

Carl-H.K. Zakrisson

Nok se, men ikke læse! Et essay om typografiske idealer

Modernismen anbragte stil og design på hver sin adskilte plads. Stil var noget tomt og indholdsløst; det var funktionen, der skulle ligge til grund for formen. Først når formen kunne tage afsæt i et behov – så opnåedes det skønne i opgaven. Dette syn på stil har været grundlæggende for den modernistiske tankegang. Modernismens formgivere har altid forholdt sig neutrale i deres arbejde, uanset om de har arbejdet med f.eks. arkitektur eller industrielt eller grafisk design. Målet var et slutprodukt, som udsprang af en bygnings konstruktion, et funktionelt produkt eller en kundes eller forfatters budskab. Den finske arkitekt Alvar Aalto, der levede 1898-1976, mente, at den rationelle arkitektur kiggede for meget efter bygningstekniske funktioner og tog for lidt hensyn til de menneskers behov, der anvendte bygningerne. Ifølge Aalto havde »funktionalismen kun ret, når den udvidede sit felt og også tog psyko-fysiske hensyn. Kun på denne måde kan arkitektur gøres menneskelig.«¹ En af Aaltos forgængere, den amerikanske arkitekt Louis H. Sullivan (1856-1924), der grundlagde den moderne arkitektur i USA, gentog sit motto »formen følger funktionen« så ofte, at det blev en grund-sætning på området. Inden for de fleste lignende fag fik tanken om, at »formen følger funktionen«, grundlæggende indflydelse, samtidig med at stil efterhånden blev afvist som noget tomt og indholdsløst. Udviklingen har fulgt denne retning gennem det meste af det 20. århundrede og kan bl.a. genfindes i Bauhaus-bevægelsens overbevisning om, at »sandheden ligger i materialerne«.

Form og indhold kunne ikke længere skilles og kunne ikke diskuteres separat. Formen blev kun accepteret som æstetisk korrekt, når den oprigtigt og ærligt repræsenterede indholdet. Modernismen mente, at det skønne i et objekt ikke ligger i betragterens øjne, men har sit udspring i objektets selvstændige form. Denne modernismens ligning (funktion > form = det skønne) fornægter både designerens ret til at udtrykke sig og betragterens subjektive bedømmelse. Når den er bedst, retter den sig efter brugerens krav samt materialernes muligheder og begrænsninger – i overensstemmelse med Aaltos ideal om en funktionalisme, der tager psyko-fysi-

1. Peter Delius, red., *The Story of Architecture*, Köln 1996, side 94.

CARL-H.K. ZAKRISSON er født og opvokset i Sverige. Efter fem år på reklamebureau flyttede han i 1987 til Køben-

havn for at arbejde som tegnestuechef i en grafisk afdeling for reklamegaver. 1991-95 studerede han typografi og

grafisk kommunikation på University of Reading. Siden 1995 selvstændig bogdesigner og grafiker i København.

ske hensyn. Renheden i denne problemløsende ligning har hverken plads til stil eller smag som æstetiske værdier eller til en designer, der påtvinger et objekt sit subjektive standpunkt.

Pendulet er svunget

I dag er pendulet svunget over, og stil er blevet en meget bevidst ingrediens i design. Det er blevet vigtigere for designeren at sætte sit personlige præg på et produkt end at se på produktets rent funktionelle krav. Forbrugeren køber ikke først og fremmest funktionelt design, tværtimod er det designerens personlige stil, der efterstræbes. Dette er tydeligt i f.eks. Philippe Starcks produkter, som alle er nemme at kende på grund af designerens meget personlige formsprog. Starcks stil er blevet lagt over i produkterne i et forsøg på at skabe noget smukt og sælgende, godt hjulpet af massemedier og annoncekampagner. Det grafiske design har gennemgået den samme udvikling. Det har udviklet sig fra at være rent problemløsende til at blive en stilbevidst del af modeverdenens systemer – den grafiske designers flirt med trends og derigennem også med det brede publikum. I modsætning til funktionalismen, hvor stil var et tabu, kan stil i dag ses hos de fleste internationalt anerkendte grafikere – man omtaler designerens personlige stil som noget positivt.

En anden side af fænomenet stil er, at stil bevidst anvendes som en vigtig ingrediens i markedsføring. Det er muligt at skræddersy et budskab ved at benytte sig af en stil, der appellerer til en bestemt målgruppe. Stil bliver brugt til at forføre og forgøre. Stilen maskeer det inderste budskab – den er beregnende og misledende. Neville Brody var en af de første grafikere, der i begyndelsen af firserne med stor succes etablerede sin egen stil. Hans udvikling og anvendelse af stil kom til at få stor indflydelse inden for mange områder af den visuelle kommunikationsindustri. Stil blev brugt til at pakke besværlige budskaber ind i vat – eller som Jon Wozencroft har skrevet:

Når budskabet nåede offentligheden, blev det (og de enkle teknikker, der blev anvendt til at give det form) ofte gjort spiseligt af den engelske stilkulturs succes, som Brody blev associeret med. Her anvendes stil som en salve, der indkapsler alle vanskeligheder, der kan forstyrre den skinnende overflade.²

2. Jon Wozencroft, *The Graphic Language of Neville Brody* 2, (London) 1996.

Via designet af bladet *The Face* fik Brody mulighed for at få sin stil ud til et bredere publikum, som derigennem også kom til at spille en vigtig rolle som stildannende inden for grafisk design. Bladets store succes gjorde det til noget af en stil-bibel for grafikere, der var med på noderne – en klippebog, der udkom en gang om måneden. En kilde at låne fra for at skabe den rette visuelle stemning. Mange designere lånte, kopierede og stjal hæmningsløst. Brodys meget personlige og let genkendelige stil blev anvendt over store dele af verden, specielt hvor man henvendte sig til markedssegmentet ungdommen. Den brodianske aura blev det globale universalmid-del, når den yngre generation skulle forføres i forbindelse med salg af produkter som tøj, magasiner, musik og fastfood.

Rudy Vanderlans er i dag gået et skridt længere, fordi han bevidst kun henvender sig til designere. Gennem sit magasin *Emigre* har han specialiseret sig i at sælge stil direkte til andre designere. *Emigre* er blevet til en slags stilbevidst Letraset-bog for 90'erne, fra hvilken enhver »hip« designer kan bestille skrifter, symboler og andre grafiske elementer for derefter at anvende dem i sit eget, meget personlige og selv-ekspressive design. *Emigres* visuelle stil har, trods sit lille oplag, haft stor indflydelse på samtidens grafiske design verden over.

Grafisk sprog og stil

Som sagt så bygger stil ikke på modernismens behov for at afspejle nogen indre sandhed. Stil engagerer på ydersiden – det handler om udseendet, om at skabe noget unikt, som er let at kende igen i forhold til en anden stil. Et meget almindeligt hjælpemiddel er at parodi-ere symboler og koder af grafiske elementer. Gennem parodien anvender designeren et kendt grafisk fænomen og efterligner dette med en smule humor. Pastiche er en anden form for genanvendelse, men uden humor. Mens parodien tager udgangspunkt i en speciel stil eller tid, så er pastichen et sammensurium af stile, alle hentet fra forskellige kilder. Denne fragmentariske ansamling af kompo-nenter bliver ofte anvendt i dagens lag på lag-design.

Grafisk design udgør efterhånden et uendeligt antal mere eller mindre kendte stilarter, som alle kommunikerer gennem et per-sonligt sprog. Under modernismen var det muligt at henvføre hoved-parten af grafiske design til forskellige skoler eller bevægelser. Disse skoler og bevægelser kunne genkendes. I dag er der nogle få skoler og blade, der er stilskabende, f.eks. CalArts og Cranbrook

Academy of Art og for at nævne to publikationer *Emigre* og *Ray Gun*. Dagens stilskabere spreder deres eksperimenter til resten af verden, hvor de ofte bliver reproduceret af horder af tankeløse efterlignere uden substans og idé.

Vist kan man tale om en grafisk stils funktion, men det er ikke den at kommunikere forfatterens budskab neutralt. Det vigtigste mål for en stil er at blive genkendt som speciel og derigennem kunne blive kategoriseret. Lykkes dette ikke, kan stilen hverken forføre eller forgøre. En stils funktion bliver derfor at kommunikere gennem et grafisk sprog, som henvender sig til den rette kultur og livsstil. En stil henvender sig bevidst til en af de grupper, som tidligere er blevet defineret af samfundet eller markedskræfterne. Disse grupper er som regel opdelt efter karaktertræk som alder, køn, etnologi, seksualitet, samfundsklasse, materiel status og religiøs orientering. Stil er ikke noget konstant, men er en kulturel kode, der hele tiden veksler.

Et af de ofte kopierede forbilleder er det amerikanske magasin *Ray Gun*, der henvender sig til en subkultur af musikere og andre, der vil associeres med den. *Ray Gun* proklamerer sig som »Bible of music + style and the end of reading« og anser sig for at repræsentere denne subkultur af music + style. Et meget vigtigt middel til at få læsere er bladets design, der er skabt af David Carson. Læserne har annammet stilen, som derigennem er blevet en del af de signaler, som bladet giver udtryk for. I dag granskes bladets grafiske stil af mange, der studerer grafisk design, og som forekommer fornøjede med den æstetiske afstand, deres lærere og den ældre generation udtrykker. I denne sammenhæng skal vi kun huske, at David Carsons stil ikke har taget udgangspunkt i den subkultur, som *Ray Gun* hævder at repræsentere, men mere er et resultat af velovervejede studier og meget bevidste eksperimenter på en tegnestue.

Torpedo, et dansk blad, der henvender sig til en subkultur af yngre og meget bevidst moderigtige læsere, er i mange henseender et eksempel på en tankeløs imitation af *Ray Gun*, der også kan findes i andre publikationer henvendt til unge.

På Danmarks Designskoles afgangsudstilling i Øksnehallen i København i juni 1997 viste afdelingen for visuel kommunikation også klar indflydelse fra bl.a. *Ray Gun* og *Emigre*. Nogle af eleverne legede med komplekse net-systemer på op til 26 kolonner i et bogprojekt, figurative tekstkolonner udbredte sig i komplekse mønstre på siderne sammen med løst spatierede rubrikker af degenererede

skrifter i et avisprojekt, og den »personlige« behandling af illustrationer og typografi dominerede på bekostning af forfatterens tekst. Her bliver en »personlig« stil, mere eller mindre kopieret fra en international designer, vigtigere end en funktionsbestemt form. Der blev til gengæld demonstreret udbredt mangel på forståelse for den detaljerede typografis muligheder.

Læserens position

Vi har altid læst lineært – også da vi læste runer. Østens skriftsystemer og Ægyptens hieroglyffer er også lineære. Alligevel er den lineære måde at læse på ikke så indlysende, som den har været. Det skyldes ikke alene den nye grafiske bølge, som ikke er den første retning, der har arbejdet med et ikke-lineært læsebegreb. De eksperimenter, der blev udført af typografiens historiske rebeller (såsom futurister, vorticister og dadaister) krævede, at læseren eller beskueren accepterede en ikke-lineær læsemåde. Når dette fungerer, kan læseren eller betragteren selv guide sig igennem budskabet ved at følge et utalligt antal forskellige veje for at komme igennem informationen. Hvis det skal lykkes dette ikke-lineære layout at kommunikere et budskab, kræver det, at designeren arbejder disciplineret, intelligent og med instinkt for selv-ekspression. Med meget få undtagelser bliver slutresultatet blot en pluralisme af lag på lag af uharmoniske grafiske former, der resulterer i et forvirret budskab.

Den nye typografi har også tilintetgjort og opløst den modernistiske typografis infrastruktur, der med et engelsk udtryk omtales som »grid«, net. Dette usynlige system af guidelines, som alle bøger, tidsskrifter og magasiner blev arrangeret over, blev etableret for at hjælpe tilrettelæggeren til at opnå konsekvens igennem alle en tryksags sider – en kontinuerlig form med udspring i en funktion. Mange af den nye stils designere fornægter disse rammer. Den nye stils fortalere undsiger den konsekvens, rammerne giver, og mener, at »mere er bedre end mindre« (i modsætning til less is more). Forvirring er bedre end forenkling, fragmentering er bedre end en overordnet sammenhæng. Grafikerens personlige stil er bedre end den neutralt kommunikerende tekst.

Læseren er blevet frataget retten til selv at tolke teksten. Dagens designere leger med det skrevne ords betydning i en tid, hvor vi er mindre litterært orienterede og bliver mindre stimuleret til læsning. Vi modtager en stadigt voksende mængde læsestof, samti-

dig med at vi bliver bombarderet med materiale fra tv og radio. Dette gør det svært at acceptere, at designeren anvender forfatterens budskab til et selv-ekspressivt statement, bestående af ord og dele af tekst og fremhævet ved hjælp af grad, skrift, typesnit, kursivering, understregninger, symboler osv. Tilrettelæggeren tolker og fortolker forfatterens budskab. Vi er mange designere, som af en kollega er blevet spurgt: Har du set det sidste nummer af *Emigre*? Jo, vi er mange, der har set det seneste nummer, men hvor mange af os har læst det? Den nye typografi handler mange gange om at se og ikke om at læse!

Hvori ligger funktionen – læselighed eller kunst?

Den nye typografiske bølge kan oftest opfattes som vandalisering af forfatterens budskab og ikke som den revolution, som designerne selv påtager sig at være en del af. Globalt set er vi flere og flere, der lærer at læse, mens vi er stadig flere, der læser dårligere i vores del af verden. Det burde ikke være urimeligt at kræve, at designeren skal gøre tilegnelsen lettere for læseren, eller, som Kevin Fenton så udmærket har udtrykt det: »skrift bør ikke gøre os dummere, end vi allerede er».³

Der er i vort århundrede blevet forsket, skrevet og talt meget om læselighed. Er læselighed ikke et af de basale krav, som vi skal kunne stille til typografien, for at den overhovedet skal kunne kaldes typografi? Hvis typografien ikke kan læses, så falder den sammen og opløses til noget, som snarere ligner illustration eller kunst. Illustration og kunst kommunikerer også, men ikke med det læste ord som vigtigste medium. Et maleri – lad os sige af Michael Kvium – kommunikerer ved hjælp af billedet. Kviums kunst kan hos betragteren vække følelser, som ingen typograf kan fremmane gennem sit arbejde. Typografi, og specielt bogtilrettelægning, har altid været anset for at være et kunsthåndværk, et arbejde, hvor det kommer an på kvaliteten af det producerede objekt. En kunsthåndværker arbejder med at få mest muligt ud af sine materialer. Inden for vort område omfatter det alt vedrørende bogens indbinding, papir og typografiske tilrettelæggelse. Man kan få en fornemmelse af bogen som objekt – man kan værdsætte valget af omslag, papir og typografi – men bogen som objekt kommunikerer ikke på samme niveau som Kviums kunst. Det er først, når læseren giver sig i kast med bogens tekst, at den måske kan vække følelser, der er på linie med billedet. Herbert Bayer har sagt: »... endnu en gang blev det slået fast, at typografien ikke er selv-ekspression, men at den byg-

3. Kevin Fenton,
»The New Typo-
graphers Muttering
in your Ear«, *Eye
Magazine*, nr. 19,
vol. 5 1995, side 4-5.

4. Postkort af Phil Baines: »1,2,3,4«, Royal College of Art, UK, aftrykt i *Emigre* nr. 19, side 6.

ger på og er betinget af det budskab, den skal overbringe, at den er en service-kunst og ikke egentlig kunst, uanset hvor ren og grundlæggende den end er som disciplin«. ⁴ Konsekvensen bliver, at den selv-ekspressive typografi bør betragtes mere som kunst og illustration udført af en kunstner eller illustratør end den med ord kommunikerende typografi, som den giver sig ud for at være. Den selv-ekspressive grafiker er mere en kunstner og illustratør, der arbejder med bogstaver og andre grafiske elementer som medium, end han er grafiker.

En international debat

Typografien har i et længere stykke tid været søgende og eksperimenterende. Den nye typografiske bølge kan til dels ses som en reaktion mod modernismens enkle, rene og funktionsrelaterede former og linier – den er blevet en tilbagevenden til ekspressionismen. Samtidig har fagets tekniske udvikling medført andre forudsætninger og muligheder. Disse muligheder skal afprøves – for nyhedens skyld. Vi kan her drage paralleller til slutningen af 1800-tallet, hvor stort set det samme fænomen optrådte. Dengang gav en række opfindelser mulighed for, at man kunne trykke større, sortere og hurtigere ⁵ og med nye og mere figurative skrifter. ⁶ Det nye skulle afprøves og bidrog til noget, som den svenske skriftforsker V. Falk har omtalt som »stilforvirringen«, dvs. en tid, hvor typografien var uharmonisk og holdningsløs. I dag befinder vi os stort set i den samme position; designeren har fået ny teknologi og nye redskaber, som har givet nye forudsætninger og mere frihed. Vi befinder os også i slutningen af, ikke bare et århundrede, men også et årtusinde, og det bidrager måske også til, at vi ser tilbage og samtidig ser fremad – og kræver en forandring. Man gør typografisk status og søger fornyelse.

Eksperimenter inden for design kan og skal ikke bare bedømmes på det der lykkes. Det mislykkede fører ofte til nye veje, som af og til viser sig at føre fremad. Det er ofte eksperimenter, der er den drivende kraft i en udvikling. Resultatet af vore dages eksperimenter er af og til smukke, andre udpræget grimme, nogle er sjove, men ud af alle eksperimenterne er det kun en brøkdel, der er dybere gennemtænkt og bygger på en idé. Det er måske for snævert at bedømme alt grafisk design ud fra modernismens strengt funktionsbestemte rammer. En del af den nye typografiske bølge kan være relevant, især i forbindelse med kulturbegivenheder, f.eks.

5. De tidligere trykpresser af træ var allerede blevet skiftet ud med jernpresser, som gjorde det muligt at tilføje et større tryk over en større flade, og med mekaniseringen kom hastigheden i produktionen.

6. Industrialiseringen gav sig til kende gennem en række opfindelser, bl.a. stereotypi, gravurefræsemaskine (ca. 1830), elektrotypi (1839) og pantografen (1885). Opfindelserne gjorde det muligt hurtigt at producere forholdsvis billige skrifter. Da disse utallige »ornamenterede monstre« tit blev fremstillet i kun én grad, var det almindeligt, at flere dekorede skrifter forekom i samme komposition – ligesom i dag.

plakatkunst og cd-omslag. Men samtidig savnes der i Danmark den debat om relevans, læselighed og funktion, der foregår internationalt, og som har bidraget til, at mange designere er blevet mere bevidste om, hvorfor de vælger at designe på en bestemt måde. Denne internationalt opvågnende bevidsthed og diskussion er i sig selv sund og samtidig et tegn på, at vi arbejder i et levende fag under udvikling. Lad os håbe, at denne opvåkning også kan nå til Danmark.