. Első ismert védőborítók: *Friendship's Offering* (1829), *Bodleian Library*, Oxford vagy *Neues Taschenbuch Von Nürnberg* (1819). 1820-as évek után a könyv védőborítóját, mint vásárlás után eltávolítható kiadói csomagolást, már a könyvkiadó, a könyvvel egyetemben nyomtattatta. Lewis Carol író nevéhez köthető a következő

---

<sup>18</sup> UNWIN, Philip Soudy és UNWIN, George, „The 19th century and the start of mass circulation” in: *Encyclopaedia Britannica*

---

---

állomása a könyvborító funkciójának. 1876-ban, ő kérte kiadóját, hogy a „papír csomagolás” gerincére is kerüljön rá a könyv címe (Lewis Carol: *The Hunting of the Snark*). Ezek a csomagolóanyagok már nem kerültek eldobásra, hanem tartósan a könyvvel maradtak az olvasás közben, és a könyvek olvasás után védőborítóval együtt kerültek fel a polcra is.

Amikor a könyvesboltok a könyvkiadók könyveladásért (piacért) folyó harcának színhelyei lettek (a XIX. sz. végétől, XX. század elejétől). Az eredendően fehér papírra nyomtatott pár sornyi felirattal megjelenő védőborítók átalakultak, erősen dekorált megjelenésűvé váltak. A könyveknek első látásra is ki kellett tűnniük a sorból, meg kellett harcolniuk az olvasók figyelméért, hogy egyáltalán kézbe vegyék őket a boltban. A figyelemkeltés egyik fontos eszköze az „ajándék” védőborító lett. A védőborító egyszerű csomagolásból, fontos promóciós eszközzé vált, ezáltal a megjelenése (esztétikája) fokozott piaci értéket képviselt. Funkciója inentől már nem csak az olvashatóság volt, hanem hogy feltűnő legyen és felkeltse a vásárló figyelmét. Ez volt az első nyomdatermék, aminél az olvashatóság másodsorba szorult.

A mai védőborítók több mint száz éve, ugyanúgy funkcionálnak: egy könnyen levehető papírlap, ami a könyv szükséges része. Talán, szerepének és funkciójának kettőssége (könyvhöz tartozó, de mégis, fizikailag különálló rész) tette lehetővé, hogy kilépjen az olvashatóság szempontjainak klasszikus kánonjából.

### 5.3. ÚJSÁG

A XIX. század közepéig a tipográfia szinte kizárólag a könyvről szólt. A minden szempontból gondos figyelemmel felépített, szerkesztett és elrendezett könyvtárggyal szemben az „új” termék, az újság, ami már a kezdetekkor is radikálisan eltért a könyvtől, más vizualitással működött. Zsúfolt lapjai és sűrű hasábjai, helytakarékos tördelésük, a hirdetéseknel csak tovább sűrűsödött. Ráadásul az első napilapokat olcsó papír és távolról sem igényes nyomdai kivitelezés jellemezte. Az újság ellentéte a „tisztá művészet birodalmának”<sup>19</sup>

Ezek a gyorsan cserélődő, „eldobható” nyomdatermékek a popularitás, tömeg kultúra és vele együtt az egyre gyorsabban pörgő élet jelképei lettek. Az újságban sok minden helyet kaphatott, ami egy könyvben nem (politika, szociális események, sorozatok, tudományos felfedezések, hirdetések, ...).

„A nyomdászok minden eddigi felfedezését a legmagátólértetőbb módon az újság magába szívtá, ez pedig összefoglalható a következő szóval: sajtó. Az eredmény egyszerűen egy sima papírlap volt, amelyre a szavak áramlását a lehető legnyersebb módon nyomtatják.”<sup>20</sup>

---

19 POGGI, Christine „Mallarmé, Picasso, and the Newspaper as Commodity” in: BANASH, David „From Advertising to the Avant-Garde: Rethinking the Invention of Collage,” Western Illinois University, 2004

20 MALLARMÉ, Stéphane „*The Book as Instrument*” in: BANASH, David „From Advertising to the Avant-Garde: Rethinking the Invention of Collage,” Western Illinois University, 2004



---

Az új nyomdatermékek (napilapok és hirdetések) elárasztották a piacot, de a könyv értékes, minőségi tárgy volta, továbbra is megmaradt, mert ezek anyagukban, elkészítésükben és vizualitásukban is messze a napilapok felett álltak.

## REKLÁM ÉS HIRDETÉS

5.4.

Ahogy egyre nőtt az igény a nyomdatermékek iránt, a nyomdászok az egyre nagyobb terhelés miatt előszeretettel, és egyre többet használták az évszázadok óta ismert helykitöltő mintákat, dekorációs és illusztrációs sablonokat (nyomdai cífrák, illusztratív minták, ornamensek, ...).

„A nyomtatott képanyagok sosem érhatték el a festmények magasztos hangulatát, kimunkált, szofisztikált vizualitását, egyediségét, formavilágát [mint például a trompe l’oeil]. A valóság-hú hatásra, az illúziókeltésre, a nyomdatechnológia limitációi miatt nem is törekedhetett egy nyomdász.”<sup>21</sup>

„Instant” nyomdai illusztrációk készültek különféle területekhez (bútorok, foglalkozások, ...), amiknek limitált volta (és az idő szűkössége) miatt, nem mindig teljesen összetartozó elemek kerültek egyazon felületre. A reklám sajátos kommunikációjának és a nyomdatechnika limitált lehetőségeinek egymásra hatásával született egy olyan képi technika, ami a magas művészet számára, a festészet virtuóz ábrázolási lehetőségei miatt, addig még szóba sem került. Ez a kollázs technika, aminek az újságok és hirdetések termékeny táptalajt adtak.

„A nem összetartozó képeknek és szövegeknek egyazon absztrakt mezőbe történő összegyűjtésének technikája, a reklám egyik alapvető eleme, amely jelentősen megelőzi az avantgárdot. [...] Nem meglepő, hogy az újság szinte minden huszadik századi kollázs találmány elsődleges anyaga.”<sup>22</sup>

A reklám (átvitt értelmű) metaforákban gondolkozott, konceptualításban nem kontextualításban. A hirdetések új, valószerűtlen téri helyzetben, valótlan környezetben megjelenő szituációkon keresztül, elvont üzeneteket hordoztak. Egy cigarettázó „cowboy” képe (Marlboro), nem feltétlen tehenészekhez szóló reklám, hanem a markáns férfiaság érzését kommunikálja<sup>23</sup>. Egy képen, ha egy bőrönd mellett (azonos méretben) látszik az Eiffel torony, nem azt jelentette, hogy Eiffel torony méretű bőröndöt árusítanak, hanem az utazásról szólhatott. Radikálisan újfajta, innovatív képek jelentek meg. Új kép kompozíciókkal (kivágott és valószínűtlen arányú képek egymás mellé helyezése), töredezett struktúrával, absztrakt tartalommal és céltudatos feszültséggel keltett hatást. Az emberek képekhez való viszonya megváltozott és a kép korlátai kitágultak.

---

21 BANASH, David „From Advertising to the Avant-Garde: Rethinking the Invention of Collage,” Western Illinois University, 2004

22 Ibid.

23 Ibid.

---

„a kereskedelmi üzenetek terjesztéséhez nélkülözhetetlen a grafikai tér átszervezése”<sup>24</sup>

A kapitalista ipar hamar felfedezte a lehetőséget a tipo-grafikában. Ez egy olyan eszköz a gyártó kezében, amivel kommunikációs csatornát nyithat és a kereskedelmi üzenetet (reklám) eljuttathatja a fogyasztóhoz. A reklámipar nyomása és sürgetése ezt a potenciált igyekezett kiaknázni. A kényszer eredménye volt a nyomdai kivitelezés minőségének romlása, de emellett előremutató hatásokat is előidézett. A tipográfiai formák nagy mértékben fejlődtek, eddig sosem látott változatosságú tipográfiai minták születtek. A grafikusok és szerkesztők előtt új utak nyíltak meg. Ebben a helyzetben már nem csak a tiszta szövegkép és jó olvashatóság, hanem az olvasóközönség figyelmének megragadása is cél volt. Az újfajta szövegtervezés, sokféle új betűtípus és új stílus mind a reklám területén aktivizálódott. Az ipari forradalom hatására a szöveg sokkal vizuálisabb és grafikailag sokszínűbb lett, mint bármikor korábban volt.

„A betű gyártás megőrült, értelmetlen áradata az új betűknek, rossznál is rosszabb történelmi vagy öncélú változatokat rajzoltak, metszettek és öntöttek.”<sup>25</sup>

A reklám által a tipográfia részese lett, egy, a szöveg nyelvi mondanivalóján túlmutató manipulációnak. Hirdetésekből, újságokból, plakátokon és sokféle nyomtatott anyagban gyorsan elterjedtek az új módszerek, hamar kialakultak, és beváltak az új vizuális formulák, grafikai metódusok. A reklám vizualitása rendszereződött, kodifikálódott, beépült a hétköznapi élet sztenderdjei közé.

„A reklám kifejlesztette a saját nyelvét és grafikai szótárát, ahogyan egy tudatos önazonosság érzetet is.”<sup>26</sup>

A reklámok és hirdetések a város lakó emberek hétköznapijainak egyre hangsúlyosabb részei lettek. A huszadik század elejétől a város falai, a könyvesboltok és az újságok lapjai is az eladásért folyó (piaci) harc színhelyei lettek. Nyomtatott termékek tömkelegének, az újságoknak, a plakátoknak, tájékoztatóknak, hirdetéseknek, ... és még a könyvek védőborítóinak is egy célja volt: ki kellett tűnni a sorból, fel kellett kelteni a figyelmet. A reklámozás és a tömegmédiák megjelenésével az új üzenetek átadását új módszerek, új szempontok és új képi eszközök támogatták.

„A tipográfiát forradalmasítja az újsághirdetés ...”<sup>27</sup>

---

24 DAIX, Pierre: *Le Cubisme de Picasso, Braque, Gris et la Publicité in Art és Publicité 1890-1900*, szerk. JEAN-HUBERT, Martin, Editions du Centre Pompidou, 1990, 136–151. oldal in: *ibid.*

25 TSCHICHOLD, Jan: *The New Typography*, University of California Press, 2006, 28. o.

26 DRUCKER, Johanna: *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923*, Chicago Press, 1996, 98. o.

27 DRUCKER, Johanna: *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923*, Chicago Press, 1996, in: BANASH, David „From Advertising to the Avant-Garde: Rethinking the Invention of Collage,” Western Illinois University, 2004

„A könyvek csendes tipográfiája úgy lett megtervezve, hogy az ember otthoni nyugodt óráiban kényelmes olvasást nyújtson, ami nem megfelelő az árucikkek eladásához, a piac vizuális hangzavarához.”<sup>28</sup>

A könyv és az újság alapvetően eltérő funkciójából is következtethető az a tény, hogy a reklám és az újság tipográfiai megoldásai sokáig nem gyűrűztek át a könyv világába.

A legtöbb könyv (már a XVIII. századtól) jó megjelenéssel bírt: jól olvasható betűkkel, jól értelmezhető tördeléssel és jó nyomtatási minőségben jelent meg. Legtöbb könyv teljesítette, amit a tiszta megjelenés és példás olvashatóság esztétikai szempontjai kapcsán az adott kor technikája lehetővé tett. Hogy egy könyvet elolvas-e valaki, az személyes döntés kérdése, ezzel szemben, a reklám szövege azért születik, hogy mindenki kénytelen legyen elolvasni. Ezért az olvashatóság fontos tényező maradt, ráadásul soha ennyi nyomdatermék nem került még ki a nyomdákba az olvasók elé, mint az iparosodás után. A gyors olvasás, könnyű eligazodás még fontosabb szempont lett, de a figyelem felkeltése minden esztétikai és olvashatósági hagyományt átíró tényezőként jelent meg.

A XIX. századtól elterjedő újságok, plakátok, reklámok és hirdetések a század végére egyre nagyobb részét képezték, a korábban túlnyomórészt könyv gyártásból élő nyomdaipar termelésének. Jellemzőjük az olcsóbb kivitelezés, gyorsabb és hatásvadász tervezés. Az újságok lapjain sok szöveg apró betűkkel, sűrű hasábkba tömörülve jelenik meg. Mindezek ormótlanul nagy címszövegek és kiabáló hirdetés feliratok között, rögtönzött elrendezéssel, minden részletében túlsúfolt hatást eredményeztek. Ezeket a nyomdatermékeket szakmai és művészeti területről is kritikák illették. A reklámok és az újságok olyan szakmai limitációkat teremtettek, amik rákényszerítették a tipográfiát arra, hogy eddigi szempontoktól eltérve, másféle (figyelemfelkeltőbb) irányba is elinduljon.

„a tipográfiai újdonság a piacon kezdődött”<sup>29</sup>

Ezek a nyomdai termékek nem úgy néztek ki, mint a könyvek, funkciójuk is más volt, megrendelői körük is sok esetben az ízlés nélküli úgagdag iparosok voltak. Jellemzőjük az erősen dekoratív, látványosan túlméretezett betűk és ornamensek, céljuk, hogy felülemelkedjenek az olvasón. Nem is nézhettek ki ugyanúgy, mint a könyvek, amiknek célja ellenkező, az olvasó igényeinek alázatos kiszolgálása (olvashatóság, eligazodás, érthetőség, ...) volt. A két hozzáállás, különböző tervezői területek, markánsan elváltak egymástól és ez a távolság sokáig megmaradt.

28 DAIR, Carl: Design with type, University of Toronto Press, 1985, 46. o.

29 COHEN, Arthur Allen „The Typographic Revolution: Antecedents and Legacy of Dada Graphic Design,” in: BANASH, David „From Advertising to the Avant-Garde: Rethinking the Invention of Collage,” Western Illinois University, 2004



**KÖRNYEZET**

6.1.

A plakátok és újságok térhódítása megállíthatatlan volt. A klasszikus könyvhöz igazodó tipográfia egyre távolabb került ezeknek a nyomdatermékeknek a szükségleteitől. Széleskörűen elfogadott megoldás csak a hetvenes évekre született meg (svájci tipográfia), de már a tizenkilencedik század legvégén elindultak a tipográfia felszabadítására tett művészeti törekvések.

**MALLARMÉ**

6.2.

Az újság, mint nyomdatermék, kritizálói között volt Mallarmé is, aki ezt degradálnak és megalázó formának titulálta.

„Elég legyen a szem szakadatlan, egymásutáni előre és hátra mozgatásából, egyik sor végigkövetése után a következő és kezdődik előlről – ekképpen elveszítjük azt az ekstázist, aminek kapcsán egy gyors órára halhatatlanok lehetünk, minden realitástól felszabadulunk és a megszállottságunk a kreativitás szintjére emelkedik.”<sup>30</sup>

Mallarmé a költői szabadságot félti a merkantil világ mindent beborító grafikai és nyelvi hatásaitól. Az újságok és hirdetések vizualitása elleni kritikus véleménye nem volt alaptalan, ismerte a tipográfiát, tudatosan rendszerezve elemezte a nyomdai szövegkezelési technikákat. Az írás aktusát és az olvasás folyamatát is vizsgálta. „Un coup de dés jamais ...” című versét több oldalon át, saját maga tervezte és szerkesztette, az irodalom számára eddig ismeretlen területre, diszciplínák közötti „határozatlan zónába”<sup>31</sup> tévedt. Tipográf ismereteit is beépítette ebbe a teljesen új, formabontó módon értelmezett versbe, az oldalakat nem csak szöveg tartalomként, hanem teljes vizualitásukban (betűtípus, szöveg zárás, negatív tér, ...) kezelte. Az oldalak szerkesztésekor „kommersz nyomdászok banális eszközeire” épített, az újságok és hirdetések nyomdai effektjeit, eredeti funkciójuktól eltávolítva, alkotói eszközként használta. Egy lapon vagy oldalpáron belül sok és sokféle szöveg-tengelyt használt, a betűtípusokat és betű méreteket szabadon váltakoztatta. Tudatosan manipulálta a szöveggépet, hogy a jelentés és a szöveg vizualitása között átvitt értelmű (nem figurális) kapcsolatot építhessen. A tipográfiai elemek komponálásával térbeli, súlybeli és távolságbeli ideákat követett. „Antigrammatikai” művet hozott létre, ahol a nyelvi szintaxis rendjét felborította, az olvasás mechanikusságát feloldotta ezáltal átformálta a nyelvet.

„Munkái »határozatlan zónába« kerültek – médiumok, időbeliség és társadalmi gyakorlatok között...”<sup>32</sup>

---

30 MALLARMÉ, Stéphane: The Book as Instrument, in: DRUCKER, Johanna: The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923, Chicago Press, 1996, 56. o.

31 STARK, Trevor „Total Expansion of the Letter,” MIT Press, kiállítás összefoglaló, 2020

32 Ibid.

---

Mallarmé ezzel a művészeti hozzáállással a tizenkilencedik század végén, előremutatót alkotott; sok szempontból tekinthető a huszadik század elején született új művészeti tendenciák (avantgárd) előfutárának, a modern vizuális költészet megalapítójának. Az „Un coup de dés jamais ...” lehetne az első kísérleti tipográfiai mű is (a modern művészettörténetben).

### 6.3. ÚJ MŰVÉSZET SZEMLÉLET

„A késő XIX. századi művészi -, és piaci célú poszter tervezés, a városi környezetben olyan grafikai jelenléteket teremtett, ami nagyban hozzájárult az átjárható diszciplínák érzéséhez, amiben kifejlődhetett az avantgárd azon attitűdje, ami az írott nyelv vizuális formáinak anyagszerűsége felé irányult.”<sup>33</sup>

A XX. század elejétől származtatható egy új, modern művészeti szemlélet kialakulása. A Kubizmustól ered és továbbiakban az avantgárd művészeti csoportosulásaihoz (Dada, Futurizmus, De Stijl, ...) köthető. Egyik markáns irányelve a nyelv és a vizuális művészet területének elkülönítése. Céljuk volt, hogy az alkotás ne reflektáljon más területekre, és ezesetben leginkább a nyelv az, amitől szereték volna függetleníteni magukat.

„... kell lennie egy, a formai és tárgyi függőségtől teljesen felszabadított festménynek – egy festménynek amelyik, mint a zene, nem illusztrál semmit, nem mond történetet és nem indít mítoszokat.”<sup>34</sup>

A nyelv mindig utal valamire, mindig reprezentál valamit, ami sosincs jelen. Úgy gondolták, hogy a kép legyen más, ne reprezentáljon, hanem prezentáljon, a kép legyen önmaga, ne pedig „utánzó”. A kép jelen levő, ezáltal autonóm és „önálló”, nem kell más területekre támaszkodnia.

„Orfikus kubizmus egy másik fontos trendje az új művészeti iskolának. Ez a festészet művészete, olyan új struktúrákból származó elemeket használ, amiket nem a vizuális szférából kölcsönzött, hanem teljesen egészben a művész kreálta, és a valóság teljességével látta el. Az orfikus művész folyamatos esztétikai élményt kell, hogy adjon, magát a tárgyat. Ez tiszta művészet.”<sup>35</sup>

Az orfikus kubizmus az első olyan művészeti gyakorlat, aminek kapcsán a formai megoldásból hiányzik az a tartalom, ami utalna valami másra, így marad tisztán önmaga. A kép ennek az új szemléletnek tükrében tisztán vizuális, vagyis optikai, a nyelvi vonatkozásoktól elkülönül és csak önmagáért való; elindult a konceptualitás irányába.

---

33 DRUCKER, Johanna: *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923*, Chicago Press, 1996, 92. o.

34 Michel Seuphor in: *ibid.*, 87. o.

35 APOLLINAIRE, Guillaume: *On painting, 1913*, in: BANASH, David „From Advertising to the Avant-Garde: Rethinking the Invention of Collage,” Western Illinois University, 2004

---

„Ne imitáld a formát, kreálj formát, ne imitálj életet, hanem az élettel egyenértékűt találj!”<sup>36</sup>

„Abszolút non-objektivitás amit a szuprematista képi akció láthatóvá tesz, és ez a teljes non-figuráció nem reprezentál (nem képvisel), inkább egyszerűen a non-objektív (tárgytalan) világot mutatja, ...”<sup>37</sup>

## AVANTGÁRD TIPOGRÁFIA KETTŐS HELYZETE

6.4.

Az új (avantgárd) művészeti gyakorlat tiltja a nyelvi viszonyítás lehetőségét. A tipográfia kapcsán, úgy tűnik, mégis kivételt tesz, mert az írás különálló tipográfiai elemei (a betűk) formai megjelenése nem rendelkezik jelölő funkcióval.

„... ábécénknek az egyedülálló tulajdonsága, hogy nemcsak a látást és a hangot választja el egymástól, hanem jelentést is a betűk által jelölt hangtól, aminek eredményeként a jelentés nélküli betűk jelentés nélküli hangokat jelölnek.”<sup>38</sup>

Az avantgárdban a nyelv jelentése helyett az írott nyelv vizualitása (vagy hangzása) került fókuszba.

G. Apollinaire és S. Mallarmé azok, akinek nevéhez köthető a modern, új vizuális költészet alapjainak a lefektetése és ideáinak megteremtése. De az apollinaire-i képversek figurális, illusztratív utalásai nem férnek össze az új művészeti szemlélettel. Az új művészet szemlélet értelmezésében a figurális kép is reprezentáló, és a nyelvvel egy kategóriába kerül, mert a képen látható forma utal valamire, ezért nem tud függetlenedni a „nyelvi referenciák definiáló keretétől”<sup>39</sup>. Mallarmé viszont rendszerezett optikai vizsgálatokat végzett, a nyomtatott médiumot tanulmányozta és tisztán a tipográfiai lehetőségeket újraértelmezve keresett új tartalmat, mindez összecseng az avantgárd művészetszemléletével. Ő tekinthető az avantgárd tipográfia előfutárának vagy akár inspirálójának.

## KOMMUNIKÁCIÓS SZTENDEREDÉK ÉS TIPOGRÁF SZABÁLYOK ELLENÉBEN

6.5.

A kapitalista reklám (a tömegmédiá csatornáin át) mindenkire szól és üzenetét kötelezően mindenkinek el kellett olvasnia. Hogy ez az üzenet mindenkire egyformán célba érjen, erősen sztenderdizált nyelvet és szöveg megjelenést használt. A sztenderdizált kommunikáció ellen lépett fel az avangárd, és tipográfiájával a tömegmédiá kommunikációs elemeire épít, miközben kinyilvánítja a kultúra fontosságát és határátlépő attitűddel, kísérletező ti-

---

36 FRY, Roger, 1912 in: DRUCKER, Johanna: *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923*, Chicago Press, 1996, 78. o.

37 Jean Claude Marcade, in: *ibid.*, 81. o.

38 McLuhan, Marshall: *A Gutenberg-galaxis, A tipográfiai ember létrejötte*, Trezor Kiadó, Budapest, 2001, 62. o.

39 DRUCKER, Johanna: *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923*, Chicago Press, 1996, 87. o.

---

pográfiai alkotásokat hozott létre. A tudatos grafikai tervezést irányító, motíváló tényező ez esetben nem a kapitalista piac, hanem esztétikai és intellektuális program lett.

A Futuristák (mint például F.T. Marinetti) tudatosan szegték meg a szöveg, a betűk és a stílusok évszázadok alatt kialakult alkalmazási módjait. A tipográfia elemeit (mondatokat, szavakat, betűket) összetörték, átalakították a szintakszist, a struktúrát (sorok, hasábok, oldalak) felszabadították. Ők tesznek először kísérletet a hallásra építő költészet helyett a költészet nyelvi tartalmának, funkcionális tipográfiai hatásokkal történő kifejezésére.

„A könyvnek a mi futurista gondolataink futurisztikus kifejezésének kell lennie. Jobban mondva: a forradalmam, többek között, az oldal úgynevezett tipográf harmóniája ellen irányul, ami teljes ellentéte annak a stílusfolyamnak amit az oldal megenged. Használni fogunk, ha szükséges, 3 vagy 4 különböző szint és 20 különböző betűtípust ugyanazon az oldalon. Például: Italic-ot hasonló és gyors érzések sorozatához, Boldot a nehéz hangsúlyok imitálásához, és így tovább. Ez a tipográf festői oldalának új koncepciója.”<sup>40</sup>

A Dada diszfunkcionálisan, vagyis antikommunikatívan használja a szöveget. Kurt Schwitters a nyelvet, mint alkotói alapanyagot értelmezi, az avantgárd szempontjaival párhuzamban, minden jelentésétől megfosztja az írott szöveget (több esetben a nyelv hangzó formáit részekre bontja és átdolgozza), a művészi újra- vagy átértelmezés által többlet értéket teremt.

Az avantgárd mozgalmak a tömegmédiá visszasságait elítélték, de a reklámot, az új kommunikációs vívmányokat, és azok hatásosságát ismerték és használták (K. Schwitters például a hannoveri „MERZ Werbezentrale” nevű reklámügynökséget vezette). Hozzáértően alkalmazták a nyomtatás szakmai és tervezői ismereteit. Nyomtatványok: független kiadású művészkönyvek, füzetek, kiáltványok, szórólapok, ... ezeket nem csak ismertető funkciójuk miatt készítették, hanem a művészetük eszközeként is használták. Ilyen kiadványok akkoriban sem számíthattak tömegek érdeklődésére, mégis viszonylag olcsó, tartós és könnyen terjeszthető mivoltuknak köszönhetően Európában és Amerikában is az új művészet szemlélet alkotóinak kedvelt eszközei lettek.

Mallarmé költészetétől indulva, a XX. század első harmadának avantgárd tipográfiája a kereskedelmi hirdetések képei, szövegei és ipari anyag maradványok felhasználásával az olvashatóság határán egyensúlyozott. A véletlennel játszó töredezett szövegek, nyelvi kollázsok születtek. Ebben az időszakban a fogyasztói kultúra terjedésével az emberek mindennapjaiba az újságok és hirdetői tartalmak merőben új kép- és szövegmegjelenítési módokat hoztak (elvont és áttételesen értelmezhető üzenetek, hatásos, figyelemfelkeltő, szabad struktúrájú szövegekkel). A tömegmédiá (a kommersz) és a magas művészet közötti fal transzparens lett.

---

40 MARINETTI, Filippo Tommaso: Les mots en liberté futuristes, Milánó, 1919



**SZÖVEG OLVASÁSÁNAK KORLÁTAI**

7.1.

A könyv egy értékes, szép tárgy, amit az olvasó felé, igényes vizualitásával is hitelesen igazol; finom megjelenésű talpas betű, elegáns tördelés, dekorációk, illusztrációk és ornamentelek jellemezték. Egy könyvet nyugodt körülmények között olvastak. Sorról-sorra, a sorokat, oldalakat és fejezeteket egymás után olvasva jutott az olvasó a könyv végére. Minden egyes sor elolvasandó, mert csak így állhatott össze az író üzenete. A könyv készséggel kiszolgálta az olvasó minden igényét.

Egyedül egyféle elrendezési elv volt ezeknél a klasszikus nyomtatványoknál, a különböző vizuális elemek szimmetrikus, függőleges tengelyre történő elrendezése. A szövegeket is középre zárták (vagy a szintén tengelyesen szimmetrikus hasábkba rendezték). Az eredmény egyfajta elegáns megjelenés, ami minden szöveg-helyzetben működött. Ezzel a módszerrel a legkiválóbb betűszedő szakember és a kevésbé avatott is ugyanolyan eredményt tudott elérni. Hátulütője, hogy a kompozíciót tekintve semmilyen rugalmasságot nem tett lehetővé, a tartalomtól teljesen független, lineáris, előre definiált vizuális megoldás volt.

**ÚJ OLVASÁSI HELYZET**

7.2.

A huszadik századtól a hétköznapi élet, a szociális kapcsolatok és az emberek mindennapjai is megváltoztak. A nyomdaipar felfutásával (rotációs nyomdagépek, olcsóbb papír) sokkal nagyobb mennyiségben jelentek meg nyomtatványok, amik ezáltal mindenki számára sokkal elérhetőbbek lettek. Ezáltal az olvasáshoz fűződő igények is átalakultak.

Gutenbergtől folyamatosan fejlődő szempont, a tökéletes olvashatóság, vagyis az optimális olvasói élmény etalonja, sokat veszített aktualitásából. A reklám és a művészet területén a régi könyvtervezői szempontok már sok esetben nem is célként, hanem a régmúlthoz kapcsolható, elkerülendő tényezőként voltak értelmezhetőek.

A klasszikus könyv-forma vizualitása sokáig változatlan maradt, mint a „tradicionalisták erődje”<sup>41</sup>. De a gyorsabb kor, gyorsabban olvasható és hatékonyabb szöveget igényelt, aminek tervezői irányelve már nem a szépség, a vizuális egyensúly, hanem a céltudatos információ megosztó képesség.

**ÚJ BETŰFORMA – A GROTESZK**

7.3.

Pár évtizeddel Gutenberg Bibliája után, a tizenötödik századi ősnyomtatványok-

---

41 KINROSS, Robin előszava in: TSCHICHOLD, Jan: *The New Typography*, University of California Press, 2006, XXXIII. o.

---

---

nál (pl. Aldus Manutius nyomtatványainál) már nem a kézzel írott kódex volt a követendő minta, hanem a nyomtatott könyvnek és a nyomtatott betűnek saját karaktere lett. Ezek a középkori betűformák és a szöveg elrendezések, esztétikus díszítésekkel és finom karakter jellemzőkkel (talpak és vonalvégződés) bírtak, amik markáns változások nélkül jutottak el a huszadik századig. Ez a középkori betű, a tizenkilencedik század végre (az Arts and Crafts idejében), a visszafo-gott díszítéstől eljutott a burjánzó vizualitású, levelekkel és indákkal kiegészített, képzőművészek által egyedileg átalakított betűkig és túldekorált kiadványokig. A huszadik század elején, a reklámpiac minden megjelenéshez egyedi betűt kere-sett, nagyon kedveltek voltak a kézírást imitáló, hatásvadász betűk. A plakátokra véletlenszerű ecsetvonásokkal felírt szövegek, extra vastag, kacskaringós betűk is jellemzőek voltak erre a korra. Tschichold szerint ez a helyzet „pusztítólag ha-tott a tipográfiára”<sup>42</sup>.

A XIX. század elején, Angliában született egy teljesen más vizuális szempont alapján felépített betű, a groteszk, más néven sans-serif. Akkoriban nem volt átütő siker, de lassan egyre több helyre eljutott. Azonos vonalvastagság és a talpak hiánya jellemezte. Minden korábbi „dísz” nélkülözött, így tisztán a betű karakterek lényegi formái voltak láthatóak. Az első groteszk betűk tervezőinek (metszőinek) neve nem maradt fenn. Talán azért, mert ezek a betűk akkoriban, negatív értelemben vett kereskedelmi betűk voltak, az elitista megjelenéssel el-lentétben, a legolcsóbb, „hétköznapi” nyomtatványok (olcsó hirdetések, jegyek, formanyomtatványok) számára készültek. Innen ered a későbbi Akzidenz-Gro-tesk (1894., Németország) betű elnevezése is: akzidenzen (németül nem bete-vezett, gyors, hirtelen munkára utal).

A groteszk betű anonim tervezésének megvolt az az előnye, hogy kezdetben több műhely is hozzátehetette a saját ötleteit, és ahogy telt az idő, Európa szerte több különböző műhely különböző (saját) groteszket tervezett. A betű-formákat egyre alakították, finomították és az optikai tulajdonságai a forma előnyére fej-lődtek, a betűk egyre jobban funkcionáltak. Az Akzidenz-Grotesk-nek például az első dokumentumai 1894-ből származnak, de még 1912-ben (és később) is alakult a betűkép.

„... Az Akzidenz-Grotesk viszont nem olyan harmonikus család. Tagjai nem mind egy ponton jöttek létre. Valójában, nehezen elképzelhető, hogy akár csak számításba vettek volna más kapcsolódó betűtípust amikor az első stílus meg-jelent [...] az Akzidenz-Grotesk különféle stílusait több betűöntő névtelen alkal-mazottai készítették különböző történelmi időkben.”<sup>43</sup>

A groteszk betű olvashatósági problémái miatt sok kritikát kapott. Ugyan tör-tént pár próbálkozás groteszk betűvel szedett hosszabb szövegekre, de ezek inkább csak megerősítették a kritikusok aggályait. Peter Behrens volt az első,

---

42 TSCHICHOLD, Jan: *The New Typography*, University of California Press, 2006, 52. o.

43 REYNOLDS, Dan „New details about the origins of Akzidenz-Grotesk”, 2019

---

aki groteszk betűvel könyvet tervezett (Feste des Lebens und der Kunst: eine Betrachtung des Theaters als höchsten Kultursymbols, 1900). Ez akkoriban kivételes eset volt, mert ezután még évtizedekig nem szedtek groteszk betűvel folyamatos olvasásra szánt szöveget; a groteszk betű rendeltetése sem ez volt.

A sans-serif vagy groteszk betű, a tízes és húszas évekre megtalálta a helyét a címszövegek és rövid feliratok területén. A groteszk betűk folyamatos fejlesztéseinek eredményeként több igazán jó, azóta is nagy elismertséggel bíró, időtálló betűterv született, ilyen például a Futura (Paul Renner, 1927). De az olvashatóság területén ez a betű sem tudta felvenni a versenyt a klasszikus „szövegbetűkkel”, a talpas antikvákkal.

„A betűminőség egyszerűséget és szépséget jelent. Az egyszerűség magában foglalja a tisztaságot, az egyértelmű, céltudatos formát, az összes felesleges balasztról való lemondást, például a virágindákról és minden olyan formáról, amely a betű szükséges magja szempontjából felesleges.”<sup>44</sup>

---

44 SCHWITTERS, Kurt „Thesen über Typographie,” in: Merz no.11, 1924



**FÜGGETLENEDNI A RÉGI TIPOGRÁFIÁTÓL****8.1.**

Mallarmé kritikájából is látszik, hogy az újság, új helyzetet hozott, amiben a klasszikus könyv tipográfiája nem tudott igazán jól működni. Mert az újság és a reklám, megreformálta a papír formátumát. Ebben az új formátumban sok tipográfiai megoldás maradt ugyanúgy (betűtípus, szövegelrendezés, ...). Azok a betűk (és az a szövegelrendezés), amik egy klasszikus könyvben tökéletesen működtek, az újság, teljesen más tördelési helyzetekben, már nem eredményeztek olyan tökéletes megoldást. Mallarmé avatott értője volt a tipográfiának, „Un coup de dés jamais ...” verse is jelzi, hogy jól érezve a tipográfia reménytelen helyzetét, maga is új utakat keresett (ráadásul megoldása az aszimmetrikus elrendezés használatában találkozik a húsz, harminc évvel később megjelenő „új tipográfia” téziseivel).

**NYOMDAIPAR MINT VISSZAHÚZÓ TÉNYEZŐ****8.2.**

Az „Új Tipográfia” (Die neue Typographie) szemlélete a húszas évek elejétől fellelhető. Ez egy tervezőktől induló felhívás volt, ami a kor igényét fogalmazta meg; többek között a nyomdákhoz, nyomdai szakemberekhez szólt. A nyomdász szakma túlnyomórészt a régi, klasszikus könyv tipográfiai elveit követték: régi betűkkel, túlzó dekoráló elemekkel, régi (jól bevált) tipográfiai megoldásokkal nyomtattak. Nehezen hajlottak bármilyen változtatásra.

„Nem szabad és nem lehet az a vágyunk, hogy az elmúlt századok tipográfiáját majmoljuk, ami a saját idejének feltételeihez kötődik.”<sup>45</sup>

**TSCHICHOLD****8.3.**

Az új tipográfia, mint tipográf diszciplína, leginkább Jan Tschichold nevéhez kötődik mivel, a mai napig elérhető könyvét (Die neue Typographie, 1928., Berlin) ezzel a címmel jelentette meg. Könyvében gondosan összefoglalja az új tipográfiai célokat és megmagyarázza az okokat.

Tschichold és Kurt Schwitters voltak meghatározó személyei a Ring neue Werbegestalternek (Új Reklámtervezők Körének), ahol az új tipográfiai irányelvek fontos témaként jelentek meg. Valójában, az első világháború előtt induló avantgárd mozgalmak (Dada, Futurizmus, DeStijl, ...) már előrevetítették a tipográfia megújításának igényét, amit az első világháború utáni korszakban, országtól függetlenül, több művész és művészeti csoport egybehangzóan szorgalmazott. A régi

---

45 TSCHICHOLD, Jan: The New Typography, University of California Press, 2006, 65. oldal

---

tipográfia hagyományainak újragondolása fontos és kurrens diskurzusnak számított a művészek között<sup>46</sup>. Kiállítások nyíltak, cikkek jelentek meg a tipográfiáról (például a De Stijl és a Dada periodikáiban is).

#### 8.4. NOHOLY-NAGY

A Bauhaus egyik kulcs célkitűzése volt, hogy az építészetben és minden más tervezői területen felszabadulhasson attól a pressziótól, ami az elmúlt korok stílusainak követését irányozta elő. A Bauhaus és a Ring neue Werbegestalter tipográfiai törekvései szorosban egy irányba mutattak, sok célkitűzésük ellentmondott a klasszikus könyv tipográfiájának. Nem a klasszikus irányelvek ellentétét keresték. Az olvashatóság például, az új tipográfia számára is fontos szempont maradt, viszont a tisztán vizuális olvashatósági szempontoktól távolodva az érthetőség, egyértelműség került előtérbe.

„A tipográfia a kommunikáció eszköze. Világos üzenetnek kell lennie [...] Az egyértelműséget különösen ki kell emelni [...] Tehát mindenekelett: világos egyértelműség minden tipográfiai műben. Olvashatóság ...”<sup>47</sup>

Moholy-Nagy, az 1923-as Bauhaus kiállításon, és a kiállításhoz kapcsolódó Staatliches Bauhaus in Weimar 1919–1923 könyvben<sup>48</sup>, már jóval Tschichold könyve előtt, az Új Tipográfia megfogalmazást említi. Amikor a Bauhausban tanított, és azután is, munkássága alatt rengeteget tett a nyomtatott szövegek tisztításáért, modernizálásáért.

1929-ben nyílt meg a „Ring neue Werbegestalter” kiállítása (FiFo) ami az Új Tipográfia terminust szemléltette. A kiállításhoz kapcsolódóan Moholy-Nagy saját termet kapott, ahol a „Wohin geht die Typografische Entwicklung?” (Merre tart a tipográfia?) címmel rendezett saját tárlatot. Egy rendkívül intuitív, újrakonfigurálható kiállítási installációval, a várható jövőbeli fejlesztéseket vetítette előre. Ezzel az alakítható installációval azonnal kontextusba helyezte a témát. A régi tipográfiát a régi kiállítási helyzetek lineáris struktúrájához hasonlította, itt viszont, ezzel szemben a szöveg és a kép „flexibilis elrendezésével”, a néző a tartalmat szabadon komponálhatta.

„Moholy-Nagy nem csak az új tipográfia terminusát szemlélteti, hanem úgy kezeli a tipográf anyagot, mint egy érdekes vizuális design eszközt.”<sup>49</sup>

---

46 Többek között: Willi Baumeister, Walter Dexel, Johannes Molzahn, Kurt Schwitters, Theo van Doesburg, El Lissitzky, Piet Zwart, Herbert Bayer, Moholy-Nagy, Kassák, Rodchenko, Le Corbusier, Seuphor, Adolf Loos, Huszár Vilmos, Piet Mondrian, ...

47 MOHOLY-NAGY László (bevezető szöveg) és NIERENDORF, Karl (szerk.): Die neue Typographie, Staatliches Bauhaus in Weimar 1919–23, München, 1923

48 MOHOLY-NAGY in: ibid.

49 EISELE, Petra, NAEGELE, Isabel és LAILACH Michael (szerkesztők): Moholy-Nagy and the New Typography, Kettler Verlag, 2019, 17. o.

A klasszikus könyv tipográfiája, amikor minden szöveget, csak megjelenésének sorrendjében, egymásutánosságában lehet elolvasni. Ez az „eleve elrendelt esztétika”, amit Moholy-Nagy bőszen elítél, és ami a középre rendezésen és a lineáris egymásutániságon alapul, ezáltal teljesen független a szöveg tartalmától.

Az újságok első megjelenésekor még a klasszikus tipográfiai mintákat (betűtípus, szövegzés, elrendezés, ...) a könyvtől vette, de gyorsan sok mindenben eltávolodott tőle. Az újságban megjelenő szövegek tartama sokrétűbb volt. Egymás után olvasott sorok helyett az olvasó szelektálni akart a sokféle tartalom között. Az új olvasási igénynek megfelelni csak célratorő információátadással és hatékonyabb olvashatósággal lehetett. A jó olvashatóság tervezői irányelve (a szép és harmonikus oldalkép), a régi etalon, már nem volt elég. Az új tipográfia nem előre definiált vizualitásra épített, mint ahogyan a könyvekben megjelenő szövegek esetében (például a középre rendezéssel) megvalósul, hanem a szöveg tartalmát értelmezve, ahhoz igazított logikus elrendezéssel fejlesztette ki az oldal vizuális felépítését. Így született meg, a jól értelmezhető szöveg, ami túlmutat az olvashatóság pusztán vizuális értelmezésén és a szöveg funkciójától függő oldalkomponálást jelent.

A szimmetria, egy tartalomtól független elrendezés. Az aszimmetria, végtelen variációk lehetőségét eredményezi. A sokféle szövegrendezés a modern ember és a modern kor (huszadik század első felének) igényeivel párhuzamos. Így lesz az aszimmetria az új tipográf design szükséges velejárója. Ezt a tipográfiai újítást Tschichold funkcionális tervezésnek nevezte.

„Világos üzenetnek kell lennie a lehető legerősebb formában. Az egyértelműséget különösen hangsúlyozni kell, mert ez az írásunk természete, [...] Tehát mindenképp: világos egyértelműség minden tipográfiai műben. Olvashatóság – az üzenetnek soha nem szabad szenvednie az eleve elrendelt esztétikától.”<sup>50</sup>

## DEKORÁCIÓ NÉLKÜLI TISZTA FELÜLET

## 8.6.

A nyomtatott oldal megjelenéséhez már az ősnyomtatványoktól kapcsolódtak dekoráló elemek, ornamensek. Esztétizáló keretek, felületkitöltő motívumok (nyomdai cifrák), cizellált kacsok, indák, mind egyfajta romantikus igényt testesítettek meg az oldal felületének teljes kitöltésére. A nyomtatott oldal „dekorálása”, a tizenkilencedik század végén, az Arts and Crafts korában csúcsonosodott ki. A minták szinte minden üres felületet betérítették, az indák és levelek még az új betűk formáiban is megjelentek.

---

50 MOHOLY-NAGY László (bevezető) és NIERENDORF, Karl (szerk.): Die neue Typographie, Staatliches Bauhaus in Weimar 1919–23, München, 1923

---

Kompozíciós szempontból érthető szerepe volt ezeknek a „dekoráló elemeknek”, mert a középre zárt szöveg két oldalán mindenképpen sok, funkció nélküli üres hely marad. A középre igazítás elve nem kezeli az oldal felületét, a komponátlan üres területek a közép tengelyes szerkezetből adódnak. A megoldás ez esetben a helykitöltő elemekkel és keretező ornamensekkel valósult meg.

Az új tipográfia korában, az új kiadványok kihívásainak nem felelt meg az öncélú dekoráció, aminek semmi köze a szöveg tartalmához. Az aszimmetrikus oldalon, az üres papír felület már nem hiány vagy üresség, hanem strukturálja a szöveget, kifejezetten hasznos eleme a nyomtatott oldalnak, ami a funkcionális tervezés egyik fontos eleme. Csak az indokolatlan dekorációtól (ornamensektől) teljesen megszabadított oldal, érheti el a tisztaságnak azt a fokát, ami szükséges ahhoz, hogy jól értelmezhető (ezáltal funkcionális) szöveg struktúra szülessen. A tisztaság, vagyis a tiszta (sallangmentes) tipográf forma, kapta az új tipográfia egyik főszerepét.

#### 8.7. ÉRTHETŐSÉG, OLVASHATÓSÁG HELYETT

A tisztaság és a funkcionalitás két olyan kulcsszó ami az oldal, klasszikus értelemben vett, tipográfiai szépségével szemben előtérbe került. Ezeket a tervezői elveket összefoglaló néven elemi vagy elementáris tipográfiaként is emlegeti Tschichold. A jól kivehető betűformák és szövegek, vagyis az olvashatóság, továbbra is fő szempontok a tipográfiában, de az olvashatóságot, mint egy tisztán vizuális értelemben vett etalont, felváltotta a szöveg érthetősége, könnyű szelektálás lehetősége, vagyis a gyors értelmezhetőség.

„Elemi tipográfiának hívjuk, azt a tipográfiát, ami a saját adataiból fejlődött ki. Ami egyfajta elemi módon, alapvető tipográfiai elemekkel dolgozik. Ha viszont, a mondat-képre értjük, oly módon, hogy dekoráció hozzáadása és deformálás nélkül élő mondat-organizmus keletkezik, akkor funkcionális vagy organikus tipográfiának nevezhetjük. Ami azt jelenti, hogy minden követelményt (technikai, gazdasági, funkcionális és esztétikai) teljesítenie kell és ezekkel együtt kell létrehoznia a mondat-képet.”<sup>51</sup>

#### 8.8. AZ ÚJ TIPOGRÁFIA MEGTORPANÁSA

Az új tipográfia bevezetését a Bauhaus, a Ring neue Werbegestalter és sok művész támogatta, de ez az átalakulás lassan ment és nem eredményezett osztatlan sikert. A funkcionális tervezés új szemlélete sok esetben megtalálta a helyét, de a klasszikus könyv vizualitása nem tudott megváltozni, még sokáig „a tradícionalisták erődje” (R. Kinross) maradt. Az általánosan elfogadott nézeteket nehéz volt átformálni, az új tipográfiát sokan túl progresszív szemléletnek tekintették.

A groteszk betűk elismertségéért harcoló művészek is elfogadták, hogy a húszas

---

51 BILL, Max in: GERSTNER, Karl: Designing Programmes, Lars Müller Publishers, 2019, 35. o.



---

években nem létezett olyan groteszk betű, ami megfelelt volna a legszigorúbb olvashatósági kritériumoknak. Új betűformákat terveztek, és dolgoztak az olvashatóság javításán, de a betűtávolság növelésén kívül (Herbert Bayer, Bauhaus tipográfiai és reklámgrafikai műhelyének vezetője) nem sikerült megoldást találniuk. Mégis, mindannyian úgy gondolták, hogy a jól olvasható groteszk betűforma elérése, csak idő kérdése.

A Bauhaus iskola, 1933 után, a Gestapo intézkedései miatt megszűnt. A Második Világháború előtt Jan Tschichold, aki addig a tipográfia megújításáért kampányolt, Svájcba menekült és a háború után szakmai nézeteit tekintve szinte teljes pálfordulást követett el.

Tschichold több korábbi nézetét felülírta, a groteszk betűk használatát elutasította (legalábbis szövegbetűként), visszatért az klasszikus antikvákhoz, azoknak a kor igényei szerint újratervezett formáikhoz (például: Tiemann-Antiqua, Tiemann-gothic, Weiss-Antiqua, Ratio-Latein).

„... [Tschichold] a modern tipográfia fáradhatatlan terjesztője, mégis az egyik legélesebb, szigorúbb és néha savazóbb kritikusa ...”<sup>52</sup>

Az új tipográfiai tendenciákat (a háború után már) elítélte, „rég-új” irányelve a „hagyomány megértése” lett. Szoros kapcsolatot épített ki, és a továbbiakban folyamatosan ápolta, a klasszikus olvashatósági irányelvekért kampányoló, angliai New Traditionalists mozgalom vezéralakjaival (S. Morison, B. Warde, O. Simon).

---

52 KINROSS, Robin (bevezető) in: TSCHICHOLD, Jan: *The New Typography*, Berkley, University of California Press, 2006

---



**A MÁSODIK VILÁGHÁBORÚ UTÁNI KÖRNYEZET**

9.1.

A második világháború után, a Svájcban kiinduló tipográfiai invenciók határozták meg a szakma irányát. A svájci tipográfia létrehozója nem egy egységes szervezet volt, nem lehet még mozgalomnak sem nevezni, inkább egyfajta filozófia vagy ideológia. Központjai iskolák voltak: Kunstgewerbeschule Zurich (Ernst Keller, Josef-Müller Brockmann, Richar Paul Lohse, ...), Schule für Gestaltung Basel (Emil Ruder, Armin Hofmann, Wolfgang Weingart, ...) és később a német Hochschule für Gestaltung Ulm (Max Bill, Max Bense, Otl Aicher, ...) is sok szállal kötődött a svájci elvekhez. A Svájci Tipográfiai Stílus elnevezése sem egységes, Nemzetközi Stílus, Svájci Stílus, Svájci Tipográfia neveken is említik (International Style, Swiss Style vagy Swiss Typography).

A kulturális helyzet kedvezett Svájcban, mivel az ország mindkét világháború alatt semleges maradt, ezáltal Angliától és Hollandiától kezdve, Németorszáig és Oroszorszáig az értelmiség menedékévé vált. A második világháború utáni gazdasági, politikai és társadalmi változások pedig a (globális szintű) nemzetközi kereskedelem erős növekedését vonták magukkal. A korábbi nyomdatechnológiai fejlesztések széleskörű elterjedése (fényszedés) is közrejátszott a pozitív, újító légkör kialakulásában, ami a svájciak sikerét elősegítette.

A globális kapcsolatokhoz objektív üzenetátadásra volt szükség, olyan kommunikációs szimbólumokra, amik terület-, nyelv- és kultúrafüggetlenül működnek. Egyértelműség, objektivitás, semleges karakter kellett ahhoz, hogy globális szinten mindenhol érvényes legyen az üzenet. Ezt a célt csak érzelemmentes, tiszta, és racionális vizuális megoldásokkal lehetett elérni. A tipográfián belül az üzenet tisztasága és a jó érthetőség továbbra is kulcs irányművek maradtak.

„Pályafutásom során megtanultam megérteni, hogy a szépség és az olvashatóság [...] hálótársak: a legjobb betűtípus az, amely a legkevésbé hat az olvasó tudatára, és ez lesz az egyetlen eszköz, amely közelíti az író mondanivalóját az olvasó megértéséhez.”<sup>53</sup>

**A SVÁJCI SIKERE – A MODERN TIPOGRÁFIA MEGVALÓSUL**

9.2.

A Die gute Form koncepciót egyesek úgy jellemzik, mint a második világháború utáni svájci ipar termelését kiszolgáló, iparkamarai propaganda kampány, vagy a svájci termékek nemzetközi eladhatóságát támogató és a külföldi fogyasztók ízlésének „svájcivá hangolására” irányuló kommunikációs irányelv. Távolról szemlélve, a svájci tipográfiai stílus elkerülhetetlenül válik ennek a kezdeményezésnek az eszközzé. Valójában a századfordulóig visszanyúló tipográfiai előzmények

---

53 FRUTIGER, Adrian in: MAZZONI, Sara „Quick Design History: Adrian Frutiger,” Sillington, 2015

---

jelzik, hogy a svájci tipográfia esetében, a Die gute Form koncepciónál sokkal többről volt szó.

Sikerült a klasszikus könyv tipográfiai dogmáit végérvényesen felülrni, méghozzá úgy, hogy az új vívmányokat széleskörben elfogadták. Ez volt az a cél, amit a húszas évektől (avantgárd mozgalmaktól a Bauhausig), vagy talán már az ezredfordulótól (Mallarmétól) az ötvenes évekig, sok művész és csoportosulás próbált elérni. A svájci tipográfia sikerét jelzi, hogy húsz év alatt, a hetvenes évekre, nemzetközi szinten is széleskörűen elfogadottá és elismertté vált.

Elérték, hogy a középre zárt szövegstruktúra helyett az aszimmetrikus oldal elrendezés rendszere a nyomdászok számára is elfogadott legyen. A margó sokkal kisebb lett, a negatív tér (a nyomtatás nélküli, fehér papírrész) többé nem vákuumként értelmezett terület, hanem kompozíciós elem. A groteszk betű a könyvtervezésben szövegbetűként is elfogadottá vált. Az oldal képe mindenfajta oda nem illő dekorációtól mentes, az illusztrációk helyett a fényképek használata került előtérbe (még a szövegekkel közös területeken is). A céges arculatokban a moduláris vizuális rendszer elvét vezették be.

Minden eredményük mellett, a tipográfiai rács (grid) volt az az újdonság, ami korábban még sehol nem jelent meg, ezért talán ezt lehet a legfontosabbnak tekinteni. Ez, olyan, az oldalak elrendezését támogató moduláris tervezői rendszer, ami csak egy előre definiált rácsstruktúrán belüli mozgást engedélyez. Ezzel a megoldással, automatizálhatóvá váltak azok a (meglehetősen komplex) tipográfiai helyzetek, amiket a Bauhaus és a Neue Typographie vezetett be (üres tér, aszimmetria, szöveg értelmezéséhez kötött elrendezések: kiemelések, kontrasztok, fényképek, ...). Gridekkel könnyebben lehetett az aszimmetrikus tervezési elvet egységes kiadványokká építeni.

„A grid, mint tervezői eszköz, használata komplex szöveg-anyag tiszta és gazdaságos strukturálását teszi lehetővé.”<sup>54</sup>

Az eredményekhez nagyban hozzájárult, hogy két svájci tervezésű új groteszk betűcsaládnak sikerült elérnie a kívánt olvashatósági minőséget, ez a Helvetica (eredeti nevén Neue Haas-Grotesk, Max Miedinger, 1957) és az Univers (Adrian Frutiger, 1957). Korszakalkotó betűk lettek, a mai napig is (digitális formájukban) a legkedveltebbek közé tartoznak és egyben a legnagyobb elismertség jellemezi őket. Az Univers ráadásul nem csak formailag egyedülálló, hanem több szempontból is világelső, mert ez volt az első betű, aminél Frutiger már tervezésekor a fototechnikai nyomtatási eljárást (fényszedést) is figyelembe vette, és az első betű, ami az új kor kihívásainak megfelelően, már bemutatásakor „szupercsaládként”, 21 változatban (5 vastagságban és 5 szélességben) készült el. Csak ilyen sokrétű és tökéletesen olvasható betű lehetett alkalmas olyan, az ötvenes évek

---

54 PARADIS, Louise, FRÜH, Roland, RAPPO, Francisco ( szerkesztők): ECAL: 30 years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter (TM RSI SGM 1960–90), Lars Müller Publishers, 2017, 65. o.

---

utáni időszak aktuális kihívásainak megfelelni, mint például a globális forgalmat bonyolító repülőterek vizuális rendszerei vagy multinacionális vállalatok, globális léptékű események (mint például olimpiák) kommunikációs szükségletei.

## A SVÁJCI METÓDUS PROMOTÁLÁSA

9.3.

A „stílus” elterjedése vagy ismertsége több tényezőnek volt köszönhető. Egyik, hogy olyan alkotók terjesztették, akik nem „csak” önálló tervezőművészek voltak, hanem elkötelezett oktatók is. A pedagógiának köszönhetően, lokálisan hatásosan terjeszthették az elveiket. Sikeres tankönyveknek köszönhetően pedig szélesebb körhöz is eljutottak a „svájci elvek”. Karl Gerstner, Emil Ruder és Armin Hofmann is olyan tankönyveket írtak, amik azóta is a tervezőgrafika oktatás alapdarabjai. Másik tényező, a nemzetközi kommunikáció volt, amire ezek az iskolák nagy hangsúlyt fektettek. Az oktatók sok esetben tartottak az USA-ban előadásokat, Armin Hofmann a Yale University-nek és a Philadelphia Collage of Art-nak is tanára volt, Müller-Brockmann az osakai egyetemen is tanított, Emil Ruder alapította a New York-i Nemzetközi Tipográfiai Művészeti Központot, Wolfgang Weingart is többször tett előadói körutat az USA-ban, és India felé is nyitottak. Ahogy a nemzetközi érdeklődés fokozódott, 1968-tól a bázeli iskolában kifejezetten nemzetközi tanulókra fókuszáló képzésformát is beindítottak (International Advanced Program). Az oktatáson és a nemzetközi kapcsolatokon túl, a svájci tipográfia harmadik „pillére” a svájci grafikai és tipográfiai szakmai periodikák voltak. A zürich-i iskolával a Neue Grafik (1958–65) tervezőgrafikai lapnak voltak kapcsolatai, a bázeli iskolához pedig a Typographische Monatsblätter állt közelebb, ami 1932–1990 több mint hetven éven át jelent meg (hivatalosan 2014-ben szűnt meg). Mindkét magazin nagyon komoly, terjedelmes szakmai kiadvány volt; a progresszív szakmai ismeretek szószólóiként, többszáz oldalon adtak teret a szakmai vitáknak, diskurzusoknak, bemutattak kortárs alkotókat, írásaikat és alkotásaikat.



**A KONKRÉT MŰVÉSZET SZEMLÉLETE**

10.1.

A konkrét művészetszemlélet egy olyan alkotói elv vagy szabály, amelyen sosem létezett korábban a képzőművészetben. A húszas évek avantgárd, új művészeti szemlélete (miszerint a képzőművészeti alkotás ne utaljon, vagy ne reflektáljon semmi másra, hogy tisztán önmaga tudjon maradni) kiindulópontként szolgálhatott a konkrét művészethez (Theo van Doesburg 1930-ban kiáltotta ki, de a negyvenes évektől terjedt el szélesebb körben). A „konkrét” egy tisztán prezentáló művészet, önálló (mindentől független) művészi képet hoz létre. Eredendően új tárgy jön létre, amivel az alkotó realizál valamit, ami eddig még nem létezett. Vele szemben a reprezentáló művészet (mint minden korábbi, klasszikus képzőművészeti produktum), leképez valamit, jelent valamit, vonatkozik valamire, szól valamiről, vagyis egy létező dolgot absztrahál. A klasszikus értelemben vett festészet, alapvetően leképező, mert lefest valamit. A konkrét szerint „egy kép egyszerűen és pusztán kép is lehet”<sup>55</sup> ami semmit sem (semmi korábban létezőt nem) ábrázol.

Ezáltal a konkrét mű a líraiságtól, a szubjektivitástól, a spontán megoldásoktól és a szimbolikus utalásoktól is megszabadul. Az ilyen módon létrejövő alkotás nyitott, nem korlátozódik a kép fizikai méreteire, a motívumok kitörhetnek a kép fizikai keretei közül. Sok esetben hűvös, geometrikus (több esetben rács struktúrára építő) irányzat. Tervszerű alkotói folyamat jellemzi, sorozatos transzformációval olyan szeriális rendszert alkot, ahol a sorozat elemeinek rendezőelve egyértelmű reprezentációként valósul meg.

„...konkrét tervezés bármilyen tervezés, ami a saját törvényeid és metódusaid terméke, anélkül, hogy más külső természeti jelenségtől vennéd vagy kölcsönöznéd.”<sup>56</sup>

**A KONKRÉT KULCS ALKOTÓI**

10.2.

A konkrét művészet két kulcsszereplője Theo van Doesburg és Max Bill. Van Doesburg iparművészet és képzőművészet területén egyaránt kutató, elméleti fókuszú művész. A geometrikus absztrakcióval kapcsolatos nézetei kezdetben a DeStijl-al rokon területen álltak, később kidolgozott egy annál radikálisabb művészeti szemléletet, amit Grundbegriffe der neuen gestaltenden Kunst (Az új alkotóművészet alapfogalmai) címmel a Bauhausban is tanított (1921 és 24 között). Új irányzatának elnevezésére 1930-ban használta először, az absztrakttól való elkülönítés céljából, a „konkrét művészet” terminust. A „konkrét művészet” ma-

---

55 GERHARDUS, Dietfried „Bevezető, a konkrét művészet alapjairól,” (ford. Maurer Dóra), BALKON, 2007/9.

56 FLEISCHMANN, Gerd, BOSSHARD, Hans Rudolf és BIGNENES, Christoph: max bill typografie, reklame, buchgestaltung, Niggli Verlag, 1999, 66. o.

---

---

nifesztumát, az 1930-ban megjelenő, Revue Art Concret kiadványban publikálta. Max Bill építész, szobrász, tipográfus, formatervező, tervezőgrafikus és reklám specialista volt. A korának legprogresszívebb művészeti csoportjaihoz tartozott (1932-től Abstraction-Création, Párizs; 1937-től Allianz művész társaság Zurich; 1938-tól CIAM, Congrès Internationaux d'Architecture Moderne). Képzőművészként már a konkrét művészet, mint terminus megszületése után nagyon hamar (1931–32), „konkrét” műveket alkotott (például „Unendliche Schleife”, 1935). 1936-ban a Zeitprobleme in der Schweizer Malerei und Plastik kiállítás katalógusában „konkrete gestaltung” írása manifesztumszerűen deklarálja a (zürichi) konkrét művészet elveit. „Schönheit aus Funktion und als Funktion” (Szépség a funkcióból és mint funkció) című előadása (1948, Bazel, Swiss Werkbund) hatására, felkérték a Die gute Form kiállítás szervezésére.

„... továbbiakban már nem csak a funkcióból kifejlesztett szépség, hanem annak kinyilvánítása, hogy a szépség azonos alapokon nyugszik, mint a funkció ...”<sup>57</sup>

### 10.3. KONKRÉT MŰVÉSZET ÉS A SVÁJCI TIPOGRÁFIA

„A konkrét festmény és az új tipográfia közötti kapcsolatot nem az »absztrakt« formák határozzák meg, hanem inkább a munkamódszer azonossága. Mindkét esetben, a művész eléggé tudományosan vizsgálja a használt médiumot, azért, hogy az egészhez viszonyítva kontrasztos utat építsen. Minden absztrakt kép, kifejezetten azok, amik »totálisan egyszerűek«, olyan festészeti és grafikai részleteket ábrázolnak, amik önmagukban tisztán lettek tervezve, és tiszta kapcsolatban állnak egymással. Innentől, a tipográfiáig jutni, egy lépés. A konkrét festészet egyszerű, ellentétes elemek finom elrendezései. Mivel az új tipográfiának nincs más dolga, mint ezeket az elrendezéseket létrehozni, sok konkrét műalkotás a tipográfusnak komoly tervezői inspirációs mintaként szolgálhat, és a jelenlegi formavilágot átalakíthatja.”<sup>58</sup>

A konkrét képzőművészet geometrikussága és a tiszta absztrakt rács szisztémái („true grid systems” – Max Bill), a tipográfiával könnyen rokonítható elveknek számítottak. Visszatekintve a tipográfia kialakulására, az egyes nyomtatott betűk képének pontos ismételtetősége, nagyon fontos tényezőként szolgált a kézírás és a tipográfia közötti markáns különbség definiálásakor.

„[Az ólomból öntött betűk] ez a precíz alapanyag határozza meg a tipográfia karakterét. Ha közelebbről vizsgáljuk ezt az alapanyagot, láthatjuk, hogy tökéletesen alkalmas egy bizonyos ritmus kifejlesztésére, egy olyan ritmusra, aminek a komponálható arányai a nyomtatvány arcát adják és a tipográf művészet karakterét képviselik.”<sup>59</sup>

---

57 Ibid., 80. o.

58 TSCHICHOLD, Jan in: *ibid.*, 92. o.

59 *Ibid.*, 62. o.



---

A nyomtatási technológia sajátos geometrikus rácsa (az ólombetűk egymásutáni struktúrája) és az elemek ismételhetsége által létrejövő ritmus a tipográfiai tervezés alapja és a konkrét alkotáshoz is közeli szervezőelvek.

„... tipográfia úgy alakítja a szövegképet, mint ahogyan a modern, konkrét festészet alakítja a felületek ritmusát.”<sup>60</sup>

---

60 BILL, Max „über typografie,” in: Schweizer Graphische Mitteilungen, no.5., 1946. 197. o., in: ibid., 56. o.

---



**VIZUÁLIS SAJÁTOSSÁGOK**

11.1.

A szerialitás, ami a konkrét művészet egyik fontos jellemzője, a tipográfiában korábban (az ötvenes évek előtt), mint tudatos oldalszerkesztő vagy kompozíciós elv, nem volt jelen. Ugyan a tipográfia alapvetése a tökéletesen ismételhető betűformákon alapszik, és sok nyomdai cifra (ornamens) is ismételhető grafikai elemekből épült fel, ezek nem direkt ismétlésen alapuló kompozíciók, szükségességüket a technológia indokolta, nem tervezői szempontok.

A Svájci Tipográfiában azonban, a szerialitás, mint markáns (figyelemfelkeltő) eszköz, „azonnal bevált”. A svájci stílus egyik uralkodó vizuális karakterét az ismétlődő egyben variálódó tipográf elemeknek köszönheti. Jellemző példái, több alkotó munkáiban is megtalálhatók: Emil Ruder (Geigy hirdetés, Univers hirdetések), Karl Gerstner (Irgalane Geigy) és Wolfgang Weingart (Letter M, 1965).

A konkrét művészettel egybecsengő jelleg nem véletlen, Max Bill, a konkrét művészet szószólója, rendkívül aktív volt Svájcban, a Bauhaus iskola elvégzése után Zurich-ben, a svájci stílus egyik központjában tanít 1944-től 45-ig, a Swiss Werkbund kiállítását szervezi 1948-ban. 1951-től alapítja iskoláját (Otl Aicherrel) a dél-németországi Ulmban, és a kapcsolat ekkor is fennmaradt. Emil Ruder, tipográfiai tankönyvében (Ruder: Typographie) is kiemeli a konkrét művészet fontosságát.

**KÍSÉRLETEZŐ HOZZÁÁLLÁS**

11.2.

A kísérletezés (ahogyan a Bauhausban is, a svájci iskolákban is) a tipográfiai tervezés fontos része volt. A tanulókat kísérletezésre buzdították, habár nem minden korlát nélkül.

„... a kísérletezésnek az elfogadott tipográfiai elvek keretén belül kellett maradnia.”<sup>61</sup>

Leglátványosabb bizonyíték a kísérletező attitűd elfogadására, a baseli iskolához több szállal kötődő Typographische Monatsblätter tipográfiai szakmai lap borítói voltak. Ebben az időszakban, egytől-egyig nagyon progresszív, kísérletező jellegű borítók jelentek meg. Emil Ruder technológiai szempontból az újdonságok irányába nyitott, 65/66-tól a jövőbe investálnak, amikor a tipográfiát alapjaiban felforgató fényszedést is beemelik az oktatási programba. Tervezés területén Ruder még Weingart forradalmár hozzáállását is támogatta.

---

61 PARADIS, Louise, FRÜH, Roland és RAPPO, Francisco (szerkesztők): ECAL: 30 years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter (TM RSI SGM 1960–90), Lars Müller Publishers, 2017, 41. o.

---

---

„A tipográfus munkájának két lényeges aspektusa van: figyelembe kell vennie a már megszerzett tudást, és elméjét fogékonyan kell tartania az újdonságokra. [...] Emiatt a kísérleti tipográfiai képzés, amely magában foglalja a műhely laboratóriummá és vizsgálóállomássá válását, minden eddiginél szükségesebb, ha a tipográfia nem akarja elrejtetni a régóta elismert elveket.”<sup>62</sup>

### 11.3. KRITIKÁK – A TÚL SZEMÉLYTELEN BETŰ

A svájci invenciók gyors és széleskörű elterjedésének köszönhető, hogy a hetvenes évekre a groteszk betű elfogadottá vált és már nem számított innovatívnak. Az új, aszimmetrikus oldal elrendezés és a tipográfiai rács elismert tervezői eszközök lettek. A Neue Typographie több évtizedes forradalma célba ért, minden amiért (Tschichold, Moholy-Nagy, Schwitters és más művészek) harcoltak, megvalósult és már egy ideje világszerte alkalmazták. A globális cégek kommunikációjához a „Svájci (International) Stílus” bizonyult a legjobb megoldásnak.

A hetvenes évektől a politikai és gazdasági légkör megváltozott, a Vietnámi háború, a punk és hippy mozgalmak és a gazdasági válság is arra a következtetésre vezetett, hogy a technológia nem lehet mindenre megoldás. Megjelentek olyan progresszív irányzatok, amik el szerettek volna határolódni a globális ipari és kormányzati szféráktól. Mondanivalójukat máshogyan akarták kommunikálni és máshogyan is juttatták el a befogadókhoz. Vizualitás szempontjából számukra a tipográfus rács (grid) inkább börtön volt, kényszerű korlátozást jelentett. A svájci stílus ellenzői inkább szabadságra és önkifejezésre vágytak; kritizálták, mert egyfajta poroszosan szigorú és diktatórikus tervezői módszernek tartották. Számukra ez a tipográfia túl hideg és személytelen volt, ráadásul tekintélyelvű kommunikációs felhangokat is hordozott. Mintha a Bauhaus óta nem történt volna a tervezői szabadság tekintetében, semmilyen előrelépés. A svájci tipográfiát inkább visszalépésként értékelték.

„Amit Emil Ruder mond és tesz, az kritikusan szemlélve, a betűszedésen belül a kreatív tipográfiai munka végét jelenti. Lehetséges – csak egy szubjektív nézőpontból szemlélve – hogy Emil Ruder az általános tipográfus tervezésben meghúzta a célvonalat (a Bauhaustól az elmúlt negyven év hasonlóan előremutató tipográfus tendenciáin keresztül a mai napig).”<sup>63</sup>

---

62 RUDER, Emil: *Typographie: A manual of Design*, Niggli Verlag, 2001, 5. o.

63 WEINGART, Wolfgang in: *Typografische Monatsblätter* No. 4., 1967, 286–287. o. in: PARADIS, Louise, FRÜH, Roland és RAPPO Francisco (szerkesztők): *ECAL: 30 years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter (TM RSI SGM 1960–90)*, Lars Müller Publishers, 2017

A svájci stílus első kritikusa a bázeli iskola egyik tanára, Wolfgang Weingart volt, aki 1968-tól tanított a Schule für Gestaltung Basel, Kunstgewerbeschule részlegén (Ruderrel és Hofmann-nal). Emil Ruder hirtelen halála miatt, a fiatal Weingart két év tanítás után már az International Advanced Program vezetője volt.

Weingart új, művészebb tipográfiai modelleket épített, a szigorú svájci tipográfiát érzelmi irányból közelítette. A tipográfiai preconcepciók feloldásával és az olvashatóság határaival kísérletezett. Szinte olvashatatlan szavakat, szövegsorokat tervezett.

„Ez a merev [grid alapú] tipográfia nem tud tovább fejlődni ...”<sup>64</sup>

## MŰVÉSZI TIPOGRÁFIAI ATTITÚD

## 12.2.

Weingart munkái tervezőművészi szempontból forradalminak számítottak. Technológiai szempontból viszont Weingart nem nyitott az új technika irányába. Soha nem használt fényszedést, kísérleteinél a tradicionális fém alapú betűszedés eszközeit használta, legtöbbször máshogyan, mint ahogyan az, elő volt írva. Manuálisan tervezett, kis szériában nyomtatott. Kedvére alakította az eszközöket, ötvözta a technikákat, amihez manuális montázsokat és fényképezőgépét is használta. Hullám vonalak, körbe rendezett szövegek, gyűrött és hajtogatott felületek jelentek meg a munkáiban. Sok esetben véletlenszerűnek tűnő kompozíciós elveket használt. Szinte szándékosan kerülte a tiszta helyzeteket és a példás olvashatóságot. Betűtípus kapcsán elhagyta a svájci tipográfia két „sztár betűjét” a Helvetica-t és az Univers-et, amiket giccsesnek és túl komplexnek talált. Csakis a régebbi, még a XIX. században született, Akzidenz-Grotesk-et használta. A svájci invenciót, a tipográfiai rácsot, pedig tudatosan és következetesen figyelmen kívül hagyta.

A svájci tipográfia egységességével szemben, Weingart alkotásaiban és oktatói szempontjai kapcsán is kerülte a stílusszerűen előre definiált vizuális megoldásokat. A tipográfus művészi és személyes megnyilvánulásait kereste, ami minden alkotónál és minden esetben más, sosem egységes. Így nyilatkozik erről egy Weingart tanítvány, Hamish Muir:

„A tanulók nem kaphattak visszavonhatatlan igazságokat vagy totális értékeket, inkább arra vezették őket, hogy függetlenül kutassanak tudás és személyes értékek iránt. [...] A bázeli design iskolában az emberekből megpróbáltak kihozni, valamiféle intuitív megközelítést, hogy vizuálisat csináljanak a tipográfiából, ...”<sup>65</sup>

---

64 SITZEL, Eric „Wolfgang Weingart Typographer, Archive talk with Barbara Junod”, Zürich University of the Arts, 2014

65 MUIR, Hamish „Heritage,” in: VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery: Emigre (The Book): Graphic Design into the Digital Realm, Van Nostrand Reinhold / Byron Preiss Visual Publications, 1993, 21. o.

---

Weingart tervezhette a *Typographische Monatsblätter* 24 számának borítóját az 1972-es és 1973-as években. Ezek a borítók a hagyományoktól való teljes elszakadást jelképezték, amiért akkoriban rengeteg kritikát kapott, különösen Tschicholdtól, aki akkor már (a *New Traditionalists* mozgalommal karöltve) a klasszikus tipográfia elkötelezettje volt.

„Remélem ez az utolsó alkalom, hogy a TM egy Weingart borítóval jelenik meg. Kétkedem benne, hogy ez az ember az eszénél van e.”<sup>66</sup>

„Nagyon felháborító, hogy még ki kell bírni további borítókat ettől az anti-tipográfus Weingarttól.”<sup>67</sup>

### 12.3. NEW WAVE

Weingart a bázeli *International Advanced Program* vezetőjeként, tanulói révén, számottevő nemzetközi kapcsolatrendszer tudott kiépíteni. 1972-ben több amerikai egyetemen is tartott előadásokat. A bázeli nemzetközi program tanulói a világ különböző helyeire elvitték Weingart új tipográfiai elveit, amit ők a továbbiakban *New Wave*-ként emlegettek. Ez a tipográfiai hozzáállás szolgáltatott alapot ahhoz, amit későbbiekben összefoglaló néven, a nyolcvanas évek tipográfiai forradalmának, vagyis posztmodern tipográfiának neveztek.

„... az amerikaiak imádták: [ő] a forradalmár, a fickó, aki nem alkalmazkodik. Rezonált az amerikaiak individualista személyiségtudatával. Amikor valaki, mint ő, egy rosszfiú, jön ide beszélni, mindenki részese akar lenni.”<sup>68</sup>

Legtöbb Weingart tanulóra jellemző, hogy a megtanult, szabad tipográfiai elvek mentén haladtak tovább, de az új technológiák (főleg a számítógép) alkalmazásával még szabadabb eredményekre jutottak. Amerikában April Greiman és Dan Friedman, Angliában Hamish Muir futott be nagy sikerrel, de Willi Kunz, Hans-Rudolf Lutz és a japánban letelepedő Helmut Schmied is sikeresen képviselte a *New Wave*-et. Dan Friedman 1973-ban, Amerikában, *Visible Language* néven, saját oktatói programot dolgozott ki, ami sok tekintetben Weingart elveire épült. April Greiman, hibrid montázs technikával, kombinálta az analóg és digitális anyagokat.

A *New Wave*-i elvekből tovább építkező tervezőknek (Greimannak, Friedmannak, Hamish Muirnak, ...) és Weingart különböző amerikai egyetemeken tartott előadásainak is köszönhető, hogy a 70-es évektől, Amerika és Anglia vált a grafikai invenciók központjává.

---

66 TSCHICHOLD, Jan, levél Rudolf Hostettlerhez, 1972. dec. 26. in: PARADIS, Louise, FRÜH, Roland és RAPPO Francisco (szerkesztők): *ECAL: 30 years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter (TM RSI SGM 1960–90)*, Lars Müller Publishers, 2017, 134. o.

67 TSCHICHOLD, Jan, levél R. Hostettlerhez, 1973. jan. 13. (Hostettler hagyaték, Vadiana, St. Gallen)

68 PARADIS, Louise „Lauralee Alben Interview,” *TM Research Archive*, Santa Cruz, 2010 aug.

Angliában a nyolcvanas évek közepén alakult meg az 8vo (octavo) design stúdió. Itt találkozott, többek között, Mark Holt és Michael Burke (aki korábban [az ulmi iskolában tanító] Otl Aicher stúdiójában dolgozott az 1972-es olimpia munkáin), és két svájcban végzett tervező Hamish Muir és Simon Johnston. Az 8vo tervezői leginkább a weingarti, svájci tipográfiai elvekből indultak ki, ezeket vitték tovább. Munkáikban csak a tipográf megoldásokra koncentráltak, minden mást (még a fotókat és az illusztrációkat is) figyelmen kívül hagytak. Ezzel a hozzáállással a korabeli angliai „grafikai fősodortól” távol maradtak. Első években még kizárólag manuálisan, montázzsal és fototechnikai eljárásokkal dolgoztak, később számítógépen is ugyanazt, a szigorúan tipográf attitűdöt képviselték.

„Már a kezdeteknél sem érdekelték minket a nagy ötletek – ez választott el minket attól, ami Angliában ebben az időben történt. [...] Egy másmilyen attitűd.”<sup>69</sup>

Egy évvel a megalakulásuk után indították az Octavo magazint (1986-ban, Octavo 86.1), ahol saját tipográfiai eredményeiket, és törekvéseikkel rokon hozzáállású tervezők szakmai anyagait publikálták.

## BRODY

## 12.5.

A tipográfiában és a tervezőgrafikában a nyolcvanas évek első fele (globális szinten) Neville Brody sikereiről szólt.

A fiatal Brody abbahagyta a művészeti egyetem képzőművészeti programját, mert a képzőművész közeget túl elitistának tartotta. Az egyetemi képzését, később grafikusként fejezte be, de ide sem tudott maradéktalanul beilleszkedni. Grafikus tanáraitól, a túl festői és kísérletező megoldásai miatt, „piactalan” kritikákat kapott. Kezdetben főleg képekkel dolgozott, lemezborítókat tervezett. A hetvenes évek végén, a punk forradalma, a független lemezkiadók burjánzása, a koncertek, éjszakai klubok és a konzervativizmus ellen felszólaló underground zenei közeg volt rá inspiráló hatással.

Brody utálta a betűket, mert unalmasnak és üresnek tartotta a tipográfiát. Innen eredhetett, hogy a betűköz is inkább kép készítő folyamatként viszonyult. Amikor megkapta az első magazintervezői feladatát, a The Face-t, attól a csapdától félt, hogy ugyanúgy használja majd a betűket, mint mindenki más.<sup>70</sup> A tipográfia eszközeit és vívmányait használta és elismerte; viszont azt szorgalmazta, hogy ezeket az elemeket le kell bontani, azután pedig a funkciójuknak és az aktuális helyzetnek megfelelően újra kell építeni. Szerinte a tipográfia olyan, mint egy irányító vagy „útjelző” eszköz, és az az egyik legfontosabb szerepe, hogy az embereket a cikk olvasására lelkesítse. Művészi hozzáállása ellenére a tipográf

69 HOLT, Mark és MUIR, Hamish: 8vo: On the outside, Lars Müller Publishers, 2005, 17. o.

70 WOZENCROFT, Jon: The graphic language of Neville Brody, Thames and Hudson, 1988, 18. o.

---

rácsra épülő rendszert fontosnak tartotta; azért, hogy a kiadvány folytonos és összefüggő oldalakként jelenhessen meg.

„A szabályokat, mindazonáltal, nem szabad korlátozásnak tekinteni – mindent kétségbe kell vonni egy semleges megkérdőjelező folyamat által ...”<sup>71</sup>

## 12.6. FUSE

Az 1988-as nagyszabású londoni kiállítása (The graphic language of Neville Brody, Victoria and Albert Museum) és azonos című könyvének sikere után, Neville Brody 1991-ben Jon Wozencroft teoretikussal FUSE néven új tipográfiai [vagy inkább tipográfián túli] periodikát indított.

A kiadvány motiváló ereje az az öröm lehetett, amit a kortárs betűtervezők éreztek, amikor a drága és sokrétű nyomdai betűtervezési folyamat helyett már saját írásztalukon is tökéletesen működő nyomdai betűt tudtak tervezni.

A FUSE-t az analóg és a digitális találkozásának területén született tipográfiai innovációknak szentelték. A 20 számot megért kiadvány mindegyike, egy-egy előre definiált témára adott, betűtervezői reflexiókat gyűjtötte össze. Az olvashatóságot, szánt szándékkal kerülték. Piaci értelemben használhatatlan, önmagukért való betűk kerültek a kiadványba. Ezeknek a kísérletező, koncepciózus betűterveknek a bemutatása azt az érzetet keltette, mintha a betű (betűtervezés) a digitális világban egy autonóm, művészi médiummá vált volna.

Közvetlenül Brody kezdeti sikerei után, Amerikában és Európában is több helyen születtek progresszív tipográfiai kezdeményezések.

## 12.7. HARD WERKEN

Rotterdamban művész hallgatók alapították a Hard Werken kollektívát. 1979 és 82 között 10 számot jelentettek meg a Hard Werken (Valiz kiadó) című művészeti magazinból. A klasszikus tördeléssel és olvashatósági szempontokkal homlok egyenesen szembe mentek. Minden oldalt egyedileg terveztek. Az oldalakat a tipográfia, fotók és kézzel rajzolt elemek sűrűn keveredő anarchikus montázs jellemezte. Tervezői módszerük (egyedileg komponált oldalak, amiket egyesével terveztek és mindegyik oldalt próbanyomatokkal ellenőriztek) rendkívül nagy tervezői energiákat igényelt, ami miatt a magazin rövid idő után megszűnt.

„Nem foglalkozunk a funkcióval vagy az olvashatósággal, inkább az egész képpel, még akkor is, ha az a kép néha olvashatatlan.”<sup>72</sup>

---

71 WOZENCROFT, Jon: The graphic language of Neville Brody, Thames and Hudson, 1988, 12. o.

72 Hard Werken kollektíva in: VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery: Emigre (The Book), Graphic Design into the Digital Realm, Van Nostrand Reinhold / Byron Preiss Visual Publications, 1993, 27. o.



Amerikában több egyetemen gyökeret vert az új, formabontó tipográf szemlélet (Yale University, California Arts University, Cranbrook Academy of Art). Közülük is kiemelkedett Katherine McCoy, a Cranbrook Academy of Art tervezőgrafika tanszékének vezetője, aki tanítványaival és férjével (Michaellel), a nyolcvanas évek második felében, az amerikai tipográfiai forradalom egyik központját hozták létre. McCoy dekonstruktív tipográfiai elveinek forrásaként, a weingarti New Wave-et jelölte meg.



---

**MACINTOSH**

13.1.

A személyi számítógép megjelenése nem jelentett azonnali (nyomda) technológiai váltást. A mai számítógépekhez képest ezek hihetetlenül primitív eszközök voltak. A szövegszerkesztés mindenképpen visszalépésnek számított egy nyomda lehetőségeihez képest, a képkezelést össze sem lehetett hasonlítani a nyomdákkal, mert csak nagyon durván pixeles képek voltak használhatók. A betűk kapcsán volt a legnagyobb visszalépés, mert a nyomdai betűk tökéletes íveivel, formáival szemben, itt pár pixeles „low-resolution bitmap” betűket lehetett csak használni. Bárki, aki összevetette a számítógépes szöveget a hagyományos nyomdai eljárásokkal, láthatta, hogy ez a technika a szöveggép minőségének degradálását jelentette. Az általános vélemény az volt, hogy a digitális betű nagyon rosszul néz ki, alapvetően nem való hosszabb szöveghez, és lehetetlen lenne belőle ennél jobbat kihozni.

Akkoriban a számítógép a nyomdai minőséggel nem volt összemérhető, nem is ez volt a célja. Inkább az írógéppel hasonlíthatták össze, ilyen szempontból viszont inspiratív eszköznek számított. A célterülete is az írógépet használó irodai dolgozók voltak, akik nagy cégek belső kommunikációját, levelezéseket és irodai nyomtatványokat készítettek. Számítógépeken már kis irodai plakátokat, üzeneteket, táblázatokat, jelentéseket is készíthettek.

Az 1984-ben megjelent első Macintosh számítógép nagy előnye a grafikus kezelőfelület volt, aminek köszönhetően bárki (programozás nélkül is) képes volt számítógépet használni. A tipográfiai forradalmat pedig az váltotta ki, hogy ezzel az eszközzel bárki össze tudott rakni egy képpel és szöveggel rendelkező nyomtatott oldalt.

**SZÁMÍTÓGÉP ÉS A TIPOGRÁFIA**

13.2.

Weingart tanítványai és generációjuk különleges helyzetben voltak, mert megtanulták és használták a tradicionális betűszedést (fém alapú mozgatható betűk) és a modern fényszedést (fotótechnológiai betűszedés) is. Hamarosan pedig minden korábbi elméletet felborítva megjelent a számítógépes kiadványszerkesztés és betűtervezés is. Ez a generáció elsőkézből élte meg a korábbi évszázadokban stabilan működő nyomdai technológiák egymásutáni cserélődését. Ezek a változások a tipográfiára különösen nagy hatással voltak. Fényszedés esetében a betűk és a betűtípusok, amik korábban fémből készült tárgyak voltak, elvesztették fizikai valójukat. Számítógépen a betűknek még kevesebb kapcsolatuk maradt bármilyen tárggyal; „virtualizálódtak” és olyan adattokká váltak, amiket bárki beolvashatott egy floppy lemezeiről. Ez által teljes szabadságot kaptak a tipográfus tervezők, mert egy íróasztal mögül is kiváltható lett sokféle bonyolult és nagy eszközigényű nyomdai szakma.

---

Nem a technológiai változások miatt jött létre a posztmodern tipográfia vagy a kísérletező tipográfiai attitűd, és a fiatal tervezők biztosan nem az új technikák miatt rúgták fel a klasszikus tipográfiai szabályokat, de az bizonyos, hogy a klasszikus tipográfiai ismeretekre bomlasztólag hatott az a tény, miszerint az iskolákban tanított és könyvekben rögzített technológiai ismeretek nagy része, úgy tűnik, érvényét veszítette. Az új, számítógépes kiadványszerkesztéshez és betűtervezéshez semmilyen előzmény, inspirációs forrás nem létezett. Az új digitális technológia, a tipográfia területén is, új sztenderdeket kívánt.

„[A számítógép] mindenképp új tipográf konstrukciókat hozott volna be ...”<sup>73</sup>

### 13.3. YOUTH CULTURE

Az Amerikából induló, számítógép indikálta, technológiai változásokon kívül a mediális túltelítettség is vezethetett a posztmodern tipográf forradalomhoz. A mindent elárasztó globális cégbirodalmak reklám és termék dömpingje egyfajta ellenreakciót váltott ki a fiatalokban. Az angol Punk felfutása után, többé kevésbé hasonlóan alternatív, gerilla hozzáállású amerikai irányzatként jelent meg a Glam (David Bowie, Mott the Hoople, New York Dolls, ...). A Grunge is rokonítható velük, de kifejezetten stílusorientált irányzatként hódított a fiatalok között. Összefoglaló néven Youth Culture-ként hivatkoznak ezekre az amerikai áramlatokra, amiknek a tiltakozó álláspont az egyik sajátos karakterük. Legmarkánsabban a „Corporate monoculture” (cégbirodalmak) ellen léptek fel. A kicsi, helyi, alacsony költségvetésű megoldásokat propagálták. Számukra az együvé tartozás nagyon fontos volt, aminek egyik leglátványosabb kifejező eszköze a stílus. Ez az öltözködésen túl a magazinok területére (és így a tipográfiára) is hatással volt. A fiataloknak szóló magazinok nagyrésze ennek a közönségnek az igényeit tartotta szem előtt. Ebben a helyzetben az olvashatóság és a szöveges tartalom sem volt már annyira fontos.

„... a hetvenes évek alatt, amíg az USA bicentenáriumát ünnepli és egy sokkal vizuálisabb nemzetté érik, új grafikai kiadvány stílusa fejlődik, aminek sokkal tovább mutató hatása van.”<sup>74</sup>

A kialakult helyzetről, Helene Silverman, a Metropolis magazin art-directora, így nyilatkozott:

„... pont annyira elfogadott egy magazint a design miatt olvasni, mint a tartalom miatt olvasni ...”<sup>75</sup>

---

73 BLACKWELL, Lewis: The End of Print, 2nd edition: The Grafik Design of David Carson, Laurence King Publishing, 2000, (nincs oldalszámolás)

74 KUNZ, Willi, KAO, Grace és HACKNEY, Ky, „Neue Zeitschriftenwelle in den USA/New wave magazines in the USA,” Typografische Monatsblätter, no.5., 1980, 253. oldal in: PARADIS, Louise, FRÜH, Roland és RAPPO Francisco (szerkesztők): ECAL: 30 years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter (TM RSI SGM 1960–90), Lars Müller Publishers, 2017, 183. o.

75 ADAMSON, Barry, in: PARADIS, Louise, FRÜH, Roland és RAPPO Francisco (szerkesztők): ECAL: 30 years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter (TM RSI SGM 1960–90), Lars Müller Publishers, 2017, 183. o.

**KORTÁRSÁK**

14.1.

A nyolcvanas évek elejének legprogresszívebb tipográfusai (Licko, VanderLans, Carson, Brody, Hard Werken, McCoy, ...), kezdetben nem ismerték egymást. A korábbi avantgárd mozgalmak, a Bauhaus vagy a Svájci Tipográfia esetével szemben a posztmodern tipográfiai irányzat teljesen máshogyan jött létre. Őket nem egyféle, ugyanazon teória vezette, hanem a tipográfiai konvenciók elleni küldetésük volt a közös pont.

**KÍVÜLÁLLÓK**

14.2.

A nyolcvanas évek legelején, vendégtanulóként érkezett az USA nyugati partvidékére Zuzana Licko csehszlovák művész és Rudy VanderLans holland tervezőgrafikus. Az egyetem után Amerikában (a nyugati parton) maradtak. Ketten alapították az Emigre-t, 1984-től adták ki az Emigre magazint és nem sokkal később indították saját betűtípus kereskedésüket.

VanderLans funkcionalista, svájci alapokon nyugvó tipográfiai képzést hozott magával Hollandiából, de szembesült az amerikai újságok szerkesztőinek saját meggyőződéseiken alapuló módszerével. Ők, a jól bevált megszokásaik alapján dolgoztak és nem követtek olyan elméleteket, mint például a funkcionális design. Ez a hozzáállás, a későbbiekben, VanderLans tipográf útkeresését nagyban inspirálta.

**EMIGRE MAGAZIN**

14.3.

1984-től indult az Emigre magazin, amit kezdetben grunge fókuszú stílus-magazinként képzeltek el, később kulturális, művészeti magazinként újrapozícionáltak, végül a tipográf, designer szakma teoretikus magazinja lett.

Az Emigre, a kezdetektől, a technikai lehetőségek és az olvashatóság határait feszegető tervezői hozzáállásuk és kísérleteik teszt területeként működött. Ereendően független, önköltségből kiadott „low-budget” kiadvány volt. Mintha egy underground, reakciós újság lett volna. Ketten végeztek minden munkálatot, a kiadástól a kiadványtervezésen át a betűk megtervezésig és a szövegek írásáig.

Az első szám még manuálisan, hagyományos szerkesztéssel készült. A második számtól, ahogy a Macintosh megjelent, rögtön számítógépen folytatták. A számítógép soha nem tapasztalt lehetőséget adott nekik arra, hogy mindent egy helyről végezhesenek. Az új gép nem csak vizuális, hanem gazdasági potenciált is jelentett. Innentől már két ember is képes volt nyomdakész tervek leadására, ennek köszönhető, hogy hosszabb távon is kiadható maradt a lap.

---

Az első számítógépek rendkívül gyenge grafikai képességei csak inspirálták őket, kihívásként tekintettek ezekre a limitációkra. Sok esetben, a terveik nem a kommunikációs helyzetek, hanem a technikai kihívások megoldásáról szóltak (próbálgatások voltak, ahogyan a megoldást keresték egy-egy problémára). Az új technológia egy addig felfedezetlen és érdekes vizuális eszköz volt, ami nagyon érdekelte őket. Az új lehetőségeikről merítették kreatív energiákat.

„Néha a terveinkben a számítógép felülmúlja az üzenetet, de egyszerűen ez az ára annak, amikor egy új technológiát asszimilálunk.”<sup>76</sup>

#### 14.4. BETŰTERVEZÉS

Számítógéppel, nyomdakész betűtípusokat tudtak tervezni. Olyan (világméretű) piac nyílt meg a tervezők előtt, amit korábban pár globális betűforgalmazó nagyvállalat dominált. A számítógép lehetőséget adott egyedi betűtípusok tervezésére, személyiség és önkifejezés megjelenítésére. Az izgalmat és a kreativitást szerették volna visszahozni a betűtervezés területére.

„Nincs egy bizonyos hang, ami minden ötletet képes lenne kifejezni, románc még mindig szükséges, ornamens szükséges, és az egyszerűsítés nem jobb, mint a komplexitás.”<sup>77</sup>

A digitális technológia sajátosságaihoz (ami akkoriban elsősorban a pixeles betűképet és sajátos szövegszerkesztői lehetőségeket jelentette) újra kellett értelmezni a hagyományokat, mert alakítás nélkül lehetetlen volt átültetni a betűtípusokat. Az ábécét adoptálni kellett ehhez a környezethez, egyedileg kellett olyan betűtípusokat tervezni, amikhez hasonló még addig sosem létezett.

„Mivel a számítógép egy eddig ismeretlen médium, a tervezőknek sok olyan alapszabályt újra kell értelmezni, amiket eddig biztosra vettek.”<sup>78</sup>

Licko betűi alapvetően a „low-res” pixeles vizualitás kötöttségeiből, karakteréből indultak ki. Később a PostScript lehetőségei kapcsán (1985-től) ezeket a meglévő betű-pixelet egy az egyben vektorvonalakká alakították, ezért legtöbb esetben „recegős”, rágott körvonalat kaptak. A pixeles betűket több esetben nagyobb méretben nyomtatták ki, és fototechnikával lekicsinyítették, hogy ne látszódjon a „rágottsága” (például GlasHAUS magazin, 1986).

A saját betűik sikerén inspirálódva az Emigre betű árusítás irányba is nyitott és elkezdtek más kortárs tervezők betűit is forgalmazni. Ennek köszönhetően az Emigre font shop, a kor legprogresszívebb betűinek központi forrásává alakult.

---

<sup>76</sup> VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery: *Emigre (The Book)*, Graphic Design into the Digital Realm, Van Nostrand Reinhold / Byron Preiss Visual Publications, 1993, 45. o.

<sup>77</sup> GLASER, Milton in: *ibid.*, 9. o.

<sup>78</sup> LICKO, Zuzana in: *ibid.*, 23. o.

**AZ EMIGRE KÖZPONTI SZEREPE**

15.1.

Licko és VanderLans a betűk forgalmazása miatt, globális szinten építettek ki kapcsolatot a legprogresszívebb tervezőkkel. Az Emigre magazin, ennek is köszönhetően, az előre mutató tervezői elvek szellemi központjaként kezdett funkcionálni. A számítógépes kiadványtervezés és betűtervezés (ezáltal a posztmodern tipográfia) új elméleti elveinek kidolgozása is náluk kezdődött el.

**ÚJ BETŰK**

15.2.

Az új betűformák tervezésének indokaként arra is hivatkoztak, hogy a meglévő betűk nagyon régiek. Ezek a formák (még a viszonylag új groteszk betűk is) másféle technológiához lettek kialakítva és nem működtek pixelekre „lebutítva”. Ezért kellett a kor új kihívásainak megfelelő, új betűket tervezni.

„Tervezőként rá kellett jönnöm, hogy nincs menekvés az elől, hogy posztmodernista legyek, mivel az elérhető betűtípusok nagyon régiek vagy nagyon régi rendszereken alapulnak. Amikor valami kortársat akarsz csinálni, ezekre a régi betűkre és hagyományokra kell támaszkodnod.”<sup>80</sup>

Kritikusaik szerint, a „low-res” betűk a képernyők pixeleihez voltak igazítva, ellenben a végeredmény, szinte minden esetben a nyomtatás volt. Nyomtatásban pedig ezek egyáltalán nem néztek ki jól.

**ÚJ SZÖVEG – ÚJ TÖRDELÉS – ÚJ OLVASHATÓSÁG**

15.3.

VanderLans (az amerikai magazin szerkesztők hozzáállásából kiindulva) úgy gondolta, hogy nem lehet általános olvashatósági alapigazságokat deklarálni, mivel mindenki máshogyan olvas. A funkcionalista tervezés helyett inkább a megszokásokat, vagyis a jól bevált megoldásokat tartotta fontosnak. Szerintük, az olvasó nem törődik azzal, hogy egy szöveget funkcionális vagy nem funkcionális tipográfiai irányelvekkel szerkesztenek. Egyszerűen azt a szöveget olvassa gyorsabban, amihez hozzászokott.

„You read best what you read most.”<sup>81</sup>

Ez az attitűd heves tipográfiai szakmai viták indikálója volt. A kor legprominensebb

---

79 KINROSS, Robin: *Modern typography: an essay in critical history*, Édition B42 / Hypen Press series, 2019, 172. o.

80 VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery: *Emigre (The Book)*, *Graphic Design into the Digital Realm*, Van Nostrand Reinhold / Byron Preiss Visual Publications, 1993, 64. o.

81 LICKO, Zuzana in: „Interview by Rudy VanderLans”, *Emigre* magazin, No. 15., 1990

---

---

kortárs tervezőivel is szembekerültek<sup>82</sup> (Massimo Vignelli, Wim Crouwel, Gert Dunbar, ...), akik szinte kivétel nélkül a svájci vagy modernista tipográfia elkötelezettjei voltak. A modernista tipográfiai elvek és a posztmodern hozzáállás, úgy tűnt kibékíthetetlen ellenségek maradnak. Tipográfiatörténeti szakmai hivatkozások a legnagyobb forradalomként, Robin Kinross pedig az „olvashatósági háborúként”<sup>83</sup> aposztrofálja a kialakult helyzetet.

A tisztaság, példás olvashatóság és kompozíciós rendszerek helyett, úgy tűnt, tervezői betűtervezés tekintetében Licko és VanderLans a huszadik század előtti művész-betűtervezőkkel (mint például William Morris) rokonszenveztek.

„De mi van az olvashatósággal? Ha azzal kell magadat aggasztanod, hogy a dolgokat olvashatóvá és érthetővé tedd, miért nem tanulsz olyan népszerű dologból, mint egy újság? »Szegényesen« tervezett napilapok bizonyítottan ugyanolyan jól olvashatók, mint a leginkább racionális, jól rendszerezett, objektív svájci tipográfia, leginkább azért, mert az emberek azt olvassák a legjobban, amit a legtöbbet olvasnak. Ha ezt elfogadjuk, akkor a tervezőgrafikusoknak a levélszemétből kellene stilizálniuk a munkáikat, vagy az újságokból vagy a televízióból, amiket napi rendszerességgel nézünk. Ha szükséges lenne az olvashatóság miatt aggódnunk, nem szabadna esztétikát erőltetnünk az emberekre, mint ahogyan Jan Tschichold tette a híres »Die neue Typographie« könyvében, vagy ahogyan Emil Ruder tette a bázeli oktatásában és a sok általa írt könyvön keresztül; inkább azt kellene adnunk az embereknek, aminek az olvasásához hozzá vannak szokva.”<sup>84</sup>

Az Emigre, olvashatósági elvei védelmében, egy német területen elterjedt betűt, a Blacklettert hozta például (ez, a tizenkettedik századtól a XVII. századig datált betűforma, ami német nyelvterületen kifejezetten népszerű volt, Németországban egészen 1940-ig sok helyen előszeretettel használták, legnépszerűbb típusa a Fraktúr). Tulajdonképpen a történeti Blackletter betűk használatáról való „leszoktatás”, a Bauhaus és a Neue Typographie törekvéseinek is egyik fontos célkitűzése volt.

„Bayer javasolta az új tipográfia alapelveit, amely a betűket a lényegükre kívánta redukálni, anélkül, hogy a Blackletter tipográfiára jellemző további díszítéseket alkalmaznának.”<sup>85</sup>

A szögletes, durva, sűrű és zsúfolt szöveggépű Blackletter, Németországban annyira megszokott betű volt, hogy csak nehezen voltak hajlandóak lemondani róla.

---

82 VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery: *Emigre (The Book): Graphic Design into the Digital Realm*, Van Nostrand Reinhold / Byron Preiss Visual Publications, 1993, 8. o.

83 KINROSS, Robin: *Modern typography: an essay in critical history*, Édition B42 / Hypen Press series, 2019, 172. o.

84 VANDERLANS, Rudy in: VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery: *Emigre (The Book): Graphic Design into the Digital Realm*, Van Nostrand Reinhold / Byron Preiss Visual Publications, 1993, 12. o.

85 MORIARTY, Nan „The Modern Letter – The Best of the Bauhaus Typography,” *widewalls*, 2016



---

A német olvasók jobban szerették, mint bármelyik másik, sokkal jobban olvasható humanista betűt. Erre a tényre alapozta az Emigre az addig elfogadott, klasszikus olvashatósági ismérveket cáfoló elméletét, miszerint az az olvasható, ami kényelmes és megszokott.

A szövegkezelési és oldal elrendezési példák keresésekor, ahogyan a betűformák és betűtervezés esetében is, jóval korábbi mintákat emeltek ki, ezekben is az Arts and Crafts érzelemgazdag, expresszív vizualitásában látták a követendő példát. Céljuk a tipográfiai helyzetek érzelmi alapú, személyesebb megközelítése. A funkcionális tipográfia üres, szöveget tagoló felületeit megtöltötték díszítéssel és az illusztrációkkal.



**KEZDETEK**

16.1.

Carson sok mindennel foglalkozott, profi szörfös, szociológus, szerkesztő, art director, tipográfus, tervezőgrafikus és tanár is volt. Több interjújában is megjegyzi (pl. Helvetica film, Gary Hustwit), hogy hagyományos tervezőgrafikai képzésben nem vett részt, és mint „outsider” csöppent a szakmába, ami abból a szempontból igaz, hogy nem volt kapcsolata az amerikai posztmodern tipográfia fókuszpontjaival (Emigre és McCoy), de más szempontból csak részben igaz, mert szociológia diplomája után a nyolcvanas évek legelején, több amerikai egyetem iparművész képzésén is tanult (San Diego State University és Oregon College of Commercial Art), bár egyiket sem fejezte be. Ezeken túl, summer schoolon (University of Arizona), és többhetes szakmai workshopokon vett részt. Egy ilyen, 3 hetes intenzív tanulási lehetőségért, még Svájcba is elutazott (1983, Raperswill, Svájc) ahol megismerkedett a svájci tipográfiával, ami nem nyerte el a tetszését, de az egyik oktató, Hans-Rudolf Lutz kísérleti hozzáállása, hosszútávon befolyással volt a fiatal Carson tipográfiai szemléletére.

**SIKEREK**

16.2.

1982-től lokális szörf és gördeszka magazinok tördelésével indult el a tervezőgrafika és tipográfia területén (Action Now, Surfer, ...). Az átütő sikert, hét év múlva, egy helyi szörf-stílus magazin a Beach Culture (1989–91) hozta meg számára. A magazin nem lett sikeres, csak 6 kiadást ért meg, és ezalatt Carson is folyamatos anyagi nehézségekkel küszködött, de nem sokkal később a Beach Culture grafikai és art-directori munkájáért 15 szakmai díjat kapott. Ezeknek köszönhetően a jóval prominensebb Ray Gun magazin megjelenését már a kezdetektől fogva ő alakította ki (1992-től kezdve 30 számon át). Talán ezek a Ray Gun újságok számítanak a legismertebb Carson munkáknak. Magazinjainak sikerei után, a globális reklámpiac érdeklődését is felkeltette, olyan óriáscégeknek tervezett hirdetéseket, reklámkampányokat, mint például: Pepsi, Nike, Swatch, General Motors vagy Levi's.

**TIPOGRÁFIAI INTUÍCIÓ**

16.3.

Carson alkotói hozzáállása a tipográf szakmaiság határán működött. Jellemző volt rá, hogy a piaci vagy kommersz vizualitástól próbált eltávolodni. A design, technológia és művészet fúziójának területén alkotott, átmeneti jellegű munkákat hozott létre.

A kor elfogadott kommunikációs irányelvei szerint a legtöbb magazin „azt akarta elérni, hogy az olvasók tudják mire számíthatnak, hogy tudják hova kell nézniük, és hogyan kell olvasniuk az oldalt”<sup>86</sup>. Carson ezt a logikát teljesen keresztbe

---

86 BLACKWELL, Lewis: The End of Print, 2nd edition: The Grafik Design of David Carson, Laurence King Publishing, 2000 (nincs oldalszámolás)

---

---

húzta, amit a megváltozott közönséggel indokolt. Velük már máshogyan kell kapcsolatba lépni, mert őket a televízió, rádió és a reklámok „túlstimulálták”. Ezért az unalmas és maradi nyomtatási megszokásokat félresöpörte.

„Munkájával megpróbált újrakapcsolódni ahhoz a közönséghez, akiket a nyomtatás érzelmi tartománya magukra hagyott...”<sup>87</sup>

Az állandó, megbízható, kiszámítható és „unalmas” elrendezéssel szembe ment és minden lapszámot máshogyan kezelt. Minden lapszám más betűtípussal, más betűméretekkel, más vizualitással jelent meg.

Kiadványaiban megjelenő oldalak legkevésbé sem voltak letisztultak, inkább gazdagok és zsúfoltak. Nem törődött olyan szakmai alapelemek évszázadok alatt kikristályosodott elrendezési elveivel, mint a szövegtükör, fejléc, kenyérszöveg, kép, illusztráció és margó. A tipográfiai elemek viszonya ideiglenes, az elrendezésük fluid. Kiadványaira egy valami volt következetesen jellemző, a tipográfiai rács (grid) elutasítása.

„... elektronikusan előidézett káosz a tervezőgrafikában ...”<sup>88</sup>

Szabály-oszlató hozzáállását sokan az új, számítógép technológiával járó vizuális forradalomnak tudják be (mint ahogyan ez, például az Emigre esetében történt), mégis legtöbb korai munkáját manuális montázs technikával alkotta (ollóval és fekete-fehér fénymásolt lapokkal). Később, amikor áttért a számítógépes kiadványszerkesztésre, akkor is megmaradt, a fekete-fehérben is működő kompozícióknál és így is tervezett, gondolkodott.

Minden munkáját személyes, érzelmi irányból közelíti. Minden korábban kialakított szakami rendszer, konstrukció és irányelv felett a személyes intuíciót tartja a legfontosabb tervezői elvnek.

„Carson megközelítésnek középpontjában az a meggyőződés áll, hogy amíg a tervezőt megkérhetik, hogy kommunikációs »problémákat« oldjon meg, a design önmagában, nem csak problémamegoldásról szól.”<sup>89</sup>

„... egy briefre adott elemzés és válasz tekintetében, a tervezőnek valahogyan gépszerűnek kell lennie. Néhány tervező még azt is meggyőződéssel vallja, hogy egy problémára csak egy megoldás lehetséges, nem pedig többféle, mintha a grafikai kommunikáció azonos lenne egy motor szervizelésével.”<sup>90</sup>

---

87 Ibid.

88 Ibid.

89 BLACKWELL, Lewis: David Carson: 2<sup>nd</sup> sight, Laurence King Publishing, 1997 (nincs oldalszámozás)

90 CARSON, David in: *ibid.*

---

Kritikusai által öncélúnak titulált tipográfiai módszere valójában nagyon tudatosan, a szöveg értelmezésén alapult. Carson minden általa tervezett szöveget elolvasott. Az oldal képe, a megjelenített szövegre adott személyes reflexióiból épült fel.

„Én minden szót elolvasok, módokat keresek, hogy azoknak a szavaknak a jelentését keresztülvigyem – még mindig lenyűgöz engem, amikor rájövök, hogy vannak tervezők, akik nem olvassák el a szavakat [...] ezt nem értem. Azzal kell kezdenem, hogy elolvasom a szöveget, hogy reagálni tudjak rá. Olvasatlanul, csak vakon alkalmazni néhány tördelési szabályt, úgy tűnik, konfliktust kelthet, az író és tervező mondanivalója között. [...] Természetesen, ez az író [szavai felett] kontrolljának hagyományát megkérdőjelezi.”<sup>91</sup>

Saját vizuális döntéseit a szöveg verbális mondanivalójának értelmezésétől és értékelésétől tette függővé, még ha ezzel a döntéseit sokszor a szöveg értelmezhetősége fölé helyezte. Számára az érzelmi reakció kiváltása volt a legfontosabb, amit ezekkel a tipográfiai döntésekkel is megalapozott.

„[Egy oldal] jóval, bármelyik részének elolvasása előtt, már érzelmi hatást kelt.”<sup>92</sup>

Carson előszeretettel feszegeti az olvashatóság határait és „kacérkodik” az értelmezhetőséggel: megfordítja a sorok sorrendjét, a hasábokat felcseréli, formájukat szabadon alakítja, forgatja, egy szöveghasábon belül is szabadon változtatja a betűméretet vagy egymásra ír sorokat. „Ne téveszd össze az olvashatóságot a kommunikációval”<sup>93</sup> emlegeti Carson több interjújában is. Ennek a gondolatmenetnek a lényege, hogy a nehezen olvasható szöveg, figyelemfelkeltő volta miatt jobban kommunikálhat (jobban eléri a közönségét), mint bármelyik másik, tökéletesen olvasható módon kiírt szöveg.

## KÍSÉRLETEZŐ HOZZÁÁLLÁS ÉS A SZÖVEG

16.5.

A Trans World Skateboarding magazin kapcsán (ami nagy terjedelmű, 200 színes oldallal jelent meg) említi Carson, hogy „kiváló lehetőség volt kísérletezni”<sup>94</sup>. Bármiféle, összefogó vizuális rendszer nélkül, a tervezőművész személyes intuícióiból merített lehetőségek sokfélesége jellemezte a kiadványt.

Carson büszkén vallotta, hogy ő nem ismerte [vagy direkt nem akarta követni] a tipográfia szabályait és elveit. Ez a kísérleti tervezői hozzáállás sokak szá-

---

91 CARSON, David in: BLACKWELL, Lewis: David Carson: 2<sup>nd</sup> sight, Laurence King Publishing, 1997 (nincs oldalszámozás)

92 Ibid.

93 CARSON, David in: HUSTWIT, Gary (producer és rendező) és SIEGEL, Shelby (szerk.): Helvetica, 2007, 58:35

94 BLACKWELL, Lewis: The End of Print, 2nd edition: The Grafik Design of David Carson, Laurence King Publishing, 2000 (nincs oldalszámozás)

---

mára megosztó volt és teória nélküliséggel azonosították. Való igaz, hogy az Emigre-vel szemben, ő nem törekedett arra, hogy megmagyarázza a döntéseit vagy akár saját elméletet dolgozzon ki. Kísérletező hozzáállása is sok esetben inkább kipróbálásnak, próbálgatásnak felelt meg. Ralph Caplan véleménye szerint Carson nyilvánosan és élesben kísérletezett, ami a legveszélyesebb tényező a munkájában.<sup>95</sup> Ezzel Carson nem tudott vitatkozni, mert a magazinjaiban sokhelyen lehetett találni erre utaló hibákat. Volt olyan ötlete, ami működött és volt, ami nem. Tipográfiai megoldásaira jó indoknak tűnt, hogy az olvasóközönységét (akik leginkább a fiatal generáció és speciális szubkultúrák voltak) minden esetben elérte.

## 16.6. AZ OLVASHATATLAN SZÖVEG – AZ OLVASHATÓSÁG ELLENPONTJA

David Carson 1994-ben, a Ray Gun magazinban megjelent, Bryan Ferry-ről írt cikk szövegét egy olyan betűtípusra állította, amiben a betűk helyén (nem betűk) hanem kis piktogramok (Zapf Dingbats) láthatók.

„Ez egy Bryan Ferry cikk. Ahogyan a cikket elolvastam, pont olyan volt, mint sok más, amit már olvastam. Azt mondtam: Te jó ég! Milyen unalmas és kiábrándító! Végig pörgettem az összes betűtípusomat, ami akkoriban száz meg száz betűt jelentett (nos, valójában ma is ugyanannyi van) és nem találtam olyat, ami illett volna ahhoz az unalmas és undorító cikkhez. Végül [a betűtípus lista] aljára értem és ott csak a Dingbats volt. Ami valójában Zapf Dingbats, tehát betűrendben az utolsó. Azt gondoltam, unalmas és nem is érdemes elolvasni. Miért ne csináljam Zapf Dingbats-el? [Hisz] ez egy betű. Úgyhogy az egészet Dingbats-re állítottam ...”<sup>96</sup>

A Bryan Ferry cikk, Carson munkásságának egyik fő sarokpontja. Számos kritika fejtegeti a tervező és az író kapcsolatának viszonyát és egyáltalán, ennek a tervezői döntésnek a létjogosultságát.

Ezzel a cikkel, Carson valahol a saját elgondolását is felrúgja, mert ez a szöveg nemcsak nehezen olvasható, hanem fizikailag olvashatatlan (a betűktől teljesen független formájú kis ábrák sokasága), az információ megérthetetlen. Az olvasó, töltsön el bármennyi időt is a jelentés kibogarászásával, képtelen lesz az író mondanivalóját kiolvasni. Carson mégsem tekinti ezt egy elhibázott döntésnek és többször is büszkén emlegette ezt a Bryan Ferry cikket.

## 16.7. CARSON STÍLUS

Carson munkái kapcsán vitathatatlan az átadott érzelmi többlet, amit a célközönség pozitív reakciói is igazolnak, de sok kritika kitér arra, hogy ez a célcsoport legtöbb esetben kicsi és nagyon definiált (szelektált korosztályú vagy érdeklődési körű fiatalok).

---

<sup>95</sup> Ibid.

<sup>96</sup> CARSON, David in: HUSTWIT, Gary (producer és rendező) és SIEGEL, Shelby (szerk.): Helvetica, 2007, 58:26

---

---

A kilencvenes évek első felében, miután Carson globális szinten befutott, felkéréseket kapott nagy márkák hirdetéseire (Pepsi, Nike, Swatch, Levi's, ...). Ez a tény, számára, a sok kritikát kapott vizuális tervezői módszerének igazolását jelentette, mert ez esetben nagy közönség számára is működő kommunikáció valósulhatott meg.

„A reklámparba bekerült és hirtelen egy zsoldos-harcossá vált.”<sup>97</sup>

A globális megrendeléseknek volt egy másik velejárója. A Carson által képviselt, személyes intuíción alapuló tervezői attitűdre, a nagy cégeknek nem volt szükségük. Ők egy egyszerűen sokszorozható stílust akartak, ami „legyártható” bárhol. Ahogyan a globális brandek alkalmazták Carson vizuális „stílusát” (a művészi intuíció nélkül), úgy mások is elkezdtek használni a „Carson Stílust”. Ennek köszönhető, hogy az egyedi kifejezőmód modorossá degradálódott.

„A követők, tervek, hitvallás és struktúra nélküli csoportot alkottak. Talán részben ez volt az oka a mozgalom gyors gyarapodásának és ugyanakkor a feloszlásának is. Benne volt Carson önkifejező munkáinak természetében, és egyben a követőiben is, hogy nem lehet csatlakozni a mozgalomhoz vagy az »irányelveihez«, csak ha hasonló munkákon keresztül hangsúlyozod őket.”<sup>98</sup>

---

97 BLACKWELL, Lewis: *The End of Print*, 2nd edition: *The Grafik Design of David Carson*, Laurence King Publishing, 2000 (nincs oldalszámzás)

98 WYATT, Tom (bevezető szöveg) in: *ibid.*





**KIFORROTT TECHNOLÓGIA**

17.1.

Gutenberg óta, minden nyomdatechnológiai és tervezői fejlesztés többé-kevésbé a korábbi metódusokra és hagyományokra épült. A számítógépen tervezett kiadványok nyomtatása esetében nem volt semmilyen előkép, technológiai és vizuális értelemben sem. A számítógépen készült grafika, az első években, csak gyerekjátéknak tűnt a nyomdai megoldásokhoz képest. Az első számítógépes eszközök és tervezői szoftverek, 5–10 év alatt nagyot fejlődtek, leküzdötték a „gyermekbetegségeiket”, kialakultak igazán jól használható betűtípus formátumok, grafikai felhasználók számára jól használható grafikai file formátumok, jobb monitorok, többet tudó programok, ... A számítógép, mint tervezői eszköz, a huszonegyedik század elejére eljutott arra szintre, ahol már azonos minőséget tudott nyújtani, mint a legjobb fényszedéssel megvalósított nyomdatechnikai produktumok, és meg is haladta azokat.

**TECHNOLÓGIA ÉS A POSZTODERN TIPOGRÁFIA KAPCSOLATA**

17.2.

A nyolcvanas és kilencvenes évek kísérleti tipográfiájának, vagy másnéven a posztmodern tipográfiának, az „aranykora” egybeesett a számítógépes kiadványszerkesztés kialakulásával és felfutásával, mintha ez a tipográfiai attitűd, a számítógépes technológia tesztfázisaként élt volna. Ami nem lehet igaz, mert az első tervezőművészek, akik számítógéppel terveztek, egyáltalán nem a számítógép miatt terveztek annyira formabontó munkákat és sokan már manuális munkáikban is ezt a hozzáállást követték. Mégsem lehet figyelmen kívül hagyni, hogy a teljesen új (és kiforratlan) technológia is közrejátszhatott a klasszikus tipográfiai szabályok elvetésében. David Carson például fénymásoló gépekkel készített manuális fotomontázsokon kísérletezte ki módszerét, amit kicsit később már számítógépen vitt tovább. Az első Emigre magazin tervei még manuálisan készültek, de az első Emigre betűk viszont kifejezetten a korai durva felbontású (pixelekből felépülő) betűtípusformátumokból inspirálódtak. Zuzanna Licko és Rudy VanderLans élvezték a technológia által eléjük gördített kihívásokat, később ezeket a durva betűformákat (mint alapstruktúrát) megőrizve fejlesztették tovább a modernebb vektorgrafikus betűtípusaikat is.

**DIVERZ TIPOGRÁFIAI KÖZEG**

17.3.

A kétezres évektől, amikor a számítógépes grafikai technológiák kiforrtak és a korábbi technológiák minőségét minden szinten meghaladták, a posztmodern (kísérleti) tipográfia alig két évtizedes felfutás után elvesztette a lendületét. Az érzelmi, intuitív alapú tipográfiai kísérletezés újdonság értéke elmúlt, a számítógép nem jelentett már ugyanolyan tervezői kihívást.

A számítógépes kiadványszerkesztés kinőtte a kisszériás kísérleti projekteket. A digitális alapú nyomdai technológia ekkora már képes volt bármilyen nagy projekt

---

megvalósítására. A szoftverek pedig már minden korábbi nyomdai lehetőséget virtuóz módon felülmúltak.

A nagyobb projekteknél pedig a mérce az olvashatóság irányába dőlt. Az olvashatósági kihívásokra ismét a Svájci Tipográfia jelentette a megoldást, 2000-tól, a svájci stílus „újjáéledése” visszahozta a tipográfiai gridet, a hűvös és tisztább vizualitást.

A kétezres évek utáni diverz időszakot, tipográfiai szempontból is, a sokrétűség jellemezheti legjobban. A kortárs tipográfus ellenzi a tipográfiai szabályok kizárólagosságát. Nincs előírányzott tipográfiai elv. Megengedett, hogy minden kommunikációs feladathoz, a megfelelő megoldást lehessen használni. Van ahol, a tökéletes olvashatóság szükséges, ott a klasszikus tipográfiai elvek érvényesülhetnek (például egy versnél), máshol pedig a művészi stílus jobban célbaérhet.

„A gyakornoki időm alatt úgy gondoltam, hogy nekünk csak Akzidenz-Grotesket szabad használni, és a szövegekhez Monotype Grotesk 215-öt. Ha nem ezeket a betűket használtad-például, ha Garamondot vagy hasonlót használtál – tényleg attól félhettél, hogy azok, akiket nagyra becsültél, kinevetnek. Ha egy verses könyvet kellett csinálnod, az lehetetlen volt!”<sup>99</sup>

A kísérleti tipográfia viszont tovább él, aminek keretében a posztmodern tipográfia kaotikus és művészi kísérletei és a svájci tipográfia modern, hideg tipográfiai kísérletei is egyformán létjogosultak maradtak.

---

99 HOCHULI, Jost *interjú, St. Gallen, 2011. márc. 29.* in: PARADIS, Louise, FRÜH, Roland és RAPPO Francisco (szerkesztők): *ECAL: 30 years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter (TM RSI SGM 1960–90)*, Lars Müller Publishers, 2017, 232. o.

**TIPOGRÁFIAI SZEMPONTOK KONFLIKTUSA**

18.1.

Tipográfiai vizsgálódásaimat két ellenpontra fókuszálom, a tökéletesen olvasható szöveg (a szakmai hozzáállás, amikor a tipográfia észrevehetetlen és módszerei láthatatlanok), amivel szemben az olvashatatlan szöveg áll (a művészi hozzáállás maximuma, amikor a tipográfia vizualitása a főszereplő, sok esetben a verbális tartalom hátrányára).

**KLASSZIKUS TIPOGRÁFIAI ATTITÚD**

18.2.

Gutenberg óta, évszázadok alatt, gyűlik az a tipográfiai ismeretanyag, amit a tipográfusok folyamatosan érlelnek és értékelnek. A betűformák, a szövegelrendezés, a nyomtatási eljárások, a papír alapanyagok, és sok más tényező függvényében a jó olvashatóság tökéletes megvalósítása a cél. Ezen kutatások, vagyis az olvashatóság „kánonja” szerint, a tisztán, minden zavaró elem nélkül, gyorsan olvasható szöveg az etalon. Ennek az etalonnak a megvalósítása érdekében, ahogyan a New Traditionalist mozgalom képviselői is vallják, a tipográfus munkájának láthatatlannak kell maradnia. A „művészi” törekvések (egyedi betűk, művészi és öncélú szövegkezelés) vagyis a látványos tipográfia, zavarja az olvasást, ezért szigorúan kerülendő.

**MŰVÉSZI TIPOGRÁFIAI HOZZÁÁLLÁS**

18.3.

A klasszikus tipográfiai attitúddal szemben állnak azok a törekvések, amik kapcsán művészek megpróbálták a szabályokat oldani, esetleg teljesen eltörölni. Többek között, a tizenkilencedik század második felének Arts and Crafts mozgalma is ez jellemző. William Morris a művészi, „látványos” tipográfia képviselője, amivel sokat tett a nyomtatványok vizuális minőségének széleskörű elismertségéért. Mai nézőpontból lehangosabbnak tűnhetnek a posztmodern tipográfia szószólói (Emigre, Brody, Carson, ...), akik szánt szándékkal rúgtak fel minden korábbi (évszázadok alatt kikristályosodott) tipográfiai hagyományt és szabályt.

**ELLENTÉT**

18.4.

Olvashatóság („láthatatlan” tipográfia) áll szemben a művészi kifejezőerővel és intuícióval (a „látványos” tipográfiával). A két álláspont elkötelezettjei bőszen ellenezték a másik fél szemléletét. Ezek, az alapvető nézőpontbeli különbségek, szakmai kritikák sokaságát születték, és a mai napig is bőszen viták indítói (látványos és láthatatlan, modern és posztmodern, művészi és szakmai, tiszta, ...).

---

## 18.5. VITÁK

A kísérleti tipográfia és az olvashatóság problémás viszonya, több diskurzus alapja. Ezeknek a vitáknak egyik példázata lehetne Garry Hustwit, *Helvetica*<sup>100</sup> című filmje, amiben a legnevesebb kortárs tipográfusok több generációját felvonultatva, a modern és a posztmodern tervezői szemléletet ütközteti a rendező. Steven Heller a kísérleti vagy posztmodern tipográfia ellenzőjeként tűnik fel, amikor *A csúfság kultusza (Cult of the ugly)* című 1993-as írásában egyértelmű állásfoglalást tesz:

„De ennek a hullámnak az okai kétségesek. A jelenlegi társadalmi és kulturális állapot magában foglalja-e ezt a felfordulást, amelyhez a kritikus csúfság társulása időszerű? Vagy a korábbi, komolyabb kísérletezés nyomán a csúnyaság egyszerűen beolvadt a populáris kultúrába, és egy beképzelt stílussá vált?”<sup>101</sup>

Hasonló viták zajlottak már a huszadik század közepén is, a New Traditionalist mozgalom részéről (amit jól szemléltet Beatrice Warde *Crystal Goblet* esszéje). Ők bőszen érveltek a Bauhaus progresszivitása és a korábbi Arts and Crafts túlzó történelmisége ellen is. S. Morison a Bauhaus kísérletezésre buzdító elveit azért ítélte el, mert szerinte csakis a hagyományok továbbvitele lehet a jó irány. Az Emigré alkotópárosa olyan szintre emelte ezt a vitát, hogy egyenesen az „olvashatósági háborúnak”<sup>102</sup> titulált szituációig jutottak.

„A tipográf tervezésnek régóta két megközelítése létezik. Egyik, a művészi ideának való megfelelés által, önkifejezéseként tekinteni a tipográfiára. Másik szerint az alkotó a tipográfiára, mint megoldandó feladatra vagy problémára tekint, egyfajta mérnöki szemlélettel tesz eleget az olvasó (mint megrendelő) igényeinek.”<sup>103</sup>

---

100 HUSTWIT, Gary (producer és rendező) és SIEGEL, Shelby (szerk.): *Helvetica*, 2007

101 HELLER, Steven „Cult of the Ugly,” in: *Eye magazin*, Essex, No. 9., 1993/3.

102 KINROSS, Robin: *Modern typography: an essay in critical history*, Édition B42 / Hypen Press series, 2019, 172. o.

103 NIELSEN, Jakob „Designing Web Usability.” Indiana, New Rivers, 2000 in: BATH, Jon: *Blowing the crystal goblet : transparent book design 1350-1950*, doktori értekezés (Doctor of Philosophy, Ph.D.), University of Saskatchewan, Kanada, 2009

A „kísérletező” és a „klasszikus” tipográfiai attitűd táborai között kibékíthetetlen a feszültség. A posztmodern kísérleti tipográfia alapvetően szabálytagadó, a klasszikus tipográfia követői pedig a szabályaik egyik legfontosabb indokaként az olvashatóság teljesülését említik. A szöveggép tisztasága ebben a vitában egy fontos szempont, ami felveti az olvashatóság teljesülésének két ellenpontját és a közöttük húzóó (nehezebben vagy könnyebben olvasható szöveg) mértékét.

A két végpont között számos kommunikációt befolyásoló tényező, mint egyik vagy másik oldal indokai jelenhetnek meg. A művészi intuíciót támasztja alá az érzelem, innováció, kísérletezés, önkifejezés, ...; ezekkel szemben áll a tisztaság, objektivitás, egyértelműség, semlegesség.

Történeti perspektívából tekintve az olvashatóság alakulásának tervezői helyzetére, az rajzódik ki, hogy (a művészi intuíciót közvetlenül befolyásoló tényezőkön kívül) van számos olyan külső tényező, ami bizonyos helyzetekben, hatással volt a tervezői folyamatokra, döntésekre. A technológia például befolyásoló tényezőként megjelenik az Emigre-nél, de David Carsonnál vagy Wolfgang Weingartnál nem, pedig mindannyian a posztmodern tipográfia „forradalmárai” voltak. Felmerülnek olyan külső tényezők, amik következetesen minden tervezőt érintenek, legyen bármilyen is a tipográfiai hozzáállásuk.

Egyik ilyen tényező a verbális tartalom tervezői értelmezése, vagyis a verbális tartalom szövegtelmezéstől függő vagy pont attól független megjelenítése. Másik tényező a nyomtatás, nyomdai előkészítés (vagy legyen ez bármilyen kivitelezés) technológiai folyamatai feletti tervezői kontroll mértéke, vagyis a tervező által elérhető és kontrollálható nyomdászati lehetőségek. Következő, vizsgált tényező a példányszám, vagyis a tervezéskor előre meghatározott célközönség mérete, és az olvasóközönség diverzitása.

Ezek bizonyos esetekben egymástól függő és egymásra is hatással levő tényezők, máskor pedig egymástól függetlenek, vagy mértékük különböző mértékben tér el egymástól különböző helyzetekben. Érdeemes őket minden szituációban külön elemezni és mint az olvashatóság két ellentétes végpontja közötti értéket egymással összehasonlítva vizsgálni.

## CÉLKÖZÖNSÉG MÉRETE ÉS SOKSZÍNŰSÉGE / PÉLDÁNYSZÁM

19.1.

A legtöbb esetben, azok, akik a tipográfiai (művészi) önkifejezés mellett érvelnek, egyáltalán nem széles közönséget szeretnének megszólítani (David Carson szörf és strand-kultúra magazinja, az Emigre saját kiadású szakmai periodikái vagy Wolfgang Weingart személyes kísérletei, ...). Viszont azok, akik a diskurzusokban ez ellen szólalnak fel, kifejezetten nagy és diverz célközönség számára (globálisan) szeretnének tipográfiai megoldást találni (New Traditionalists, Swiss Typography, ...).

---

Ebből következtethető, hogy a célközönség mérete és sokszínűsége az egyik kulcs tényező az olvashatósági vitában.

## 19.2. NYOMDAI FOLYAMATOK FELETTI TERVEZŐI KONTROLL

A tipográfia, szövegkezelés és nyomdai előkészítés technológiai folyamatai feletti tervezői kontroll jelentése magyarázatra szorulhat, mivel manapság számítógépen könnyen szerkeszthetünk és egy gombnyomással kinyomtathatunk bármit.

A technológiai tényező megkerülhetetlen volta a nyomtatás korábbi korszakából ered, amikor a tipográfia még a nyomdáknak folyó sokféle szakmai tevékenység egyike volt. Ekkoriban a nyomtatás nagyon drága folyamat volt és egy könyvhöz sokféle szakma együttes technológiai bravúrja kellett. A nyomdászok mesteremberek voltak, nem művészek.<sup>104</sup> Egy művész, ilyen soktényezős technológiai és szakmai ismereteknek egyszemélyben nem lehetett a birtokában (vagy csak kívülálló módjára). A nyomdászoknak viszont olyan módszer kellett, amivel egy mesterember is tud szépen konstruált oldalakat és ezáltal kiadványokat összeállítani. Ebben a helyzetben szóba sem kerülhetett az oldalak egyedi tervezésének kérdése. A szövegtartalomtól és esztétikai érzékenységtől is teljesen független közép-rendezés volt a megoldás.

A régmúlt technológiai sajátosságai ma már sok esetben megkerülhetők, mégis, ma is utópisztikus elképzelés lenne, egy nagy példányszámú országos magazinnál vagy egy globális reklámkampánynál, hogy amit a tervező elképzelt az pontosan ugyanúgy lesz a nyomdában kinyomtatva.

Egy magazin, egy könyv, vagy reklámkampány végleges kialakításában is több személy (tördelő, képszerkesztő, szerkesztő, ...), különböző cégek és akár különböző országok cégei és szakemberei vesznek részt. Ha a tervezőművész egy olyan folyamat részese, ahol sok ember együttes, aktív munkájának eredménye a nyomtatvány, akkor minden szereplő által értelmezhető rendszert kell építenie, hogy az üzenet ne tudjon eltávolodni a kitűzött céltől. Nem lehet minden résztvevőtől elvárni, hogy értse és átérezze ugyanazt, ami egy művész saját intuíciója vagy érzelmi reakciója kapcsán születik. Szubjektív megjelenítési módot vagy érzelmi töltetet végigvinni, a sok közreműködő ember miatt szinte lehetetlen. Ilyen esetekben a tisztaság, érzelemmentesség, objektivitás, kompozíciós rendszer, ... lehet a legjobb megoldás.

Bizonyos esetekben, egy kiadvány tervezésénél és előkészítésénél kisebb apparátus működik, vagy azért, mert szűkebb a pénzügyi keret vagy technikai, esetleg tervezői szempontok miatt. Ilyenkor az is megoldás lehet, ha nem kerülnek a folyamatba nyomtatást előkészítő vagy szöveget és képeket kezelő szakemberek. Így lehet, hogy a szöveget tördelő, a képeket kezelő és a kiadvány szerkeszté-

---

<sup>104</sup> A nyomdai mesterségek közül kivételt jelentett, a rendkívül kis számú, betűtervező. Akik esztétikailag magas érzékenységet képviseltek, de legtöbb esetben kizárólag a saját területükön alkottak (csak betűket terveztek) és sok esetben, a nyomdaktól függetlenül, külön (mint a mai „szabadúszók”) működtek.

---

séért felelős személy ugyanaz. Ez a személy minden alkotóelemet értelmezhet, egyszerre értékelhet és az értékelésének eredményét át tudja ültetni a nyomtatványba. A tervezőművész, ilyen helyzetben, nagyobb befolyással bír a vizualitás szempontjából aktuális, nyomdai előkészítő folyamatok fölött. Ebben a helyzetben az eredmény nagy valószínűséggel „művészi” lesz, megjelenhetnek érzelmek, lehetőség nyílik a tervezői intuíció átadására, akár az oldalak kompozíciói (layout) is lehetnek intuitívak, szabadok.

A nyomtatási (és előkészítési) folyamatok feletti tervezői kontroll lehetőséget teremt, egy, a művészkönyvekhez hasonló, egyedi megjelenítés kialakítására. Érzelmi fókuszú megoldást leginkább így, a művész folyamatos kontrollja alatt lehet kivitelezni. Ilyen módon lehet a vizualitás érzelmi töltetét, akár egy bizonyos szubkultúra igényeihez hangolni; akik erre sokkal jobban rezonálnak, hiszen a kiadvány már a szöveg olvasása előtt érzelmi hatást kelthet<sup>105</sup>. Az összhatás pedig egyértelműen nagyobb lesz, mint az objektív, semleges tervezői elvek megvalósítása esetében. Ez a tényező rendkívül fontos a művészi tipográfia szempontjából, de az érvényesülésének mértéke külön vizsgálat tárgya lehet.

## SZÖVEG TERVEZŐI ÉRTELMEZÉSE

19.3.

A szöveget megjelenítő tipográfus és a szöveget író személy közötti kapcsolat az olvasó felé irányuló kommunikáció alappillére.

A klasszikus könyv tipográfiája a nyomtatott szó megjelenítésének megkérdőjelezhetetlen objektivitására épült. Minden grafikai elem és minden szöveg, az oldal közepén, a függőleges tengelyre szimmetrikusan helyezkedett el. Csakis ez az egyféle tervezői kompozíciós elv volt használatban. Nem volt más lehetőség, és ezért nem is merült fel olyan szövegrendezési mód, ami a szöveg tartalmával valamiféle proaktív kapcsolatot épít. Ehhez a megoldáshoz a szöveg szedéséhez nem volt szükséges elolvasni vagy akár értelmezni a mondatokat.

„Ez egy Nyomda-hivatal [...]  
Innen a szavak külföldre is repülhetnek  
Nem pusztulnak el, mint a hanghullámok  
Nem alakulnak át az író keze által  
Időtlen bizonyítékként szolgálnak ...”<sup>106</sup>

Más helyzetekben a tervezőművész elolvassa és értelmezi a szöveget és a meglátásai vagy véleménye szerint tördel (a lap felületén belül a szöveg részeit szelektálja, bizonyos részeit kiemeli vagy áthelyezi ezáltal komponálja az oldalt). Ideális esetben ebből az olvasó sokat profitálhat, mert így az

---

<sup>105</sup> BLACKWELL, Lewis: The End of Print, 2nd edition: The Grafik Design of David Carson, Laurence King Publishing, 2000

<sup>106</sup> WARDE, Beatrice „This is a Printing-office,” tábla, 1932

---

információ eredendően szelektálva van a fontos és kevésbé fontos részek megkülönböztetésével. Viszont felmerülhet az a kritikai álláspont is, miszerint (a szöveg utólagos értelmezése által) az író szerepe és saját szavai feletti kontrollja gyengül.



**ARTS AND CRAFTS**

20.1.

William Morris az Arts and Crafts híres nyomdájában, a Kelmscott Pressben, nyomtatta a könyvművészet (talán) legsűrűbben illusztrált oldalait tartalmazó könyveit. A vizualitás és a nyomdatechnikai minőség is fontos volt számára. Ebben az időszakban már sok helyen működtek a rotációs nyomdagépek (1875-től), teljesítményük hatalmas volt, de a nyomtatás minősége nagyon gyenge.

Morris a művészi megjelenítéssel a kis szériás nyomtatás példás minőségére is felhívta a figyelmet, amikor ezeket, a hihetetlenül virtuóz részletgazdagsággal illusztrált (indás, leveles, fonódó mintákkal teletűzdelt) oldalakat kinyomtatta. Ezek az oldalakon a címek, alcímek és fejezetcímek betűit szinte alig lehetett megkülönböztetni a háttértől, ami tulajdonképpen nem is háttér, hanem az illusztrációk és az ornamensek, összefonódásából létrejött sűrű, szövevényes felület. A szöveges oldalak is, ahol csak lehet, iniciálékkal és cifrákkal díszítettek.

Ezekből a könyvekből jellemzően csak 300 példányos kiadások készültek, nem volt szó tömegtermelésről. A kézi erővel működtetett nyomdában minden tervezői és nyomtatási folyamatot és alapanyagot Morris személyesen felügyelt, csak a tervezőművész teljes kontrolljával (ő volt a kiadó, a nyomdász és a tervező is) lehetett ezeket a hihetetlen aprólékosságú oldalakat megfelelően kinyomtatni. A könyvek borítóján az író neve (ez esetben Geoffrey Chaucer) és a Kelmscott (Morris nyomdájának neve) azonos méretben jelent meg, ráadásul későbbi kiadásokban a könyv már „The Kelmscott Chaucer” címmel jelent meg (The Works of Geoffrey Chaucer, 1891-96).

Konklúzióként, az általam vizsgált tényezők szempontjából, Morris az Arts and Crafts idejében kis példányszámú nyomtatást valósított meg. A művész teljes egészében kontrollálta a nyomtatási folyamatot. Ekkor még a szövegértelmezés nem lehetett tényező.

**AVANTGÁRD MOZGALMAK**

20.2.

A Futuristák, Dada művészek és más korai avantgárd „izmusok” alkotóművészei is értői voltak a tipográfiának, a reklám vizuális eszközeinek és előszeretettel használták a nyomtatás vívmányait. A példátlanul formabontó tipográfiának, a „képszerű oldalelrendezés” megvalósításának területei lettek a kis szériás periodikáik, művész-nyomtatványaik, művészkönyveik. A művészeti invenciók terjesztésének, már akkor is, egyik leghatásosabb eszközei voltak a nyomtatott anyagok. Ezek a kísérletező művész kiadványok, a művészek és művész csoportok saját szövegeit, manifesztumaikat tartalmazták. Legtöbb esetben

---

saját kiadásban jelentek meg, piaci vagy könyvkiadói sikerre akkoriban sem számítottak, eredendően kis példányszámú nyomtatással készültek.

Konklúzióként, az általam vizsgált tényezők szempontjából, a korai avantgárd mozgalmak kis példányszámú kiadványokat nyomtattak, a nyomtatás kontrollja viszont magas volt. A szövegeket a tervezők átfogóan ismerték, mivel nagyrészt saját szövegeiket adták ki.

### 20.3. NEW TRADITIONALISTS

Beatrice Warde világszerte tartott szakmai előadásokat, adott interjúkat. Amerikában, Ausztráliában, és Magyarországon is járt. A világ egyik legnagyobb, nyomdagépek gyártását végző cégének, a Monotype-nak a képviselőjeként, a legnagyobb és legmodernebb nyomdák érdekeit közvetítette. A nyomtatványok országhatárokon át ívelő képességét hirdette (pl. 1959, Adelaide, Ausztrália, rádió interjú). Az író szavainak zavartalan közvetítését (mint kulturális szempontot) és a gyártók termékeinek sikeres eladását is (vagyis a gazdasági sikereket) az igényes nyomtatott anyagoktól tette függővé. A New Traditionalists mozgalom elvei a nagy nyomdák, a nagy volumenű nyomtatás, a nemzetközi piacra szánt termékek, és a sok embert megszólító kommunikáció irányából értelmezhetők.

Konklúzióként, az általam vizsgált tényezők szempontjából, a New Traditionalists mozgalom nagy példányszámú nyomtatással foglalkozott, a nyomtatványok kapcsán a művészi kontroll teljes kiiktatását szorgalmazták és a szöveg tervezői értelmezését tiltották.

### 20.4. NEUE TYPOGRAPHIE

Tschichold és a Bauhaus tanárai (Moholy-Nagy és Bayer, ...) a Die neue Typographie szellemében a régi könyv tipográfiája helyett a kor kihívásainak megfelelő, „új” tipográfiát szerettek volna bevezetni. A mozgatható fém betűk korában, a betűkkel való művészeti indíttatású kísérletezésnek is volt létjogosultsága, de a tipográfiai minőség a nagy nyomdákban tudott csak megjelenni. Ilyen, nagy példányszámú nyomtatásnál is példásan értelmezhető szöveg volt az új tipográfia egyik legfontosabb irányelve, mert az emberek olvasási szokásainak és a kor szövegeinek az összehangolása volt az egyik fő céljuk.

A tizenkilencedik századtól új nyomdatermékek (mint például az újságok) terjedtek el. Egy újságban (szemben a könyvekkel) már többféle tartalom is megjelent. Nem mindenki szerette volna az összes szöveget elolvasni (ahogyan egy könyv esetében tette volna), de a tipográfiai módszerek a könyvek olvasásához igazodtak; fejezetek, oldalak és szövegsorok folyamatos egymásutánjában történő elolvasására épültek. Az új tipográfia szerint, ebben a modern korban (sok olvasóval, sok és egyazon kiadványban megjelenő sokféle olvasnivalóval) a nyomtatványt úgy kell tervezni, hogy az olvasó könnyen tudjon szelektálni, vagyis könnyen eligazodhasson a különböző tartalmak között.

---

Az oldal komponálásához a szöveg tartalmával tisztában kellett lennie a tervezőnek, mert a kompozíciót a tartalomhoz (a szöveg funkciójához) igazította. Az új tipográfia volt az első, ahol a szöveg tervezői értelmezését és a tipográf tervezést, nagyobb példányszámú nyomtatások esetében is összekapcsolták.

A funkcionális szöveg-kompozíció tervezéséhez minden oldal esetében a tervezőművész aktív közreműködésére volt szükség. Egy nyomdai betűszedő, középtengelyre és hasáb formába tudta rendezni a szöveget, de a kreatív komponálás megoldhatatlannak tűnt. A mozgatható fémbetűkkel dolgozó nagy nyomdák fénykorában, a nyomdai folyamatok tervezői kontrollja nem működhetett maradéktalanul. A betűszedők megkerülhetetlen helyzetben voltak, ezért a nyomdák nagyrésze vonakodott az új tipográfia (Neue Typographie) aszimmetrikus és szövegfüggő komponálásának bevezetésétől. Az elmélet és a gyakorlat, különösen nagyobb példányszámok esetében, nehezen találkozott.

Konklúzióként, az általam vizsgált tényezők szempontjából, a Neue Typographie, nagy példányszámú nyomtatásra szeretett volna hatást gyakorolni. Akkoriban a nyomdai folyamatok felett nem valósulhatott meg tervezői kontroll. A szöveg tervezői értelmezésének ideája (a funkcionális tipográfia) tőlük ered, bár a megvalósítása nem tudott széleskörben elterjedni.

## SVÁJCI TIPOGRÁFIA

20.5.

A Svájci Tipográfia képviselői számára a célközönség nem egyedül Svájc, hanem a globális piac volt (innen is ered az „International Style” elnevezés). Húsz évvel később, a fiatalok szembesítették őket a hideg, rideg és érzelemmentes kritikákkal (D. Carson, Emigre, és mások is vádolták ezzel), de a svájci tipográfia kapcsán egyáltalán nem gépies vizualitásról volt szó. A tiszta olvashatóság mindig is fontos szempont volt számukra, de ezzel egyensúlyban, sok esetben kísérletező tipográfiai megoldásokkal (betűk darabolásával és egymásra rétegezésével létrejövő ritmizáló betűkompozíciókkal), érték el a kellő figyelemfelkeltő hatást. Ezért lehet az, hogy a svájci attitűd inkább egyfajta középutat képviselt a művészi és a szakmai tipográfia között.

„... tarthatatlan előfeltétel – az abszolút, személytelen semlegesség lehetne akár vonzó, akár alkalmas bármilyen grafikai megvalósításra – ez nem hagy teret a mozgásnak. Nehéz lenne elképzelni olyan poszter-, könyv-, naptár-, vagy prospektus tervet, amiből teljesen hiányzik a »személy«, hacsaknem ez teljesen gép által generált lenne ...”<sup>107</sup>

A Neue Typographie szemléletét követték, az oldalak aszimmetrikus elrendezése a szöveg tervezői vagy tördelői értelmezésétől tudott jól funkcionálni. Ezt a tudatos tördelési rendszert, a svájciak újítása a „grid” (tipográfiai rács) tette széleskörben működőképesé. Ezáltal megoldotta a Neue Typographie által utó-

---

107 POYNOR, Rick: The Graphic Edge, Booth-Clibborn Editions, 1993, 13. o.

---

dul hagyott nyomtatás és tervezés közötti patthelyzetet. A „grid” egy tervezői módszer, de tördelési „segédeszköz” is. Segített a nyomdászoknak (betűszedőknek, tördelőknél), mert a rácson belül maradván, „sakkozva” a szövegekkel, a tervezőtől függetlenül, [másik nyelvre átirított szöveg esetében, akár egy idegen országban tördelve] sem lehetett nagy hibákat véteni. Ezzel a megoldással már nagy, komplex, nemzetközi nyomtatási projekteket, vagyis több embertől függő előkészítő folyamatokat is eredménnyel lehetett vizuális tervezői kontroll alatt tartani. Minden helyzetben megbízható vizuális eredmény születhetett, ami minden esetben jól érthető szöveggel párosult.

Konklúzióként, az általam vizsgált tényezők szempontjából, a svájci tipográfiai stílus a nagy nyomdák nagy példányszámaiban valósult meg. A grid rendszernek köszönhetően a tervezői kontroll a nyomdai előkészítő folyamatok esetében növekedhetett (persze ez nem hasonlítható egy művész teljes kontrolljához). A szövegek tervezői értelmezése a funkcionális tipográfia elvei szerint megvalósulhatott.

## 20.6. EMIGRE

Művész házaspárként az Emigre (Zuzanna Licko és Rudy VanderLans), saját betűtípussal, saját maguk terveztek, írtak, szerkesztettek, tördeltek, nyomdai előkészítettek és adták ki egy szakmai lapot.

A kiadványszerkesztő programok (desktop publishing) a kép és szövegszerkesztést is beleértve, nyomdakész kiadványok „egyszemélyes” elkészítését tették lehetővé. Nem véletlen, hogy a tipográfia vizuális „robbanása”, a posztmodern tipográfia, a számítógép megjelenésével párhuzamban jutott el mindenkire. Ekkora kontrollt tervezőművészek, a Macintosh számítógép megjelenése előtt (1984) sosem kaphattak.

Konklúzióként, az általam vizsgált tényezők szempontjából, az Emigre nagy kontrollt gyakorolhatott sokféle nyomtatási előkészítő folyamatra. Szűk és nagyon speciális közönség részére terveztek. A szövegek tervezői értelmezése maximálisan megvalósulhatott, mivel ők kiadói helyzetben is voltak, saját szövegeiket vagy művésztársaik szövegeit jelenítették meg.

## 20.7. CARSON

David Carson esetében, egy egyszemélyben vezetett stúdióról beszélünk. Mindig is kis stúdió maradt, ahol legtöbbször csak egy titkárnő volt Carsonon kívül. Amikor a Trans World Skateboarding terjedelmes, 200 oldalas, kiadványait készítette, ő volt a szerkesztő, képszerkesztő, art director, tördelő és grafikus is egy személyben. A magazin minden egyes oldala máshogyan nézett ki, és tudatosan nem követett tervezői struktúrákat vagy sémákat, amik megkönnyítették volna a tervezői folyamatot. Konceptiójához tartozott, hogy minden lap-szám teljesen más vizualitással jelenjen meg, mint az előző. Az adott oldal vizualitását, mindig

---

a szöveghez társított intuíciói eredményezték, mivel minden szöveget elolvasott. Kétségkívül Carson alkotói módszere az egyik legalaposabb, viszont egy 200 oldalas periodika esetében valahol itt húzódhat meg, egy ember fizikai teljesítő-képességének határa.

Az általam vizsgált tényezők szempontjából, David Carson sikerét megalapozó magazinok kisebb példányszámban és viszonylag jól körülhatárolható célközön-ség számára készültek. Minden szerkesztői és nyomdai előkészítő folyamatot saját kontrollja alatt tartott. Minden szöveget elolvasott, értelmezett és azokat személyes értékítélete szerint jelenítette meg az oldalon.

A legsikeresebb időszakában Carson, amikor globális óriáskampányok számára tervezett, akkor is csak a saját intuícióira hallgatott. Ezek a hirdetések túlnyomó-részt a „trendy” hangulatot meglovagló brandek számára készültek, amik kifeje-zetten szűk, jól körvonalazható, fiatal közönséget céloztak. Nagy „példányszám” ezekben, kor és érdeklődési kör szempontjából nagyon erősen fókuszált cél-csoportot (ami leginkább a Youth Culture jelzővel karakterizálható) jelentett. Car-son tervezői módszere sohasem került olyan klasszikus tipográfiai helyzetekbe, ahol diverz a célközön-ség, sok a szöveg, nincs kép vagy a verbális ismeretanyag megkerülhetetlen fontosságú.



A kísérleti (másnéven posztmodern) tipográfia, amit többek között Carson, Emigre, az 8vo, a FUSE vagy Weingart képvisel, a teljesen szubjektív művészi intuíción és a szöveg tervezői interpretációját hozta előtérbe. Hozzáállásuk eszenciája a tipográfiai szabályok tagadásában gyökerezik. A klasszikus tipográfia (amit a New Traditionalists mozgalom reprezentált a huszadik század első felében) szabályainak legfontosabb célkitűzése a zavaró vizuális elemektől mentes, tökéletesen olvasható szöveg elérése. A svájci tipográfia és az új tipográfia objektív hozzáállása és szigorú szabályai pedig a szöveg értelmezésével olyan funkciót adott az oldalnak, ami az olvasó eligazodását segíti, ezáltal a még gyorsabb olvasást szolgálták. A legtöbb tipográfiai szabály célja az olvashatósággal kapcsolatos.

Logikai következtetés<sup>108</sup>, miszerint az olvashatatlan szöveg lehetne a kísérleti tipográfia legkoncentráltabb formája. Csupán feltételezés lenne azt állítani, hogy az olvashatóság mértéke a kísérleti tipográfia értékmérője, viszont egyértelmű, hogy a posztmodern tipográfiai kísérletezés által kirobbantott vita forrása nagyrészt az olvashatóságról szól. A legtöbb (kísérleti tipográfiát érintő) olvashatósági vitának pedig a szabad művészi intuíció érvényesítése szolgáltat alapot.

A tizennyolcadik és tizenkilencedik századi tipográfia főbb helyzeteinek (az olvashatóság és a művészi önkifejezés szempontjából történő) egybevetése arra a következtetésre vezetett, hogy a művészi intuíción kívül a tipográf tervezőművész, szöveghez<sup>109</sup> való viszonyát más külső tényezők is befolyásolták. Ilyen szempontok például a nyomdai előkészítő folyamatok feletti tervezői kontroll, a szöveg tervezői értelmezésének hatása az oldal vizualitására és a célcsoport mérete vagy annak változatossága.

Ezek a külső tényezők rávilágítanak arra, hogy az, a posztmodern tipográfiához köthető elgondolás, miszerint az egyedi megjelenésű szöveg felkelti a figyelmet, ezáltal jobban célt ér, csak a saját körülményei között érvényes. Carson érvelése, hogy „ne téveszd össze az olvashatóságot a kommunikációval”<sup>110</sup>, más szöveghelyzetekben nem ugyanúgy állná meg a helyét, mert más körülmények között, a jó olvashatóságot szolgáló tipográfiai szabályok, szükségesek a megfelelő kommunikációhoz.

A külső tényezők, a kísérleti tipográfiai hozzáállás tágabb összefüggéseire is utalhatnak, amelyek alapot szolgáltathatnak a huszonegyedik század elején tapasztalható rendkívül diverz tipográfiai közeg jobb értelmezéséhez is.

---

108 Ami nem minden szempontból igaz, de rávilágít a két véglet közötti ellentét gyökerére.

109 annak vizuális értelemben vett olvashatóságához

110 HUSTWIT, Gary (producer és rendező) és SIEGEL, Shelby (szerk.): Helvetica, 2007, 58:35





1.  
Az olvashatóság mértéke nem a kísérleti tipográfia értékmérője, viszont egyértelmű, hogy a posztmodern tipográfia kísérletezése által kirobbantott vita forrása nagyrészt az olvashatóságról szól. A legtöbb (kísérleti tipográfiát érintő) olvashatósági vitának pedig a szabad művészi intuíció érvényesítése szolgáltat alapot.
2.  
A Tizennyolcadik és Tizenkilencedik századi tipográfia főbb helyzeteinek (az olvashatóság és a művészi önkifejezés szempontjából történő) egybevetése arra következtetésre vezetett, hogy a művészi intuíción kívül a tipográf tervezőművész, szöveghez való viszonyát, más külső tényezők is befolyásolták. Ilyen szempontok például a nyomdai előkészítő folyamatok feletti tervezői kontroll, a szöveg tervezői értelmezésének hatása az oldal megjelenítésére, és a célcsoport mérete vagy annak változatossága.
3.  
Ezek a külső tényezők rávilágítanak arra, hogy a posztmodern tipográfiához köthető elgondolás, miszerint az egyedi megjelenésű szöveg felkelti az olvasó figyelmét, ezáltal jobban célt ér<sup>1</sup>, csak a saját körülményei között érvényes. Más szöveghelyzetekben, más külső körülmények hatására, a jó olvashatóságot szolgáló tipográfiai szabályok, szükségesek a megfelelő kommunikációhoz. Mindkét hozzáállásnak van jogosultsága.
4.  
Az aktuális tervezői helyzet függvényében, a tipográfiai intuíciókat befolyásoló külső tényezők értelmezése, a kísérleti tipográfiai hozzáállás tágabb összefüggéseire is utalhat. Az eredmények alapot szolgáltathatnak a huszonegyedik század elején tapasztalható rendkívül diverz tipográfiai közegben való eligazodáshoz, a helyzet jobb értelmezéséhez.

---

<sup>1</sup> David Carson érvelése: „ne téveszd össze az olvashatóságot a kommunikációval” in: HUSTWIT, Gary (producer és rendező) és SIEGEL, Shelby (szerk.): Helvetica, 2007, 58:35

---

1.

The degree of readability is not a measure of the value of experimental typography, but it is clear that the source of the debate sparked by experimenting with post-modern typography is largely about legibility. And most legibility debates (concerning experimental typography) are based on the validation of free artistic intuition.

2.

A comparison of the main situations of eighteenth- and nineteenth-century typography (in terms of legibility and artistic self-expression) led to the conclusion that, in addition to artistic intuition, the typographer's relationship to text was influenced by other external factors also. Examples include design control over prepress processes, the effect of designers' interpretation of the text on the printed page, and the size or diversity of the target audience.

3.

These external factors shed light on the fact that the notion of postmodern typography that a text with a unique appearance attracts the reader's attention, thereby achieving its purpose better<sup>2</sup>, is valid only in its own circumstances. In other text situations, due to other external circumstances, typographic rules for good readability are required for proper communication.

4.

Depending on the current design situation, the interpretation of external factors influencing typographic intuitions may also suggest broader contexts of the experimental typographic attitude. The results may provide a basis for navigating the extremely diverse typographic medium of the early twenty-first century and for a better understanding of the situation.

---

<sup>2</sup> David Carson's argument: "don't confuse legibility with communication" in: HUSTWIT, Gary (producer and director) and SIEGEL, Shelby (ed.): *Helvetica*, 2007, 58:35

---

Kutatásaim fókuszpontja, a tipográfia története folyamán fellelhető, a szöveg olvashatóságát befolyásoló, tervezői szempontok változása. Ezeknek a változásoknak a körülményei kapcsán vonok le következtetéseket a kísérleti tipográfia kontextualizálásának céljával. A kísérleti tipográfia különböző helyzeteinek összefüggései alapot szolgáltathatnak a huszonegyedik század elején tapasztalható rendkívül diverz tipográfiai közeg értelmezéséhez.

Értekezésem kiindulópontja a tipográfia definiálása, amihez a gutenbergi időkig nyúlok vissza. Innen erednek a klasszikus tipográfia alapelvei. Fél évezrede vannak érvényben ezek a szabályok, amik a példás olvashatóságot és a szöveg „hú” megjelenítését állítják követendő példaként. Ezek a szabályok, a művészi önkifejezéssel szemben, az alázatos tervezői hozzáállást irányozzák elő.

A kísérleti tipográfia eszenciája a tipográfiai szabályok tagadásában gyökerezik. A legtöbb (kísérleti tipográfiát érintő) olvashatósági vitának pedig a szabad művészi intuíció érvényesítése szolgáltat alapot.

Az olvashatóság és a művészi önkifejezés kérdése jól meghatározható tényezőként jelent meg több XIX. és XX. századi művésznél, mozgalomnál vagy ideológiánál. Értekezésemben történeti szempontból követem ezeket a helyzeteket, összehasonlítom azokat a szituációkat amikor az alkotói hozzáállás eltér, és a körülmények elemzésével új fókuszpontokat keresek.

A művészi intuíción kívül, más tényezők is befolyásolják a tipográf tervezőművész szöveghez való viszonyát. Ilyenek lehetnek a nyomdai folyamatok feletti kontroll, a szöveg értelmezése és a célcsoport mérete. Ezek a szempontok rávilágítanak a huszadik század második felében jelen levő két kibékíthetetlen tipográfiai attitűd szélesebb körű összefüggéseire.

---

## ABSTRACT

---

The focus of my research is the change in the design aspects that affects legibility during the history of typography. I draw conclusions about the circumstances of these changing situations in order to contextualize the experimental typography. The correlations of different situations in experimental typography may provide a basis for interpreting the extremely diverse typographic medium experienced in the early twenty-first century.

The starting point of my dissertation is the definition of typography, to which I go back to the Gutenberg times; from which the rules of classical typography derive. These rules have been in place for half a millennium, claiming exemplary readability and “faithful” presentation of text as an example to follow and requiring an obedient design attitude.

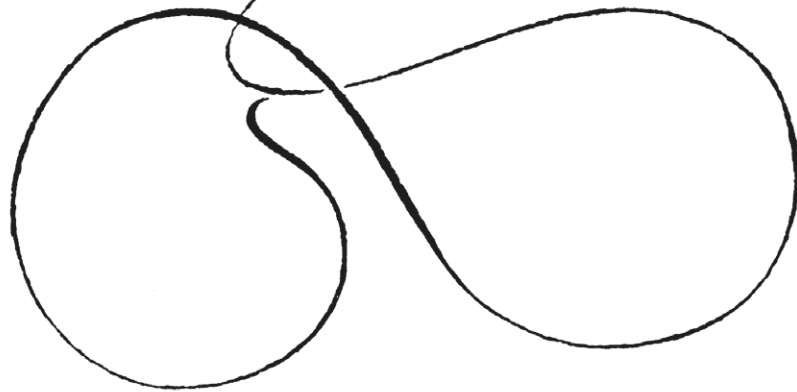
The essence of experimental typography is rooted in the denial of typographic rules. Most legibility debates (concerning experimental typography) are based on the validation of free artistic intuition.

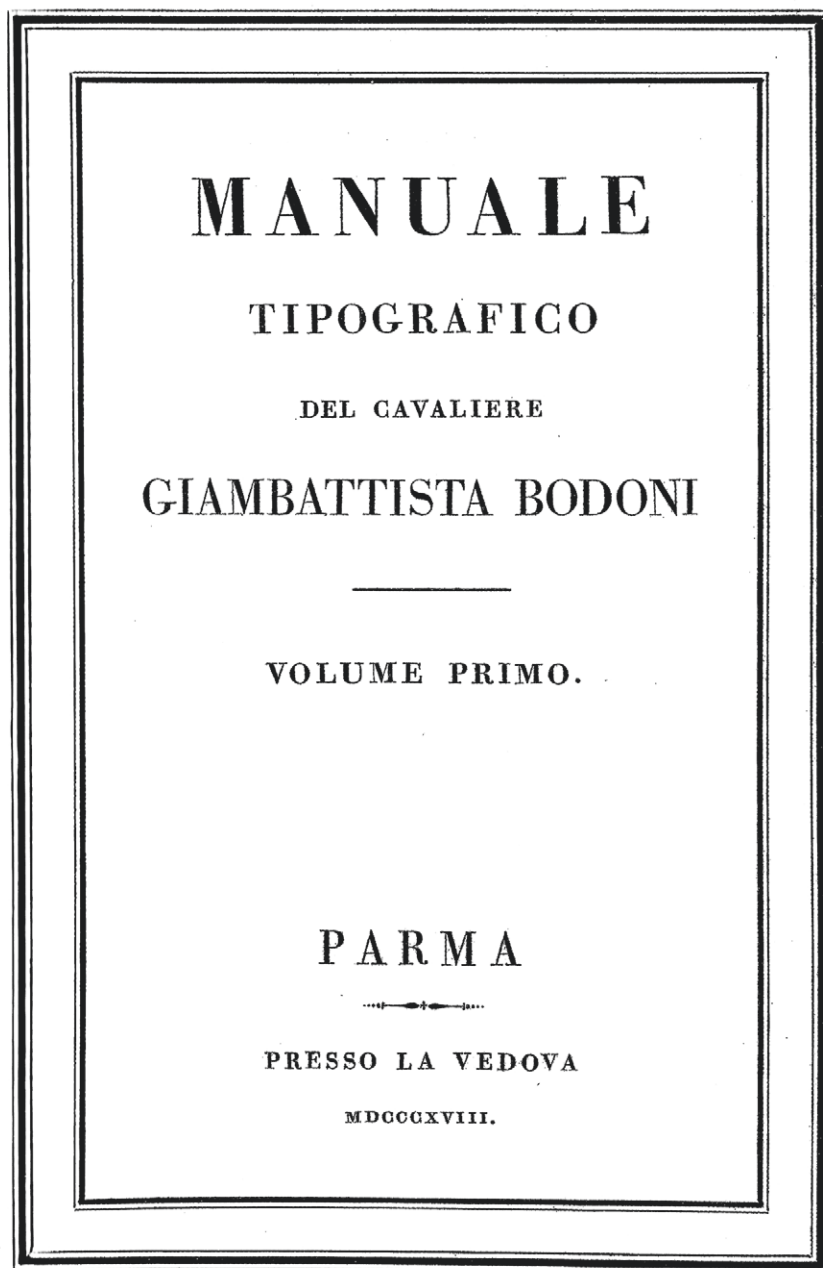
The issue of readability and artistic self-expression appeared as a well-defined factor in several XIX. and XX. century artist, movement, or ideology. In my dissertation, I follow these situations from a historical perspective, compare situations where the creative attitude is different, and look for new focal points by analyzing the circumstances.

In addition to artistic intuition, other factors also influence the typographic designer’s relationship to text. These include control over printing processes, interpretation of text, and target group size. These considerations shed light on the broader contexts of the two irreconcilable typographic attitudes present in the second half of the twentieth century.

**KÉPGYŰJTEMÉNY**

gedruckt in der Kayserlichen  
Stat Augspurg durch  
den Altern Hansen  
Schönsperger  
im Jar Lau-  
sent funffhun-  
dert vnd im  
Neunze-  
henden.





LETTURA

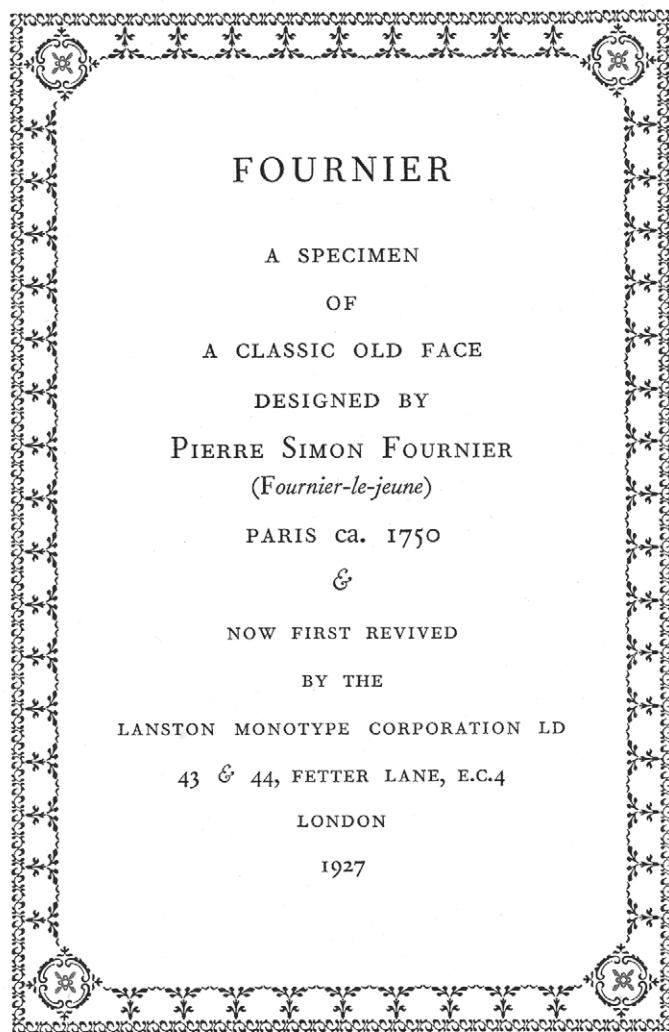
Quousque tandem abutère, Catilina, patientiâ nostrâ? quamdiu etiam furor iste tuus nos eludet? quem ad finem sese effrenata jactabit audacia? nihilne te nocturnum præsidium Palatii, nihil urbis vigiliæ, nihil timor populi, nihil concursus bonorum omnium, nihil hic munitissimus habendi senatus locus, nihil horum ora vultusque moverunt? Patère tua consilia non sentis? constrictam jam omnium horum conscientiâ teneri conjurationem tuam non vides? Quid proxima, quid superiore nocte egeris, ubi fueris, quos convocaveris, quid consilii ceperis, quem nostrum ignorare arbitraris? O tempora, o mores!

MARCUS TULLIUS CICERO ARPINAS

LATINAE ELOQUENTIAE PATER AC PRINCEPS.

BUSSETO





4. OLIVER SIMON: INTRODUCTION TO TYPOGRAPHY, FABER AND FABER, LONDON, 1945  
DEKORATÍV CÍMOLDAL MINTA

A CATALOGUE OF  
BOOKS NEWSPAPERS &c.

PRINTED BY

JOHN BELL

*b. 1745 d. 1831*

OF *THE BRITISH LIBRARY THE MORNING POST*  
*BELL'S WEEKLY MESSENGER &c.*

AND BY

JOHN BROWNE BELL

*b. 1779 d. 1855*

SON OF THE ABOVE: FOUNDER OF *BELL'S*  
*NEW WEEKLY MESSENGER THE NEWS OF THE WORLD*  
ETC.

---

---

EXHIBITED AT THE FIRST EDITION CLUB

---

---

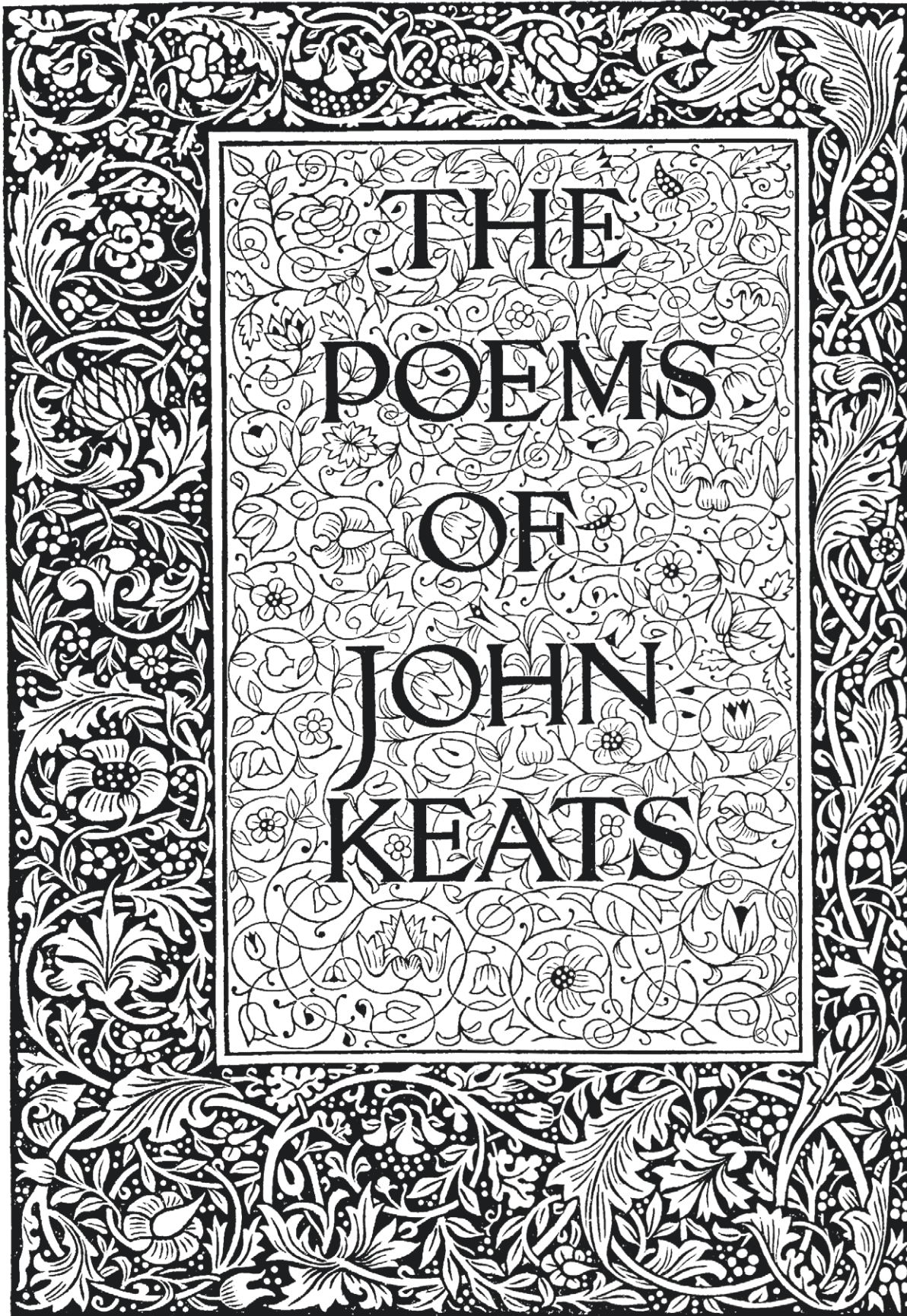
**London**

17 BEDFORD SQUARE

15 APRIL—MAY 5

1931

5. OLIVER SIMON: INTRODUCTION TO TYPOGRAPHY, FABER AND FABER, LONDON, 1945  
CÍMOLDAL MINTA BŐSÉGES SZÖVEGGEL



And loveth him, the which that right for love  
Upon a cross, our soules for to beye,  
First starf, and roos, and sit in hevne above;  
for he nil falsen no wight, dar I seye,  
That wol his herte al hoolly on him leye.  
And sin he best to love is, and most meke,  
What nedeth feyned loves for to seke?

Lo here, of Payens corsed olde rytes,  
Lo here, what alle hir goddes may availle;  
Lo here, these wrecched worldes appetites;  
Lo here, the fyn and guerdon for travaille  
Of Jove, Appollo, of Mars of swich rascaille!  
Lo here, the forme of olde clerkes speche  
In poetrye, if ye hir bokes seche.

O moral Gower, this book I directe

To thee, and to the philosophical Strode,  
To vouchen sauf, ther nede is, to corecte,  
Of your benignitees and zeles gode.  
And to that sothfast Crist, that starf on rode,  
With al myn herte of mercy ever I preye;  
And to the Lord right thus I speke and seye:

Thou oon, and two, and three, eterne on lyve,  
That regnest ay in thre and two and oon,  
Uncircumscrip, and al mayst circumscrip,  
Us from visible and invisible foon  
Defende; and to thy mercy, everichoon,  
So make us, Jesus, for thy grace digne,  
For love of mayde and moder thyn benigne!  
Amen.  
Explicit Liber Troili et Criseydis.



KELMSCOTT

*C'ÉTAIT*  
*sur stellaire*

*LE NOMBRE*

EXISTÂT-IL  
*autrement qu'hallucination éparse d'agonie*

COMMENÇÂT-IL ET CESSÂT-IL  
*sourdant que né et clos quand apparu  
enfin  
par quelque profusion répandue en rarité*

SE CHIFFRÂT-IL

*Évidence de la somme pour peu qu'une*

ILLUMINÂT-IL

*CE SERAIT*  
*pire*

*non*

*d'avantage si mieux*

*indifféremment mais autant*

**LE HASARD**

*Choit*

*la plume*

*rythmique suspendu du sinistre*

*s'ensevelir*

*aux écumes originelles*

*naguères d'où sursauta son délire jusqu'à une cime*

*flétric*

*par la neutralité identique du gouffre*

EXCEPTÉ

*à l'altitude*

PEUT-ÊTRE

*aussi loin qu'un endroit*

fusionne avec au delà

*hors l'intérêt*

*quant à lui signalé*

*en général*

selon telle obliquité par telle déclivité

*de feux*

*vers*

*ce doit être*

*le Septentrion aussi Nord*

UNE CONSTELLATION

*froide d'oubli et de désuétude*

*pas tant*

*qu'elle n'énumère*

*sur quelque surface vacante et supérieure*

*le heurt successif*

*sidéralement*

*d'un compte total en formation*

veillant

doutant

roulant

brillant et méditant

*avant de s'arrêter*

*à quelque point dernier qui le sacre*

Toute Pensée émet un Coup de Dés

8. MALLARMÉ, STÉPHANE: UN COUP DE DÉS JAMAIS N'ABOLIRA LE HASARD, 1897



**FERITA + OSPEDALE + ETISIA**

TRAIETTORI E BOMBARDE  
**M**IAAAGOLIO  
 ONIAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA  
**INDIFFERENZA**

sghignazzatatata di una mitragliatrice

DIO  
 KARLY  
 M P M  
 M P M  
 qu qu qu  
 oh oh oh  
 oh oh oh

ferita al petto  
 gorgo di parole e di sangue

**MUOIO ?** CALMA  
 PACE  
 SERENITÀ

**Perchè non ho orrore del nulla**

allora?

Sui capelli la terra smossa da una mitragliatrice che morde il tronco dell'albero che mi copre

**s** **O** **le** pallido svenuto fra la bambagia delle nubi

sul mio petto una

come la mia  
 labbra  
 non ho amato  
 siasmo  
 del mitraglie-  
 dritto rigido dietro il tronco grosso d'un albero  
 stagno di sangue in fondo al petto

**O** **sa** **ssa** **ssa** **ssa** **ssa** **ssa** **ssa**  
 ferita come le  
 della donna che  
 come il mio entu-  
 come le mostrine  
 re terrorizzato

è amaro **amaro amaro** sputare il proprio sangue sentire un'

eccomi in una **BAR**ELIA *onda* *salire* *salire* *calda* *calda*

**CAMPANILE DIR**OCCATO **CH**IESA

**S P**-E-T-R-O

braaabraaaahhhhhh sangue caffè acqua vomitati caldi giù sul petto nudo

ahrrrrrrr ahrrrrrrr ahrrrr sezione sanità nera toga cappellano stola **viola** brutte parole incomprensibili sul corpo dei moribondi dei **MORTI**

**tutto TUTTO UN'URLO**

I'-ah-ahh-ah-ah-menti

ahi! ago lungo grossa siringa antitetanica acqua! acqua! unica parola urlata

**ACQUA!!**

Via! automobile ballonzolio

**DOLORE**

braaahbrahh sangue sù sù amaro in bocca giù fra la barba sporca Ho sete ahi! Ho sete

JAMAR 14

Futurista ferito al fronte.

Bisogna imitare con i gesti i movimenti dei motori fare una corte assidua ai volanti, alle ruote, agli stantuffi, preparare così la fusione dell'uomo con la macchina, giungere al metallismo della danza futurista.

La musica è fondamentalmente nostalgica e perciò raramente utilizzabile nella danza futurista. Il rumore, essendo il risultato dello strofinamento e dell'urto di solidi, liquidi o gas in velocità, è diventato uno degli elementi più dinamici della poesia futurista. Il rumore è il linguaggio della nuova vita umano-meccanica. La danza futurista sarà dunque accompagnata da rumori organizzati e dall'orchestra degli intonarumori inventati da Luigi Russolo.

La danza futurista sarà:

- DISARMONICA
- SGARBATA ANTIGRAZIOSA
- ASIMMETRICA
- SINTETICA
- DINAMICA
- PABOLIBERA

Fa questa nostra epoca futurista, mentre più di venti milioni di uomini fasciano la terra con le loro linee di battaglie, fantastica viaggia di stelle-shrapnels esplose; mentre la Guerra centuplica il vigore delle razze, costringendole a dare il massimo rendimento di audacia, di originalità di futo e di resistenza, la danza futurista italiana deve glorificare l'uomo eroico che si fonde colle macchine di velocità e di guerra, e domina i Grandi Esplosivi.

Io traggo dunque le tre prime danze futuriste dai tre meccanismi di guerra: lo shrapnel, la mitragliatrice e l'aeroplano.

## DANZA DELLO SHRAPNEL

1ª Parte.

Voglio dare la fusione della montagna con le parabole dei shrapnels. La fusione della canzone umana carnale col rumore meccanico e distruttore. Dare la sintesi ideale della guerra: un alpino che canta spensierato sotto una volta ininterrotta di shrapnels.

1º Movimento. — La danzatrice marcherà con i piedi il tum-tum dello shrapnel che esce dalla bocca del cannone.

2º Movimento. — Con le braccia aperte descriverà con velocità moderata la lunga parabola fischiante dello shrapnel che passa sulla testa del combattente quando esplose troppo in alto o dietro di lui. La danzatrice mostrerà un cartello stampato in azzurro: *Corto a destra.*

Tum Tum Tum Tum Tum Tum

Paaak Paaak Paaak

2ª Parte

6º Movimento. — Passo lento, disinvolto e spensierato degli alpini che marciano cantando sotto le parabole successive e accanite degli shrapnels. La danzatrice accenderà una sigaretta, mentre delle voci nascoste canteranno una delle tante canzoni di guerra:

« il comandante del sesto alpini incomincia a sbombardar.... »

man  
il co dan te del ses to Alpi ni co in mincia a bom bar daar

man  
il co dan te to Alpi ni co in mincia a bom bar daar

Tum Tum del ses to Alpi ni co in mincia a bom bar daar

Tum Tum del ses to Alpi ni co in mincia a bom bar daar

7º Movimento. — L'ondulazione con la quale la danzatrice esprimerà questo canto di guerra sarà interrotta dal movimento 2º (parabola fischiante dello shrapnel).

8º Movimento. — L'ondulazione con la quale la danzatrice continuerà ad esprimere il canto di guerra sarà interrotta dal movimento 3º (esplosione dello shrapnel in alto).

9º Movimento. — L'ondulazione sarà interrotta dal movimento 4º (ondate degli echi).

10º Movimento. — L'ondulazione sarà interrotta dal movimento 5º (cip-cip degli uccelli nella placidità della natura).

## DANZA DELLA MITRAGLIATRICE

Voglio dare la carnalità Italiana dell'urlo *Savoià!* che si lacera e muore eroicamente a brandelli contro il laminatoio meccanico geometrico inesorabile del fuoco di mitragliatrice.

1º Movimento. — Con i piedi (le braccia tese in avanti) dare il martellamento meccanico della mitragliatrice tap-tap-tap-tap-tap.

La danzatrice mostrerà con gesto rapido un cartello stampato in rosso: NEMICO A 700 METRI.

2º Movimento. — Con le mani

arrotondate a coppa (una piena di rose bianche, l'altra piena di rose rosse) imitare lo sbocciare violento e continuo del fuoco fuori dalle canne della mitragliatrice. La danzatrice avrà fra le labbra una grande orchidea bianca e mostrerà un cartello stampato in rosso: NEMICO A 500 METRI.

3º Movimento. — Con le braccia aperte descrivere il ventaglio girante e inaffante dei proiettili.

4º Movimento. — Lento girare del corpo, mentre i piedi martellano sul legno dell'impiantito.

5º Movimento. — Accompagnare con slanci violenti del corpo in avanti il grido di *Savoiàaaaaaa!*

6º Movimento. — La danzatrice, carponi, imiterà la forma della mitragliatrice, nera-argentea sotto la sua cintura-nastro di cartucce. Il braccio teso in avanti agiterà febbrilmente l'orchidea bianca e rossa come una canna durante lo sparo.

Mitra Mitragliatrice

Paaak Paaak Paaak

Paaak Paaak Paaak

Paaak Paaak Paaak



**Demnächst erscheint  
die erste Serie:**

	Stoff gebunden	In Leinen gebunden
<b>1</b> Walter Gropius: INTERNATIONALE ARCHITEKTUR mit 101 Abbildungen	Mk. 5	Mk. 7
<b>2</b> Paul Klee: PÄDAGOGISCHES SKIZZEN- BUCH mit 87 Abbildungen	Mk. 6	Mk. 8
<b>3</b> EIN VERSUCHSHAUS DES BAUHAUSES mit 61 Abbildungen	Mk. 5	Mk. 7
<b>4</b> DIE BOHNE IM BAUHAUS mit 42 Abbildungen und 3 Farbtafeln	Mk. 5	Mk. 7
<b>5</b> Piet Mondrian: NEUE GESTALTUNG	Mk. 3	Mk. 5
<b>6</b> Theo van Doesburg: GRUNDBEGRIFFE DER NEUEN GESTALTENDEN KUNST mit 32 Abbildungen	Mk. 5	Mk. 7
<b>7</b> NEUE ARBEITEN DER BAUHAUSWERKSTATTEN mit 107 Abbildungen und 4 Farbtafeln	Mk. 6	Mk. 8
<b>8</b> L. Moholy-Nagy: MALEREI, PHOTOGRAPHIE, FILM mit 102 Abbildungen	Mk. 7	Mk. 9

Die Reihe wird in schneller Folge fortgesetzt

**ALBERT LANGEN  
VERLAG MÜNCHEN**

SCHRIFTFÜHRUNG: WALTER GROPIUS und L. MOHOLY-NAGY

BAUHAUSDRUCK · MOHOLY

ALBERT LANGEN VERLAG  
MÜNCHEN  
HUBERTUSSTRASSE 27

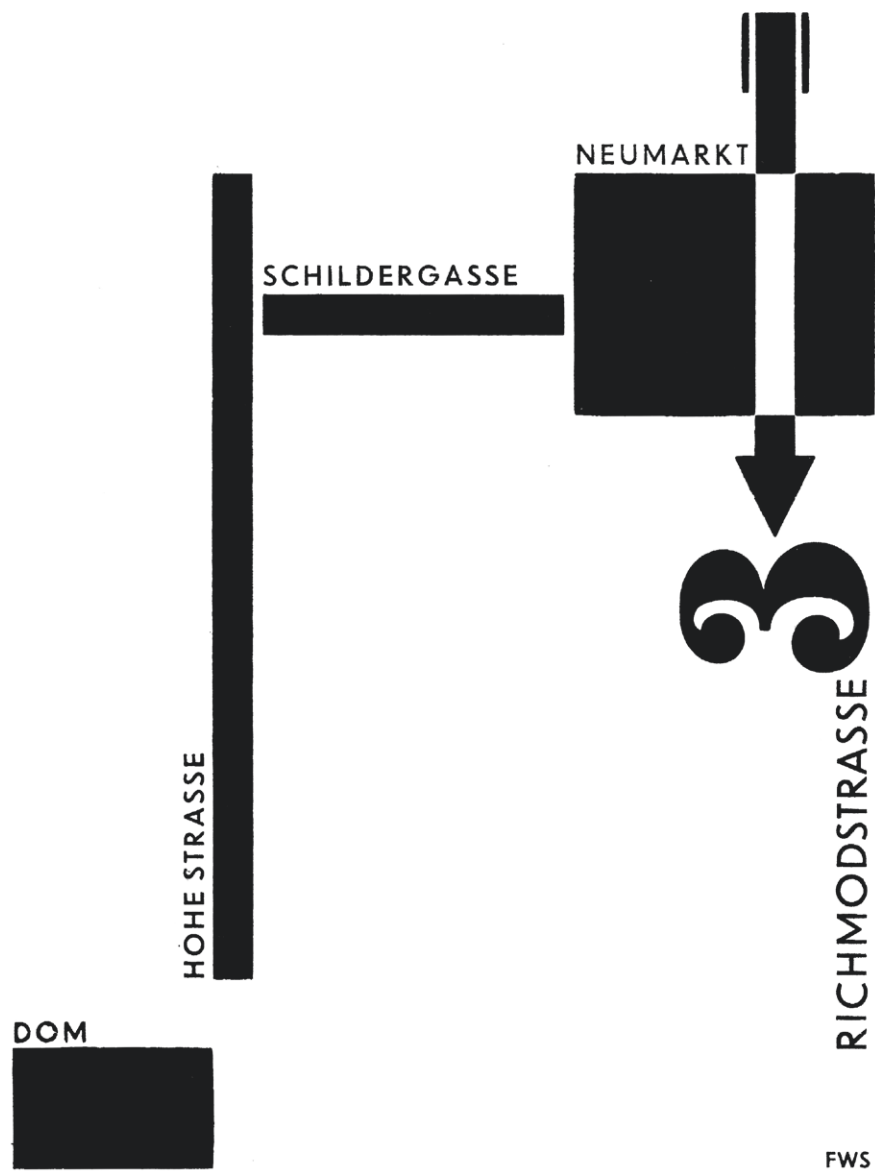
Prospekte für das Publikum lie-  
fern wir gratis. Wir liefern nur  
bar mit 35% und 11.10

Die Auslieferung für Österreich  
Jugoslawien und Rumänien er-  
folgt nur durch die Sallir.ayersche  
Buchhandlung, Wien I, Neuer  
Markt 6.



**BAUHAUSBÜCHER  
BAUHAUSBÜCHER  
BAUHAUSBÜCHER**





13.

FRANZ W. SEIWERT: RICHMOD GALERIE ÚTBAIGAZÍTÓJA, 1926

VOM BAUHAUSVERLAG G.M.B.H. MÜNCHEN  
bestellt bei: a. cond.

STATTLICHES  
BAUHAUS WEIMAR  
1919—1923  
MEISTERMAPPE 1923

ORT UND DATUM  
NAME UND WOHNUMM

bedeutet für das Buch ein Stück künstlerischer und kunstzeithistorischer Historie. Was eine Reihe von bildenden Künstlern, jeder zunächst für sich, in ihren Ateliers schufen, ist durch die Berufung wesentlicher Persönlichkeiten an das Staatliche Bauhaus daselbst konzentriert und dem Nachwuchs zugänglich gemacht worden. Die Zusammenarbeit ist im Gange.  
Die Bedeutung der künstlerischer/Abstraktion, der Befreiung von langer, alter Ueberlieferung ist anerkannt, und die Realisierung einer Uebertragung auf das Handwerk ist unter der Assistenz hervorragender Handwerksmeister durchgeführt worden. Ein weiterer Schritt erhob die Werkstatt in ihrer Tätigkeit einerseits über den konventionellen Charakter des Kunsthandwerkes zur selbstschöpferischen Betätigung der Lernenden, andererseits wurde die Werkstatt vom Selbstzweck befreit und in Beziehung zum Ganzen zum Bau gebracht, unter Angliederung der Bühne, als Gebiet, das der Phantasie beweglicheren Lauf läßt. Die Verbindung mit der Industrie wird gesucht und äußert sich in Gestalt von Erzeugnissen, die sich zur industriellen Vervielfältigung eignen.

Das Buch selbst gliedert sich in die Kapitel SCHULE und BAU. Es wird eingeleitet von einem Aufsatz, der die allgemeine und spezielle Bedeutung der Bauhaus-Gründung und Durchführung darlegt (GROPIUS) und es wird abgeschlossen von der bildlichen Wiedergabe einer großen Reihe von freien architektonischen, malerischen und plastischen Arbeiten der Meister: LYONEL FEININGER, WALTER GROPIUS, JOHANNES ITTEN, WASSILJ KANDINSKY, PAUL KLEE, GERHARD MARCKS, LADISLAUS MOHOLY-NAGY, GEORG MUCHE, OSKAR SCHLEMMER, LOTHAR SCHREYER, Gesellen und Lehrlinge.  
Das Kapitel SCHULE gibt in Worten und in zahlreichen Bildern Aufschluß über die grundlegende Psychologie der Erziehung zum Schöpferium (GRUNOW), über die Wege des Naturstudiums (KLEE), über die Handhabung der Vorlehre, über die Förderung des Materialgefühls, über rhythmische und räumliche Übungen, über die Betrachtung von Kunstwerken (ITTEN), über analytische Zeichnen und über die Elemente farbiger Form und Gestaltung (KANDINSKY).  
Das ebenso reich illustrierte Kapitel vom Bau bietet Einblick in die verschiedenen Werkstätten und deren Erzeugnisse, einschließlich der Bühnenabteilung, und in ihr Zusammenarbeiten an der Raumgestaltung.

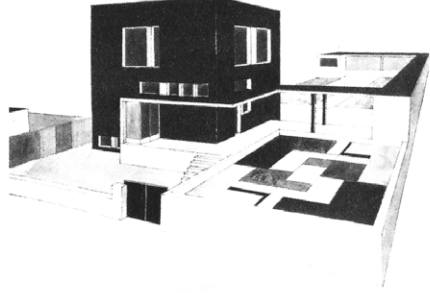
Die Ausstattung des Werkes ist vorbildlich. Es umfaßt 226 Seiten mit 150 Abbildungen und 20 Farbtafeln, darunter 10 Vierfarbendrucke und 10 mehrfarbige Original lithographien. Format 25/25 cm.  
Das Buch wurde in einer Auflage von 2800 Exemplaren auf imit. Japan (Textseiten) und Kunstdruckpapier (Abbildungen) hergestellt; davon 2000 Exemplare in deutscher, 300 in englischer, 300 in russischer Sprache.  
Den Druck der Autotypien und Textseiten besorgten die Graphischen Kunstanstalten F. Bruckmann A. G., München, den Druck der farbigen Tafeln die Druckerei Dietsch und Brückner, Weimar.  
Die typographische Anordnung wurde unter Leitung von MOHOLY-NAGY im Sinne einer neuen freien Typographie, deren Wesen er in einem Artikel des Buches mit einigen lapidaren Sätzen zusammengefaßt hat, ausgeführt.

Der Preis des Buches in starkem Pappband beträgt Mk. 60.— Grundpreis, bei Bestellung und vorheriger Geldeinzahlung bis 30. September 1923 Mk. 40.— Der Grundpreis wird multipliziert mit der jeweiligen Schlusszahl des Börsenvereins

Nebenstehend zwei Probesteiten von dem Buch des STAATLICHEN BAUHAUSES WEIMAR 1923.

# B. DER RAUM

Abb. 103. Haus „Der rote Würfel“, Straßenseite. Entwurf: W. MOHOLY-NAGY.



Gesamtheit und diese Buch, welches im Bauhaus-Verlag G.m.b.H. in München erschienen ist, ist die Formmeister des Staatlichen Bauhauses FEININGER, KANDINSKY, KLEE, MARCKS, MOHOLY-NAGY, MUCHE, SCHLEMMER, SCHREYER.  
Das Buch enthält ein reichhaltiges Auswahl von Originalarbeiten der Meister in verschiedenen geographischen Techniken (einfarbige Lithographie, Radierung, Holzschnitt).  
Das ganze Buch ist in Halbbogenformat gedruckt, jedes Blatt mit Passpassat versehen (Format 25/25 cm).  
Das Buch druckt in 100 nummerierten Exemplaren und wurde mit der Handpresse des Bauhauses gedruckt.  
Die Seiten sind Platten wurden nach der Fertigstellung der Drucke abgetrocknet.  
Preis: 60.— Mk. (Grundpreis) bei Bestellung und vorheriger Geldeinzahlung bis 30. September 1923 Mk. 40.— Der Grundpreis wird multipliziert mit der jeweiligen Schlusszahl des Börsenvereins.



STEINBILDHAUEREI  
Abb. 49 Die Werkstatt  
Formmeister: C. SCHLEMMER  
1923 Technischer Meister: J. HARTWIG

## STAATLICHES BAUHAUS

# B. WEIMAR 1919 1923



BAUHAUSVERLAG G.M.B.H.  
MÜNCHEN  
MAXIMILIANSSTR. 18

Das Buch, welches anlässlich der ersten Ausstellung vom 15. August bis 30. September 1923 des Staatlichen Bauhauses zu Weimar nach dessen 3 1/2-jährigem Bestehen erscheint, ist in erster Linie Dokument dieser Anstalt; es reicht aber, dem Charakter der Anstalt entsprechend, weit über eine örtliche oder spezifische Angelegenheit hinaus ins allgemeine, gegenwärtige und zukünftige Gebiet künstlerischen Schaffens und künstlerischer Erziehung.  
So wie das Staatliche Bauhaus das erste wirkliche Zusammenfassen der im letzten Jahrzehnt gewonnenen Einsichten in künstlerischen Entwicklungsfragen bedeutet, so nimmt das Buch spiegelnd Teil an diesen Fragen und bedeutet jedem, der sich über den Stand dieser Dinge unterrichten will, hierzu ein willkommenes Mittel. Darüber hinaus bleibt es ein geschichtliches Dokument. Denn das Bauhaus ist, obwohl zunächst einzigartig, keine insulare Erscheinung, sondern ein kräftiger Trieb, der sich voll entfaltet und auch völlig sich ausbreiten wird. Das

PELIKANTINTE

94

EIGENTUM FÜR DAS WORT PELIKAN VON KURT SCHWITTERS

PE



4001 Beste Buch- und Schreibfarbe  
Eisenpelikanfarbe, nicht bläulich, wird  
tiefschwarz. Liefert Schrift von un-  
gegrößer Dauer. Angenehm reichhaltig  
5001 Buch- und Kopierfarbe. Eisen-  
pelikanfarbe, nicht bläulich, wird schwarz.  
Liefert auf der Kopierpresse 2 bis 3  
Kopien. Kann auch in Büchern verwendet  
werden, ohne darin abzukleben.  
3001 Starke Kopierfarbe. Echte Blau-  
holzfarbe, nicht violett-schwarz. Schrift  
und Kopien dunkel-schwarz nach. Gibt  
auf der Kopiermaschine 3 bis 8 Kopien.  
Auch nach längerer Zeit noch kopier-  
fähig. Nicht für Bücher bestimmt.

3001 4001 5001



lucienleonglucienleonglucienleong  
leonglucienleonglucienleonglucien  
lucienleonglucienleonglucienleong  
leonglucienleonglucienleonglucien  
lucienleonglucienleonglucienleong  
leonglucienleonglucienleonglucien  
lucienleonglucienleonglucienleong  
leonglucienleonglucienleonglucien  
lucienleonglucienleonglucienleong  
leonglucienleonglucienleonglucien  
lucienleonglucienleonglucienleong  
leonglucienleonglucienleonglucien  
lucienleonglucienleonglucienleong



## das Leben, das wir lieben.

Die moralische Stärke der amerikanischen Nation.  
Stärke unsere Mächten und Frauen.  
Der spezielle Beitrag unseres Fortschritts zur weltlichen  
Zivilisation.  
Wieder einen Trostspiegel auf der ganzen Welt zu Verteidigung  
angreifen sind.

Von Schmutz und Blüthen vor es ein jeder die Reinsay selber  
wenn ich nicht nicht blüthe, die Kräfte... ja die Kräfte, darüber  
haben wir nie gesprochen. Viele blieb unangenehm, aber  
Ausgangspunkt von jeder Welt. Jeder von nicht und ohne,  
zwei Jahren Man Chef. Er hat mich zu sich nach Hause  
eingeladen, ich wusste nicht, wo man in solchen Wohnungen  
fest unüberwindlich Gefühl von der Verleumdung der ganzen  
Situation, und zwar was alles normal, ausgenommen der  
Haltung, und die der Sache der jungen Frau und ihr Stolz (er  
hatte mich zu sich nach Hause eingeladen, ich wusste nicht,  
mit neuem Blick und lächelnd, was ich es auf, ich bin  
stärker in andern Dingen, von denen die keine Ahnung hat!  
zwischen uns gab es, ich verblühte aus.

## indischer Delegationschef verlässt

## sine Familie? Er kam nicht in sein Apartment Ostseite Manhattan zurück?

Er übertrug sie an den... doch er, bevor ich selber deutlich  
Bureau, sagte: Wenn Sie schon einen denken, um zu ver-  
lassen... Wahrheit, unterhalb ich, wissen Sie, dass das US sind Sie  
jetzt nicht glücklich. Wieso sagt ich, ich bin doch Amerika-  
ner, alle zitierte.

## Unangestellte beklagen sich über Fernweh

Die Ute, sagte er, ist er ein grosser Reue... Man vor  
unvoll. Ma begrüssen. Nur in Ermüdung eines besseren  
licht man nach dem Ursprung. Heften ist immer ver-  
zweigt. In diesem Gedanken, in diesem, kann ein Geschäft zum  
Vorbild werden? (Er entfernte mich ein wenig weiter.) Ein  
geschätzter-Satz, sagte er, ich bin doch ein Mann. Ich bin  
für immer, aber doch über lange Jahre, auszugehen mit rufen  
Zahlen, erholen, ohne in der Träne seiner Augenblinzen

## Sonderausgabe Flora

Wird gratis an alle Reisenden verteilt, verantwortliche  
Redaktion und die Manager, die ihre Zusammenfassungen, und  
mehr enthält, als einen in die Bar drücken oder mit dem  
Alpenamt vor uns. Inzwischen, sprechen sie in die Luft  
durch, und stürzen ihre Artikel zusammen, ein jeder was ein  
charakteristisches Zug. Man muss aufpassen, was man ihnen  
daraus zu, für die Augenmerk, machen. Ich

## Spannungen zwischen Flora und ihrer Mutter

Ein geländert Frauenhände, die dasselbe tun. Welche Unter-  
wäsche, kleine durchsichtige Säckchen, Plastikflaschen mit  
Verschlüssen aus spiegelblankem Messing, ein grosses Paket  
farbiger Wattebäusche, im Schmuckkästchen liegt ein Collier  
perlevoller Perlen, allerdings Zuchtperlen, eine Turmalin-  
broche, ein goldenes Armband, als Berlocke daran ein  
gefässes 50-Lire-Stück aus Gold mit einem Vittorio-Emmanuel,  
ebenfalls ein Schmuck, der lange auf die Handfläche gelegt und  
schliesslich widerstehend in die Schachtel zurückgefallen wird.  
Andere Hände, die Banknoten und Traveller-Checks zählen, nach jedem fünften Griff  
ungefähr führt der Daumen über eine leichte Unterlippe, ein Bleistiftmännchen stützt  
auf einem Zigarettenpackchen, das Resultat wird doppelt unterzogen. Ein Paar  
Fässer läuft in Socken über den Boden, steht auf ein Bett, es gibt eine mächtige Ver-  
teilung in der Matratze.

## sie hatte eine unglückliche Kindheit

Sie etwas interessant sie erzählt, sie haben alle noch dabei  
praktische Triumph, um den sie sich gegenseitig bewundern  
schicken sich in unter L. Sie sind nicht mehr, wir für jeden was  
sich, und vor allem, nach dem - von Blumenbüschel, dem mich

## gib acht!

Du musst dir das merken, überlegen, was du antwortest, dass  
Gegenteil, ihrer Bequemlichkeit über der Türe wachener  
Weibes mit dem, oder warum, oder die diese Gabe  
ziller zur Bewachung an geschickten Kalligen: Du solltest  
eine entsorgte Hand sehen und was es ist, Konstanze hat sie  
sichler gemacht, und wenn auch alles eine Reihe ist im Geschäft,  
die zufriedenen Piere, in diesem glauben sie, die in einem  
Wagen haben, von Frühling zu Frühling weiter zusammen-  
geschichten oder nicht tiefer in der darauffolgenden  
für immer, aber doch über lange Jahre, auszugehen mit rufen  
Zahlen, erholen, ohne in der Träne seiner Augenblinzen

In einer Kabine. Ein Koffer wird sehr systematisch eingeräumt. Man sieht  
männliche Hände, die Nastrocher zusammenlegen, Schuhe spannen, Socken  
einwickeln, Kravatten sorgsam falten. Verschieden geformte Flais mit Reiss-  
verschüssen, zusammengeklappte Kleiderbügel. Die Hände öffnen eine  
kleine Schachtel aus Leder, in ihr liegen Manschettenknöpfe, Snookingperlen,  
ein Kragenknopf, der Ehring. Nach kurzem Zögern schieben die Finger  
der rechten Hand den Ehring über den linken Goldfinger. Das Resultat wird  
beachtet, die linke Hand dreht sich hin und her, wenn auch nicht befriedigt,  
so schliessen doch die Hände resolut die Schachtel.  
Eingeländert Frauenhände, die dasselbe tun. Welche Unter-  
wäsche, kleine durchsichtige Säckchen, Plastikflaschen mit  
Verschlüssen aus spiegelblankem Messing, ein grosses Paket  
farbiger Wattebäusche, im Schmuckkästchen liegt ein Collier  
perlevoller Perlen, allerdings Zuchtperlen, eine Turmalin-  
broche, ein goldenes Armband, als Berlocke daran ein  
gefässes 50-Lire-Stück aus Gold mit einem Vittorio-Emmanuel,  
ebenfalls ein Schmuck, der lange auf die Handfläche gelegt und  
schliesslich widerstehend in die Schachtel zurückgefallen wird.  
Andere Hände, die Banknoten und Traveller-Checks zählen, nach jedem fünften Griff  
ungefähr führt der Daumen über eine leichte Unterlippe, ein Bleistiftmännchen stützt  
auf einem Zigarettenpackchen, das Resultat wird doppelt unterzogen. Ein Paar  
Fässer läuft in Socken über den Boden, steht auf ein Bett, es gibt eine mächtige Ver-  
teilung in der Matratze.  
Förmlich dankender Steward mit verschwitztem Gesicht, eine Stimme,  
die ihm sagt: Aber der Frau auch was bringen, he? Sie sind ver-  
heiratet, he? Neuerliche Dankesbezeugung.  
Ich schau rutsch über die Leinwand, sehr mädchenhaft,  
grün, man sieht Häuschen mit Balkonen, überall  
sitzen junge Männer in engen schwarzen Hosen auf  
ihnen, spielen Gitarren, für einen Augenblick ist  
Nacht mit aufsteigendem Mond, Joans Mund ganz  
gross mit offenen Lippen. Es wird wieder hell und  
Proccia rutscht durchs Bild.  
Ein ausgepumpter Kasten, ein aufgereiztes Bett, ein Basenkleid hängt an einer Turfalle.  
Koffer werden zugeedrückt, vornehme aus Leder mit changierender Seide gefüllt,  
grosse Überseekoffer atmодischer Art, Fibrokoffer, falsches Krokodil, eine gleich-  
gültige Männemund mit Haaren auf dem Rücken stopft alte Wasche in dicken Packen  
in einen anschwellenden Bastkoffer mit rissigen Riemen.  
Man hört die Schiffsrinne und weiss nicht,  
was sie meint. Sind wir schon so weit? Das  
zaspelnde Sternentorner im Mast; am Heck  
die grosse, wallende Trikolore.  
Füsse, von denen es auf dem Schiff so viele gibt: laufen aus einer  
Kabine, stehen fragend an einer Schwelle, Frauenfüsse, etwas ein-  
wärts gerichtet, Männerfüsse in gestreiften Socken, kehren um,  
wippen, drehen sich, marschieren, gekreuzt von Stewardfüssen in  
weissen Hosenbahnen, die Treppen hoch, die Treppen höher, über-  
holen und sehen sich überholt, sammeln sich schliesslich, wenn auch  
nur langsam, an der Reeling nebeneinander, zum Teil ins Knie hoch-  
gezogen auf einen weissen Eisenstab gestützt, zwischen den Beinen  
durch erblickt man Festland, Ausschnitt oder Muster des europäischen

Kontinentes, das erklärt denn auch die Fussversammlung der dieses  
Festland betrachtenden Passagiere. Einige Füsse werden wieder  
hervös, brechen wie schlagene Hufe aus der Reihe aus, ersetzt  
durch andere. Das Land ist viel mehr als erwartet, bald eine wilde  
Steinhalde, felsig und staubig, ruckig, luftig, heiss schon nur  
Anschau, Mauertüren, Gärten, wieder nichts, Palmen, eine Strassen-  
kehrer, da die Beine am Ort und fest im Bild bleiben, schwimmt das  
Land dahinter vorbei wie in einem Bach geworfene Blätter.  
Stimme: So, das ist es.  
Auf dem Reisebureau des Schiffes mit Neonbeleuchtung, Perspektive von innen.  
Im Schalterrahmen erscheint Jimmy, sagt, er müsse in Neapel an Land gehen statt  
erst in Genoa. Stösst auf Bedienken, Schwierigkeiten technischer Art. Jimmy regt  
sich auf, beisst am Fingernagel, er wird an einem andern Ort gewiss, erscheint  
folglich im nächsten Schalterrahmen, muss Formular ausfüllen, was mit einem eher  
hastig gehandhabten Kugelschreiber geschieht.  
Schritt durchs ganze Bild; also, ich muss jetzt gehen,  
kurz darauf sieht man auch MaryLou Formale ausfüllen,  
dieselben, nebenbei gesagt, sie hätte via Genoa reisen sollen,  
jetzt geht's direkt auf Rom. Sie hat einen bisher nicht beob-  
achteten hitzigen Gesichtsausdruck, zugleich willkürlich  
und entspannt, fühlt sich etwas aufgebraucht wie eine alte  
Batterie. Sie denkt an die Freundin Marlene, beruhigt sich  
aber, da Marlene Bakanto in Genoa hat, oder ist es Familie?  
Marlene Kinn aufgestützt in ihre Kinderfaust zuberst auf dem Deck. Nicht  
gerade begeisterter Eindruck von Neapel, denn die Bucht ist unordentlich  
mit Häusern, Vulkanen, Kriegsschiffen, Werksstätten, umgestülpten Schiffs-  
labern, unfruchtbar Land und sonstigem Durcheinander gefüllt.  
Lautsprecher: Die Damen und Herren Passa-  
giere, die in Neapel an Land gehen, sind  
gehört, ihre Koffer... es folgt eine schwer  
verständliche Anweisung, wie die Koffer  
den Stewards zum Transport auf die Deck  
zu übergeben sind, und wo man sie auf dem  
Pier in Neapel wieder finden wird.  
Man sieht Personen von hinten, die andere suchen. Auf Dinkels Hinterkopf steht  
geschrieben: Wo ist Issa? Auf Joans Haaren: Wo ist Mike? Auf Gordons Haupt  
liest man: Wo ist Flora? Sie sind alle in Bewegung über das Schiff. Bei Parrelli heiss  
es: Ich werde abgeholt (mit einem Ausrufezeichen). Bei Haubensack: Werde ich  
abgeholt (mit einem Fragezeichen)? Er hat nämlich vor der Abfahrt noch per Luftpost  
geschrieben, in Oberitalien lebt doch seine Frau mit dem Busio, es wird der letzte  
Versuch sein, sich zu verabschieden, in seinem Ford hat die ganze Familie Platz. Ein  
Telegramm wenigstens könnte sie senden.  
Stimme, sehr irreal wie eine Lautsprecherstimme in einem  
Bahnhof: Telegramm für Dr. Haubensack, Telegramm für Dr.  
Haubensack, Gelächter.  
Neapel, der Hafen, durch Bullaugen. Man sieht praktisch nichts.  
Schau, sagt Joan zu Kurt, den sie nicht gesucht hat,  
der Vestu, er hat eine kleine Wolke, nicht der Rede  
wert. Der Vestu, sagt Joan, kann man ihn bestiegen?  
Schon seit längerer Zeit (genau: seit Marlene mit dem aufgeschickten  
Kinn gezeigt wurde) verinnant man als Belgietisch eine italienische



1

Typographie

realisiert  
Sprache

mit Hilfe der ge-  
bräuchlichen  
Schriftzeichen,  
deren Sinn es ist,  
Mitteilungen  
eines Senders  
einem Empfänger  
zuzuführen. Wo-  
bei unterstellt  
wird, daß

der Sender natürlich zugleich auch Empfänger sein kann.

Manfred Kröplien: 1968

Typographie  
ist die Lehre  
vom Entwurf von Textdrucksachen,  
die für menschliche Wahrnehmung bestimmt  
sind und als Kanal im Rahmen einer Kommu-  
nikationskette funktionieren.

Kurd Alleben: 1962

CONCEPTION & DESIGN WOLFGANG WEINGART

Typografische Monatsblätter Schweizer Grafische Mitteilungen Revue Suisse de l'Imprimerie

TM SGM RSI 12.1076

12 **Typografische  
1976 Monatsblätter**

**Schweizer Grafische  
Mittellungen**

**Revue suisse de l'Imprimerie**  
Edition spéciale Décembre 1976

TM

SGM

RSI

Eine Auswahl bestimmter Arbeiten Weingarts von 1969 bis 1976. Gedanken und Beobachtungen eines Freundes. Und persönliche Bemerkungen von ihm.

# Ist diese Typografie noch zu retten?

**Oder leben wir auf dem Mond? Is This Typography Worth Supporting, Or Do We Live On The Moon?** A special selection from the works of Weingart, from 1969-1976. Thoughts and observations of a friend. And personal comments from the author.



0 0 0 1  
0 0 9 4

Die Typografie ist noch nicht tot! Sie wirkt zwar heute ein bisschen  
typography is not dead, yet! But its effect is undoubtedly  
**blutarm und unentschlossen. Doch im grossen und ganzen ist sie in Ordnung.**

anemic and vague. But by and large, it is intact. It is definitely less than ever

0 0 0 7  
0 0 9 5

**Sie ist zwar weniger denn je eine Gebrauchskunst. Dafür aber stärker für**

a practical skill. Instead, it endures as an intrinsic necessity.

**Gebrauchswert hoch im Kurs.**

Typography lives! It is not regarded today with the primacy of

**Die Typografie lebt! Sie nimmt sich heute vielleicht nicht mehr so**

perhaps 10 or 20 years ago, and is comprehended less as a "picture", but

0 0 0 3  
0 0 9 6

**wichtig wie vor 10 oder 20 Jahren, versteht sich weniger als Bild, tritt**

rather, more as a "text". Nevertheless, it remains a prominent element of "visual  
**hinter den Text zurück. Trotzdem ist sie noch immer ein wichtiger Teil (visueller**  
communication": indispensable, and occasionally fresh, even original.

**Kommunikation): überall gefördert, ansehnlich und mitunter sogar noch**

Currently: typography is still typography, although less

**überraschend originell.**

0 0 9 7  
0 0 0 4

complacent, conceited, and self-confident, than in the late fifties. And,

**Kurzum: die Typografie heute ist noch immer Typografie. Weniger**

correspondingly, more functional, in that it has become completely adjusted

**selbstgefällig, selbstbewusst und selbstsicher zwar als noch Ende der**

to the rapid methods of mass communication.

**fünfziger Jahre. Dafür aber funktionaler: in den schnellen Verwertungsprozess**

0 0 9 8

This connotes "adapted": adapted to the developments

0 0 0 5

**der Massenkommunikation voll eingepasst.**

within the composing and print technologies; to the stipulations of an unstable

**Das heisst: angepasst. Angepasst an die Erfordernisse neuerer Satz**

market; to the supposedly effective usage by the design profession; and

**und Drucktechniken. An die Bedingungen schnell sich verändernder**

0 0 9 9

also adapted to a particularly unpleasant phenomenon of our profession: to design

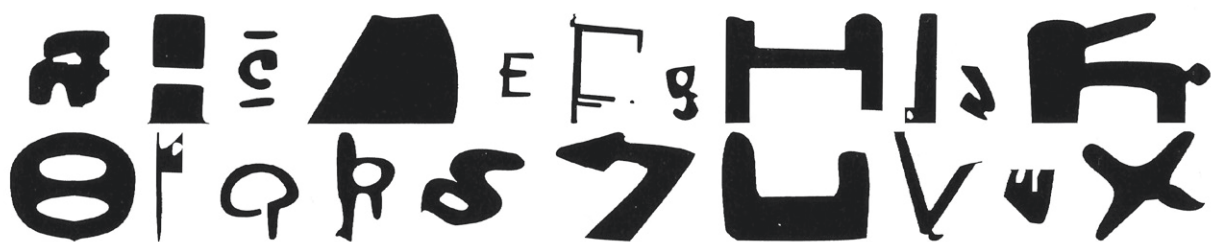
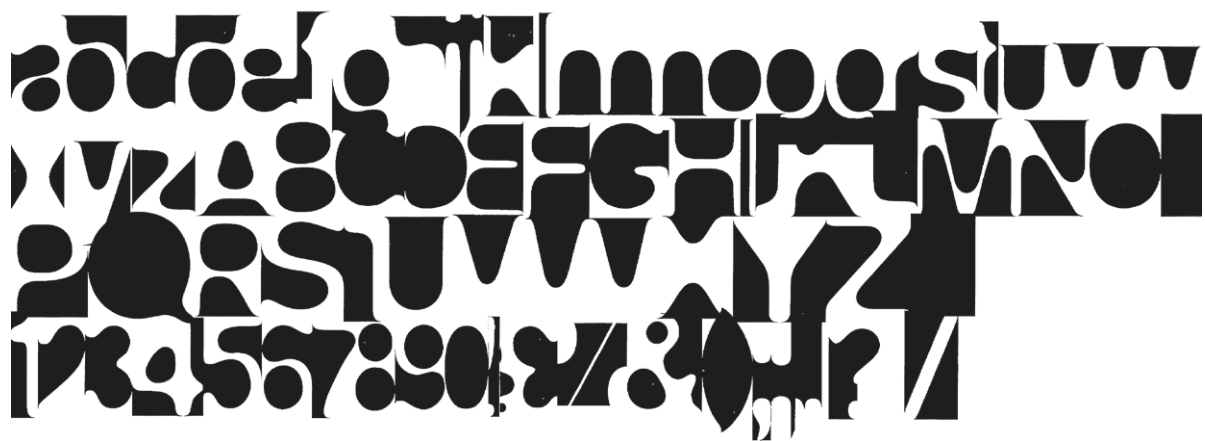
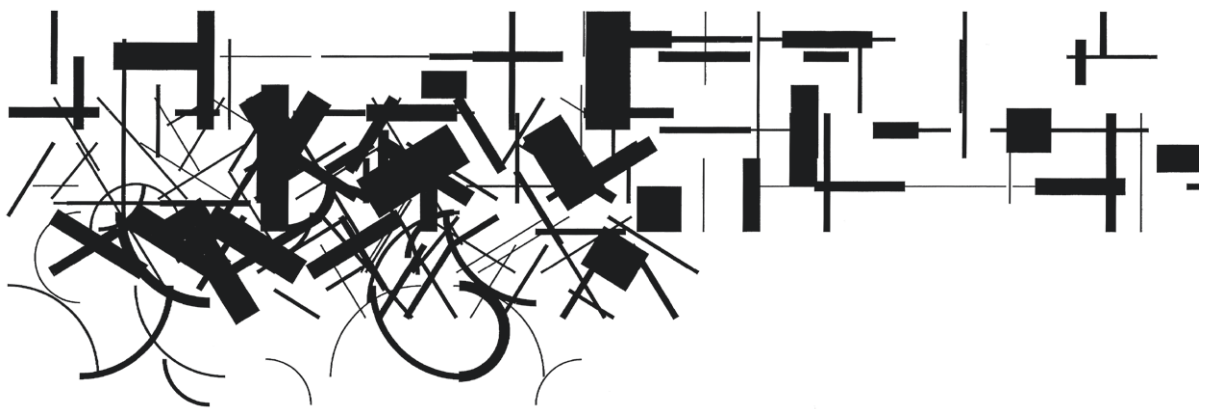
Fortsetzung des Textes: Seite 4 / Innentitel

Continuation of text: Inside / page 14

Sondernummer Dezember 1976. Ist diese Typografie noch zu retten? Oder leben wir auf dem Mond?

Sondernummer Dezember 1976

Special Edition December 1976



22. BETŰTERVEK: FUSE NO.10. (1994 NYÁR) – TOBIAS FRERE-JONES: FIBONACCI FONT  
 FUSE NO.9. (1994 TAVASZ) – NEVILLE BRODY: AUTOSUGGESTION FONT  
 FUSE NO.17. (1997 NYÁR) – FLORIAN HEISS, SURVEILLANCE FONT  
 FUSE SUPERSTITIOUS (1995 TAVASZ) – SCOTT CLUM, BURN FONT



23. FUSE NO.14, (1995 NYÁR) – BRETT WICKENS, CRUX95 FONT

Emigre Fifteen: AaBb CcDdEeFfGgHh  
IiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwX  
xYyZz (1234567890)

Emigre Fourteen: [ A a B b C c d ]  
EeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQq  
RrSsTtUuVvWwXxYyZz  
(1234567890)

Emigre Ten: AaBbCcDdEe Ff Gg  
HhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTt

Citizen  
Light: AaBbCcD-  
dEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqR  
rSsTtUu VvWwXxYyZz 1234

567890 Citizen  
Bold: AaBb  
CcDdEeFfGgHhIiJjKk  
LlMm NnOoPpQqRrS

Emperor  
OAKLAND  
Emigre



EMIGRE: Just like many innovative musicians, you attended design school. Where did you go to school? JAMES: I attended the Columbus College of Art and Design and graduated about five years ago. EMIGRE: And you're working as a graphic designer right now? JAMES: Yes, I was just recently hired by a studio here in Columbus called Oxmoor Design. Before that I worked in a Catholic hospital. I was their graphics department and designed things like hysterectomy brochures and "Save Your Urine" stickers for old people. EMIGRE: How long has your label BLACK music been around? JAMES: About five years. EMIGRE: How do you afford that? I look at the cassette packaging and some is printed in full color! It must be costly. JAMES: Not really. I use inexpensive printers and twist their arms for the sake of art. EMIGRE: Do you sell your tapes only by mail order? JAMES: Yes. Although I do sell some cassettes through local stores, I sell most copies through mail order. EMIGRE: How many do you produce each time? JAMES: Anywhere from three to five hundred. EMIGRE: I guess you can make them as you go along? JAMES: Yes. Every time I have a new release, I duplicate and assemble a couple of hundred and after they're gone, I just copy them on a supply-and-demand basis. I send out a promotional postcard to everyone on my mailing list and most people pretty much buy whatever I put out. EMIGRE: Has it paid for itself? JAMES: I almost break even with each release. It all depends on how costly the production comes out to be.

EMIGRE: Has any of your music been released by other record companies? JAMES: No. I've had a few songs on some compilation albums, but that's about it. EMIGRE:

Have you ever actively pursued deals with record companies? JAMES: Whenever I finish a cassette, I send one to each one of my favorite record companies like Nettwerk, WaxTrax, Mute, and a lot of the small independent labels. EMIGRE: Has anything ever materialized?

JAMES: Not really. The person from Nettwerk has written me back a few times, and I've written him back a few times, but

**In the following paragraph, James briefly attempts to describe the sounds on the Cathode Raymonde cassette.** "Pre-recorded audio-clippings synchronized with fat and skinny rhythms alike. Electrically-generated tones allotted their own little spaces in time, of course 'in time. Anonymous voices pop in and about, like anonymous voices sometimes do. Panning left, panning right. Panning up 'n down. Soundtracks. Foundtracks. Feet-off-the-groundtracks. Technological populogical synth-plop from a to z. The duration of a typical sitcom or a 30-mile drive @ 60mph. Repetitive phrases soak into your sponge-like subconscious at an alarming rate. Toe-tappin' fun the new-fashioned way. Electronic music like good ole Mom used to make. Now if that doesn't sound intriguing, I don't know what does."

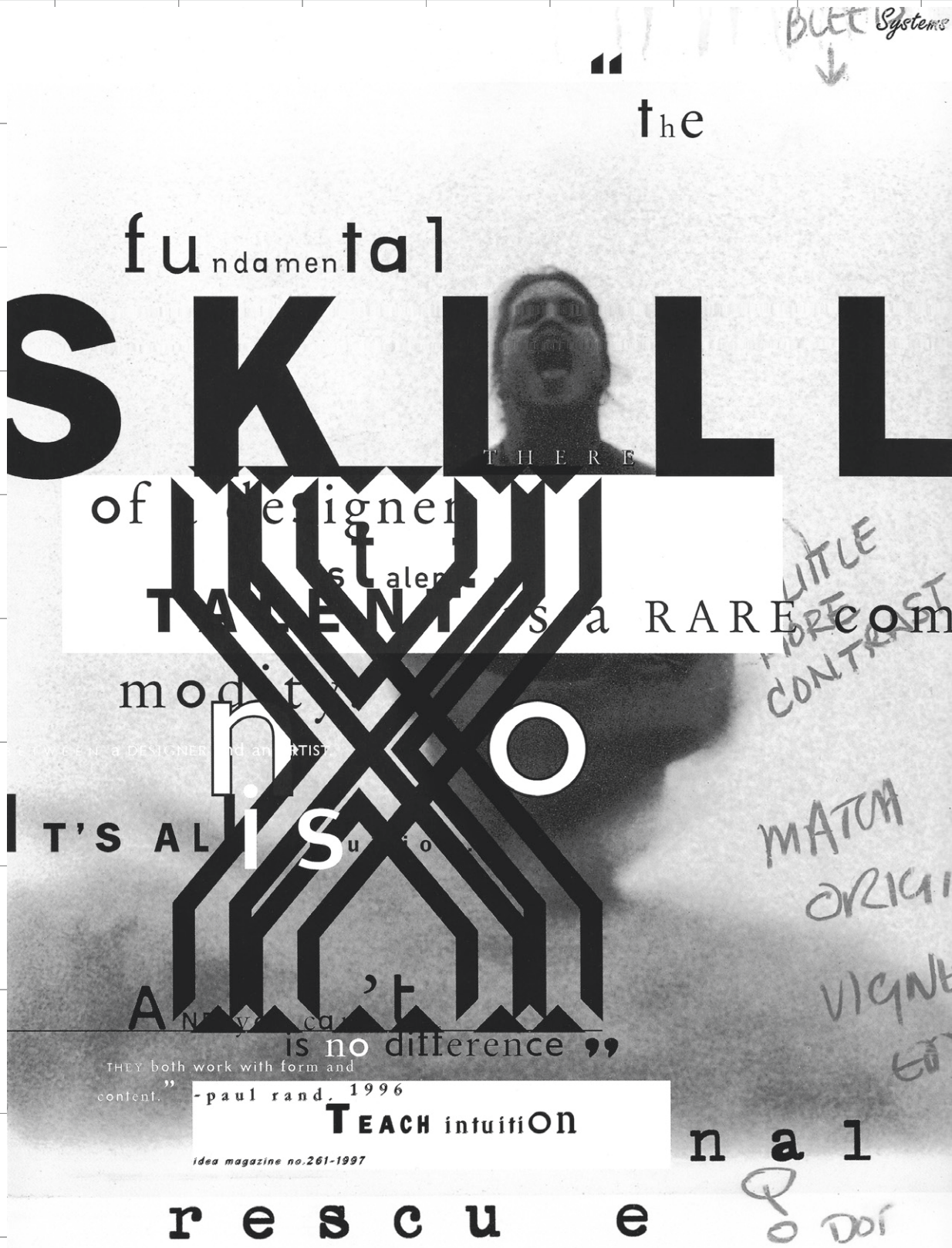
JAMES: Sure! EMIGRE: I'm asking because it seems like you've turned your mail order business into such a unique thing by doing it all yourself. I can easily imagine that you'd like to keep it that way and remain in complete control. JAMES: I do get a lot of gratification out of doing it all myself and having the name and address of every single person who buys my cassettes. But I'd love to reach a wider

**audience. It's a lot of work mailing the catalogs and postcards and filling people's orders, while simultaneously trying to produce music and work a steady job.**

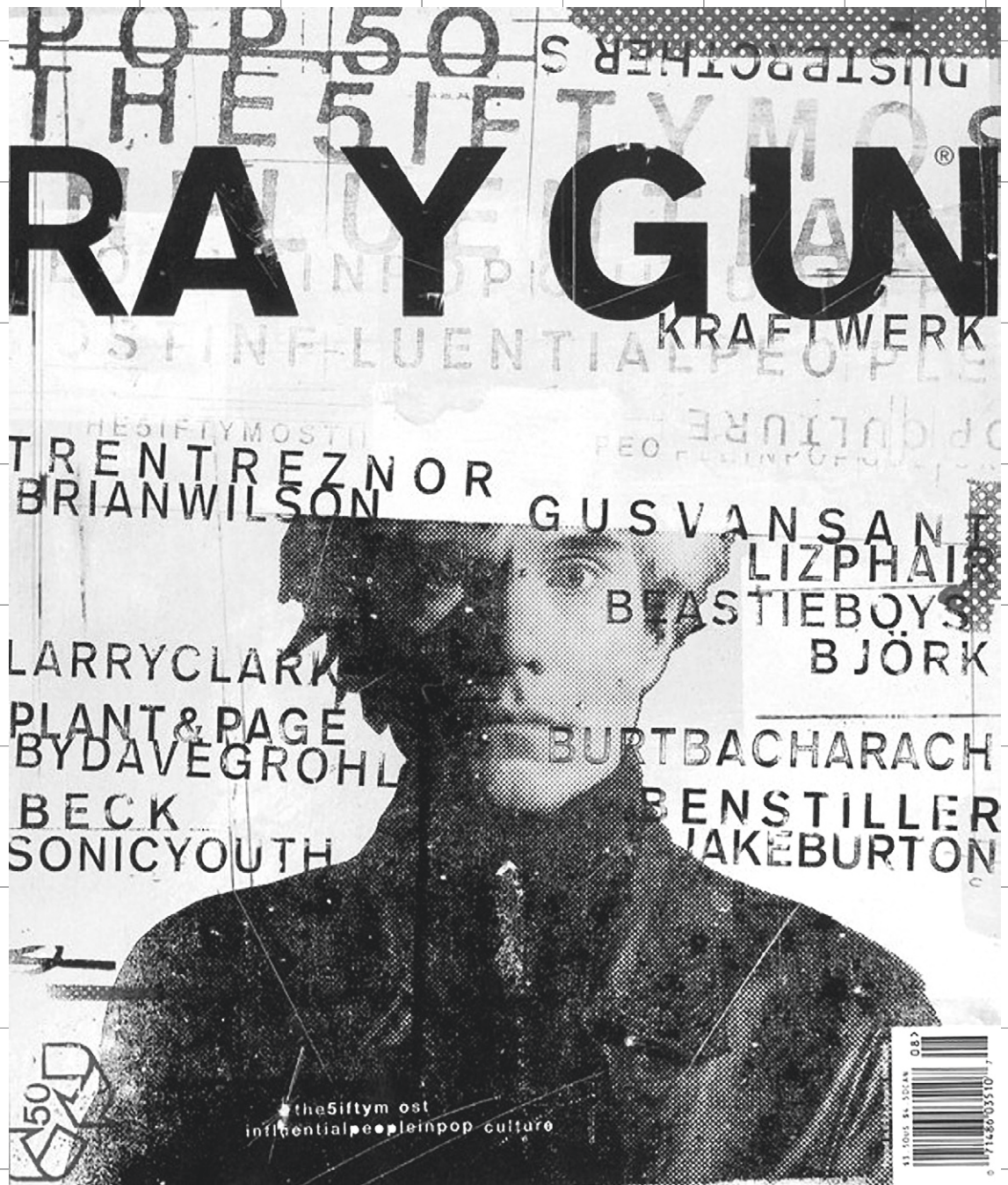
EMIGRE: What I like about your music is that it never quite fulfills the expectations it creates. A nice rhythm will start, a catchy melody will develop, but just as I become aware of it, something happens and the rhythm will change or some unfamiliar sound will surface. It's entirely unpredictable. Your music is also very fragmented and layered, very much like a lot of graphic design I see today. JAMES: The parallels you can draw between electronic music and electronically-generated graphics are very strong. I really started noticing these parallels ever since designers started scanning images. Sometimes I think of my music as bitmapped music - low resolution, jagged

(INTERVIEW CONTINUES ON NEXT PAGE)





28. DAVID CARSON: SONIA VIRIDI, „INTUITION”, SURFER MAGAZIN, 1997





BY MARK WOODLIEF

They're going to come, now, and live, which is more than one can say for most musical acts these days. They're the American rock band that has been around since 1993. They're known and loved by a first name—Jim, Matt, Laura and John—and they're known by their records in the real world. Collectively, they're one of the most successful rock bands in the indie scene.

Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band. Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band. Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band.

Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band. Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band. Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band.

Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band. Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band. Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band.

Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band. Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band. Superchunk is the name of the band, and the name of the band is the name of the band.

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

# Chicks

...the band's first...  
...the band's first...  
...the band's first...

WOLFGANG

Istgold

des Bundesamtes für Ernährung

GESUNDHEITSWES. Hinauslehen

Wir... mehr aus ihrem geld

DUMMHEIT

frei,

Gef. Angener

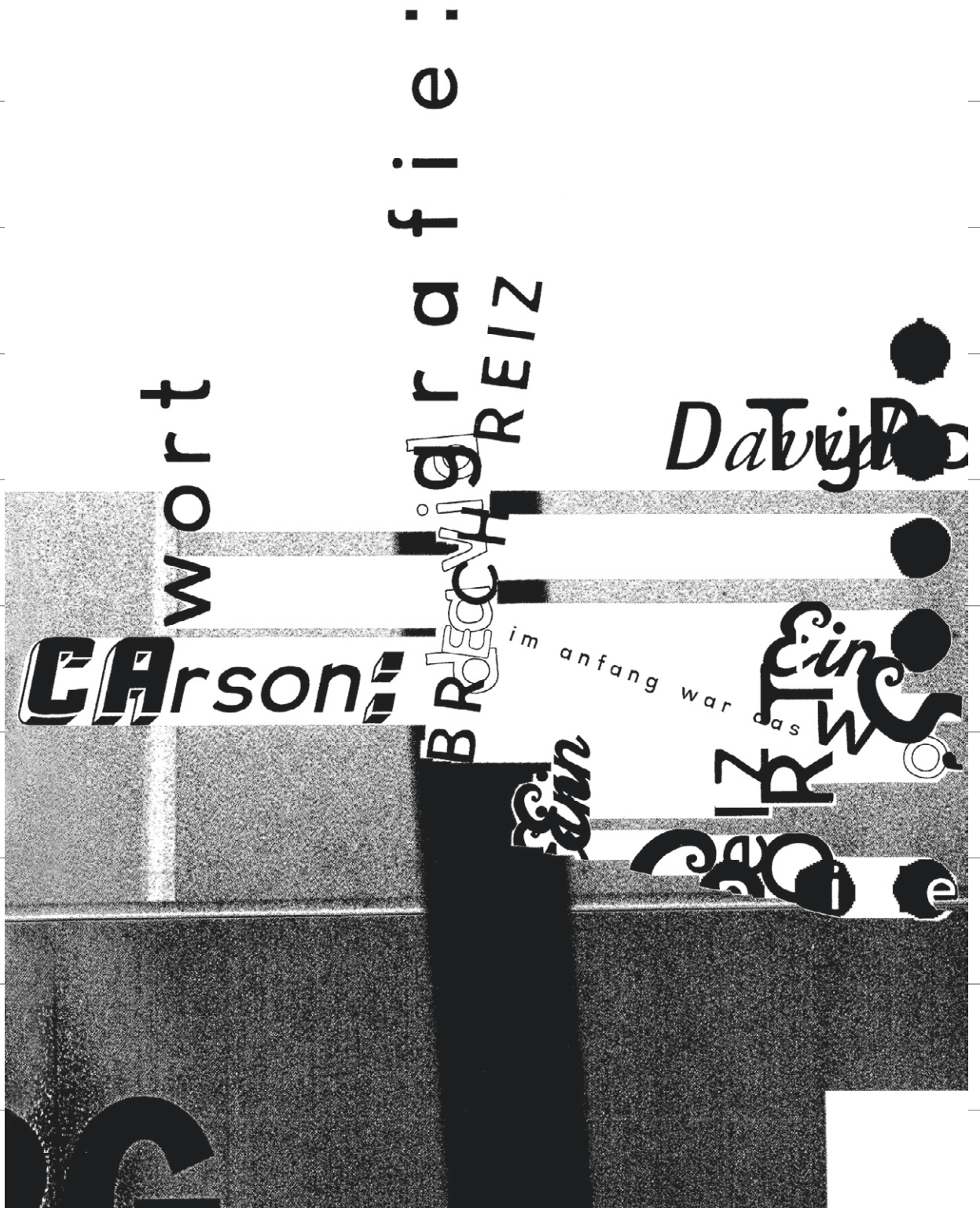
WARTER

verboten

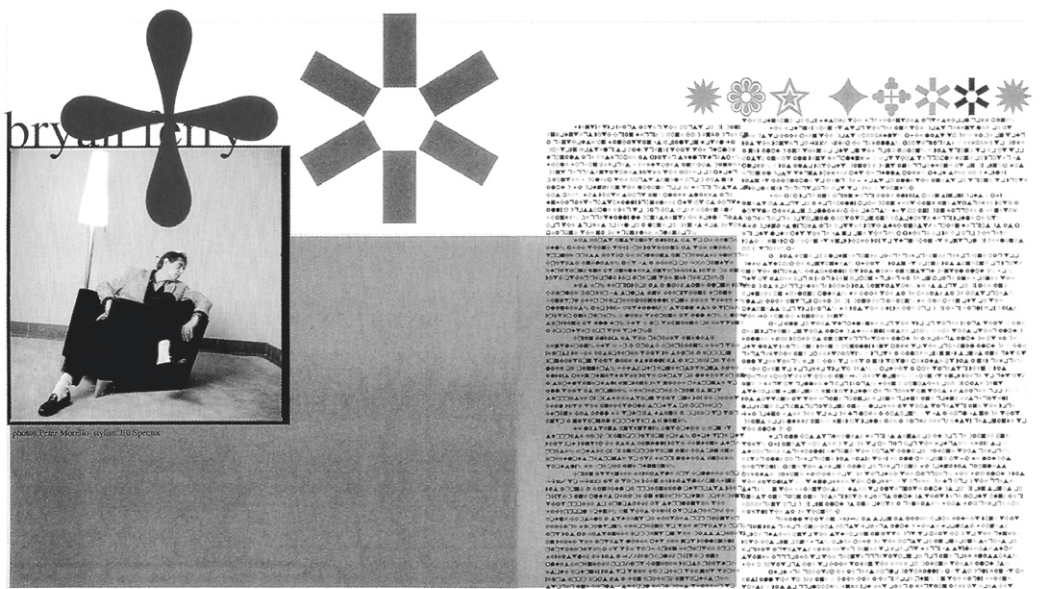
ist.

N. A. R.

30. DAVID CARSON: SUPERCHUNK, 1993 / NÉMET MONDÁSOK, DIE WELTWOCHNE, 1996









---

## ÖNÉLETRAJZ

---

### A. SZAKMAI DÍJAK

- POSTERFEST 03. – magyar professzionális tervező kategória első helyezés (Budapest, 2022)
- GRAPHIS – Graphis Poster Annual 2021 Silver Award (New York, 2020)
- TYPOZONE 2 / Tipózóna 2 egyetemi oktatói díj (Eger, 2018)
- XIX. ORSZÁGOS TERVEZŐGRAFIKAI BIENNÁLE megosztott fődíj (Békéscsaba, 2014)
- HIIIBRAND AWARDS – Professional logo kategória Merit Award (Kína, 2013)
- ARANYRAJZSZÖG DÍJ (GRAPHIFEST) Szuverén tervezőgrafikáért díj (Budapest, 2012)
- PRO TYPOGRAPHIA DÍJ - Különleges kiadványok Arany fokozatú díj (Budapest, 2012)
- WORLD BIENNIAL OF STUDENT POSTER Különdíj (Novi Sad, 2004)

### B. SZIMPÓZIUM, KONFERENCIA ELŐADÁSOK

- WROCLAW TYPE FORUM – 2018. december 7–8., Eugenius Geppert Academy of Art and Design, Wroclaw (PL), előadás címe: TYPO LAG Desynchronosis of Letterforms
- BUDAPEST ART BOOK FAIR – 2018. október 13., Klebelsberg Kultúrúria, Bp.
- BRNOI TERVEZŐGRAFIKAI BIENNÁLÉ (Brno Biennale) – OFF Program (tematikán kívüli program), előadás címe: Analysis of Type Interferences, (Brno (CZ), 2014)
- „A TUDOMÁNY MENŐ!”, NKP, EFOTT, Miskolctapolca, (2014. július 19.), előadás címe: Kép és betű határvidékén

### C. SZAKMAI SZERVEZETI TAGSÁG

- C-IDEA – International Design Educator Association – (Kína), Nemzetközi Design Oktatók Kínai Szövetsége (2018. febr.–tól)
- Magyar Képzőművészek és Iparművészek Szövetsége (MKISZ) – Terv.graf. szakosztály (2014–tól)
- F fiatal Iparművészek Stúdiója Egyesület (FISE), (2014–tól)

### D. SZAKMAI PÁLYÁZAT ZSÚRI TAGSÁG

- C-IDEA Award (Kínai Nemzetközi Design Oktatók Szövetsége, 2022)
- C-IDEA Award (Kínai Nemzetközi Design Oktatók Szövetsége, 2021)
- Gyula város arculat pályázata – bíráló zsűri elnöke (2019)



- 
- XI. Országos Tervezőgrafikai Biennále – válogató zsűri tagja (2018)
  - XX. Országos Tervezőgrafikai Biennále – díjazó zsűri tagja (2016)
  - MATT Tér-Kép, Magyar Tipográfusok és Tervezőgrafikusok Társasága, szakmai zsűri tagja (2014)

## **EGYETEMI DIPLOMA ZSŰRI TAGSÁG**

**E.**

- Soproni Egyetem – Tervezőgrafika BA/MA (2018)
- Eszterházy Károly Egyetem – Tervezőgrafika/ Animáció BA/MA (2018)
- Metropolitan Egyetem – Elektronikus Képi Ábrázolás BA (2018)
- Moholy Nagy Művészeti Egyetem – Tervezőgrafika MA (2019)
- PTE MK – Tervezőgrafika (2017, 2018, 2019)
- Metropolitan Egyetem – Tervezőgrafika BA, MA, idegennyelvű MA (2019)

## **FŐBB SZAKMAI REFERENCIÁK**

**F.**

- Magyar Tudományos Akadémia (MTA Alfa, MTA LGK) • Múcsarnok • Pécsi Tudományegyetem • M21 Galéria, Pécs • Tihany Önkormányzat • Fejér Megyei Önkormányzat • Herz Szalámigyár Zrt. • Pénzjegynyomda Zrt. • Lifestyle Hotel, Mátra • Triumph Magyarország • Signal Biztosító Zrt. • Tikkurila Magyarország • Adidas Cycling • Eastern Boundary Jazz Quartet • Montana kerékpár

## **VÁLOGATOTT NEMZETKÖZI MEGJELENÉSEK, PUBLIKÁCIÓK**

**G.**

- TYPESTORIES, kiadó: The Academy of Art and Design in Wrocław, szerk.: BARTECKA, Beata, MATOWSKA, Iwona és MAJCHARZAK, Maciej, megjelenés: Wrocław, 2019
- EXHIBITION ART, GRAPHICS AND SPACE DESIGN, kiadó: Sandu Publishing / promopress (Európa, Amerika), szerk.: SHAOQIANG, Wang, 2016
- ENJOY YOUR STAY! BRANDING FOR HOSPITALITY, kiadó: Send Points Publication / Gingko Press (Európa, Amerika), szerk.: LI, Sundae, 2015
- DESIGN AND DESIGN book of the year, VOL. 5., 6., 7., kiadó: PRAQUIN, Marc Agencé, Franciaország, szerk.: Marc Praquin, 2012., 2013., 2014
- UNPACKME! NEW PACKAGING DESIGN, kiadó: Sandu Publishing / promopress (Európa, Amerika), szerk.: SHAOQIANG, Wang, 2013
- COMMUNICATING FASHION BRANDS, kiadó: Send Points Publication (Európa, Amerika), szerk.: SHIJIAN, Lin, 2012

## **EGYÉNI KIÁLLÍTÁS**

**H.**

- BETŰ-FORMA TÖREDÉKEK, Platán Galéria, Budapest, 2017. aug. 30-tól szept. 29-ig, megnyitotta: Fabényi Júlia művészettörténész a Ludwig múzeum igazgatója

---

## I. AZ ELMÚLT 5 ÉV VÁLOGATOTT CSOPORTOS KIÁLLÍTÁSAI

- 2022**
- CYPRUS POSTER TRIENNIAL – SPEL Gallery, Nicosia (CY), júni. 24-től
  - V4 TYPOPLAKÁTOK – Alternativa Kulturális Intézet, Zlín (CZ), júni. 3-tól 22-ig
  - MÁSODIK IPAR- ÉS TERVEZŐMŰVÉSZETI NEMZETI SZALON – Műcsarnok, ápr. 9-től szept. 04-ig
  - ARANY RAJZSZÖG 20 ÉVE – Esernyős Galéria, április 7-től május 01-ig
  - POSTERFEST 3. – MOMÉ Ground, márc. 25-től ápr. 8-ig
  - FREQUENTIA – MKISZ Galéria, febr. 17-től márc. 6-ig
- 2021**
- EAST SEA INTERNATIONAL ART PRE-BIENNALE – Donghae Art and Culture Center, Donghae City (KOR), 2021. okt. 23-tól nov. 19-ig
  - WE WANT JAZZ, Nemzetközi Plakát Verseny – PROM Kultury Saska Kępa, Varsó (PL), 2021. nov. 5-től 20-ig
  - ORSZÁGOS TERVEZŐGRAFIKAI BIENNÁLÉ – Békéscsaba, Munkácsy Mihály Múzeum, 2021. szept. 23.
  - RESUMÉ – Budapest, MKISZ Galéria, 2021. máj. 21-től júni.13-ig
  - META FESTIVAL 2021 – Berlin (DE), 2021. szept. 23.
  - GRAPHIC DAYS TURIN – Torinó, (IT) 2021. május 14–30.
  - LE SIGNE, International Biennale of Graphic Design – Chaumont (F), 2021-től 2022. febr.-ig
  - JAZZ W RUINACH – Gliwice (PL), Hala Modeli GZUT, 2021. szept. 3–11.
  - JAZZ N ROLL – Katowice (PL), Palac Młodzieży, 2021. júni.
  - 4TH SHENZHEN INTERNATIONAL POSTER FESTIVAL – Guan Shanyue Art Museum, Shenzhen (CN), márc. 23. – ápr. 5., 2021.
- 2020**
- NORILSK / POLAR ART RESIDENCE, POLART - Golden Bee 14 Favorites, Norilsk (RU), 2020. okt. 15 – 22.
  - BALTI DESIGN BIENNALE - Fort No 11. Denhoff, Kalinyingrád (RU), október 7-10.
  - AMPERSAND 2020 - Nádor Galéria, Bp., okt. 7-től
  - JAZZ N ROLL - Gliwice (PL), Hala Modeli GZUT, aug. 17. nov. 22.
  - POZNAN POSTER - Poznan (PL), Poznan Design Week,
  - ORSZÁGOS TERVEZŐGRAFIKAI BIENNÁLÉ - MKE, Barcsay terem, okt. 22-től
  - MOHOLY 125 × MATT (Graphifest) - MOMÉ Ground, okt. 16-tól
  - ARANYRAJZSZÖG (GRAPHIFEST) - MOMÉ Ground, okt. 16-tól
  - GOLDEN BEE / BAUHAUS 100 - HSE Galéria, Moszkva (RU), okt. 20-tól
  - JAN RAJLICH 100+ (homage) – Moravská Galerie/Scala, Brno (CZ), szept.25-től 2021. febr. 28.
- 2019**
- DEMO Design in Motion Festival – Centraal, Amszterdam (NL), 2019. nov. 07.
  - BAUHAUS 100, Golden Bee – TsK19 The Culture Center CC19, Novosibirsk (RU), 2019. nov. 13-tól
  - EIPF 2019 – Emirates International Poster Festival, Dubai Design Week – Nadwa, Dubai (UAE), 2019. nov. 11-től
-

- 
- ARANYRAJZSZÖG KIÁLLÍTÁS – MKE Barcsay Terem, 2019. nov. 6-tól
  - VIENNA ART BOOK FAIR – Angewandte, Bécs, Ausztria, 2019. okt. 4–6.
  - POSTERFEST – válogatott kiállítás, Templom Galéria, Eger, 2019. okt. 22-től
  - NOTRE-DAME DE PARIS / Design Village – Potocki Palace, Ivano-Frankivsk (Ukrajna) 2019. okt. 11-13.
  - BAUHAUS – graphifest / MATT – MKE, Barcsay Terem, 2019. okt. 12.-től
  - CELEBRATING BAUHAUS – Art Walk and Roll Festival – Danish Design Store, Culver City (LA, USA), 2019. okt. 12.
  - THE 9TH CHINA INTERNATIONAL POSTER BIENNIAL – China Academy of Art, Hangzhou (CHINA) / China Design Museum, 2019. szept. 18. – okt. 15.
  - BAUHAUS100 – plakát, AIGA LA, Helms Design Center, Culver City (LA, USA), 2019. szept. 19.
  - JAZZ W RUINACH – plakát kiállítás, Gliwice (PL), 2019. aug. 2–3., 9–10.
  - HOMMAGE À BAUHAUS – FUGA, Budapest, 2019.
  - PERU DESIGN BIENNIAL – Poster kategória, Lima (Peru), 2019. júni. 28-tól júli. 12-ig
  - IV. LUBLIN International Poster Biennale – Professional kategória, Lublin (PL), 2019. máj. 31-től
  - BAUHAUS 100 – Галерея Выхино, Moszkva (RU), 2019. máj. 18-tól
  - BAUHAUS 100 konferencia + kiállítás – Stroganov Academy of Arts, Moszkva (RU), 2019. apr. 19-től
  - BAUHAUS 100 / Golden Bee – Arhangelszk (RU), N. A. Dobrolyubov Könyvtár, 2019. apr.-tól
  - BAUHAUS 100 / Grafikus Design – Vigadó Galéria Bp., 2019. apr. 9-től
  - XXI. ORSZÁGOS TERVEZŐGRAFIKAI BIENNÁLÉ / Grafikus Design Vigadó Galéria, Bp., 2019. apr. 9-től
  - HOMMAGE À BAUHAUS 100 – Párizsi Magyar Intézet, Párizs (FR), 2019. apr. 12-től máj. 24-ig
  - BAUHAUS 100 – 25th Design & Reklama NEXT, Central House of Artists, Moszkva (RU), 2019. apr. 10-től 12-ig
- 
- II. POSTERFEST – Budapest, Tesla.kult, 2018. nov. 22-től
  - XXI. ORSZÁGOS TERVEZŐGRAFIKAI BIENNÁLÉ – Békéscsaba, Munkácsy Mihály Múzeum, 2018. nov. 17-től
  - BUDAPEST ART BOOK FAIR 2018 – Klebelsberg Kultúrkvria, 2018. nov. 13–15.
  - ARANYRAJZSZÖG DÍJ KIÁLLÍTÁS (graphifest) – Bp., Tesla.kult, 2018. nov.7-től
  - KOR/AGE – Pécs, Nádor Galéria, 2018. szept. 28-tól
  - NKA25 – Támogatott alkotások az iparművészetben – Pécs, m21 Galéria – 2018. szept. 21-től
  - CHINA PRINTING DESIGN BIENNALE – Beijing Etrong International Exhibition & Convention Center, 2018. szept. 7-től, Peking (CH)
  - PUBLIC.VIEWS – köztéri kísérleti animáció – Erwin Schöttle Platz, Stuttgart (DE), 2018. aug. 6.
  - DINAMIKUS TÖREKVÉSEK – Kolozsvári Művészeti Múzeum, Kolozsvár (RO), 2018. máj. 10-től
  - ECHOLÁLIA LIVE – audiovizuális performace és kiállítás, Artus Studio Budapest, 2018. 05. 04.
- 

**2018**

- 
- TYPOZONE 2 – Eger, Templom Galéria, 2018.
  - MAGYAR PLAKÁT KIÁLLÍTÁS – Rijádi Magyar Követség, Szaud-Arábia

## **J. TANULMÁNYOK**

- Moholy Nagy Művészeti Egyetem, Doktori Iskola – Doktori fokozatszerző eljárás (2020)
- Pécsi Tudományegyetem, Művészeti Kar, Doktori Iskola (2012–2015), abszolutórium (2017)
- Magyar Képzőművészeti Egyetem (1999–2004)
  - Tervezőgrafikus művész – egyetemi oklevél
  - Művészeti rajz és művészettörténet szakos tanár – egyetemi oklevél
- Dekoratór Iskola (1996–1997)

## **K. MUNKAHELYEK**

- 2019 szept. Moholy-Nagy Művészeti Egyetem  
Média Intézet, Tervezőgrafika Tanszék  
Oktatott kurzusok: Tipográfia elmélet és történet 1., 2., 3., Tipográfia kortárs kontextusban
- 2012–2019 aug. Pécsi Tudományegyetem Művészeti Kar – egyetemi tanársegéd  
Média és Alkalmazott Művészeti Intézet, Tervezőgrafika Tanszék  
Oktatott kurzusok: Vizuális kommunikáció tervezés, Csomagolástervezés, Tervezőgrafika, Experimentális tipográfia
- 1997–1999, 2005–2012 Dekoratór Iskola / Jaschik Álmos Művészeti Iskola  
2000–2012 tervezőgrafika munkaközösség vezetője

### NYOMTATOTT FORRÁSOK

BIERUT, Michael (szerk.), DRENTTEL, William (szerk.) és HELLER, Steven (szerk. és előszó): Looking Closer: 5, Critical Writings on Graphic Design, Allworth Press, 2006

BLACKWELL, Lewis: The End of Print, 2nd edition: The Grafik Design of David Carson, (első kiadás: Chronicle Books, 1995.) Laurence King Publishing, 2000

BLACKWELL, Lewis: David Carson: 2nd sight, Laurence King Publishing, 1997

CARTER, Rob: Experimental Typography, Roto Vision, 1997

DAIR, Carl: Design with type, University of Toronto Press, (első kiadás 1952) 1985

DRUCKER, Johanna: The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923, Chicago Press, (első kiadás 1994) 1996

EISELE, Petra, NAEGELE, Isabel és LAILACH Michael (szerkesztők): Moholy-Nagy and the New Typography, Kettler Verlag, 2019

FLEISCHMANN, Gerd, BOSSHARD, Hans Rudolf és BIGNENES, Christoph: max bill typografie, reklame, buchgestaltung, Niggli Verlag, 1999

GERHARDUS, Dietfried „Bevezető, a konkrét művészet alapjairól”, (ford. Maurer Dóra), BALKON, 2007/9.

GERSTNER, Karl: Designing Programmes, Lars Müller Publishers, (első kiadás: Niggli, 1964) 2019

HELLER, Steven és FINK, Anne: Faces on the Edge: Type in the Digital Age, Van Nostrand Reinhold, 1997

HOLT, Mark és MUIR, Hamish: 8vo: On the outside, Lars Müller Publishers, 2005

KINROSS, Robin: Modern typography an essay in critical history, Édition B42 / Hyphen Press series, (első kiadás: 1992) 2019

MARINETTI, Filippo Tommaso: Les mots en liberté futuristes, Milánó, 1919

MC LUHAN, Marshall: A Gutenberg-galaxis, A tipográfiai ember létrejötte, Trezor Kiadó, Budapest, 2001

MORISON, Stanley: First Principles of Typography, New York, Macmillan, 1936

---

---

---

PARADIS, Louise, FRÜH, Roland és RAPPO Francisco (szerk.): ECAL: 30 years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter (TM RSI SGM 1960–90), Lars Müller Publishers, 2017

POYNOR, Rick: The Graphic Edge, Booth-Clibborn Editions, 1993

POYNOR, Rick (szerk.): Typography Now, Two Implosion, Booth-Clibborn Editions, 1996

RUDER, Emil: Typographie: A manual of Design, Niggli Verlag, (első kiadás: 1967) 2001

TRIGGS, Teal: The Typographic Experiment: Radical Innovation in Contemporary Type Design, Thames and Hudson, 2003

TSCHICHOLD, Jan: The New Typography, University of California Press, 2006

VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery: Emigre (The Book): Graphic Design into the Digital Realm, Van Nostrand Reinhold / Byron Preiss Visual Publications, 1993

WOZENCROFT, Jon: The graphic language of Neville Brody, Thames and Hudson, 1988

FORDÍTÁSOK – minden esetben ahol nincs külön jelölve, fordította: Simon Péter Bence

## **ONLINE FORRÁSOK**

BANASH, David „From Advertising to the Avant-Garde: Rethinking the Invention of Collage,” Western Illinois University, 2004

<http://pmc.iath.virginia.edu/issue.104/14.2banash.html>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

BATH, Jon: Blowing the crystal goblet : transparent book design 1350-1950, doktori értekezés (Doctor of Philosophy, Ph.D.), University of Saskatchewan, Kanada, 2009

<https://harvest.usask.ca/handle/10388/etd-12112009-141341>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

HELLER, Steven, „Cult of the ugly”, EYE magazin, No. 9., Essex, 1993

<https://www.eyemagazine.com/feature/article/cult-of-the-ugly>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

LICKO, Zuzana, „Interview by Rudy VanderLans”, EMIGRÉ magazin, No. 15., 1990

<https://www.emigre.com/Essays/ZuzanaLicko/Emigre15>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

MAZZONI, Sara, „Quick Design History: Adrian Frutiger,” Sillington, 2015. szept. 24.

<https://www.shillingtoneducation.com/blog/adrian-frutiger-tbt/>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

---

MOHOLY-NAGY László (bevezető) és NIERENDORF, Karl (szerk.): Die neue Typographie, Staatliches Bauhaus in Weimar 1919–23, München, 1923  
<https://www.sothebys.com/en/buy/auction/2020/music-continental-books-and-medieval-manuscripts-2/gropius-and-moholy-nagy-staatliches-bauhaus-in>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

MORIARTY, Nan, „The Modern Letter – The Best of the Bauhaus Typography,” widewalls, 2016

<https://www.widewalls.ch/magazine/bauhaus-typography>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

MORISON, Stanley, „Stanley Morison: Changing the Times”, EYE magazin, no. 84, vol. 21., 2012

<https://www.eyemagazine.com/feature/article/stanley-morison-changing-the-times>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

MORISON, Stanley, „Changing the Times,” in: Eye no. 84 vol. 21 2012

<https://www.eyemagazine.com/feature/article/stanley-morison-changing-the-times>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

PARADIS, Louise, „Lauralee Alben Interview”, Typografische Monatsblätter Research Archive, Santa Cruz, 2010 aug. 5.

<http://www.tm-research-archive.ch/interviews/lauralee-alben/>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

POGGI, Christine, „Mallarmé, Picasso, and the Newspaper as Commodity,”

[https://www.academia.edu/25295615/Mallarmé\\_Picasso\\_and\\_the\\_Aesthetic\\_of\\_the\\_Newspaper\\_Word\\_and\\_Image\\_A\\_Journal\\_of\\_Verbal\\_Visual\\_Enquiry\\_22\\_4\\_2006\\_292\\_303](https://www.academia.edu/25295615/Mallarm%C3%A9_Picasso_and_the_Aesthetic_of_the_Newspaper_Word_and_Image_A_Journal_of_Verbal_Visual_Enquiry_22_4_2006_292_303)

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

REYNOLDS, Dan, „New details about the origins of Akzidenz-Grotesk”, 2019

<https://klim.co.nz/blog/new-details-about-origins-akzidenz-grotesk/>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

SCHWITTERS, Kurt „Thesen über Typographie”, MERZ no.11., 1924

<https://silviasfligiotti.medium.com/tesi-sulla-tipografia-ced49a1453c5>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

STARK, Trevor, „Total Expansion of the Letter,” MIT Press, azonos című kiállítás összefoglalója, 2020

<https://mitpress.mit.edu/books/total-expansion-letter>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

---

---

STÖCKL, Hartmut: Typography: body and dress of a text – a signing mode between language and image, Visual Communication 2005., no. 2., 204–214. o.  
[http://stoeckl.sbg.ac.at/Stoeckl/Publikationen\\_2\\_files/Stoeckl\\_Typography\\_2005.pdf](http://stoeckl.sbg.ac.at/Stoeckl/Publikationen_2_files/Stoeckl_Typography_2005.pdf)

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

UNWIN, Philip Soundy és UNWIN, George, „Time magazine, The 19th century and the start of mass circulation”, Encyclopaedia Britannica, Chicago  
<https://www.britannica.com/topic/publishing/Time-magazine>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

WARDE, Beatrice, „The Crystal Goblet or the Printing should be invisible,” (előadás) British Typographers’ Guild, St. Bride Institute, London, 1930. okt. 07.  
<https://readings.design/PDF/The%20Crystal%20Goblet.pdf>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

WARDE, Beatrice, „This is a Printing-office,” tábla, 1932  
<https://designmanifestos.org/beatrice-warde-this-is-a-printing-office/>

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

## FILMEK

HUSTWIT, Gary (producer és rendező) és SIEGEL, Shelby (szerk.): Helvetica, 2007

[www.hustwit.com/helvetica](http://www.hustwit.com/helvetica)

(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 09.)

SITZEL, Eric: Wolfgang Weingart Typographer, Archive talk with Barbara Junod, Zürich University of the Arts, 2014

## OLVASMÁNYJEGYZÉK

BARTRAM, Alan: Futurist typography and the liberated text, British Library, 2005

BIERUT, Michael (szerk.), DRENTTEL, William (szerk.) és HELLER, Steven (szerk. és előszó): Looking Closer, Critical writings on graphic design, Allworth Press, 1994

BIERUT, Michael (szerk.), DRENTTEL, William (szerk.) és HELLER, Steven (szerk. és előszó): Looking Closer 2: Critical Writings on Graphic Design, Allworth Press, 1997

BIERUT, Michael (szerk.), HELFAND, Jessica (szerk.), HELLER, Steven (szerk.) és POYNOR Rick (szerk. és előszó): Looking Closer: 3, Classic Writings on Graphic Design, Allworth Press, 1999

BIERUT, Michael (szerk.), DRENTTEL, William (szerk.) és HELLER, Steven (szerk. és előszó): Looking Closer: 4, Critical writings on graphic design, Allworth Press, 2002



---

BLACKWELL, Lewis és BRODY, Neville: G1 New Dimension in Graphic Design, Rizzoli, 1996

BLACKWELL, Lewis: 20th Century Type, Laurence King Publishing, 2004

BLACKWELL, Lewis: Twentieth Century Type and beyond, Laurence King Publishing, 2013

BODONI, Giambattista: The Complete Manual of Typography, Köln, TASCHEN, (eredeti kiadás: Manuale tipografico, 1818) 2016

BRANDLE, Christian, GIMMI, Karin, JUNOD, Barbara, REBLE, Christina és RICHTER, Bettina: 100 Years of Swiss Graphic Design, Museum für Gestaltung Zürich és Lars Müller Publishers, 2014

BRODY, Neville és WOZENCROFT, Jon: FUSE 1–20, From Invention to Antimatter: Twenty years of FUSE, TASCHEN, 2012

COHEN, Arthur Allen "The Typographic Revolution: Antecedents and Legacy of Dada Graphic Design," in: Dada Spectrum: The Dialectics of Revolt, szerk.: Foster Stephen és KUENZLI, Rudolf, Madison, Coda Press, 1979

DE JONG, Cees, PURVIS W., Alston, THOLENAAR, Jan: Type, A Visual History of Typefaces and Graphic Styles, Volume 1 1628-1900 / Volume 2, 1901-1938, Taschen, 2013

FAWCET-TANG, Roger és JURY, David (bevezető): New Typographic Design, Yale University Press, 2004

GILL, Eric: An essay on Typography, Penguin Books, (első kiadás: 1931), 2013

HELLER Steven és ANDERSON Gail: The Typography idea book, Laurence King, 2016

HELLER, Steven és MEGGS, B. Philip: Texts on Type: Critical Writings on Typography, Allworth Press, 2001

HELLER, Steven és PETTIT, Elinor: Design Dialogues, Allworth Press, 1998

HELLER, Steven: Design Literacy: Understanding Graphic Design, Allworth Press, 2004

HORTON, Ian és FURNÉE, Bettina: Hard Werken: One for All: Graphic Art and Design 1979–1994, Valiz, 2018

HUNT, Richard: Advanced typography, from knowledge to mastery, Bloomsbury, 2020

---

JARRETT, Marvin Scott és KUPIERS Dean: Ray Gun: Out of Control, Simon and Schuster, 1997

JURY, David: Mi az a tipográfia?, Scolar Kiadó, 2007

JURY, David: Reinventing Print, Technology and Craft in Typography, Bloomsbury, 2018

KUNZ, Willi: Typografie: Makro + Mikro Ästhetik, Niggli, 2002

MEGGS, B. Philip: A History of Graphic Design, Allen Lane, 1983

MÜLLER, Lars (szerk.): Josef Müller Brockmann Pioners of Swiss Graphic Design, Lars Müller Publishers, 2015

POYNOR, Rick és BOOTH-CLIBBORN, Edward: Typography now, the next wave, Booth-Clibborn Editions, (első kiadás: 1991) 1994

POYNOR, Rick: No More Rules: Graphic Design and Postmodernism, Yale University Press, 2003

SCHMID, Helmut: Ruder Typography Ruder Philosophy, Lars Müller Publishers, 2017

SCHMID, Helmut: Schmid typography, Graphic-Sha Publishing, 2022

SPENCER, Herbert: Pioneers of Modern Typography, MIT Press, 1983

Tevan Andor: A könyv évezredes útja, Gondolat Kiadó, 1973

TSCICHOLD, Jan: Meisterbuch der Schrift, Nikol Verlag, 2011

VOELKER, Ulysses: Structuring Design, Graphic Grids in Theory and Practice, Niggli Verlag, 2020

WOZENCROFT, Jon: The Graphic Language of Neville Brody 2, Thames and Hudson, 1994

## **KÉPEK FORRÁSA**

1. RUDER, Emil: Typographie: A manual of Design, Niggli Verlag, 2001, (27.o.)
2. Giambattista Bodoni: Manuale Typografico, Taschen, 2016 (eredeti kiadás 1818) (nincs oldalszám)
3. Giambattista Bodoni: Manuale Typografico, Taschen, 2016 (eredeti kiadás 1818) (nincs oldalszám)

---

Oliver Simon: Introduction to Typography, Faber and Faber, London, 1945 (67.o., 73.o.)	4.
Oliver Simon: Introduction to Typography, Faber and Faber, London, 1945 (73.o.)	5.
<a href="https://twitter.com/DesignMuseum/status/712957241062592512/photo/1">https://twitter.com/DesignMuseum/status/712957241062592512/photo/1</a> (elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 29.)	6.
<a href="https://fisher.library.utoronto.ca/collections/kelmscott-chaucer">https://fisher.library.utoronto.ca/collections/kelmscott-chaucer</a> (elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 29.)	7.
<a href="https://blogs.ethz.ch/prespecific/2013/08/05/un-coup-de-des-mallarme-1897/">https://blogs.ethz.ch/prespecific/2013/08/05/un-coup-de-des-mallarme-1897/</a> (elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 29.)	8.
BARTRAM, Alan: Futurist typography and the liberated text, The British Library, 2005 (125.o.)	9.
(140.o.)	10.
(147.o.)	11.
TSCHICHOLD, Jan: The New Typography, University of California Press, 2006 (172.o.)	12.
EISELE, Petra, NAEGELE, Isabel és LAILACH Michael (szerkesztők): Moholy-Nagy and the New Typography, Kettler Verlag, 2019 (136.o.)	13.
EISELE, Petra, NAEGELE, Isabel és LAILACH Michael (szerkesztők): Moholy-Nagy and the New Typography, Kettler Verlag, 2019 (114.o.)	14.
TSCHICHOLD, Jan: The New Typography, University of California Press, 2006 (164.o.)	15.
RUDER, Emil: Typographie: A manual of Design, Niggli Verlag, 2001 (137.o.)	16.
RUDER, Emil: Typographie: A manual of Design, Niggli Verlag, 2001 (79.o.)	17.
RUDER, Emil: Typographie: A manual of Design, Niggli Verlag, 2001 (238.o., 239.o.)	18.
<a href="http://page-spread.com/schiff-nach-europa-reprint/">http://page-spread.com/schiff-nach-europa-reprint/</a> (elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 29.)	19.
WEINGART, Wolfgang: My Way to TYPOGRAPHY, Lars Müller Publishers, 2014 (400.o.)	20.
WEINGART, Wolfgang: My Way to TYPOGRAPHY, Lars Müller Publishers, 2014 (399.o.)	21.
BRODY, Neville és WOZENCROFT, Jon: FUSE 1-20, TASCHEN, 2012 (162.o., 186.o., 234.o.)	22.
BRODY, Neville és WOZENCROFT, Jon: FUSE 1-20, TASCHEN, 2012 (255.o.)	23.

---

---

- 
24. VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery:  
Emigre (The Book): Graphic Design into the Digital Realm, Van Nostrand Reinhold /  
Byron Preiss Visual Publications, 1993 (186.o. , 162.o., 198.o.)
  25. VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery:  
Emigre (The Book): Graphic Design into the Digital Realm, Van Nostrand Reinhold /  
Byron Preiss Visual Publications, 1993 (18.o.)
  26. VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery:  
Emigre (The Book): Graphic Design into the Digital Realm, Van Nostrand Reinhold /  
Byron Preiss Visual Publications, 1993 (36.o., 39.o., 54.o., 61.o.)
  27. VANDERLANS, Rudy, LICKO, Zuzanna, GRAY, E. Mary és KEEDY, Jeffery:  
Emigre (The Book): Graphic Design into the Digital Realm, Van Nostrand Reinhold /  
Byron Preiss Visual Publications, 1993 (68.o.)
  28. BLACKWELL, Lewis: David Carson: 2nd sight, Laurence King Publishing, 1997
  29. [https://www.st-johnsacademy.org.uk/wp-content/uploads/2019/11/  
David-Carson-Context-and-Activity-One.pdf](https://www.st-johnsacademy.org.uk/wp-content/uploads/2019/11/David-Carson-Context-and-Activity-One.pdf)  
(elérhetőség ellenőrizve: 2022. 06. 29.)
  30. BLACKWELL, Lewis: David Carson: 2nd sight, Laurence King Publishing, 1997
  31. BLACKWELL, Lewis: David Carson: 2nd sight, Laurence King Publishing, 1997
  32. BLACKWELL, Lewis: The End of Print, 2nd edition: The Grafik Design of David  
Carson, Laurence King Publishing, 2000
  33. BLACKWELL, Lewis: The End of Print, 2nd edition: The Grafik Design of David  
Carson, Laurence King Publishing, 2000



---

## EREDETISÉGI NYILATKOZAT

---

Alulírott SIMON PÉTER BENCE (szül. hely, idő: BUDAPEST, 1976. 02. 23., anyja neve: NAGY EMMA, szem. ig. szám: 104791RA), a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem Doktori Iskola doktorjelöltje kijelentem, hogy a TYPOSPECT (TIPOGRÁFIAI NÉZŐPONT) KÉPREJTVÉNYEK – SZÖVEGMEGOLDÁSOK című doktori értekezésem saját művem, abban a megadott forrásokat használtam fel. Minden olyan részt, amelyet szó szerint vagy azonos tartalommal, de átfogalmazva más forrásból átvettem, egyértelműen, a forrás megadásával megjelöltem.

Kijelentem továbbá, hogy a disszertációt saját szellemi alkotásomként, kizárólag a fenti egyetemhez nyújtom be.

Kelt:

aláírás

