

Funkcionalnost i estetika švicarskog dizajna

Jurković, Kristina

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:578033>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-06-26**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



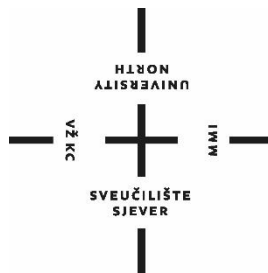
DIPLOMSKI RAD br. 098-MMD-2023

FUNKCIONALNOST I ESTETIKA
ŠVICARSKOG DIZAJNA

Kristina Jurković

Varaždin, listopad 2023.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Multimedija



DIPLOMSKI RAD br. 098-MMD-2023

FUNKCIONALNOST I ESTETIKA
ŠVICARSKOG DIZAJNA

Student:
Kristina Jurković, 2930/336.

Mentor:
doc. art. dr. sc. Robert Geček


Varaždin, listopad 2023.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Multimedija		
PRISTUPNIK	Kristina Jurković	JMBAG	0336029102
DATUM	26.06.2023.	KOLEGIJ	Projektni studio 1
NASLOV RADA	Funkcionalnost i estetika švicarskog dizajna		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Functionality and aesthetics of Swiss design		
MENTOR	Robert Geček	ZVANJE	izv.prof.art. dr.sc.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Marko Čačić - predsjednik		
	2. doc. dr. sc. Andrija Bernik - član		
	3. izv. prof. dr. sc. Robert Geček - mentor		
	4. izv. prof. dr. sc. Emil Dumić - zamjenski član		
	5. _____		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	098-MMD-2023		
OPIS	<p>Švicarski dizajn, kojeg karakteriziraju funkcionalnost, jednostavnost, jasnoća i preciznost, imao je značajan utjecaj u svijetu dizajna, a pogotovo u području grafičkog i industrijskog dizajna. Ključne promjene koje je švicarski dizajn donio odražavaju se kroz minimalizam (koristi se jednostavan i čist dizajn kako bi se postigla jasnost i lakoća čitanja), tipografiju (jednostavna, čista i čitljiva tipografija - popularni švicarski tipografski fontovi poput Helvetice, Universa i Frutigera često se koriste i danas širom svijeta), grid sustav (koristi se jasno definiran grid sustav za organizaciju sadržaja, omogućuje ravnotežu i lakoću čitanja) i ostalo. Švicarski dizajn imao je dugotrajan utjecaj na dizajnersku industriju te postao temelj za mnoge moderne stilove dizajna. Njegove promjene potaknule su funkcionalnost, estetiku i jasnoću kao ključne vrijednosti u dizajnu. Cilj ovog diplomskog rada je istražiti utjecaj švicarskog dizajna na brendiranje i marketing u usporedbi sa nekim od suprotnih stilova.</p> <p>U prvom poglavlju biti će povijest grafičkog dizajna i švicarskog dizajna. U drugom dijelu kratko će se opisati fontovi ključni za švicarski dizajn. Treći dio će objasniti nastanak tipografije. U četvrtom dijelu opisati će se stilovi koji su suprotnost švicarskom. Nakon toga će biti prikazani rezultati istraživačkog dijela te zaključak, a zadnji dio rada sadržavat će praktični dio - vizuale.</p>		
ZADATAK URUČEN	28. 09. 2023.	POTPIS MENTORA	

ZAHVALA

Ovim putem zahvalila bih svim profesorima Sveučilišta Sjever, smjera Multimedija za nesebično prenošenje svog znanja i iskustva, a posebice mentoru, art. dr. sc. Robertu Gečeku, koji je svojim mentorstvom pomogao da zaključim ovo poglavlje svog obrazovanja. Također mu zahvaljujem što je svojim pristupom za vrijeme studiranja potaknuo moju zainteresiranost za grafički dizajn.

Posebnu zahvalu upućujem svojim najbližima koji su mi bili podrška tijekom cijelog mog školovanja.

SAŽETAK

Svrha ovog diplomskog rada jest istražiti utjecaj dvaju suprotnih stilova u suvremenom kontekstu. Također, bavi se pitanjem jesmo li se prilagodili modernoj estetici koju je usadio švicarski dizajn ili je u nekima još ostao tračak nostalgije koju izaziva pogled na barokni stil.

Oba stila imaju svoje mjesto i primjenu te njihova kombinacija obogaćuje izražavanje i raznolikost u suvremenom dizajnu i umjetnosti. U središtu rada bit će razvoj švicarskog stila.

Ključne riječi: *švicarski stil, tipografija, estetika, funkcionalnost, grafički dizajn*

ABSTRACT

The purpose of this master's thesis is to explore the influence of two contrasting styles in a contemporary context. It also addresses the question of whether we have adapted to the modern aesthetics instilled by Swiss design or if there still remains a hint of nostalgia evoked by the sight of the Baroque style in some individuals.

Both styles have their place and application, and their combination enriches expression and diversity in contemporary design and art. The focus of the thesis will be the development of the Swiss style.

Keywords: *Swiss style, typography, aesthetics, functionality, graphic design*

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. PROFESIJA GRAFIČKOG DIZAJNERA	2
2.1. Usvajanje modernih načela	2
2.2. Razvoj konstruktivnog dizajna.....	3
3. ŠTO JE GRAFIČKI DIZAJN?.....	4
4. POVIJEST GRAFIČKOG DIZAJNA.....	5
5. MODERNIZAM I POSTMODERNIZAM.....	7
5.1. Modernizam	7
5.2. Postmodernizam.....	7
5.3. Modernistički fontovi.....	8
5.4. Postmodernistički fontovi	8
5.5. Rukopis – font Olicana.....	8
6. ŠVICARSKI STIL	9
7. KLJUČNE OSOBE U ŠVICARSKOM STILU.....	11
8. ŠVICARSKI MREŽNI SUSTAV U KIBERNETIČKOM OKRUŽENJU	13
9. ŠVICARSKI STIL I ARHITEKTURA	14
10. ESTETSKI PRINCIPI ŠVICARSKOG STILA.....	17
11. STILOVI KONTRASTNI ŠVICARSKOM DIZAJNU.....	18
11.1. Psihodelična umjetnost.....	18
11.2. Pop art	19
11.3. Barokni stil.....	20
12. FONTOVI.....	21
13. VIZUALNA JASNOĆA	23
.....	23
14. BAUHAUS I NOVA TIPOGRAFIJA	26
15. MODERNA TIPOGRAFIJA	27
16. RAZVITAK TIPOGRAFIJE U AMERICI I EUROPI.....	28
16.1. Britanija i Amerika.....	28
16.2. Njemačka	29
16.3. Francuska	30

17. SUSTAV MREŽE (GRIDOVA).....	31
17.1. Tipografska mreža.....	31
17.2. Svrha mreže.....	31
17.3. Širina stupca.....	31
17.4. Proporcije margine.....	32
17.5. Izgradnja mreže.....	32
17.6. Fotografije i ilustracije u mrežnom sustavu.....	33
17.7. Antičko i moderno doba.....	33
18. ISTRAŽIVANJE.....	35
18.1. Rezultati ankete.....	35
18.2. Zaključak ankete.....	51
18. ZAKLJUČAK.....	52
POPIS LITERATURE.....	53
POPIS SLIKA.....	55
PRILOZI.....	57

1. UVOD

Ovaj diplomski rad bavit će se razvojem švicarskog stila, koji se još naziva i 'međunarodni stil' ili 'međunarodni tipografski stil', kao i njegovom estetikom i funkcionalnošću.

Švicarski stil, kojeg karakteriziraju jednostavnost, funkcionalnost i minimalizam, suprotstavlja se baroknom stilu koji je raskošan, detaljan i dramatičan. Barokna estetika, iako iz prošlih vremena, i dalje ostavlja svoj trag i potiče razmišljanje o tome kako su se estetske preferencije mijenjale i prilagođavale kroz povijest. Švicarski stil često postavlja poseban naglasak na tipografiju kao ključni element dizajna - kroz pažljiv odabir fontova, postavljanje teksta i organizaciju elemenata na stranici, dizajneri postižu suptilan, ali snažan utjecaj na percepciju i učinak njihovih dizajna. Sustav mreže (grid system) bitan je i koristan alat za postizanje principa švicarskog stila koji omogućuje dizajnerima da kroz njegovu strukturu i organizaciju postignu čist, funkcionalan i estetski privlačan izgled.

Na samom početku rada čitateljima će se поблиže objasniti što je to grafički dizajn te objasniti pokrete poput modernizma i postmodernizma. Zatim slijedi glavni dio rada, a to je švicarski stil, čija će se primjena osim u grafičkom dizajnu spominjati i u kontekstu arhitekture. Nakon toga će se govoriti o tipografiji i njenom razvoju. Kraj rada sadržavat će analizu istraživačkog dijela o utjecaju švicarskog i baroknog stila na brendiranje i marketing.

2. PROFESIJA GRAFIČKOG DIZAJNERA

Krajem 19. i početkom 20. stoljeća, pojam 'grafičkog dizajnera' kao profesije još nije postojao, no taj su posao obavljale tiskare u kojima su se vršile pripreme za tiskanje knjiga, brošura te različitih tiskanih materijala. Ono što je iniciralo početak razvoja grafičkog dizajna bili su tečajevi primijenjenog grafičkog dizajna koji su se u Baselu i Zurichu počeli provoditi već od 1915 godine.

Grafički dizajn tako je postepeno postajao neizostavan dio obrazovnih programa širom Švicarske. Programi su bili organizirani kao ključni element inovativnog sustava obrazovanja i osposobljavanja s dvostrukim pristupom u struci. Osim što su potaknuli razvoj stručnjaka, također su obogatili baštinu švicarskog dizajna.

Dva načina stručnog osposobljavanja prakticirala su se u grafičkom dizajnu: jedan spaja teorijsko učenje u učionici s praktičnim radionicama, dok drugi uključuje praktično usavršavanje koje se obavljalo u tvrtki uz dodatne aktivnosti u učionici i radionicama. Studenti koji su željeli usvojiti vještine grafičkog dizajna morali su najprije proći pripremnu fazu koja je bila preduvjet za upis u preliminarni tečaj u Bauhaus školi. Ovaj pripremni tečaj i dalje postoji u modernom obliku.

2.1. Usvajanje modernih načela

Osnutkom švicarskog Werkbunda (pokret koji je promovirao suradnju između umjetnika, dizajnera i industrije) 1913. godine, Švicarska je nastojala usvojiti sličan pristup promicanju dizajna i industrije kao što je to učinjeno u Njemačkoj. Švicarski Werkbund značajno je doprinio napretku švicarske tiskarske i grafičke industrije. Njegov cilj bio je unaprijediti tehničku i estetsku kvalitetu proizvoda, kao i marketing švicarskih proizvoda.

U 1920-ima, Švicarski Werkbund aktivno je podržavao koncept funkcionalnog industrijskog dizajna i surađivao sa Školom umjetnosti i obrta u Zürichu kako bi pridonio razvoju suvremenog grafičkog dizajna. Od 1920. do 1956. godine voditelj programa za grafički dizajn bio je Ernst Keller koji je također bio jedan od suosnivača škole. Neki od studenata koji su pohađali Kellerov program ostvarili su značajno međunarodno priznanje, a moglo bi se izdvojiti dizajnera fontova Hansa Eduarda

Meiera koji je razvio font Syntax te grafičke dizajnere kao što su Richard Paul Lohse, Hermann Eidenbenz i Lora Lamm, koji su razvili vlastite jedinstvene stilove. Škola umjestnosti i obrta u Baselu pridonijela je dodatnom obogaćivanju paleta dizajnerskih stilova.

2.2. Razvoj konstruktivnog dizajna

Ilustrativni grafički dizajn i dalje je često korišten za reklamne plakate usmjerene prema potrošačkom tržištu, dok je konstruktivni grafički dizajn postao prevladavajući u drugim medijima kao što su publikacije, logotipi i slično. Konstruktivni švicarski grafički dizajneri bili su poznati po svojoj vještini u radu s tipografijom, organizacijom sadržaja i fotomontažom, što ih je činilo posebno kompetentnima u ovim područjima u usporedbi s ilustratorima koji su koristili tradicionalne alate poput olovaka i kistova. Oko 1929. godine, Richard Paul Lohse i Hans Neuburg upoznali su industrijskog grafičkog umjetnika Antona Stankowskog iz Bochuma tijekom svog rada u reklamnoj agenciji Max Dalang u Zürichu. Od Stankowskog su naučili tehniku fotomontaže. Nadahnuti Stankowskovim pristupom i europskim konstruktivizmom, Lohse, Neuburg i Max Bill, razvijali su svoj vlastiti, strog stil grafičkog dizajna koji su posvetili onome što su nazvali "konkretna umjetnost". Max Bill također je bio odgovoran za stvaranje prvog pravog sustava mreže (grid system) u kasnim 1930-ima. [1]

3. ŠTO JE GRAFIČKI DIZAJN?

Grafički dizajneri koriste grafički jezik za interpretaciju i prezentaciju informacija putem različitih medija, kao što su papir ili ekrani. Grafički jezik može uključivati verbalne, vizualne ili shematske elemente. U ovom procesu prezentacije grafičkog jezika, surađuju s različitim profesionalcima kao što su ilustratori, fotografi, programeri, tiskari, pisci i drugi. [2]

Grafički dizajn predstavlja disciplinu koja se bavi planiranjem i rješavanjem problema putem kombinacije vizualnih i verbalnih elemenata kako bi se oblikovala estetski i tehnički ispravna poruka. Povijest oblikovanja poruka pomoću teksta i slika ima dugu povijest, koja seže od drevnih egipatskih, grčkih, rimskih i kineskih rukopisa, pa sve do srednjovjekovnih manuskripta i kodeksa.

Izum tiskarskog stroja Johanna Gutenberga 1450. godine bio je rezultat kombinacije raznih kineskih tiskarskih inovacija i označio je početak procvata tiskarstva i tipografije u Europi. U 16. stoljeću, Francuska je postala europsko središte tiskarstva, postavši standard za kvalitetu tiska koji se širio diljem kontinenta. U to vrijeme, slova su bila inspirirana starorimskim natpisima, no kasnije je uveden italik kako bi se postigao veći sadržaj na stranicama. U doba rokoka, korištene su krivuljaste linije i cvjetni ukrasi. Kasnije, prevladavao je elegantan dizajn s pravolinijskim oblicima i minimalističkim geometrijskim ukrasima. [3]

4. POVIJEST GRAFIČKOG DIZAJNA

Industrijska revolucija, koju se svrstava između 1760. i 1840. godine, označila je dramatičan period društvenih i ekonomskih transformacija. Ključni pokretač promjena bio je prelazak s agrarnog društva na industrijsko, a transformaciju je pokrenula upotreba nove energije.

Glavni izvor energije bila je ljudska i životinjska snaga sve do razvitka parnog stroja James Watta, kojeg je počeo široko koristiti 1780-ih godina. Tijekom devetnaestog stoljeća, učinkovitost i količina energije proizvedene parnim strojem dramatično su porasle, čime su revolucionirale proizvodne procese.

U posljednjim desetljećima stoljeća, električna energija i benzinski motori dodatno su unaprijedili produktivnost. Razvijen je sustav tvornica s proizvodnjom strojeva i podjelom rada, što je omogućilo masovnu proizvodnju. Uz to, novi materijali, posebno željezo i čelik, postali su široko dostupni, doprinoseći daljnjem napretku industrijskog procesa.

Rapidna urbanizacija dogodila se jer su masovne migracije ljudi napustile ruralne sredine i krenule prema gradovima u potrazi za zaposlenjem u rastućim tvornicama. Tijekom tog vremena, politička moć premjestila se s plemstva prema kapitalističkim proizvođačima, trgovcima i čak radničkoj klasi. Znanstvena spoznaja sve više je primijenjena na procese proizvodnje i razvoj materijala.

U zapadnim zemljama, kapitalisti su zamijenili vlasnike zemljišta kao najutjecajnijiu silu, a ulaganje u strojeve za masovnu proizvodnju postalo je ključno za promjene u industriji. Brzi rast urbane populacije s povećanom kupovnom moći potaknuo je tehnološka unapređenja. To je omogućilo masovnu proizvodnju, što je rezultiralo većom dostupnošću i smanjenjem troškova. Jeftiniji i obilniji proizvodi postali su dostupni, što je stvorilo masovno tržište i dodatno povećalo potražnju. Ovaj ciklus ponude i potražnje postao je pokretač neprekidnog industrijskog razvoja, pri čemu su grafički elementi igrali značajnu ulogu u promociji tvorničke proizvodnje.

Nestabilan napredak tijekom industrijske revolucije donio je sa sobom socijalne izazove i posljedice. Radnici koji su napustili ruralna područja kako bi radili u gradskim tvornicama bili su primorani raditi po 13 sati dnevno, plaće su bile niske, a životni uvjeti loši. Tvornice su se počele zatvarati iz raznih razloga, među kojima su

prevelika proizvodnja, ekonomska depresija te gubitak poslova zbog tehnoloških napredaka, što je ostavilo posljedice na radnu snagu koja je uključivala muškarce, žene i djecu.

Kritičari nove industrijske ere tvrdili su da se društvo pomicalo s fokusa na ljudske vrijednosti prema preokupaciji materijalnim dobrima. Upozoravali su da su ljudi gubili veze s lokalnim tradicijama, prirodom, estetskim iskustvom i duhovnim vrijednostima.

Francuska i Američka revolucija doprinijele su većoj društvenoj jednakosti, što je rezultiralo povećanim interesom za javno obrazovanje i pismenost. To je proširilo publiku koja je imala pristup čitanju i pisanju, čime su grafičke komunikacije postale važnije i dostupnije tijekom ovog dinamičnog razdoblja promjena. Tehnološki napredak smanjio je troškove proizvodnje i povećao dostupnost tiskanih materijala, što je bio slučaj i s drugim proizvodima i to je stvorilo rastuću potražnju za tiskanim medijima, označavajući početak ere masovnih komunikacija.

Devetnaesto stoljeće bilo je izuzetno kreativno razdoblje obilježeno raznovrsnim novim tehnologijama, inovativnim tipografskim dizajnom i različitim stilovima. Vidjelo se razvijanje različitih kategorija tipografije, uključujući egipatski i bez-serifni stil, te su se pojavili maštoviti i izvanredni dizajni. [4]

5. MODERNIZAM I POSTMODERNIZAM

Modernizam obuhvaća razdoblje od kasnog 19. stoljeća do sredine 20. stoljeća, s vrhuncem u 1960-ima. Modernizam u umjetnosti predstavlja odbacivanje tradicija viktorijanskog doba i istraživanje pitanja industrijske ere. Ovaj period karakterizira odbacivanje prošlih normi i eksperimentiranje.

S druge strane, postmodernizam je razdoblje koje je uslijedilo nakon modernizma, uglavnom tijekom 1960-ih i 1970-ih. Postmodernizam se odlikuje odbacivanjem stroge rigidnosti modernizma i prihvaćanjem pristupa koji se može opisati kao „sve je dopušteno“ prema tematici, procesima i materijalu.

Oba ova umjetnička pravca predstavljaju različite filozofije i svjetonazore koji su oblikovali umjetničko stvaralaštvo tijekom različitih razdoblja dvadesetog stoljeća. Njihov utjecaj i dalje ostaje prisutan u suvremenim dizajnim. [5]

5.1. Modernizam

Modernizam označava „skup estetskih pokreta koji su se pojavili u Europi 1880-ih, procvjetali prije i nakon Prvog svjetskog rata, te postali institucionalizirani u akademijama i umjetničkim galerijama Europe i Amerike nakon Drugog svjetskog rata.“ (Boyne and Rattansi 1990:6). Adolf Loos u svom je eseju „Ornament i zločin“ iz 1908. godine tvrdio da dekoriranje objekata treba izbjegavati jer često uzrokuje da brzo dolaze i odlaze iz mode. Iz toga djelomice potječe vjerovanje kako modernizam odbacuje ukrase te je sklon čistom, jednostavnom i nedekoriranom grafičkom dizajnu. Drugi izvor istog vjerovanja dolazi iz L. Sullivanove definicije 'zakona' iz 1896. godine da oblik uvijek slijedi funkciju. [6]

5.2. Postmodernizam

Pojam koji označava drugu polovicu 20. stoljeća, a koristi se za niz filozofskih stavova i estetskih stilova. Izraz se prvi put počeo koristiti na prijelazu u 20. stoljeće u svrhu definiranja novih pokreta koji su se oslobađali starog poretka. Pokret je reakcija i suprotstavljanje modernizmu te uključuje različite aspekte u različitim disciplinama poput filozofije, književnosti, glazbe, arhitekture, umjetnosti. Ključni element je

reinterpretacija modernističke pojednostavljenosti, minimalizma i univerzalnih stilova s više ukrasa. [7]

5.3. Modernistički fontovi

Moglo bi se reći da se ključne filozofske razlike između modernizma i postmodernizma najbolje očituju u dizajnu fontova i tipografije. Modernizam je donio čišće i jednostavnije sans-serif fontove, unoseći red u tipografiju, što je rezultiralo korištenjem konzistentnih debljina linija i zaobljenih oblika kako bi se postigli ravnomjerno oblikovani znakovi, kao što je slučaj s fontom Helveticom Neue.

5.4. Postmodernistički fontovi

Fontovi postmodernizma uključuju složenije oblike s više ukrasa te ponovno uvode serifne detalje i nepravilne debljine linija. Postmodernistički fontovi ističu ornamentaciju i osobno izražavanje. Takvi se fontovi često koriste u dizajnu plakata, glazbenim omotima i ostalim kreativnim medijima putem kojih se želi postići određeni estetski efekt.

5.5. Rukopis – font Olicana

Font Olicana tipičan je primjer fonta koji simulira rukopis. Font uključuje veći broj varijacija za pojedine znakove kako isti znak ne bi uvijek izgledao isto kada ga se upiše te se time dobije dojam ručno pisanog teksta. Uključuje povremene mrlje tinte ili otiske prstiju kako bi pojačao dojam da je tekst napisan perom. Iako ne postoji stvarna potreba da se font koristi za simulaciju rukopisa kada se tekst unosi na računalu, ovaj font izvrsno obavlja funkciju oponašanja rukopisa [8]

6. ŠVICARSKI STIL

Švicarski stil proizlazi iz tri ključna faktora. Prvi je geografska pozicija Švicarske i njezina neutralnost u srcu Europe. Drugi je jezični kontekst, gdje sjeverna Švicarska dijeli jezik s Njemačkom i bila je izložena progresivnim idejama 1920-ih. Treći faktor obuhvaća kulturološke aspekte kao što su naglasak na preciznosti, visokokvalitetnim zanatskim vještinama, obrazovnom sustavu i prosvjećenim stavovima u muzejima.

Švicarski grafički dizajn ističe se svojom pažljivošću prema detaljima, inovativnom tipografijom i visokim standardima tiskanja. Ova estetika nije samo prisutna u velikim industrijama poput farmacije i inženjeringa, već i u manjim poduzećima, turističkim materijalima i plakatima. Tijekom 20. stoljeća, tiskarska industrija u Švicarskoj je procvjetala, a veći gradovi imaju i vlastite dnevne novine. Švicarska je također bila prva zemlja koja je profesionalno dizajnirala svoje putovnice. Grafički dizajn igra važnu ulogu u švicarskom društvu, što se očituje u mnogim aspektima, uključujući novčanice, markice i plakate.

Do 1939. godine, Švicarska se suočavala s prijetnjom opstanka uslijed događaja u Europi. Hitler je već anektirao Austriju i dio Čehoslovačke, a Švicarska, smještena između fašističke Italije na jugu i rastuće prijetnje, postala je ranjiva unatoč svojoj neutralnosti. Neutralnost nije jamčila sigurnost, Švicarska se suočila s izazovom velikog broja izbjeglica zbog nezaposlenosti. U cilju očuvanja nacionalne solidarnosti, Švicarska je pokrenula kulturnu inicijativu - nacionalnu izložbu "Landesausstellung" (poznatu kao "Landi") koja se odvijala uz obale Zürichskog jezera. Ova izložba imala je za cilj umiriti napetosti i istražiti različite aspekte društva, uključujući industriju, kulturu, poljoprivredu i ruralni život.

Na natječaju za plakate na izložbi "Landi", Pierre Gauchat osvojio je prvo mjesto za veći plakat s motivom četiri žene u tradicionalnim nošnjama, predstavljajući četiri jezične skupine Švicarske pod zastavama na ljetnom nebu. Ovaj plakat nije bio modernistički, ali je bio šaren i veselo prikazan. Izložba je naglasila tradicionalnu narodnu kulturu, stvarajući svojevrstni domaći "Landi stil" u nekim dijelovima. Unatoč tome, većina progresivnih dizajnera sudjelovala je na izložbi, pridonoseći hladnoj objektivnosti pri predavljanju trgovačkih i industrijskih aspekata švicarskog života. Na izložbi je bio i paviljon posvećen grafičkom obrtu, uključujući prikaz tehnike tiskanja i stari i novi dizajn. Grafički dizajneri su dali izniman doprinos izložbi, ne

samo svojom umjetničkom kreativnošću već i vještinama prenošenja informacija na privlačan i razumljiv način.

Unatoč svojoj neutralnosti, Švicarska nije izbjegla utjecaj rata. Većina dizajnera bila je mobilizirana u vojsci, a nestašice su rezultirale ograničenjima, uključujući hranu i materijale.

Većina grafičkih radova bila je u tradicionalnom stilu, a modernistički pristup, i dalje promoviran od strane nekoliko pojedinaca poput Hansa Neuburga i Richarda Paula Lohsea, ostao je u manjini. Neuburg je zagovarao objektivni stil "Industrie-Graphik", ističući važnost tehničke ljepote proizvoda u industrijskom oglašavanju kroz realistične fotografije i čistu tipografiju.

"Allianz", udruga modernih švicarskih umjetnika, imala je ključnu ulogu u očuvanju modernističke tradicije. Njihovi plakati i katalozi, često stvarani od strane Lohsea ili Billa, promovirali su elegantnu strogost i matematičke sustave konkretne umjetnosti u švicarskom grafičkom dizajnu. [9]

7. KLJUČNE OSOBE U ŠVICARSKOM STILU

- **Josef Müller-Brockmann**, poznati švicarski grafički dizajner 20. stoljeća, studirao je dizajn i arhitekturu te postao europski dizajnerski konzultant. Njegova karijera obuhvaćala je rad na čistom i jednostavnom grafičkom dizajnu, a njegov plakat "Musica viva" iz 1951. godine bio je primjer konstruktivističkog pristupa. Također je suosnovao časopis "Neue Grafik" i bio njegov urednik, fokusirajući se na švicarski dizajn. Kasnije je postao profesor grafičkog dizajna. Autor je nekoliko knjiga o grafičkom dizajnu, uključujući "The Graphic Artist and his Design Problems" i "Grid Systems in Graphic Design."

Müller-Brockmann je istaknuo da teži sistematičnom redu u dizajnu, unatoč tome što pronalaženje reda često predstavlja izazov. Naglasio je važnost jasnog rasporeda tipografskih i slikovnih elemenata u svom radu. Bijele stranice njegovih plakata smatrao je svojim najboljim djelom. Nekada pod utjecajem Carla Junga, kasnije se povukao, ali smatrao je nesvjesno dijelom podrške strukturi njegovog rada. Svojim radom želio je živopisno komunicirati informacije o ideji, događaju ili proizvodu, a ne stvarati vječne izjave. Njegovi jednostavni dizajni i upotreba tipografije ostaju inspiracija za nove generacije dizajnera. [10]

- **Max Bill**, švicarski umjetnik i dizajner, pionir pokreta konkretne umjetnosti (Art Concrete), kombinirao je konstruktivizam s matematikom u svojoj umjetničkoj praksi. Rođen je 1908. u Švicarskoj i studirao na priznatim školama poput Bauhauusa. Bill je bio suosnivač Ulmske škole umjetnosti i obrta i kasnije je služio u Švicarskom parlamentu. Umro je 1994. u Berlinu. Njegovi kronoskopi i umjetnička djela su izloženi u mnogim poznatim institucijama, uključujući Muzej moderne umjetnosti u New Yorku, Umjetnički institut u Chicagu i Nacionalnu galeriju umjetnosti u Washingtonu, D.C. [11]

Od 1932. do 1936. godine, Max Bill bio je član pariške umjetničke grupe "Abstraction-Création". Godine 1936. formulirao je Načela konkretne umjetnosti, nadograđujući ih na ideje koje je predstavio Theo van Doesburg. To ga je učinilo značajnim predstavnikom konkretnog umjetničkog pokreta. Njegove teorijske publikacije učinile su ga utemeljiteljem moderne konkretne umjetnosti u poratnoj Europi, posebno među bivšim studentima Bauhauusa.

Konkretna umjetnost nastoji prenijeti apstraktne ideje u konkretna umjetnička djela, a Bill, zajedno s drugim švicarskim umjetnicima, bio je ključna figura u Zürichskoj školi konkretne umjetnosti, koja je bila inspirirana Wassilyjem Kandinskim i Paulom Kleom.

Max Bill koristio je matematiku i fiziku kao inspiraciju za svoj jedinstveni apstraktni geometrijski stil. Njegova umjetnost obuhvaćala je različite medije, uključujući slikarstvo, skulpturu, arhitekturu i dizajn namještaja. Njegova poznata djela uključuju "Ulmer Hocker" stolicu i granitnu skulpturu "Pavillon Skulptur" u Zürichu. Bill je svoju umjetničku karijeru započeo s pejzažima i portretima, ali je kasnije usvojio konzistentnu geometrijsko-konstruktivnu apstrakciju koja je postala ključna za švicarsku umjetničku scenu. Bill je također imao preko 200 samostalnih izložbi svojih radova. [12]

- **Adrian Frutiger**, pionirski dizajner fontova, postavio je trend stvaranja univerzalnih obitelji fontova kao što je Univers. Ovaj trend naglašavao je različite varijacije unutar istog tipografskog stila, pružajući veću fleksibilnost. Njegov rad je također otvorio put za mnoge druge tipografske projekte, uključujući poznati Helvetica font.
- **Ernst Keller**, otac švicarskog dizajna koji je kao nastavnik na Školi primijenjenih umjetnosti u Zürichu, utjecao na mnoge buduće dizajnere i promovirao rešetkaste sustave koji su postali karakteristični za švicarski stil. Također je naglašavao da dizajn treba biti usklađen sa sadržajem i isticao važnost tipografije. Njegova strast prema upečatljivoj grafici, nepravilnim rasporedima i bezserifnim fontovima oblikovala je ovaj pokret i postala ključno obilježje švicarskog stila.
- **Armin Hofmann**, zajedno s Emilom Ruderom, osnivač Škole za oblikovanje (Schule für Gestaltung), postao je poznat po svojim nekonvencionalnim metodama podučavanja. Njegova posebna strategija koristila je snažne kontraste i istaknutu tipografiju. [13]
- **Max Miedinger**, sredinom 1950-ih, stvorio je font Helvetica, koji je postao ključni font 20. stoljeća. Nakon obuke u tiskarstvu i studija u Zürichu, radio je u oglašavanju i tipografskoj tvornici prije nego što je započeo samostalnu karijeru 1956. godine. 1960. godine, njegov bezserifni font Haas preimenovan je u Helvetica i postao je ikona švicarskog dizajna zbog svoje jasnoće i čitljivosti. [14]

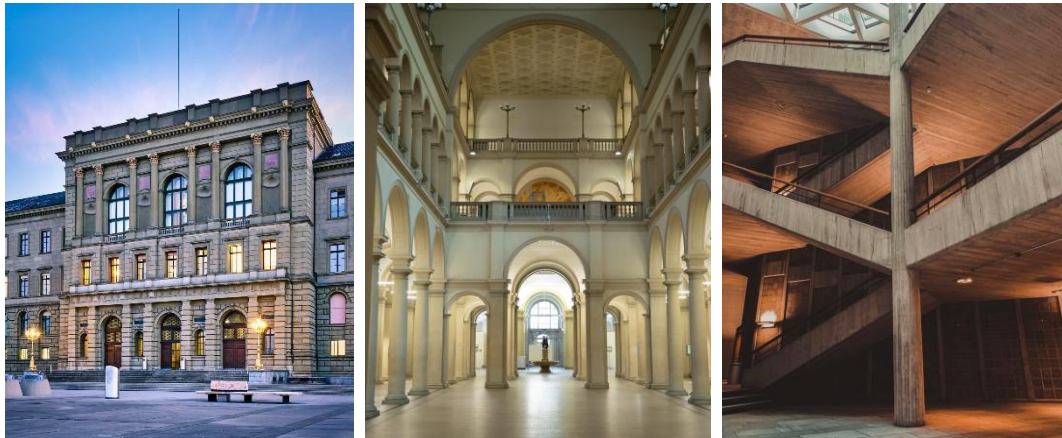
8. ŠVICARSKI MREŽNI SUSTAV U KIBERNETIČKOM OKRUŽENJU

Švicarski dizajn, koji se primjenjuje na web, naglašava čitljivost, jednostavnost, i jasnoću u komunikaciji. On se oslanja na tipografiju i univerzalne principe, što ga čini moćnim alatom na internetu. U web dizajnu, mrežni sustavi, kao što su 960 Grid System, Fluidable, Columnal i Cardinal, razvijeni su kako bi olakšali postavljanje sadržaja na web stranice. Ovi CSS okviri nude česte dimenzije koje pojednostavljaju dizajniranje weba temeljenog na rešetkama i rezultiraju estetski privlačnim stranicama. Rešetke pomažu organizirati sadržaj dosljedno i predvidljivo, smanjujući time zbunjenost korisnika. Ovaj stil odlikuje se jednostavnim rasporedom, bez-serifnim fontovima, poravnanjem s lijeva i minimalističkim, ali učinkovitim slikama. Te komponente se kombiniraju na logičan, strukturiran, strog i harmoničan način kako bi se istaknula svrha komunikacije i širenja informacija. [15]

"Prema principima konzistentnosti, sustavi su upotrebljiviji i lakše se uče kada se slični dijelovi izražavaju na slične načine, brže se uče nove stvari i usredotočuju pažnju na relevantne aspekte zadatka" (Lidwell, Holden i Butler, 2010: 24)

9. ŠVICARSKI STIL I ARHITEKTURA

Tijekom raznih razdoblja povijesti, Švicarska je igrala važnu ulogu u kulturnom i intelektualnom životu Europe, osobito u vremenima kada je kontinent bio obilježen nesigurnošću i ratovima. Tijekom međuratnog razdoblja, Švicarska je postala mjesto gdje su se mnogi umjetnici, pisci i znanstvenici sklonili kako bi izbjegli političke nemire i progonstva u drugim europskim zemljama. Jedan primjer takvog bijega bio je arhitekt Gottfried Semper, koji je pobjegao u Švicarsku nakon njemačke revolucije 1848. godine i kasnije sudjelovao u izgradnji važne glavne zgrade Saveznog instituta za tehnologiju u Zürichu. U razdoblju između dva svjetska rata, Švicarska je preuzela ulogu autoriteta u području oblikovanja okoliša, iako je to činila nevoljko. Ideje iz drugih dijelova svijeta stekle su svoj puni potencijal u Švicarskoj zbog visokih standarda tehničkog iskustva i izvrsne zanatske vještine. Ova kombinacija je omogućila visoku kvalitetu izvedbe različitih projekata. U ovom periodu, Švicarska je postala kreativno središte gdje su ljudi imali vremena razmišljati o novim pristupima dizajnu i izradi.



Slika 1. Zgrada Saveznog instituta za tehnologiju

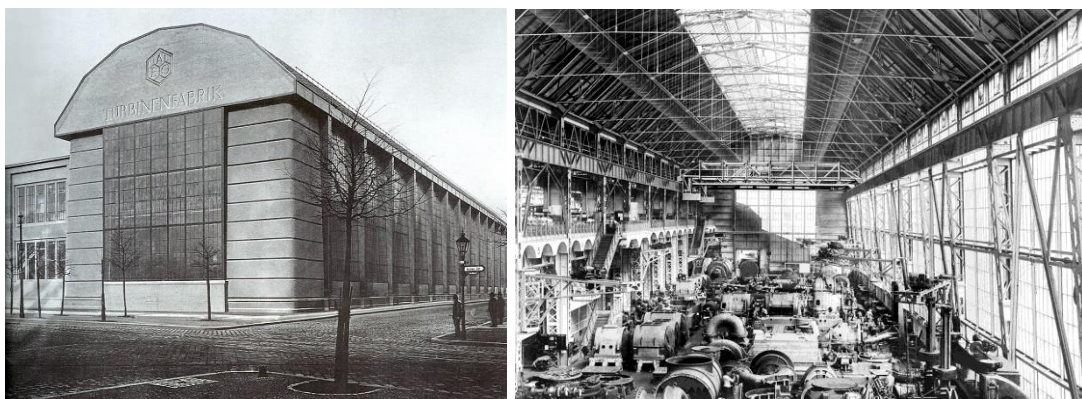
Izvor: <https://www.zuerich.com/en/visit/attractions/main-building-of-the-eth-zurich>

Posebno važan događaj koji se odigrao u Švicarskoj jest osnivanje C.I.A.M.-a (Međunarodni kongresi moderne arhitekture) 1928. godine. Ovaj međunarodni kongres okupio je moderniste iz cijelog svijeta u Švicarskoj, a švicarski arhitekti odigrali su ključnu ulogu u organizaciji. C.I.A.M. je postao platforma za raspravu o modernoj arhitekturi i oblikovanju. U 1930-ima Švicarska je postala ključna u razvoju funkcionalne arhitekture. Grupa vodećih švicarskih arhitekata izgradila je Werkbund-

Siedlung Neubühl u Zürichu, što je bio značajan korak prema stvaranju funkcionalnih stambenih jedinica. No, uspon nacizma u Njemačkoj doveo je do dvaju suprotstavljenih trendova u švicarskoj arhitekturi - razvoja moderne arhitekture i vraćanja tradicionalnim, lokalnim elementima (Heimatstil).

Nakon Drugog svjetskog rata, Švicarska je postala globalno priznata u području arhitekture i dizajna. Suvremena švicarska arhitektura danas kombinira tradiciju i modernizam. Arhitekti se sve više usmjeravaju prema funkcionalnosti i individualizmu, što rezultira raznolikim i inovativnim projektima koji odražavaju širok spektar potreba i preferencija. Unatoč izazovima koje donosi moderna gradnja, Švicarska ostaje zemlja koja cijeni arhitekturu i oblikovanje te njihovu sposobnost da oblikuju okolinu i društvo. [16]

Peter Behrens značajan je arhitekt koji je 1909. godine završio tvornicu turbina AEG u Berlinu i sudjelovao u dizajniranju električne opreme, reklamnog materijala te poslovnih i industrijskih objekata. Njegovo sudjelovanje označilo je važan trenutak u povijesti umjetnosti 20. stoljeća, anticipirajući moderni industrijski dizajn i integraciju umjetnosti u industriju. [17] Behrensov prvi zadatak za AEG bio je redizajn svjetiljke, kroz koji je istaknuo funkcionalnost i formu koja reflektira karakter objekta i nove tehnologije. Njegovi uspješni redizajni doveli su ga do dizajniranja AEG-ovog zaštitnog znaka i drugih predmeta. Behrens je izgled tvornice turbina pojednostavio koristeći manje, ali masivnije nosače od uobičajenih. [18]



Slika 2. Tvornica turbina - eksterijer i interijer

Izvor: <https://www.khanacademy.org/humanities/art-1010/architecture-design/international-style/a/peter-behrens-turbine-factory>

Behrens, zajedno s Walterom Gropiusom i Brunom Tautom, bio je ključna figura u razvoju moderne arhitekture. Ova nova arhitektura promovirala je "međunarodni" stil zgrada koji je imao zajedničke karakteristike u Njemačkoj, Švicarskoj, Nizozemskoj, Rusiji i Sjedinjenim Američkim Državama. Također je bila povezana s umjetničkim pokretima poput neoplastičarstva, konstruktivizma i suprematizma. Neki od značajnih projekata toga razdoblja uključuju naselje Weissenhof u Stuttgartu, Schroeder kuću Gerrita Rietvelde, Bauhaus u Dessau, Villa Savoye Le Corbusiera, njemački paviljon Miesa van der Rohea u Barceloni i sanatorij Aaltoa u Paimiju. [17]



Slika 3. Villa Savoye Le Corbusiera

Izvor: <https://www.khanacademy.org/humanities/art-1010/architecture-design/international-style/a/corbusier-savoye>

10. ESTETSKI PRINCIPI ŠVICARSKOG STILA

Međunarodni stil ističe tri glavna estetska načela:

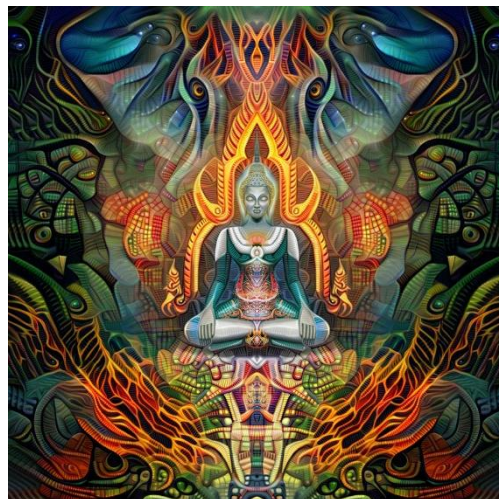
1. **Naglasak na volumenu:** Ovaj stil ističe važnost prostora omeđenog tankim plohama ili površinama umjesto stvaranja dojma mase i čvrstoće.
2. **Pravilnost umjesto simetrije:** Umjesto tradicionalne simetrije ili drugih vidljivih ravnoteža, ovaj stil teži pravilnosti u oblikovanju.
3. **Ovisnost o eleganciji materijala, tehničkoj savršenosti i finim proporcijama:** Međunarodni stil naglašava ljepotu i kvalitetu materijala, tehničku preciznost i pažljivo razmatrane proporcije umjesto primijenjenog ukrasa. [19]

11. STILOVI KONTRASTNI ŠVICARSKOM DIZAJNU

11.1. Psihodelična umjetnost

Psihodelična umjetnost duguje svoje korijene modernim pokretima apstrakcije i nadrealizma. Šezdesete godine donijele su "Psihodeličnu eru" obilježenu upotrebom psihoaktivnih droga koje mijenjaju percepciju i razmišljanje. Ova era stvorila je mnoge ikonične umjetnike i glazbenike čiji su radovi često odražavali njihova vlastita psihoaktivna iskustva. Timothy Leary, američki profesor psihologije, eksperimentirao je s tim drogama, vjerujući da će promijeniti čovjeka i društvo. Do 1967. godine, mnogi mladi ljudi u SAD-u koristili su droge kao znak pobune protiv tradicionalnih vrijednosti. [20]

- Izrazito svijetle boje
- Zrcaljenje, simetrične slike, detaljni geometrijski uzorci
- Životinje, nadnaravni oblici ili bića
- Valovita i iskrivljena slova
- Duhovne i mistične teme [21]



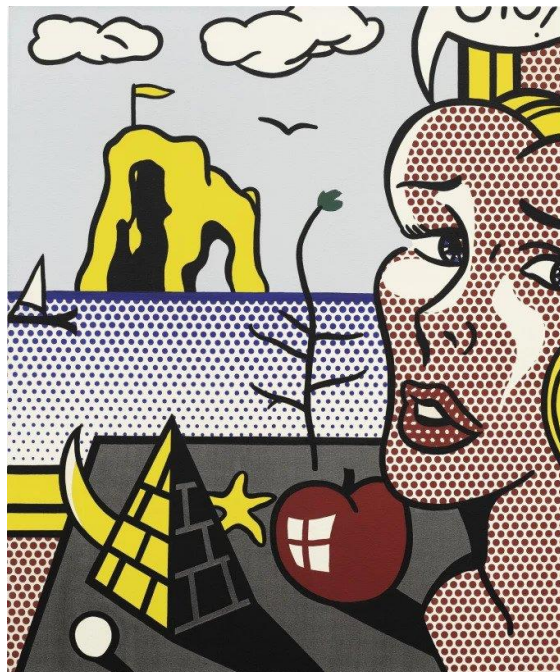
Slika 4. Psihodelična umjetnost

Izvor: <https://veronicasart.com/psychedelic-art-guide-history-styles-music-spiritual-dimensions/>

11.2. Pop art

Pop Art ili popularna umjetnost, smjer je koji se pojavio u Ujedinjenom Kraljevstvu 1950-ih i brzo se proširio u SAD. Nastao je kao odgovor na tadašnje društveno-političke okolnosti nakon Drugog svjetskog rata. Umjetnici kao što su Andy Warhol, Roy Lichtenstein i James Rosenquist, umjesto na klasične umjetničke teme, fokusirali su se na svakodnevne objekte i masovno proizvedene proizvode. Pop Art se ističe po svojoj prepoznatljivosti zbog uključivanja komercijalnih slika i postao je jedan od najpoznatijih stilova moderne umjetnosti. [22]

- Slike iz popularnih medija
- Kućanski predmeti
- Potrošački proizvodi
- Agresivnost
- Jarke boje
- Oštri rubovi [23]



Slika 5. Pop art

Izvor: <https://www.sothebys.com/en/art-movements-pop-art>

11.3. Barokni stil

Barokno razdoblje, koje se proteže od 16. do 18. stoljeća, često se smatra kontrastom renesanse iz 15. stoljeća. Nastao je u Italiji te se njegov utjecaj brzo raširio po cijeloj Europi. Barok se prvotno doživljavao negativno zbog svoje pretrpanosti. „Barok“ potječe od portugalske riječi za opisivanje nepravilnog bisera. Ovo razdoblje obuhvaća širok spektar stilova i izraza, od jednostavnih do vrlo složenih, ali uvijek zadržava svoju jedinstvenu vrijednost. Barokna umjetnost primjenjuje se u različitim područjima; u arhitekturi, slikanju, glazbi, kiparstvu, grafičkom dizajnu.

- Raskoš
- Drama
- Religija
- Dinamika
- Religiozne teme
- Ornamenti



Slika 6. Barokni stil

Izvor: <https://magazine.artland.com/baroque-art-definition-style/>

12. FONTOVI

Bez-serifna slova ključna su za švicarski stil, koji se usredotočuje na sadržaj bez suvišnih ukrasa. Time se omogućuje gledateljima da se dublje povežu s informacijama i analizom umjesto da ih odvlače dekorativni elementi. Ovaj pristup naglašava važnost odabira tipografije u švicarskom dizajnu. Sljedeći fontovi su oni koji istinski naglašavaju osnovne principe ovog stila:

- **Akzidenz Grotesk** - prvi put predstavljeno 1896. godine od strane Berthold Type Foundry, igralo je ključnu ulogu u razvoju švicarskog stila u dizajnu fontova. Ovo pismo se smatra jednim od prvih svoje vrste i brzo je postalo jedno od najvažnijih i najčešće korištenih pisama tog razdoblja. Ističe se jednostavnošću i karakterom bez serifa, što ga čini čitljivim i prilagodljivim za različite potrebe. U Sjedinjenim Američkim Državama prodavalo se pod različitim imenima kao "Standard" ili "Basic Commercial," što jasno ukazuje na njegov globalni utjecaj.
- **Univers** - font kojeg je 1954. godine stvorio Adrian Frutiger, često smatran jednim od najutjecajnijih dizajnera pisama u 20. stoljeću. Ovaj font je bio inovativan jer je omogućio korisnicima da koriste isto pismo u različitim veličinama i debljinama, čime je postignuta dosljednost u izgledu dokumenata. Izvorno je izdan od strane Danberry & Peignot 1957. godine, a kasnije je prešao u vlasništvo Haas Type Foundry prije nego što je 2007. godine kupljen od strane Monotypea. Ovaj font ima dubok i dugotrajan utjecaj na svijet dizajna pisama. [25]
- **Helvetica** - Helvetica je font koji je postao izuzetno popularan od svog prvog pojavljivanja 1957. godine. Njegova popularnost leži u bogatom spektru težina i širina koje su razvijene tijekom godina, što ga čini iznimno prilagodljivim za različite dizajnerske potrebe. Helvetica je ime dobila po svojoj domovini, Švicarskoj, jer riječ "Helvetica" na latinskom jeziku znači "švicarski". Izabrano je ovo ime umjesto "Helvetia", što je latinski naziv za Švicarsku (oba izraza

potječu od "Helvetii", rimskog naziva za keltsko pleme koje je naseljavalo područje koje danas čini Švicarsku). Ime "Helvetica" odabrano je jer je bilo lakše izgovoriti za engleske govornike. Prvobitno je nazvan "Neue Haas Grotesk", a kasnije je preimenovan u "Helvetica" kako bi se poboljšala njegova prepoznatljivost i izgovorljivost. Ova promjena imena bila je ključna za širenje popularnosti fonta, posebno u engleskoj govornim zemljama. Helvetica je brzo postala ključna komponenta švicarskog dizajna i modernističkog grafičkog dizajna općenito. [26]

"Epitom ružnoće" - Wolfgang Weingart; "Malo slovo 'a' u izvornoj ljevaonici i linotipu najljepši je dvodimenzionalni oblik ikad dizajniran" - Katherine McCoy; "Nikad mi se nije svidjelo, nikad ga nisam koristio" - Willi Kunz; "To je moderno slovo. To je jasno slovo. Dobar je za sve" - Massimo Vignelli; "Također sugerira bezukusnost, nedovoljnu hrabrost, nedostatak ambicije" - Neville Brody; "[To] su 'traperice' među vrstama slova" - Adrian Frutiger.

13. VIZUALNA JASNOĆA

Švicarski modernist Carlo Vivarelli istaknuo se u grafičkom dizajnu svojim plakatom koji ističe jasnoću i funkcionalnost. Koristeći samo tri jednostavna elementa - dvije ravne bijele linije teksta u fontu Akzidenz Grotesk i malu polutonsku fotografiju - Vivarelli je uspješno prenio poruku na izravan i uvjerljiv način. Svaki detalj u dizajnu imao je svrhu prenošenja poruke plakata, bez suvišnih elemenata. Njegov plakat za humanitarnu organizaciju "Pomoć starijima" postigao je izvanredan uspjeh kao apel za "dobrovoljne donacije" i osvojio je prvu nagradu na natječaju za plakate, što je formalno priznala švicarska vlada. Ovaj plakat simbolizira naglasak švicarskog grafičkog dizajna na jednostavnosti i učinkovitosti.



16.6: 'Für das Alter' poster designed by Carlo Vivarelli, 1859

*Slika 7. Carlo Vivarelli - poster
'Za starije'*

Izvor: https://archive.org/details/storyofgraphicde0000cram_p4u7/mode/2up?view=theater

Još jedan primjer besprijekornog dizajna dolazi od švicarskog dizajnera Josefa Müllera-Brockmanna, koji je bio pionir novog stila i postao najpoznatiji praktičar istog. Njegova serija koncertnih plakata za Zurichovu koncertnu dvoranu Tonhalle postala je epitom švicarskog dizajna u njegovom minimalističkom, apstraktnom i neutralnom obliku. Najpoznatiji u toj seriji je 'Beethoven' plakat iz 1995. godine, koji sadrži bez-serifni tekst napisan malim slovima u fontu Akzidenz Grotesk, okružen koncentričnim labirintom crnih lučnih oblika. Prema opisu Müller-Brockmannove

supruga, ovaj plakat je stvoren kako bi "izrazio svijet Beethovena, tu oluju... kretanje između neba i zemlje."



Slika 8. Josef Müller-Brockmann - plakat 'Beethoven'

Izvor: https://archive.org/details/storyofgraphicde0000cram_p4u7/mode/2up?view=theater

Nakon Drugog svjetskog rata, švicarski modernisti naglašavali su racionalnost i matematički temeljen dizajn. Koristili su rešetku kao sredstvo za organizaciju tekstova i slika na logičan način u različitim vrstama dizajna. Časopis "Neue Grafik," koji je izlazio između 1958. i 1965. godine, bio je ključno sredstvo za promociju švicarskog stila u grafičkom dizajnu. Iako je prvotno zamišljen kao platforma za globalnu raspravu o modernoj umjetnosti i dizajnu, časopis se većinom bavio švicarskom umjetnošću i dizajnom. No, zahvaljujući jezičnom raznolikošću i jasnoj komunikaciji, privukao je međunarodnu publiku i postao snažan alat za promociju švicarskog dizajna.



16.13: 'Neue Grafik' magazine cover, 1958

Slika 9. Časopis 'Neue Grafik'

Izvor: https://archive.org/details/storyofgraphicde0000cram_p4u7/mode/2up?view=theat

Tijekom vremena ručnog pisanja, koristile su se jednostavne mreže za označavanje linija za pisanje teksta. Kasnije, švicarski modernisti transformirali su ovu mrežu u detaljan dizajnerski sustav usmjeren prema čitateljima. Ova mreža je omogućila organizaciju teksta za brže čitanje i bolje razumijevanje, pružajući osjećaj autoriteta kroz svoju racionalnost. Nakon Drugog svjetskog rata, švicarski dizajn postao je preferirani način komunikacije za multinacionalne korporacije zbog svoje jednostavne i učinkovite estetike. Ovaj stil također je poznat kao Međunarodni tipografski stil. Suprotno tome, psihodelična umjetnost, popularna u 1960-ima i 1970-ima, isticala je individualnost i subjektivnost, suprotstavljajući se kliničkom izgledu Međunarodnog tipografskog stila. [26]

14. BAUHAUS I NOVA TIPOGRAFIJA

Bauhaus je ostavio neizbrisiv trag u svijetu grafičkog dizajna tijekom dvadesetog stoljeća. Mnogi kasniji stilovi entuzijastično su usvojili ili se suprotstavljali njegovim idejama. Ovaj utjecaj i dalje je prisutan iako su godine prošle od njegova nastanka, što je izvanredno s obzirom na njegovo povijesno podrijetlo. Naziv "Bauhaus" potječe od njemačke umjetničke škole Staatliches Bauhaus, koja je djelovala od 1919. do 1933. godine. Unatoč kratkom životnom vijeku i stalnim selidbama, škola je imala dubok utjecaj na modernistički grafički dizajn. Njezini osnivači željeli su spojiti umjetnost i zanat, simbolizirajući to katedralom koju su svi obrtnici gradili zajedno.

Pod vodstvom Waltera Gropiusa, Bauhaus se razvio u školu koja je nudila raznovrsnu obuku u različitim zanatima i umjetničkim disciplinama, s naglaskom na funkcionalnost. Grafika je postala ključni aspekt, a novi pristup tipografiji, koji se fokusirao na funkcionalnost i organizaciju, počeo je izlaziti iz njegovih učionica. Nakon promjena u vodstvu, škola se selila u Dessau, gdje je nastala slavna bijela modernistička zgrada. Suradnja s industrijom je postajala sve važnija, rezultirajući ikoničkim dizajnima kao što su stolice Marcela Breuera i svjetiljke Marianne Brandt. Usprkos svojoj kreativnoj izvanrednosti, Bauhaus se suočavao s političkim i financijskim izazovima. Dolazak nacističke vlade i njihova netrpeljivost prema modernoj umjetnosti prisilili su školu na zatvaranje 1933. godine. Unatoč zatvaranju, Bauhausov utjecaj je živio dalje. Dizajneri poput Jana Tschicholda usvojili su njegove principe u svojim radovima, stvarajući modernistički stil dizajna. Tschichold je napisao prvi priručnik o novoj tipografiji, ističući važnost Bauhausovih principa u dizajnu slova.

Istovremeno, postojao je i konzervativni pristup tiskanju i dizajnu, kojeg su podržavale privatne tiskare koje su težile očuvanju tradicionalnih metoda. Ova borba između modernizma i konzervativizma obilježila je razvoj grafičkog dizajna u to vrijeme. Bauhausova ideja o funkcionalnosti, organizaciji i jednostavnosti ostala je važna u svijetu dizajna i danas. [26]

15. MODERNA TIPOGRAFIJA

Korijeni moderne tipografije isprepliću se s korijenima slikarstva, poezije i arhitekture tijekom 20. stoljeća, potičući tipografiju da postane vizualnija i manje usmjerena na jezik. Unutar manje od dvadeset godina, stvoren je sasvim novi skup izraza i koncepta unutar tipografije i grafičkog dizajna. Herojsko razdoblje tipografije, koje je započelo Marinettijevim manifestom Figaro 1909. godine i doseglo svoj vrhunac u ranoj fazi dvadesetih godina, do kraja desetljeća zamijenjeno je razdobljem usmjerenosti na stabilizaciju i osnaživanje postojećih procesa i struktura, s manje naglaska na eksperimentiranje ili promjene.

Važno je napomenuti da moderna tipografija nije proizvod pojedinca ili male grupe, već je odgovor na nove potrebe i prilike koje je stvorilo 19. stoljeće. Radikalna pojava moderne tipografije početkom dvadesetih godina odražavala je snažan pomak s tradicionalnih konvencija prema novim umjetničkim i dizajnerskim pristupima koji su se bolje prilagođavali suvremenom industrijskom društvu.

Umjetnici izvan tiskarske industrije donijeli su revoluciju u tipografiju, naglašavajući snagu tiskarstva kao sredstva za izražavanje ideja. Unatoč brzom razvoju tiskarske tehnologije tijekom 19. stoljeća, dizajn slova ostao je tradicionalan, sve dok pokret umjetničkog tiskanja nije donio prve promjene. Međutim, taj pokret često je pretjerivao u ukrasima. Futuristi su se izdvojili svojom nasilnom tipografijom, koja je odražavala dinamiku i revolucionarni duh moderne civilizacije. Oni su inzistirali da oblik mora pojačati sadržaj i odbacivali su čistu umjetnost radi eksperimentiranja i jasnog izražavanja ideja putem tipografije. Njihova agresivna tehnika postala je izvor inspiracije za mnoge umjetničke pokrete poput dadaista, konstruktivista, de Stijl i druge.[27]

16. RAZVITAK TIPOGRAFIJE U AMERICI I EUROPI

16.1. Britanija i Amerika

Status tipografa te jasno definirane profesije u tom području nije bilo sve do 1945. godine, a čak i danas riječ „tipografija“ može imati različita značenja. Njezina interpretacija razlikuje se, posebno u Sjedinjenim Američkim Državama. Moxonova poznata definicija:

"Pod izrazom "tipograf" ne mislim na tiskara, kako se općenito smatra, jednako kao što ni Dr. Dee ne misli da je stolar ili zidar arhitekt. No, pod tipografom mislim na osobu koja, vlastitim prosudbama i temeljitim razmišljanjem, može izvoditi ili usmjeravati druge da izvode sve manualne radove i fizičke operacije koje se odnose na tipografiju, od početka do kraja."

Moxonova definicija tipografa iz prije više od 300 godina, iako često citirana kao dobar opis funkcije tipografa, temelji se na manualnom radu i fizičkim operacijama u tiskarstvu, a ne na dizajnu. Definira glavnog tiskara kao direktora radnika, naglašavajući organizacijske aspekte i praktične zadatke, a ne estetiku ili dizajn. Iako Moxon u svojoj knjizi spominje važnost razumijevanja autora i čitatelja, te posebno interpunkciju, ne daje smjernice o kreativnom dizajnu, ukrasima, ilustracijama ili boji u tiskarstvu. Moxonova knjiga pruža detaljne upute o praktičnim aspektima tiskarstva, uključujući organizacijske i tehničke aspekte, ali ne istražuje dizajnerski aspekt tipografije, koji je postao značajniji u kasnijim razdobljima. "Moxonove mehaničke vježbe" predstavljaju prvi britanski priručnik takve vrste tiskan u Britaniji i postale su izvor inspiracije za mnoge buduće priručnike tijekom narednih dvjesto godina. U priručnicima za tiskare do 19. stoljeća, pojam "tipografija" odnosio se isključivo na "tiskanje" ili "tiskanje kao umjetnost". Dizajn knjige smatran je poslom slovoslagara, iako to nije bilo sasvim točno. Najveće tiskane knjige u povijesti, u smislu njihovog tipografskog dizajna, nisu bile rezultat slovoslagara, već umjetnika koji su istovremeno bili i tiskari ili tiskari koji su bili umjetnici. Ovo je označilo početak razvoja specijaliziranog tipografa koji nije tiskar ni izdavač.

Sredinom 19. stoljeća počela su se pojavljivati nova zanimanja nazvana

"komercijalni umjetnici", preteče današnjih grafičkih dizajnera, kao Owen Jones i John Leighton. Tek 1884. godine američki Linn Boyd Benton izumio je stroj za izradu matrica, što je omogućilo mehanizaciju proizvodnje fontova i razvoj specijaliziranih tipografa. Razvoj tipografskog dizajna ubrzao se s pojavom tiskane literature posvećene tipografiji, kao što je "Title-pages as seen by a Printer" Daniela Berkeleyja Updikea 1922. godine. S vremenom su se razvili samostalni tipografi i dizajneri knjiga, poput Willa Bradleya, Frederica Goudyja i Brucea Rogersa, koji su donijeli nove ideje i standarde u tipografski dizajn. Sredinom 19. stoljeća, novi oblik stručnjaka, komercijalni umjetnici, počeli su mijenjati način razmišljanja i dizajna, a Linn Boyd Bentonov stroj za izradu matrica i razvoj kompjutorskih strojeva kao što su Monotype i Linotype doprinijeli su razvoju specijaliziranog tipografskog zanimanja. Stanovništvo je raslo, a velike tiskare bile su preplavljene poslom. Danas, tipografi više nisu samostalno zanimanje, već rade u okviru grafičkog dizajna i tiskanja. [28]

16.2. Njemačka

Njemačka je kao industrijska nacija prethodila Britaniji u intelektualnom smislu tijekom dvadesetog stoljeća. U maloj tiskari u Weimaru, pridavalo se veliko značenje higijeni, čak do te mjere da su radnici morali prati ruke prije dodirivanja papira. U Njemačkoj je tiskarstvo bilo izuzetno cijenjeno. Tijekom 1900-ih godina, počeli su se pojavljivati ljudi koji su dizajnirali knjige i vrste slova, preteče modernih tipografa i njihova titula u Njemačkoj bila je "Buch-künstler" ili "Schrift-künstler" (umjetnik knjiga ili umjetnik tipografije). Nisu bili tiskari, ali su dali značajan doprinos tipografskom dizajnu. Karl Klingspor je bio ključna figura, a Klingspor Type Foundry postala je ugledna tiskara na svjetskoj razini. Peter Behrens je također bio iznimno utjecajan, dizajnirajući različite objekte i vrste slova. Počeo je kao slikar i kasnije se razvio u vrhunskog dizajnera. Jan Tschichold se smatra prvim istinskim profesionalnim tipografom u Njemačkoj, a on je igrao ključnu ulogu u modernom pokretu koji je obuhvaćao mnoge umjetnike iz različitih zemalja. U to vrijeme, tipografija je bila zaostala u pogledu dizajna i funkcionalne korisnosti u tiskarskoj industriji u Europi i Americi.

Jan Tschichold, poznat po svojim doprinosima tipografiji, nije imao formalno obrazovanje na Bauhausu, ali je bio inspiriran Modernim pokretom kad je posjetio

izložbu Bauhauusa u Weimaru sa 21 godinom. Njegova tipografija bila je elegantna i asimetrična, za razliku od strožih i funkcionalnijih stilova Bauhauusa. Nakon objave manifesta Nove Tipografije, Tschichold je zagovarao upotrebu bezserifskih slova i napuštanje gotičkih fontova kako bi se postigla suvremenost u tiskarstvu, iako su mnogi to kritizirali. Tijekom nacističke vlasti, Tschichold se suočio s teškoćama zbog svojih stavova. Nakon emigracije u Švicarsku, vratio se tradicionalnoj tipografiji kako bi preživio. Međutim, njegova ranija Nova Tipografija ostavila je dubok utjecaj na povijest tipografije. Kasnije je postao glavni tipograf u Penguin Books i njegove knjige s uputama postale su standardne u tom području. Tschichold je naglasio da dobra tipografija nije pitanje mode ili politike, već postizanja maksimalne čitljivosti kroz tehnički efikasna sredstva.[28]

16.3. Francuska

Francuska je imala bogatu povijest tipografije s poznatim imenima kao što su Garamond i Granjon. Nakon Williama Morrisa i britanskog pokreta privatnih tiskara, Francuska je usvojila vlastiti pristup tipografiji, često se oslanjajući na svoju tradiciju umjesto na britanski ili američki utjecaj. U 18. stoljeću, Francuska je doprinijela izumom tipografskog mjernog sustava Pierre-Simona Fourniera le Jeunea. Tijekom 19. stoljeća, Francuska se istaknula po ilustraciji knjiga. Charles Peignot i časopis "Arts et Metiers Graphiques" odigrali su ključnu ulogu u promociji tipografije u Francuskoj. Vox i Peignot podržavali su tipografsku zajednicu i stvarali pozadinu za kasnije inovacije u dizajnu fontova.

Ovaj razvoj tipografije u Francuskoj pokazuje njezinu posebnost u odnosu na britanski i američki pristup, a tipografija je postupno dobivala priznanje kao novo stručno područje u zemlji. [28]

17. SUSTAV MREŽE (GRIDOVA)

Dizajner mreže treba težiti jasnoći, objektivnosti, funkcionalnosti i estetskoj kvaliteti matematičkog razmišljanja. Rad dizajnera trebao bi biti doprinos kulturi i odražavati njegovu osobnost, znanje i kreativnost. Upotreba mreže označava i želju za organizacijom, racionalizacijom i naglašava važnost objektivnosti te integracije elemenata boje, oblika i materijala. [29]

17.1. Tipografska mreža

Mreža se koristi u dizajnu za organizaciju prostora ili polja, koja mogu biti različitih veličina. Ova organizacija omogućuje bolje raspoređivanje elemenata dizajna, kao što su tekst, slike i ilustracije. Polja mreže imaju određene dimenzije, a vertikalni i horizontalni razmaci između njih prilagođavaju se potrebama dizajna. Ovakav sustav omogućuje precizno uklapanje elemenata dizajna u polja mreže i doprinosi jedinstvenom prikazu vizualnih informacija. Mreža također potiče analitičko razmišljanje dizajnera i omogućuje racionalno organiziranje teksta i ilustracija, što olakšava jasnu komunikaciju i razumijevanje sadržaja.

17.2. Svrha mreže

Mreža je ključni alat u dizajnu koji se koristi za rješavanje vizualnih problema u različitim kontekstima, uključujući tiskane medije, izložbe i korporativni identitet. Grafički dizajneri, tipografi, fotografi i dizajneri izložbi koriste mrežu kako bi organizirali prostore i površine u svojim radovima. Korištenjem mreže, mogu precizno rasporediti tekstove, slike i dijagrame prema objektivnim kriterijima, stvarajući uredan i kompaktan dizajn. Ovakav pristup pridonosi razumljivosti, jasnoći i vjerodostojnosti informacija koje se prenose, potiče brže i lakše čitanje te bolje razumijevanje i pamćenje informacija. Također, mrežu se može uspješno primijeniti u razvoju korporativnog identiteta tvrtki, obuhvaćajući različite aspekte vizualne komunikacije, od posjetnica do izložbenih štandova i natpisa na zgradama.

17.3. Širina stupca

Pravilna širina stupca u dizajnu nije samo estetsko pitanje, već ima dubok utjecaj na čitljivost teksta. Važno je uzeti u obzir veličinu slova, dužinu linija i razmak između redaka kako bi se osiguralo ugodno čitanje. Standardna udaljenost za čitanje tiskanih materijala iznosi otprilike 30-35 cm, i slova bi se trebala prilagoditi toj udaljenosti kako bi se olakšalo čitanje. Empirijsko pravilo sugerira da bi idealno trebalo biti 7 riječi po liniji u tekstu bilo koje duljine. Razmak između redaka, poznat kao "leading", također treba biti prilagođen veličini slova kako bi se očuvala ravnoteža između njih. Pravilan razmak između redaka pomaže čitatelju da glatko prelazi s jedne linije na drugu, olakšavajući čitanje i razumijevanje teksta.

Pravilna širina stupca također igra ključnu ulogu u očuvanju ritma čitanja i koncentraciji čitatelja na sadržaj. Predugačke ili prekratke linije umaraju oči i mogu smanjiti koncentraciju. Idealan stupac može primiti otprilike 10 riječi po liniji, čime se postiže ravnoteža između čitljivosti i ugodnosti čitanja.

Sve smjernice o širini stupca, razmaku između redaka i rasporedu teksta ovise o veličini slova i duljini teksta. Pravilno dimenzioniranje ovih elemenata ključno je za postizanje čitljivog i estetski ugodnog dizajna.

17.4. Proporcije margine

Margine oko teksta igraju ključnu ulogu kako tehnički tako i estetski. Tehnički, pravilne margine štite tekst od oštećenja tijekom rezanja stranica, dok estetski doprinose uživanju u čitanju. Važno je izbalansirati širinu margina kako bi se postigao optimalan izgled stranice. Preuske margine mogu izazvati tehničke probleme u rezanju, dok šire margine poboljšavaju izgled stranice i pridonose boljem dizajnu. Margine su često izračunate koristeći matematičke formule poput Zlatnog reza kako bi se postigao harmoničan izgled.

17.5. Izgradnja mreže

Prije oblikovanja, potrebno je detaljno razmotriti format, vrstu sadržaja, fontove, tiskarske metode i kvalitetu papira. Dobra praksa je koristiti male skice kako bi se isplanirao raspored. Također treba dobro razmisliti o broju stupaca na stranici - 1

stupac je ograničavajući, 2 pružaju više fleksibilnosti, 3 ili 4 omogućuju kompleksnije rasporede teksta i slika. Širina stupaca utječe na veličinu slova, pa treba paziti da bude čitljivo. Preuski stupci s velikim slovima otežavaju čitanje.

17.6. Fotografije i ilustracije u mrežnom sustavu

Fotografije se često stvaraju bez prethodne upotrebe mreže (grida), jer malo dizajnera zna kako ga koristiti ili izbjegava teškoće koje može uzrokovati. Fotografi često ne znaju unaprijed kako će njihove fotografije biti upotrijebljene u dizajnu. Suradnja između fotografa i dizajnera omogućuje bolje usklađivanje fotografija s mrežom - fotografi mogu na ekran fotoaparata staviti prethodno nacrtanu mrežu i prema njoj aranžirati objekte ili mogu napraviti metalnu konstrukciju prema mreži i također postaviti objekte u nju.

Ilustracije, crteže, statistike i tablice preporučuje se smjestiti na način da se uklope u mrežasti raspored i da pozadina odgovara polju mreže. U nekim slučajevima, svijetla polutonska pozadina može se koristiti kako bi ilustracija bila u skladu s mrežastim rasporedom. Ako se tiskanje obavlja u boji, umjesto polutonske pozadine, može se koristiti područje jednolične nijanse. Veličina i oblik ilustracije nisu presudni u ovom kontekstu, važnije je njihovo usklađivanje s mrežom za organiziranje dizajna.

17.7. Antičko i moderno doba

Ljudska težnja za redom proteže se kroz povijest i očituje se u različitim aspektima ljudske aktivnosti. Čak i najstariji narodi stvarali su umjetničke obrasce temeljene na matematičkim oblicima, a ova želja za redukcijom kompleksnosti okoline odražava duboku ljudsku potrebu za redom. Pitagora je predstavljao ideju da jednostavni brojevi i geometrijski oblici odražavaju temeljne principe prirode. Otkrio je da se harmonija glazbenih intervala može izraziti jednostavnim brojevima i prostornim udaljenostima na žici harfe i u flauti.

Grčki filozofi su istraživali Zlatni rez i primijenili ga na proporcije ljudskog tijela, što je postalo temelj umjetnosti, arhitekture i skulpture. Umjetnici renesanse također su koristili matematičke proporcije kao osnovu za svoje kompozicije. Ova tradicija

matematičkog razmišljanja utemeljila je rad filozofa, arhitekata i umjetnika, poput Vitruvija, Durera i Le Corbusiera, čija su istraživanja proporcija ostavila dubok i fascinantan trag u povijesti. [29]

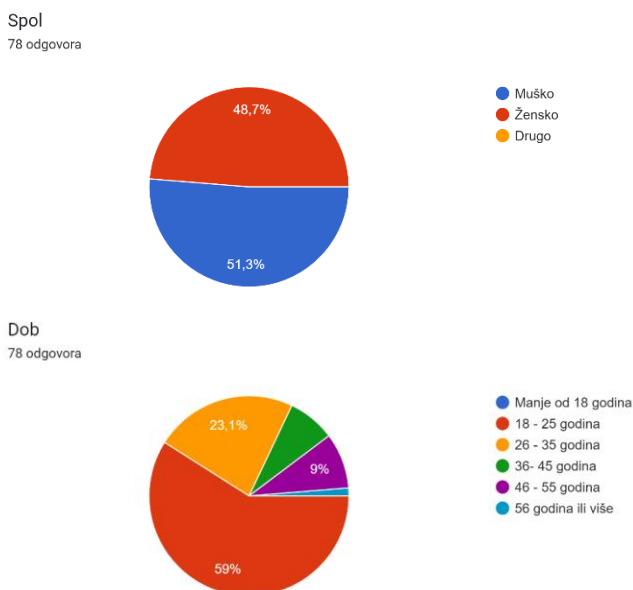
18. ISTRAŽIVANJE

U svrhu ovog diplomskog rada provedeno je istraživanje putem ankete čiji je cilj bio dobiti uvid u percepciju ispitanika na utjecaj baroknog stila i švicarskog stila na brendiranje i marketing. Također su se usporedbom ta dva kontrastna stila putem različitih vizuala istog karaktera pokušale dobiti informacije o preferencijama ispitanika po pitanju stilova.

Anketa je bila u potpunosti anonimna te se sastojala od 11 pitanja od kojih se 2 odnose na demografske podatke ispitanika, a ostala pitanja bila su vezana uz njihovo poznavanje i mišljenje o baroknom i švicarskom stilu. Drugi dio ankete sadržavao je 16 sekcija gdje su u svakoj bila dva vizuala istog karaktera te su ispitanici trebali usporediti i odabrati koji više preferiraju. U anketi je u 8 dana sudjelovalo 78 ispitanika.

18.1. Rezultati ankete

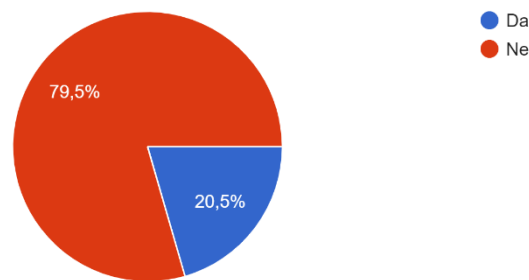
Prva dva pitanja odnosila su se na demografske podatke. Odgovori su pokazali da je 51,3% ispitanika bilo muškog spola, a 48,7% ženskog spola. 59% ispitanika bilo je u dobi 18-25 godina, 23,1% u dobi 26-35 godina, 7,7% u dobi 36-45 godina, 9% u dobi 46-55 godina te 1,3% u dobi 56 godina ili više.



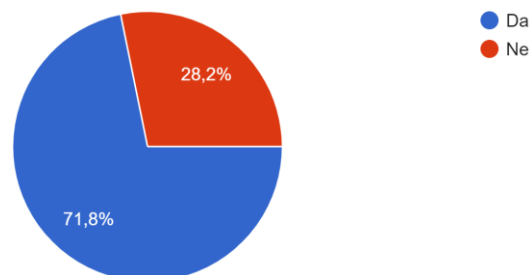
Slika 10. Demografski podaci

Sljedeća pitanja odnose se na poznavanje stilova te mišljenje o njima. Na pitanje jesu li čuli za koncept švicarskog dizajna prije ove ankete, 20,5% ispitanika odgovorilo je potvrdno, dok 79,5% ispitanika nije čulo za švicarski dizajn. Na isto pitanje o baroknom stilu bilo je više potvrdnih odgovora – 71,8%, a 28,2% ih je reklo da nisu čuli za barokni stil.

Jeste li čuli za koncept švicarskog dizajna prije ove ankete?
78 odgovora



Jeste li čuli za koncept baroknog stila prije ove ankete?
78 odgovora



Slika 11. Ispitivanje poznavanja stilova

Nakon toga je slijedio odjeljak gdje su ukratko bila objašnjena oba stila kako bi se one koji nisu čuli za njih upoznalo sa svakim stilom te kako bi mogli lakše nastaviti sa sudjelovanjem u anketi.

Sljedeća pitanja bila su smatraju li da švicarski dizajn/barokni stil ima pozitivan ili negativan utjecaj na percepciju brenda te se tražilo da ukratko obrazlože svoj odgovor. Odgovora je bilo raznolikih, no više je pozitivnih odgovora išlo u korist švicarskog stila nego baroknog.

Po odgovorima vezanim za švicarski stil, može se zaključiti da većina ispitanika smatra da pozitivno utječe na percepciju brenda jer ostavlja dojam ozbiljnosti, profesionalnosti te da je jednostavniji za shvatiti. U par odgovora vidimo da neki s druge strane smatraju suprotno, da utječe negativno jer može djelovati kao da nije uloženo dovoljno truda.

Smatrate li da **švicarski dizajn** (*jednostavnost, jasnoća, funkcionalnost*) ima pozitivan ili negativan utjecaj na percepciju brenda? (ukratko obrazložite svoj odgovor)

78 odgovora

Pozitivan
Da
Pozitivan, izriče jasnu i konkretnu poruku
Pozitivan. Djeluje ozbiljnije, i pregledniji.
Da. Jednostavnost je elegancija.
Ovisi o primjeni i brandu, sigurno ima pozitivan utjecaj kod brandova banaka ili satova npr
Jednostavnost
pozitivan zbog jednostavnosti dizajna
Pozitivan , zasto komplikovano kad moze jednostavno
Da. Nekim ljudima je zanimljivije i više je pamtljivo.
Pozitivan, ljudi uglavnom vole jednostavnost i funkcionalnost
Pozitivan. Lakše je prepoznati jednostavan i pamtljiv dizajn.
Da, lako se pamti
Ovisno o kojem tipu brenda i za što se koristi.
Pozitivan, jer se lakše svati na šta se odnosi brend
Niti jedno niti drugo jer ovisi o brendu
pozitivan
Pozitivan, jednostavnost je prikladnija današnjem dobu
Pozitivan jer sve što je jednostavnije to je lakše
Pozitivan jer jasnoća i funkcionalnost je ono što tražim.
Jednostavnost i ima pozitivan utjecaj na percepciju brenda.
Ne znam
Ima pozitivan utjecaj zbog jasnih poruka
Ne, ne volim ga, prebasic mi je
Ima pozitivan utjecaj, jasno prenosi poruku
Smatram da ima negativan utjecaj jer većinu ljudi jednostavnost asocira na nedovoljan trud oko brenda.
Ima pozitivan utjecaj
pozitivan- ljudi mogu lako pročitati ono što ih zanima i ono što ime je bitno
Pozitivan ako je dobro iskorišten i ako ciljana publika cijeni navedene stavke.
Pozitivan, kod tehničkih proizvoda je bitnija funkcionalnost, a kod dizajna previše kičasto može biti smetnja i odvlačiti pažnju sa poruke
Pozitivan utjecaj imaju i jedan i drugi stil...jer svaki od ova dva stila je poseban za sebe i sadrže puno dobrih elemenata

Da, jednostavniji prikazi i dizajni poboljšavaju jasnoću vizije brenda
Pozitivan jer daje percepciju elegancije i profesionalizma brenda
Ima pozitivan utjecaj jer je bitna funkcionalnost
Pozitivan, u novije doba privlačniji su brendovi koji se prezentiraju na ovaj način, djeluju skuplje i profinjenije
Nekada može izgledati kao da se nije dovoljno potrudilo u smišljanju izgleda oko brenda. Mada ako brend podrazumijeva nešto minimalističko (npr. namještaj iz Ikea) može biti pun pogodak.
Pozitivan, bas radi svoje jednostavnost. Nije 'napadan'
Smatram da se poznate tvrtke trenutno sve više okreću minimalističkom stilu što dovodi do pozitivnije percepcije prema manjim brendova koji prate navedene trendove
Pozitivan. Brend djeluje profesionalno i moderno, što klijentima daje veliki poticaj za kupnju ili suradnju (ako se radi o nekoj agenciji).
Da lako upadljivo
Negativan (ili eventualno neutralan). Smatram da minimalizam i jednostavnost ostavljaju dojam nedostatka identiteta, što percipiram važnim za izgradnju brenda.
Pozitivan. Što jednostavnije to bolje.
Negativan, sve je vrlo jednostavno i nema posebnost
Pozitivan jer se jednostavnoscju uvijek lakse i brze doprije do ljudi, pamtljivo je i jasno
Švicarski dizajn može imati pozitivan utjecaj na stvaranje prepoznatljivog i dojmljivog vizualnog identiteta marke; kroz upotrebu čistih linija, ravnoteže između elemenata i pažljivo odabrane tipografije stvara se dojam visokokvalitetnog proizvoda, drugim riječima pozitivno utječe na percepciju brenda te stvara povjerenje potrošača.
Pozitivan, nekad je manje više. I ljudima će se više sviđati ono sto im je jasno.
Pozitivan utjecaj, jer mnogi ljudi vole jednostavnost
Mislim da ima pozitivan pogotovo ljudima koji vole minimalizam i jednostavnost. Pažnja je usmjerena točno na sadržaj a ne na izgled. Također mislim da se i sa minimalizmom može lako pretjerati u smislu da npr ambalaža, plakat i slično budu predosadni i ne privuku uopće pažnju potencijalnog promatrača.
Pozitivan, izgleda profesionalnije i otmjenije
pozitivan jer se danas taj dizajn percipira kao bogat
Pozitivan, jasno prikazuje cilj i svrhu brenda bez svraćanja pažnje na nebitne detalje.
Svakako pozitivan
Koliko sam primjetio, trend je da većina velikih brendova teži baš ovakvom dizajnu, tako da bi rekao da ima pozitivan utjecaj i mislim da je to posebice slučaj za mainstream brandove koji se obraćaju širokoj publici.
Pozitivan
Pozitivan jer odgovara ideji moderne ekologije, tj. izbaciti rasipnost.
.
Pozitivan, iz razloga sto je lakse shvatiti karakteristike proizvoda
Smatram da je vrlo pozitivan dizajn za određene stvari.
Uglavno pozitivan
Pozitivan utjecaj - daje mu dojam kvalitete, snage i elegancije
Pozitivan utjecaj
Pozitivan jer ne smatram da ima išta negativnog

Slika 12. Mišljenje o utjecaju švicarskog stila na percepciju brenda

Smatrate li da **barokni stil** (*raskoš, luksuz, dinamični oblici*) ima pozitivan ili negativan utjecaj na percepciju brenda? (ukratko obrazložite svoj odgovor)

78 odgovora

Pozitivan
Negativan
Ne
Da
Pozitivan, odiše kvalitetom zbog očito uloženog truda
Negativan.
50:50 zna biti annoying
Može biti pozitivan kad je u skladu s brandom, npr ako se brand bavi organizacijom vjenčanja i luksuzni hotel koji ima povijesni vibe
Raskoš
negativan zbog kiča
Negativno
Isto pozitivan....netko voli glamur pa tko šta voli.
Negativan , starlete, tatini sinovi...
Smatram da ima pozitivan utjecaj jer više zaintrigira ljude
Uglavnom negativan, vjv samo ima privlačnosti kod imućnih ljudi koji vole raskoš
Negativan. Komplicirani oblici su teži za zapamtiti i prepoznati.
Da, ima svoju ljepotu
Ovisno o kojem tipu brenda i za što se koristi
negativno, previše informacija odjednom
Niti jedno niti drugo jer ovisi o brendu
pozitivan
negativan
Negativniji od švicarskog, ali ovisi o onome što se brendira
Pozitivan ako se koristi u granicama. Previše luksuza i raskoši vodi prema "kičastom" dojamu.
Negativan jer izaziva pomutnju nepotrebnim stvarima.
.
Pozitivan, osobito ukoliko se primjenjuje na visokocijenjenim i luksnim proizvodima
Bez baroka nebi bilo ne znam čega. Volim barok.
Uglavnom negativan
Može biti oboje - previše ukrasa i detalja koji su loše.kombinirani mogu dati dojam jeftinoga, ali u dobroj kombinaciji može imati pozitivan utjecaj
Pozitivan utjecaj
I da i ne, luksuzom se može prikazivati kvaliteta no pretjerivanjem detaljima moguće je odbiti klijenta
Ako je neki luksuzni brend onda je pozitivan utjecaj, ako nije luksuzni brend onda može takav stil bit malo too much
Djelomično negativan
Ovisi o brendu, može imati i pozitivan i negativan. Primjerice ako nešto treba biti praktično, ne mora biti luksuzno

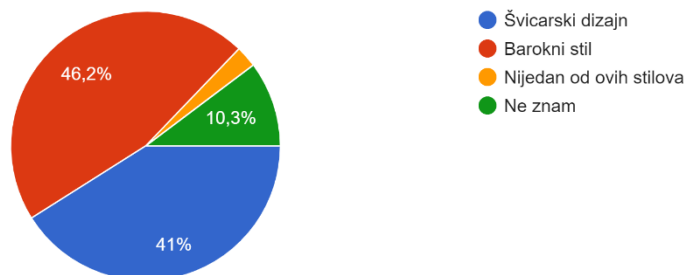
Negativan, nije moderno i trendi
Ovisi o kojem brendu je riječ ali može pozitivno utjecati na popularnost.
Oboje, pozitivan više jer imućnije osobe su sklone tom stilu dok za manje imućne ljude je u većini slučajeva 'napadan' i nedostupan
Isti odgovor kao prethodno samo negativne percepcije ako brendovi ne prate trendove
Pozitivan, no ovisi o ciljanoj skupini kojoj je brend namijenjen te također postoji granica između luksuza i kiča.
Negativan utjecaj, možda, jer mnogi to smatraju kičem
Kao i za švicarski dizajn, mislim da i barokni stil ima pozitivan utjecaj sve dok se ne pretjeruje sa bojama, previše oblika i slično. Smatram da je stvar ukusa tko šta više voli. I sa jednim s drugim možete ispuniti željeni cilj, ali vrlo lako i pogriješiti.
Negativan, previše svega može dati neprofesionalni dojam i/ili neozbiljan/dječji dojam
negativan jer izgleda kao kič i jeftino
Negativan, brend se čini nefokusiranim, bez svrhe.
Svakako pozitivan, ali slabije shvaćen
Mislim da je ovakav stil primjereniji za brandove koji se obraćaju nekoj nišnoj publici, primjerice mlađoj generaciji kojoj će se sviđjeti razigraniji i kompleksniji branding
Negativan jer svi danas teže nekakvom luksuzu a to nas odvodi u propast i to najviše financijski
Negativan za mene.
Previše je kičast i raskošan te nije za naše vrijeme.
Ne znam
Isto pozitivno, zbog uloženog truda u reklamu koja daje jednostavan uvid u proizvod
Pozitivan, maksimalizam do ibera
Pozitivan, daje dojam da se radi o luksuznom proizvodu
Smatram da ima pozitivan utjecaj jer privuče izgledom i ostavlja dojam da se ulaže puno vremena i ideja u izgradnji blenda.
Pa ono ako izgleda fora ljudi će primjetiti i pogledati
Pozitivan. Smatram da ukrašenost i prepoznatljiv stil stvaraju trajne asocijacije uz određeni brend čime brend gradi trajni identitet, pomaže isticanju od konkurencije, čime stvara veću lojalnost potrošača.
Pozitivan. Takvo što privlači pažnju ljudi.
Pozitivan, luksuz i raskos daju dozu jedinstvenosti i prepoznatljivosti
Negativan
Isto može biti pozitivan jer djeluje luksuzno unikatno i domisljato, ali isto tako većini ljudi i nedostizno i skupo pa stoga može imati i negativan utjecaj. Smatram da više ljudi voli jednostavnost nego pretjerivanje i kič.
Utjecaj baroknog stila na percepciju brenda može biti pozitivan ako se pravilno primjeni i pažljivo prilagodi kontekstu brenda i željenoj ciljanoj skupini. Raskošne i dramatične karakteristike baroka mogu stvoriti dojmivi vizualni identitet, ali važno je održavati ravnotežu između ekstravagancije i suptilnosti kako bi se postigla usklađenost s brendovom osobnošću.
U pogledu kulturnih i arhitektonskih znamenitosti pozitivan, jer pokazuje luksuz i moć. U pogledu ostalog negativan, kod ostalih stvari ljudi cijene jednostavnost.
više možda naginje ka jednostavnom jer u suvremenom svijetu je popularniji minimalizam i jednostavnost
Pozitivan ako je dobro iskorišten i ako ciljana publika cijeni navedene stavke.
Pozitivan za umjetnost i kulturu
Pozitivan utjecaj imaju i jedan i drugi stil... jer svaki od ova dva stila je poseban za sebe i sadrže puno dobrih elemenata ... kad bi se u nekim slučajevima koristila oba možda nebi bilo loše

Slika 13. Mišljenje o utjecaju baroknog stila na percepciju brenda

Na pitanje koji stil bolje odražava luksuz i posebnost u brendiranju 41% ispitanika odgovorilo je da švicarski dizajn, 46,2% glasalo je za barokni stil, 2,6% smatra da nijedan od tih stilova, a 10,3% odgovorilo je da ne zna.

Koji stil, po Vašem mišljenju, bolje odražava luksuz i posebnost u brendiranju?

78 odgovora

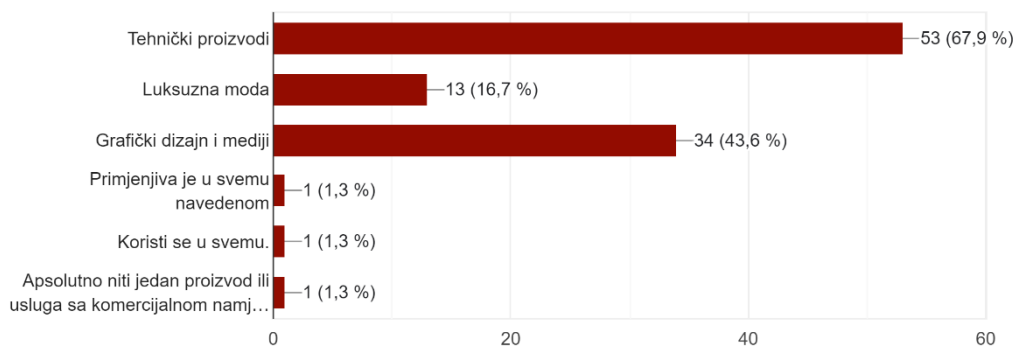


Slika 14. Percepcija luksuza u brendiranju

Po mišljenju ispitanika, švicarskom dizajnu najbolje odgovaraju tehnički proizvodi te grafički dizajn i mediji, dok za barokni stil smatraju da je najpogodniji za umjetnost i antikvitete, a zatim za kulturne događaje i manifestacije te luksuzne restorane i hotele.

Koja vrsta proizvoda ili usluga, po Vašem mišljenju, najbolje odgovara švicarskom dizajnu?

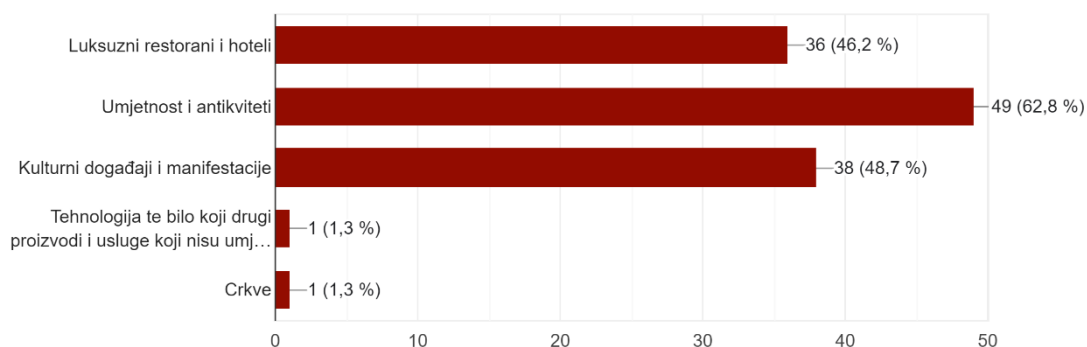
78 odgovora



Slika 15. Spajanje proizvoda ili usluga sa švicarskim stilom

Koja vrsta proizvoda ili usluga, po Vašem mišljenju, najbolje odgovara baroknom stilu?

78 odgovora

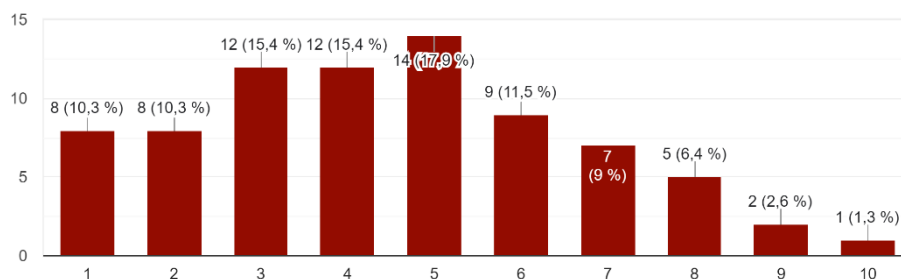


Slika 16. Spajanje proizvoda ili usluga sa baroknim stilom

Po sljedećim grafovima može se vidjeti da su ispitanici više upoznati sa baroknim stilom nego švicarskim, no iz oba stila znanje im je na sredini skale.

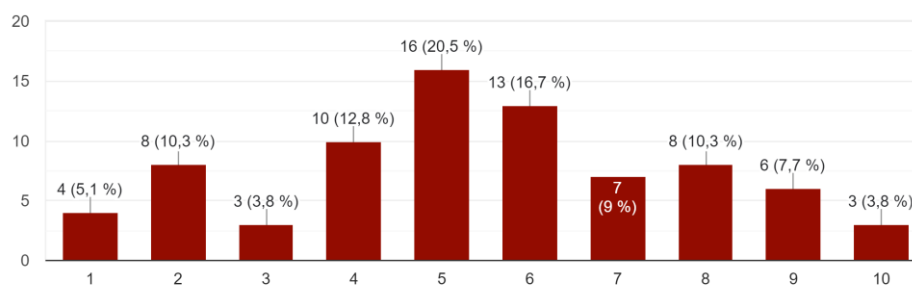
Kako ocjenjujete svoje razumijevanje i poznavanje švicarskog dizajna na skali od 1 do 10?

78 odgovora



Kako ocjenjujete svoje razumijevanje i poznavanje baroknog stila na skali od 1 do 10?

78 odgovora



Slika 17. Poznavanje stilova

Zadnji dio ankete bio je usporednog karaktera te se sastojao od dva vizuala, gdje je jedan bio u baroknom stilu, a drugi u švicarskom stilu. Od ispitanika se tražilo da označe koji im se dizajn više sviđa. Cilj ovog dijela bio je dobiti uvid u preferencije stilova.

Kod svih vizuala broj **1** predstavlja **barokni stil**, a broj **2** **švicarski stil**:

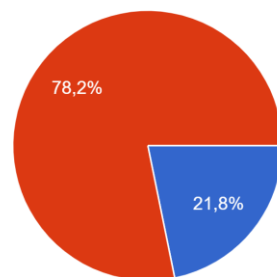


1



2

78 odgovora



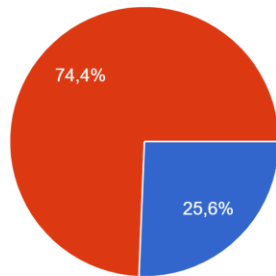


1



2

78 odgovora



● 1
● 2

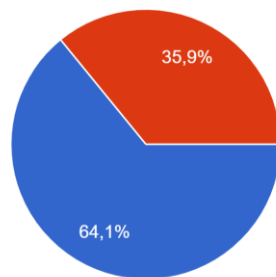


1



2

78 odgovora

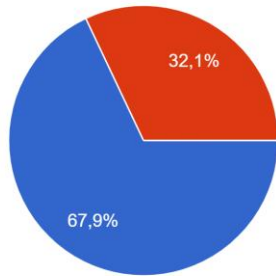


● 1
● 2



1

78 odgovora



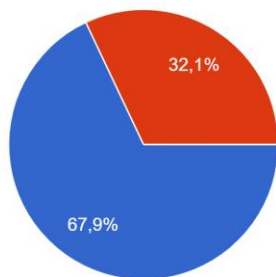
2

1
 2



1

78 odgovora



2

1
 2

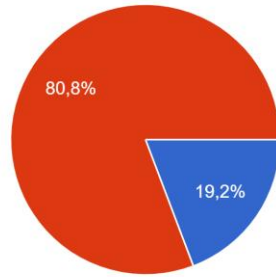


1

78 odgovora



2

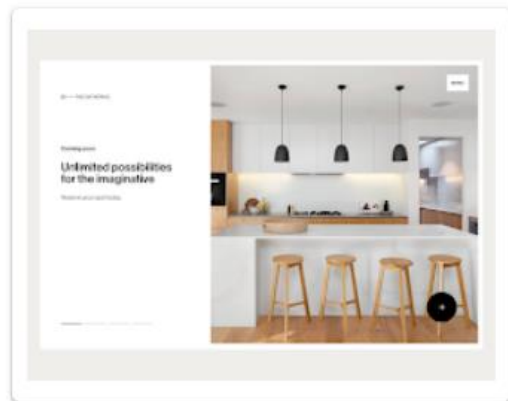


● 1
● 2

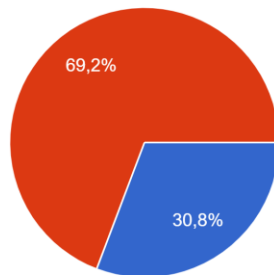


1

78 odgovora



2



● 1
● 2

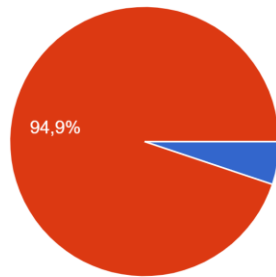


1

78 odgovora



2



● 1
● 2

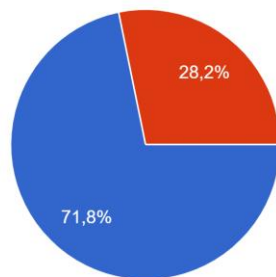


1

78 odgovora



2

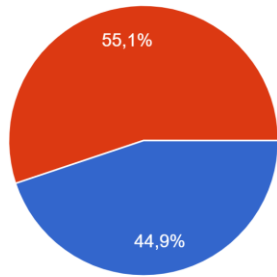


● 1
● 2



1

78 odgovora



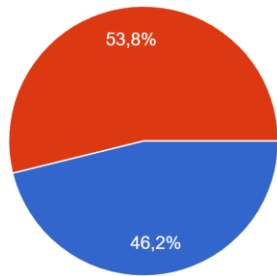
2

1
 2

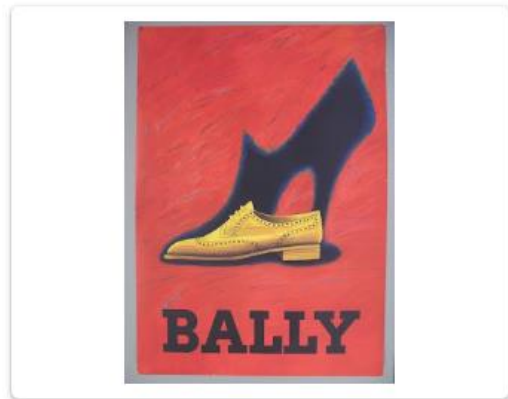


1

78 odgovora



1
 2



2

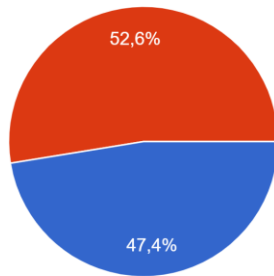


1

78 odgovora



2



● 1
● 2

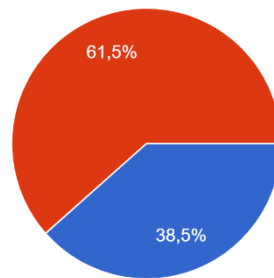


1

78 odgovora



2



● 1
● 2

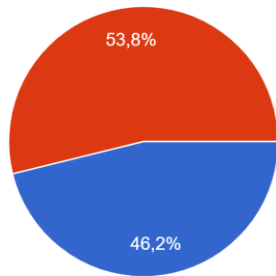


1

78 odgovora



2



● 1
● 2

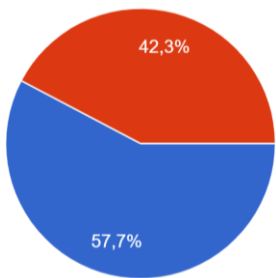


1

78 odgovora



2



● 1
● 2

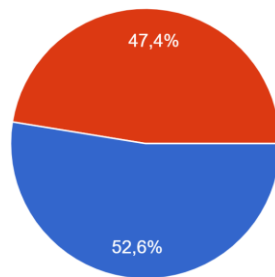


1

78 odgovora



2



● 1
● 2

18.2. Zaključak ankete

U prvom dijelu ankete većina ispitanika daje do znanja da preferiraju švicarski stil radi njegove jednostavnosti, lakše čitljivosti i lakšeg razumijevanja te da šalje ozbiljniju i profesionalniju poruku, dok ostali smatraju da primjena baroknog stila znači više uloženog truda.

U drugom dijelu od 16 ponuđenih vizuala, 10 vizuala ide u korist švicarskog stila, a 6 u korist baroknog. Na prvu bi se prema tim rezultatima moglo reći da osobe preferiraju švicarski stil, no ne bi bilo ispravno to tvrditi s obzirom na to da ima puno faktora koji utječu na izbor individue. Ako je u pitanju primjerice interijer, eksterijer ili određeni proizvod, onda se izbor pojedinca može prije uzeti kao 'definitivan' nego kada su u pitanju vizuali koji reklamiraju nekakav događaj jer će onda na njihov izbor utjecati karakter događaja.

Zaključno, niti jedan stil nije 'pobjednik', već oba mogu naći svoje mjesto kod svakog pojedinca.

18. ZAKLJUČAK

Iako službena profesija grafičkog dizajnera nije postojala do 20. stoljeća, već je to bio postupan proces koji je uključivao različite ključne trenutke, vidimo da potreba oblikovanja poruka pomoću teksta i slika seže još od drevnih egipatskih, grčkih, rimskih i kineskih rukopisa do srednjovjekovnih manuskripta i kodeksa.

U svijetu dizajna, švicarski stil izvanredan je primjer kako kombinacija estetike i funkcionalnosti može stvoriti trajnu estetsku vrijednost. Glavne karakteristike takvog dizajna očituju se u arhitektonskim konstrukcijama koje spajaju formu i funkciju, u tipografskim kreacijama koje predstavljaju čitljivost i jednostavnost te u proizvodima koji kombiniraju estetsku privlačnost s praktičnom upotrebom. Ključna faza u razvoju švicarskog stila bio je modernizam koji je isticao važnost ravnoteže između forme i funkcije. Bez pojedinaca poput Kellera, Brockmanna, Miedingera, koji su obogatili švicarsku estetiku svojom kreativnošću i inovacijama, švicarski stil se ne bi mogao istaknuti. Njihov doprinos ostaje inspiracija za suvremene dizajnere. Iako je švicarski dizajn jedinstven sam po sebi, kada bi se kombinirao s nekim od kontrastilova, poput baroknog stila, bio bi to zanimljiv izazov koji može rezultirati jedinstvenim i intrigantnim estetskim rješenjem. Preferencije individua oko ta dva stila su podijeljene te ovise o mnogo faktora poput karaktera događaja/proizvoda koji se promovira, kulturoloških utjecaja, trendovima i ostalo.

Iz svega ovoga može se zaključiti da švicarski stil ne samo da ostaje relevantan u suvremenom svijetu, već i dalje služi kao inspiracija i smjernica za dizajnere diljem svijeta, podsjećajući na snagu ravnoteže između forme i funkcije u dizajnu i umjetnosti.

POPIS LITERATURE

- [1] Junod, B. (2020) Swiss Style forever – the story of a graphic design tradition. The Federal Department of Foreign Affairs. Dostupno na: <https://houseofswitzerland.org/swissstories/history/swiss-style-forever-story-graphic-design-tradition>
- [2] Walker, S. (2017) Research in graphic design. *The Design Journal*, 20 (5). pp. 549-559. Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1347416>
- [3] Grafički dizajn. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=70917>
- [4] Meggs, P. B. (2012) A history of graphic design. New York, Van Nostrand Reinhold. Dostupno na: https://archive.org/details/meggshistoryofgr0000megg_05ed/page/144/mode/2up?view=theater
- [5] History.com Editors (2017) Modernism and Post-Modernism History. A&E Television Networks. Dostupno na: <https://www.history.com/topics/art-history/history-of-modernism-and-post-modernism>
- [6] Barnard, M. (2005) Graphic design as communication. Routledge Taylor & Francis Group. Dostupno na: <https://archive.org/details/graphicdesignasc0000barn/page/112/mode/2up?view=theater>
- [7] O'Donnell, K. (2003) Postmodernism. Oxford: Lion. Dostupno na: <https://archive.org/details/postmodernism0000odon>
- [8] Ambrose, G., & Harris, P. (2009) The fundamentals of graphic design. Lausanne, Switzerland, AVA Academia. Dostupno na: https://ebooks.papacambridge.com/directories/AQA/AQA-ebooks/upload/epdf-pub_the-fundamentals-of-graphic-design.pdf
- [9] Hollis, R.J. (2006) Swiss graphic design : the origins and growth of an international style 1920-1965. London: Laurence King. Dostupno na: <https://archive.org/details/swissgraphicdesi0000holl>
- [10] Famous Graphic Designers: Joseph Müller-Brockmann. Dostupno na: <https://www.famousgraphicdesigners.org/josef-muller-brockmann>

- [11] Artnet: Max Bill. Dostupno na: <https://www.artnet.com/artists/max-bill/>
- [12] iDesignWiki: Max Bill – Swiss Artist (1908-1994). (2015) Dostupno na: <https://www.idesign.wiki/en/max-bill/>
- [13] iDesignWiki: Swiss Style (Graphic Design) (2021) Dostupno na: <https://www.idesign.wiki/en/swiss-style-graphic-design/>
- [14] Signs – Books – Networks: MAX MIEDINGER. Dostupno na: <https://mediengeschichte.dnb.de/DBSMZBN/Content/EN/FontDesign/05-miedinger-max-en.html>
- [15] Guity Novin's: The Revival of Swiss Grid System in the Cyberspace. Dostupno na: <http://guity-novin.blogspot.com/2011/07/chapter-42-swiss-grade-style-and-dutch.html#Eleven>
- [16] Bachmann, J. (1969) New directions in Swiss architecture. New York: G. Braziller. Dostupno na: https://archive.org/details/isbn_9780807605257/mode/2up?view=theater
- [17] Brunhammer, Y. (1969) The nineteen twenties style. London, New York: Hamlyn. Dostupno na: <https://archive.org/details/nineteentwenties0000brun/mode/1up?view=theater>
- [18] Merrill, E. M. Peter Behrens, Turbine Factory; Khan Academy. Dostupno na: <https://www.khanacademy.org/humanities/art-1010/architecture-design/international-style/a/peter-behrens-turbine-factory>
- [19] Hitchcock, H. R. (1966) The international style. New York: W. W. Norton. Dostupno na: <https://archive.org/details/internationalsty0000hitc/page/12/mode/2up?view=theater>
- [20] Bachar Bein, E. (2018). Influence of Psychedelic Drugs on Art in the Sixties. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/335260179_Influence_of_Psychedelic_Drugs_on_Art_in_the_Sixties
- [21] Veronica (2023) Psychedelic Art Guide: history, styles, music & spiritual dimensions: What is psychedelic art style? Dostupno na: <https://veronicasart.com/psychedelic-art-guide-history-styles-music-spiritual-dimensions/>
- [22] Wolf, J. (2012) Pop Art Movement Overview and Analysis. The Art Story

- Contributors. Dostupno na: <https://www.theartstory.org/movement/pop-art/>
- [23] Sotheby's. Pop Art: Characteristics and Style of Pop Art. Dostupno na: <https://www.sothebys.com/en/art-movements-pop-art>
- [24] Castro-Revilla, H. M. (2022) The spirit of Baroque Art. Journal of Positive School Psychology, Vol. 6, No. 6, 2829–2836. Dostupno na: <https://journalppw.com/index.php/jpsp/article/view/7731/5060>
- [25] Budrick, C. (2020) Swiss Style: The Principles, the Typefaces & the Designers. Dostupno na: <https://www.printmag.com/featured/swiss-style-principles-typefaces-designers/>
- [26] Cramsie, P. (2010) The story of graphic design : from the invention of writing to the birth of digital design. New York: Abrams. Dostupno na: https://archive.org/details/storyofgraphicde0000cram_p4u7/mode/1up?view=theater
- [27] Spencer, H. (2004) Pioneers of modern typography. Aldershot : Lund Humphries. Dostupno na: https://archive.org/details/pioneersofmodern0000spen_o4h3
- [28] McLean, R. (2000) How typography happens. London: British Library; New Castlem DE: Oak Knoll Press. Dostupno na: <https://archive.org/details/howtypographyhap0000mcle/mode/1up?view=theater>
- [29] Muller-Brockmann, J. (1996) Grid systems in graphic design : a visual communication manual for graphic designers, typographers and three dimensional designers = Raster Systeme. Sulgen: Verlag Niggli. Dostupno na: <https://archive.org/details/gridsystemsingra0000muml/page/n7/mode/2up?view=theater>

POPIS SLIKA

Slika 1. Zgrada Saveznog instituta za tehnologiju.....	14
Slika 2. Tvornica turbina - eksterijer i interijer	15
Slika 3. Villa Savoye Le Corbusiera.....	16
Slika 4. Psihodelična umjetnost	18
Slika 5. Pop art.....	19
Slika 6. Barokni stil	20
Slika 7. Carlo Vivarelli - poster 'Za starije'.....	23
Slika 8. Josef Müller-Brockmann - plakat 'Beethoven'	24
Slika 9. Časopis 'Neue Grafik'	25
Slika 10. Demografski podaci.....	35
Slika 11. Ispitivanje poznavanja stilova	36
Slika 12. Mišljenje o utjecaju švicarskog stila na percepciju brenda	38
Slika 13. Mišljenje o utjecaju baroknog stila na percepciju brenda	40
Slika 14. Percepcija luksuza u brendiranju	41
Slika 15. Spajanje proizvoda ili usluga sa švicarskim stilom	41
Slika 16. Spajanje proizvoda ili usluga sa baroknim stilom	42
Slika 17. Poznavanje stilova	42

PRILOZI

Link na anketu: <https://forms.gle/yb1fTy4LqwCTZ77M8>

UNION
ALISBRINA

Sveučilište
Sjever



SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, KRISTINA JURKOVIC (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom FUNKCIONALNOST I ESTETIKA ŠVICARSKOG DIZAJNA (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Kristina Jurković
(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.