INTERACTIVE TYPOGRAPHY

INTERACTIVE POSTER

BACKGROUND RESEARCH

BA 2012 INTERACTION DESIGN, ZHDK
STUDENT: SVEN WEBER
MENTORS: JÜRGEN SPÄTH, MAX RHEINER

INHALTSVERZEICHNIS

Inhalt
Inhaltsverzeichnis 2
Einleitung 3
Ausstellung 100 Jahre Schweiz. Grafik 4
Ausstellung Bewegte Schrift 5
Lateinische Schriftplakate 9
Typografische Experimente 14
Generative Typografie 19
Interaktive Plakate 21
Fazit 22
Literatur 23

EINLEITUNG

Letzes Jahr fand im Museum für Gestaltung, Zürich die Ausstellung „Bewegte Schrift“[1] statt, welche mich sehr faszinierte.

Parallel zu dieser Ausstellung besuchten wir den Kurs „Interactive Displays“ bei Max Rheiner. In diesem setzten wir uns mit den möglichen Anwendungen interaktiver Anzeigegeräte auseinander.

Ich nutze die Gelegenheit und gestaltete ein interaktives Plakat für die angesprochene Ausstellung.

Anschliessend hatte ich In meinem Austauschsemester in Postdam, DE die Gelegenheit beim Typographen Luc(as) de Groot einen Schriftentwicklungskurs zu besuchen, welcher bei mir eine Begeisterung für Schrift entfachte.

Parallel dazu besuchte ich einen Grafikdesign-Kurs bei Dr. Prof. Lex Drewinski - einem preisgekrönten polnischen Gestalter. Er weckte bei mir das Interesse für die Plakatgestaltung.

Aus diesen Themenfeldern ergab sich nun auch das Gebiet für meine Bachelorarbeit, sie soll sich mit dem Thema **Interaktive Typografie** und/oder **interaktives Plakat** beschäftigen.

Aus mehreren Gründen halte ich ist das gewählte Themengebiet für äussert potent: Typografie sieht sich wichtigen Herausforderungen gegenübergestellt; Die nicht mehr gegebene Kontrolle im typographischen Prozess, das geringe Investment-Potential von Schrift als geistiges Eigentum sowie das Übergewicht der Auswahl gegenüber der Qualität, das den den Konsens gestört und die Richtung verunklärt hat[2], stellt Fragen bezüglich der weiteren Entwicklung der Typografie auf, welche noch unbeantwortet sind.

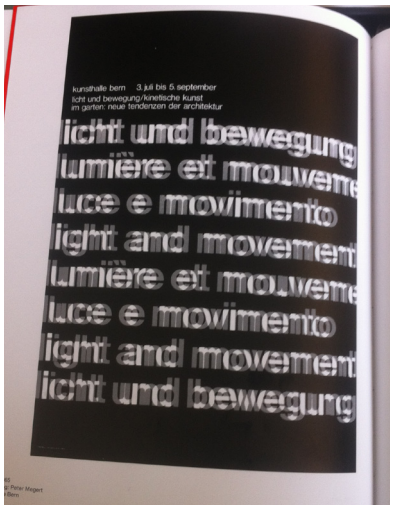
Heute haben wir eine Fülle von Schriften, welche die Schriftklassifikation nach der DIN-Norm 16518 überholt aussehen lässt. Schriften werde seit einiger Zeit anmimiert, mittels Algorithmen erstellt (generative Typografie) und ein jeder kann mit einiger Kenntnis seine eigene Schrift erstellen.

So habe ich mich bei meinen Recherchen der Geschichte der Typografie und Plakatgestaltung des 20. Jahrhunderts bis heute gewidmet um Inspiration für neue Möglichkeiten im Bereich der Interaktion, Typografie und Plakatgestaltung zu finden.

1 http://www.museum-gestaltung.ch/de/ausstellungen/rueckblick/2011/bewegte-schrift/

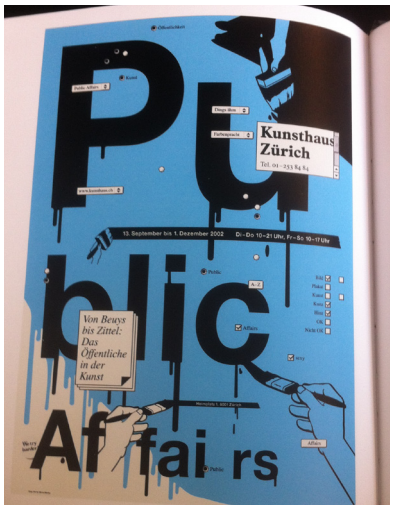
2 Schrift als Experiment, Typographie im 20. Jahrhundert.

AUSSTELLUNG 100 JAHRE SCHWEIZER GRAFIK
MUSEUM FÜR GESTALTUNG ZÜRICH, 10.02.2012 - 03.06.2012

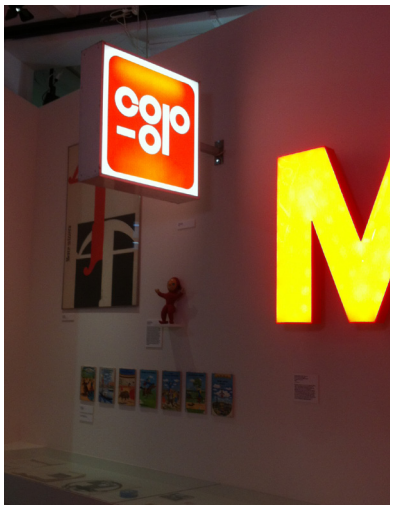


Plakat, 1965 | Peter Megert | Kunsthalle Bern

Knoll International

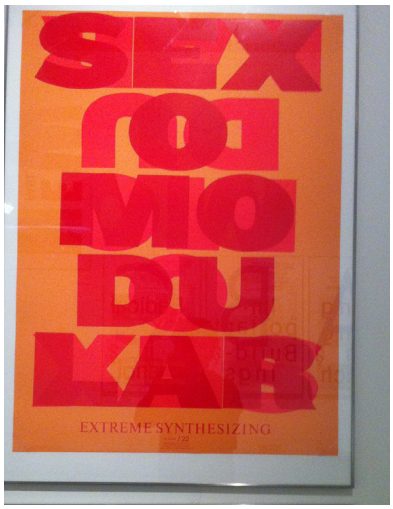


Plakat 2002 | Cornel Windlin, Kunsthaus Zürich



altes Coop Logo

Martin Woodtli, Trickraum, Museum für Gestaltung



Remo Caminada | La Fermata, Falera, CH

Lora Lamm | AuftraggeberIn: Campari Schweiz

AUSSTELLUNG BEWEGTE SCHRIFT
MUSEUM FÜR GESTALTUNG ZÜRICH, 02.02.2011 - 22.05.2011

„Ob auf dem Computerbildschirm, im Fernsehen oder im Kino: Die Digitalisierung des Alltags hat dazu geführt, dass wir heute überall Worte, Sätze und sogar ganze Texte sehen, die sich bewegen. Mit viel Einfallsreichtum bespielen Gestalterinnen und Gestalter die unterschiedlichsten Geräte mit dynamischen Schriftbildern. So erweitern und verändern sie unsere Möglichkeiten, „die Welt zu lesen“: Wir reagieren aufmerksamer, erhalten viel und zum Teil auch laufend aktualisierte Informationen auf kleiner Fläche oder werden auf überraschende Weise unterhalten. Dabei ist der Rhythmus dieser Texte oft auf die Musik oder die Geräusche abgestimmt, die wir gleichzeitig hören. Musikvideos, Werbe- und Kurzfilme, Filmvorspänne, eBoards und Medienfassaden, digitale Postkarten und Logos aus aller Welt führen ein in das grosse Universum der bewegten Schrift. Und anhand von Schriftexperimenten, die als interaktive Installationen präsentiert werden, wirft die Ausstellung auch einen Blick in die Zukunft“

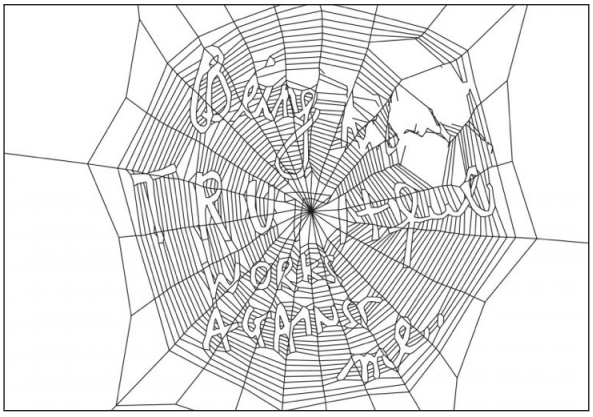
Text zur Ausstellung

Austellungs-Animation zur Ausstellung

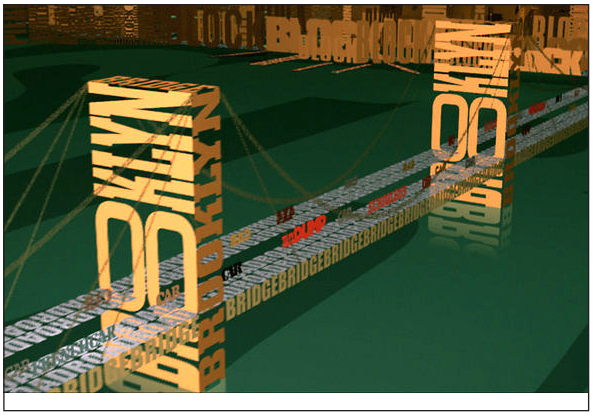
Bob Dylan, Subterranean homesick blues (1967)

Film „Stranger than fiction“ (2006) , Regisseur: Mark Forster
http://www.youtube.com/watch?v=WDwTQ57YyzI

North by Northwest, 1959
http://www.youtube.com/watch?v=jIlqatMQSgI



Interactive Installation, Stefan Sagmeister and Ralph Ammer
http://www.sagmeister.com/taxonomy/term/32#/node/216



Musikvideo: The Child, 1999, Musik: Alex Gopher
http://www.youtube.com/watch?v=TOgVRZZXQPY&feature=related

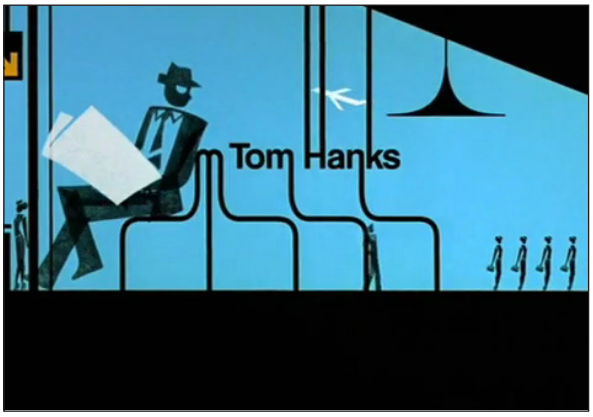
Panic Room Titelsequenz, 2002 (2001, USA)
http://www.picturemill.com/PanicRoom.html

Se7en, 2005, imaginary forces
http://www.imaginaryforces.com/archive/alphabetical/se7en/

From Russia with love, Titelsequenz Robert Brownjohn, 1963
http://www.youtube.com/watch?v=CIYVItb8pHo

The Matrix, 1999 Titelsequenz: Greenberg / Schluter
http://www.youtube.com/watch?feature=fvwp&NR=1&v=SdkdQtIF-RU

Star Wars, Regisseur George Lucas, 1977
http://www.youtube.com/watch?v=7jK-jZo6xjY



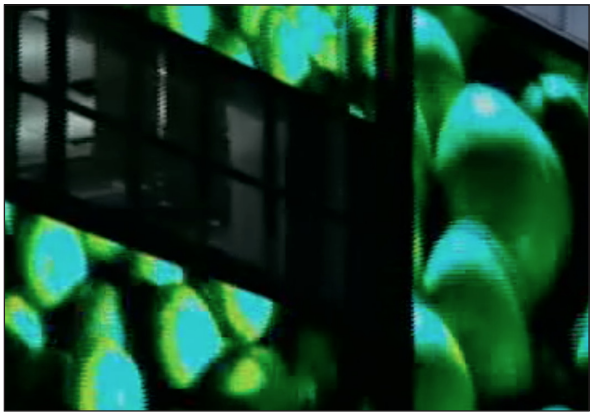
Catch me if you can, Regisseur Steven Spielberg, 2002
http://www.youtube.com/watch?v=gaLDyrun_Cc

Step Across the Boarder, 1990
http://www.youtube.com/watch?v=sJZzzLp_5M8

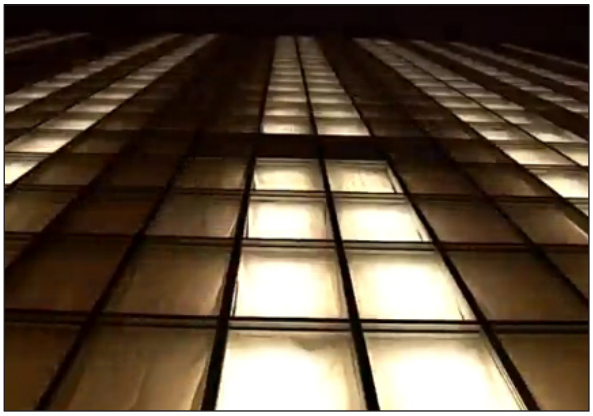
The Terminal, 2004, Regie: Steven Spielberg
http://www.youtube.com/watch?v=7jK-jZo6xjY

Kurzfilm:The End of Print 1+2, beide 1995, David Carson
http://www.youtube.com/watch?v=mu__SYNHKSQ

Kurzfilm: Logorama, Oscar für Best Short Animation 2010
http://www.youtube.com/watch?v=mgV7kwkb8xU



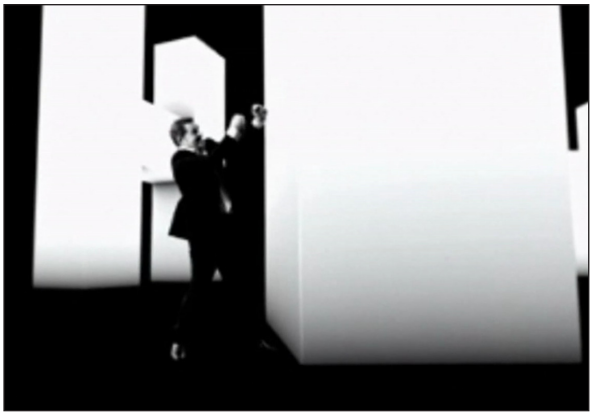
Medienfassade: 745 7th Avenue, Morgan Stanley offices
http://www.imaginaryforces.com/featured-work/experience-design/745-7th-



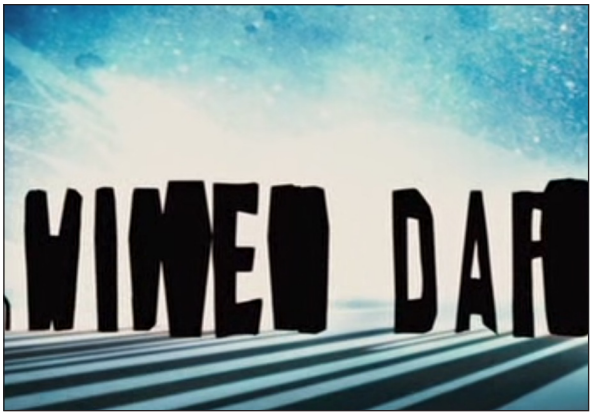
Medienfassade „Blinken lights“
http://vimeo.com/14219561

Solar Display,
http://www.domresearchlab.com/sites/default/files/SolarDisplay.pdf

Musikvideo, Sign ‚O' the Times, Prince, 1987
http://www.wideo.fr/video/iLyROoafYYxO.html



Tiger Dust, 2009 (2003), Regie: Kevin Blanc
http://www.youtube.com/watch?v=EcOMn3-hqAY



Film: Cirque du Freak, 2009, Regisseur: Paul Weitz, Titelsequenz: yU+Co
http://www.youtube.com/watch?v=wt1YkGO2Ieo&ob=av2e

Musikvideo: Subterranean Homesick Blues, 1967
Musik: Bob Dylan, Regie: D. A. Pennebaker

Musikvideo: Nur ein Wort, 2005, Wir sind Helden, Regie: Peter Göltenboth
http://www.tape.tv/musikvideos/Wir-Sind-Helden/Nur-Ein-Wort

Musikvideo: Wall Street Rap - Bob Roberts
http://www.youtube.com/watch?v=2af69xt0VKEavenue/

Musikvideo: Mediate, 1987, Musik: INXS, Regie: Richard Lowenstein
http://www.youtube.com/watch?v=VFUEgFdP5zE

LATEINISCHE SCHRIFTPLAKATE

Schrift unmittelbar „visuell“ wahrnehmen spricht eine andere Art von Lesbarkeit an: die Anmutung einer Schrift, den Ausdruck, die den Leser in ein bestimmtes Klima versetzen, in einen Zustand des Wohlbefindes - oder auch der Erregung, vielleicht des Widerspruchs. Schrift ist, so gesehen, als etwas Gesamthaftes, als Bild aufzufassen.

Hans Rudolf Bosshard, 1996

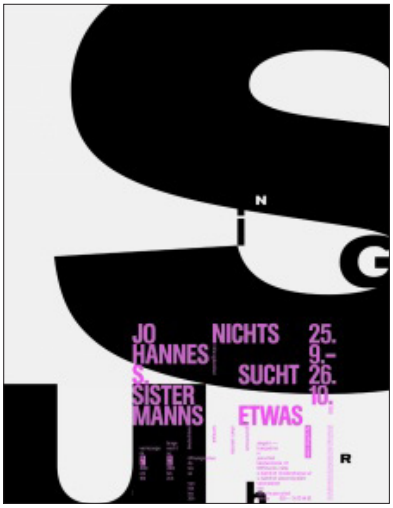
BIC, Adviso Young & Rubicam, 1961

Peter von Arx, 1970
Sidney und Harriet Janis Collection

Peter von Arx 1971
AuftraggeberIn: Kunsthalle Basel, CH

John Lennon, 1969

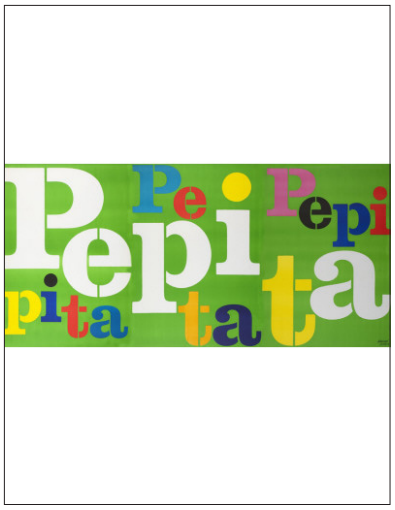
Alan Fletcher - Napoli (1986)



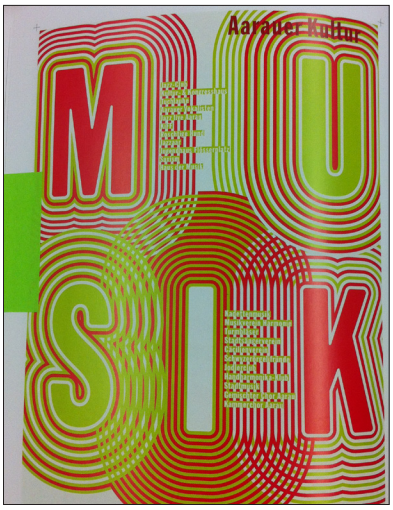
Cyan, Singuhr Berlin, 2003

Hans-Rudolf Lutz, Herzblut - Museum für Gestaltung Zürich, 1987

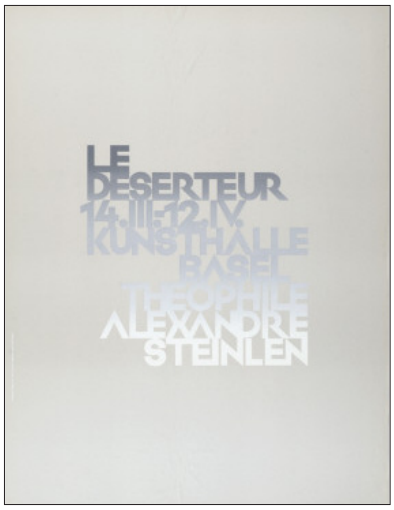
Wählt Liste 4 (Original Plakattext), 1933
Ernst Keller , AuftraggeberIn: SP



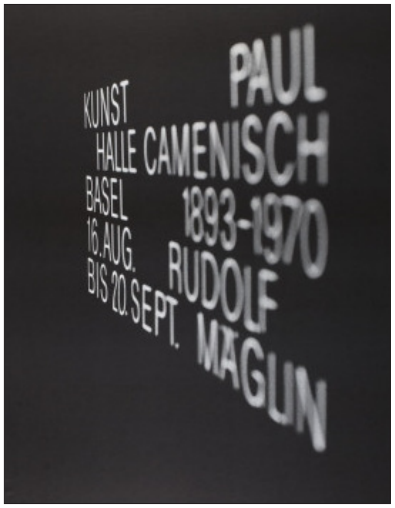
Herbert Leupin, Pepita (Original Plakattext), 1964



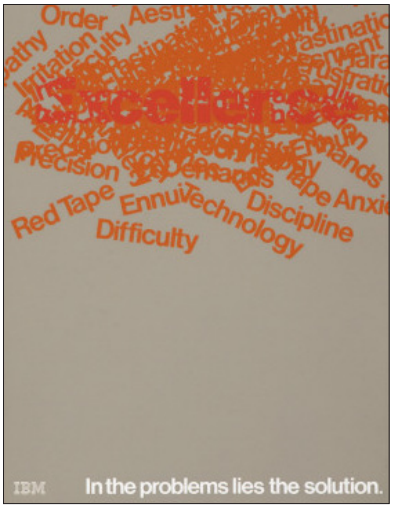
Peter Frey, 2004



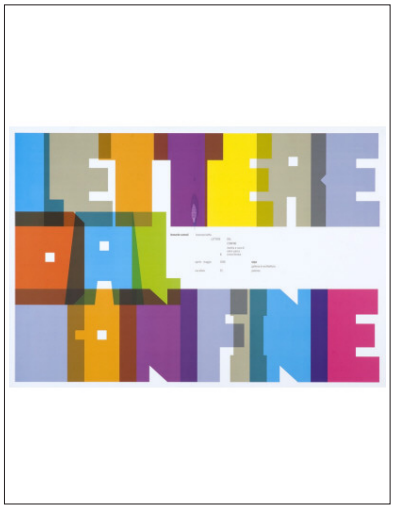
Peter von Arx 1971
AuftraggeberIn: Kunsthalle Basel, CH



Peter von Arx, Peter Olipe, 1970

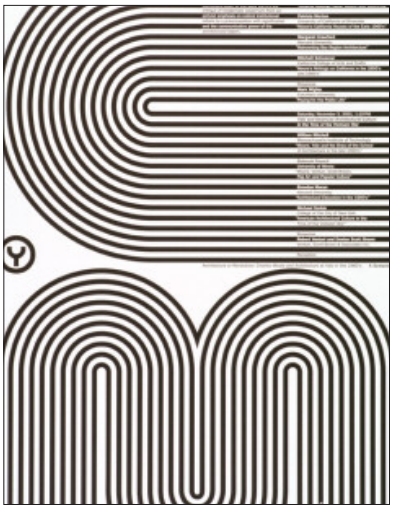


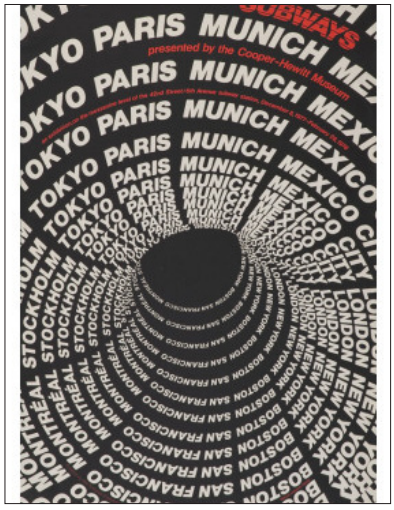
John Andersen, 1980



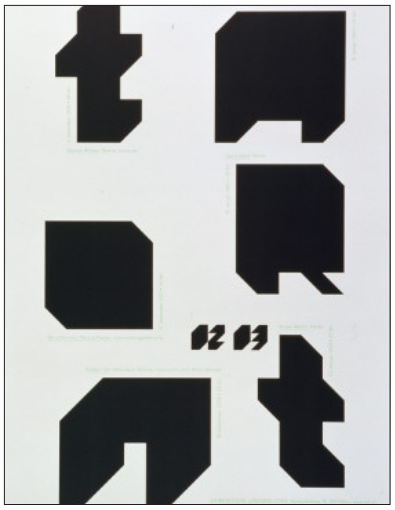
Leonardo Sonnoli , 2006

Karl Gerstner, 1959


Michael Bierut , 2001



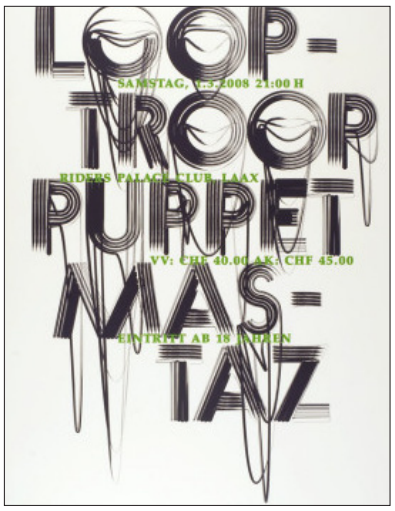
Samuel Lebowitz , 1977



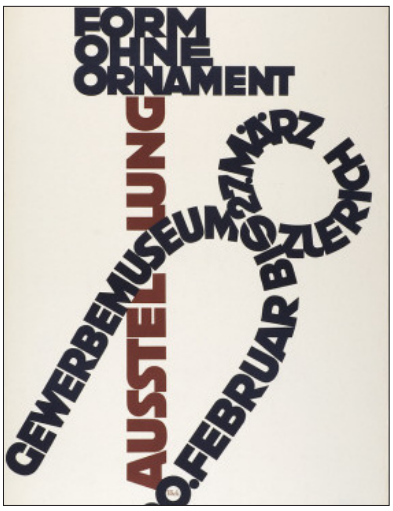
Franziska Burkhardt , 2002

Simon Trüb, 2008

Philippe Apeloig , 2007



Remo Caminada, 2008



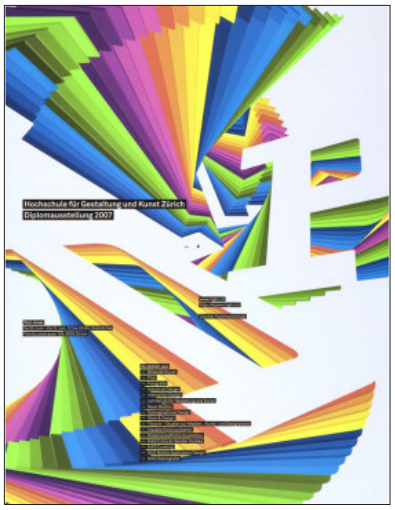
Walter Käch, 1927

Martin Woodtli , 2005

Woodtli, 2005

Ralph Schraivogel, 2003

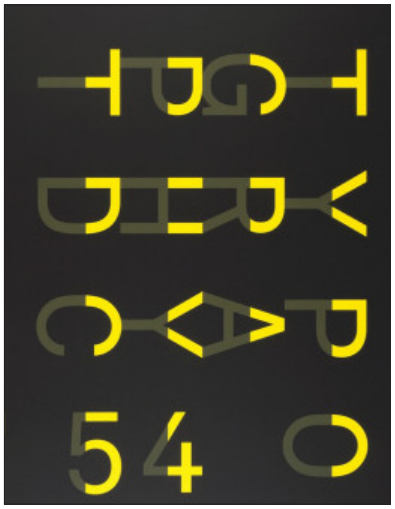
Martin Woodtli, 2004



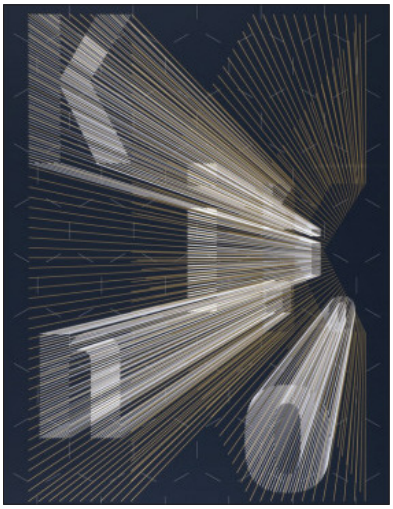
Remo Caminada , 2007

Remo Caminada, 2007

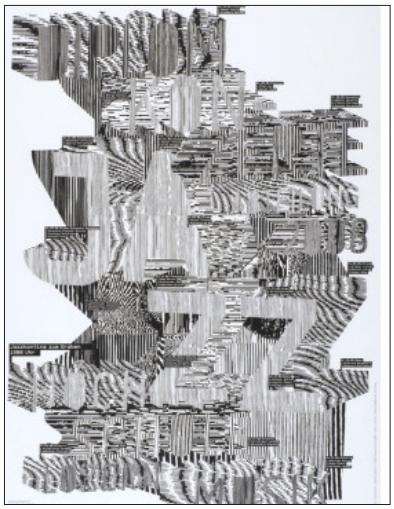
Remo Caminada , 2008



Philippe Apeloig, 2007



Peter Frey, 2007



Samuel Egloff, Franca Moor, 2008

Remo Caminada, 2004

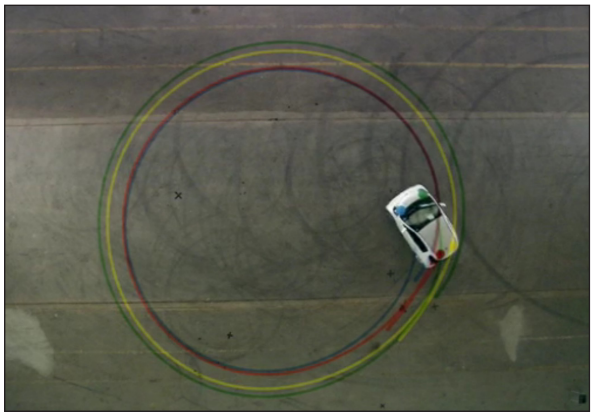
Rudolpf Barmettler, 1984

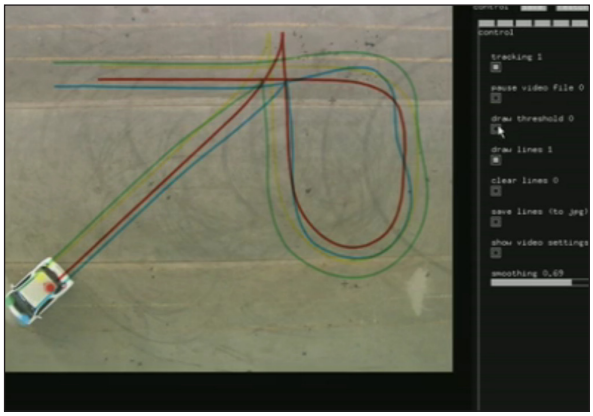
TYPOGRAFISCHE EXPERIMENTE

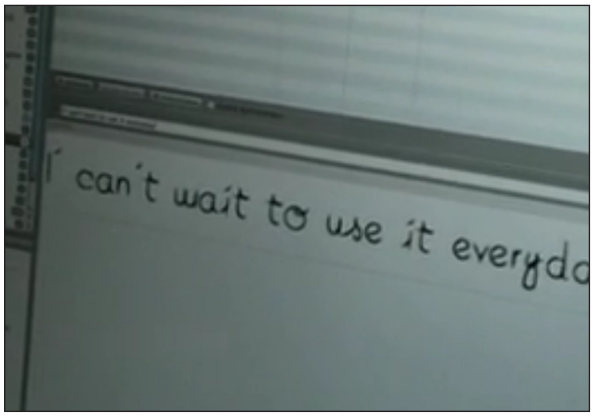
IQ FONT, TOYOTA BELGIEN, 2009

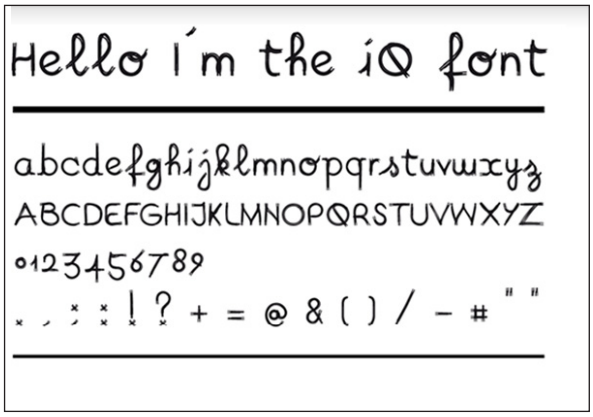
Mittels einer Kamera wurden die vier Eckpunkte eines Autos getracked und danach die Spuren digitalisiert und zu einer Schrift gestaltet, welche im Internet heruntergeladen werden konnte.

Agentur: Pleaseletmedesign, Auftraggeber: Toyota Belgien





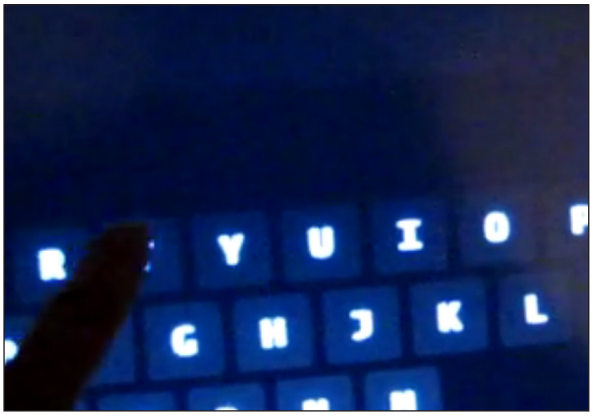


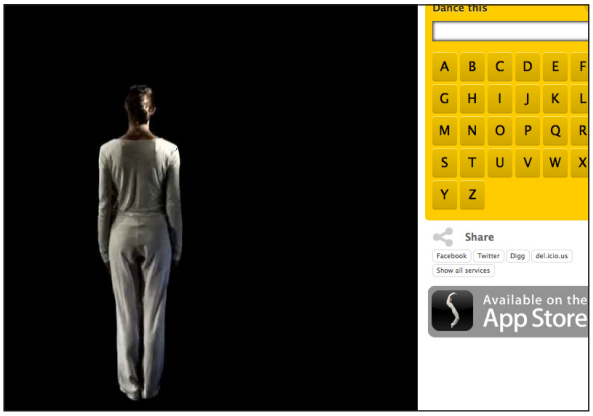


PETER BILAK, DANCE WRITER, 2006

Peter Bilak arbeitete mit dem niederländischen Ballet zusammen und schuf eine bewegte Schrift, welche trotz der menschlichen Gestalt repetitiv ist. In seinem Essay kämpft er mit der Definition von Typografie und zitiert Gerrit Noordzij: „typography is writing with prefabricated letters".

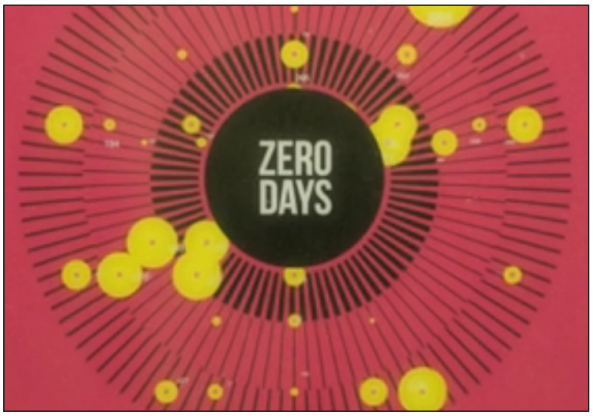
Essay: http://www.typotheque.com/articles/what_is_typography
Webversion: http://www.typotheque.com/dancewriter
Presentation, explanation: http://vimeo.com/grafill/peter-bilak-part-1
Exhibition: http://vimeo.com/6562243

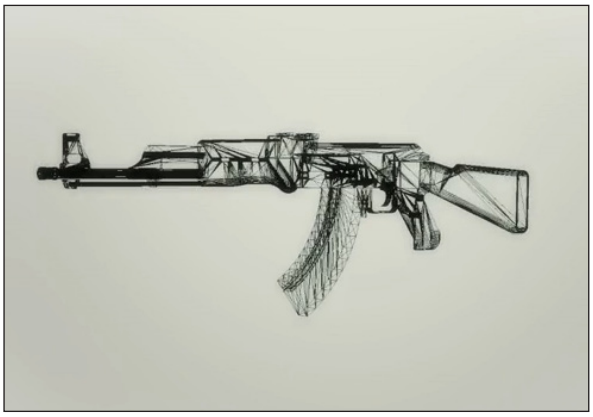




STUXNET, PATRICK CLAIR, 2011

Visuell äusserst ansprechende Infografik des Stuxnet Virus für das australische Fernsehen
Website: http://patrickclair.blogspot.com/
Video: http://vimeo.com/25118844

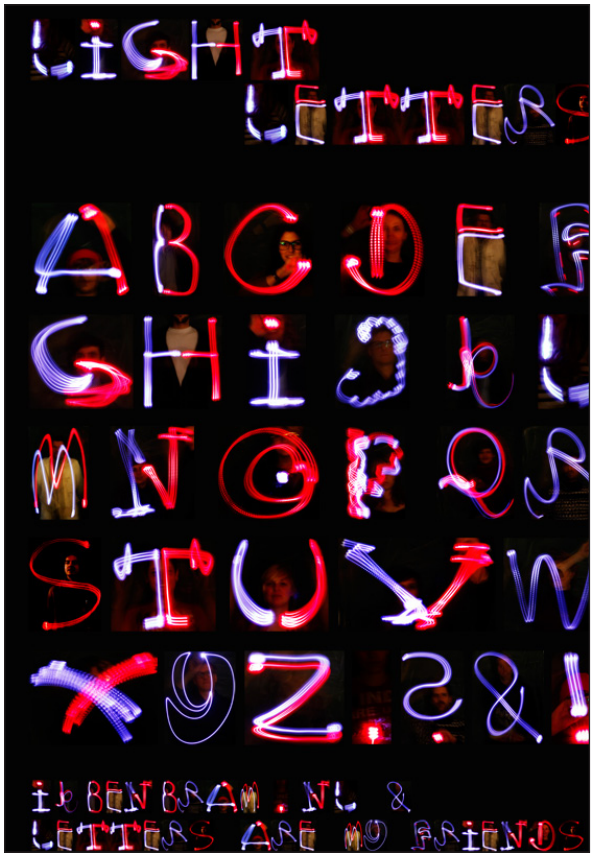


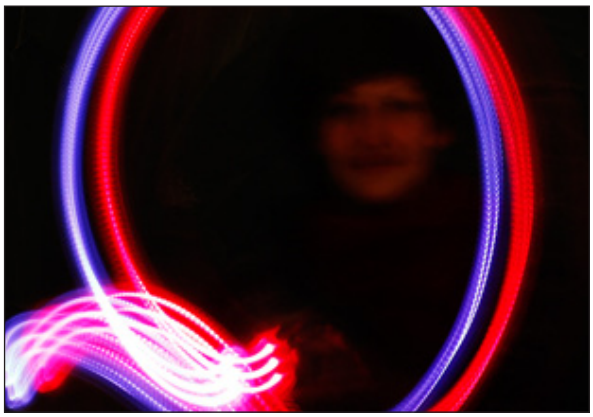


ROMAN REGULAR'S LIGHT LETTERS 2011

On our Christmas TrippleXXX & Double DD Event Roman Regular aka BRAM VAN DIJK made a new and totally unique font in just a few hours with all the partypeople. Everybody who was on his way to the toilet, had to make a letter with light. With an exposure of only 3 seconds a daredevil painted a letter with a red or/and white bicycle light. And here is the result, the new font LightLetters!

http://www.lettersaremyfriends.com/

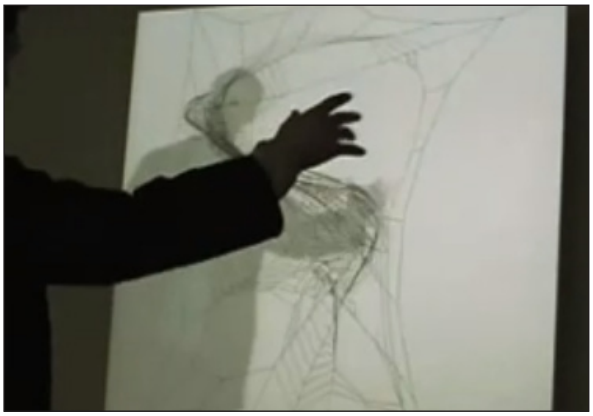
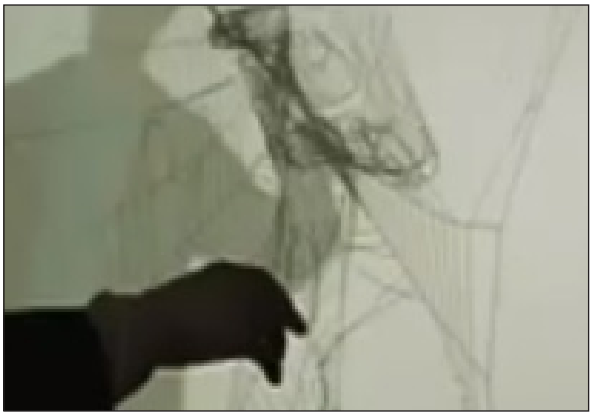


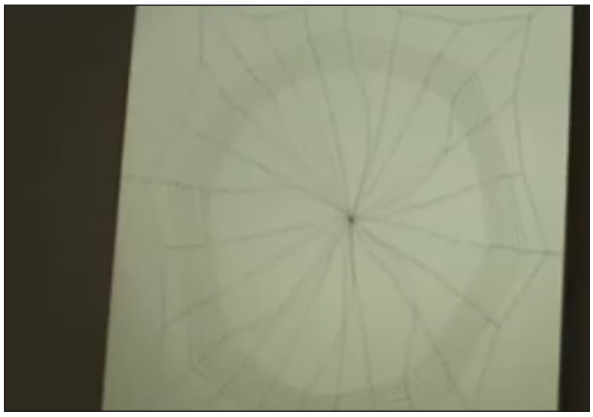


BEING NOT TRUTHFUL WORKS AGAINST ME
STEFAN SAGMEISTER , 2005

The sentence „Being not truthful works against me“ is woven into a projected virtual spider web. As the viewer passes the web she rips it apart wherever her reflection touches it. But it reconstructs itself time and again. This interactive installation will first be shown at the Austrian Cultural Forum in New York in the spring of 2005. „Being not truthful works against me“ is part of a list in Stefan‘s diary titled: „Things I have learned in my life so far.“

Video: http://www.youtube.com/watch?v=U--PlzSuOv8&feature=player_embedded
Project: http://www.sagmeister.com/node/216?destination=taxonomy/term/32

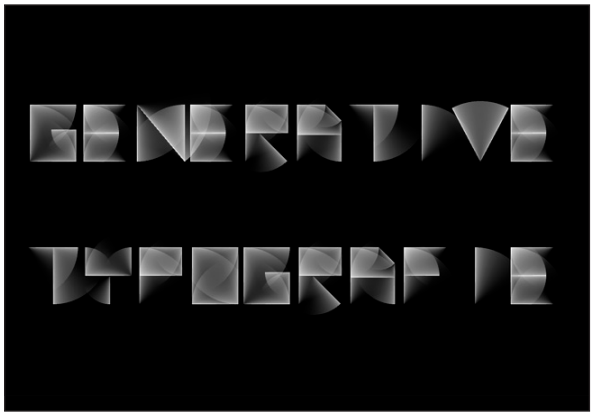





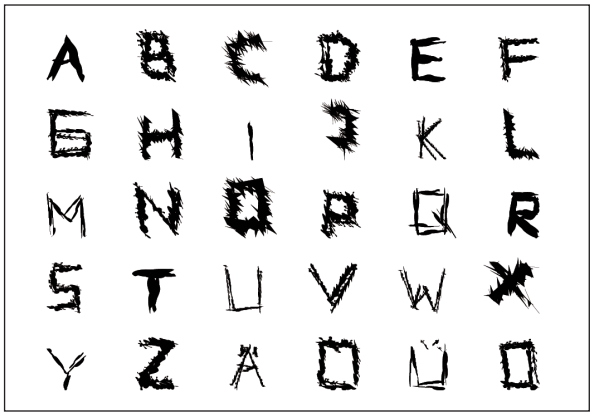
GENERATIVE TYPOGRAFIE

FH MAINZ

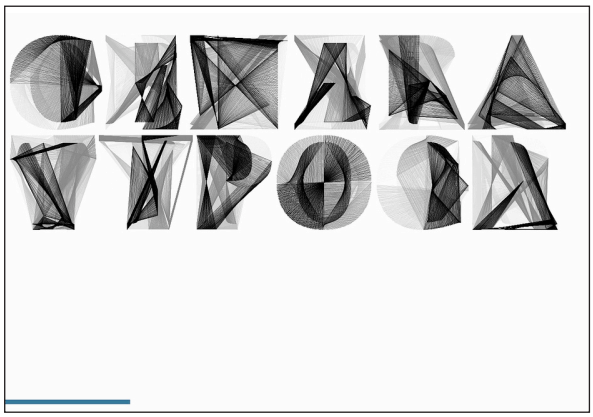
Arbeiten entstanden an der fh mainz im kurs generative Typografie



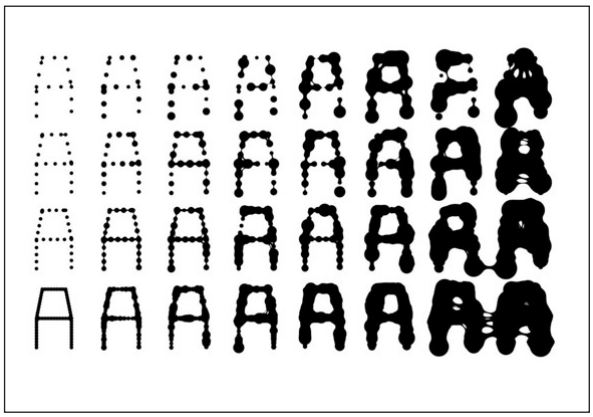
WDCE, words don't come easy – Christoph Köhler
http://vimeo.com/11069954



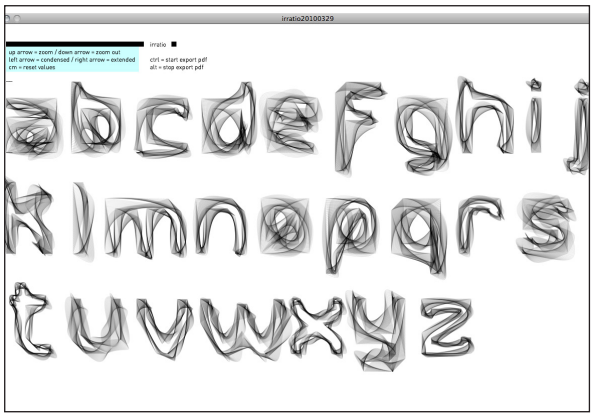
Blast - Denis Klein
http://vimeo.com/11072452



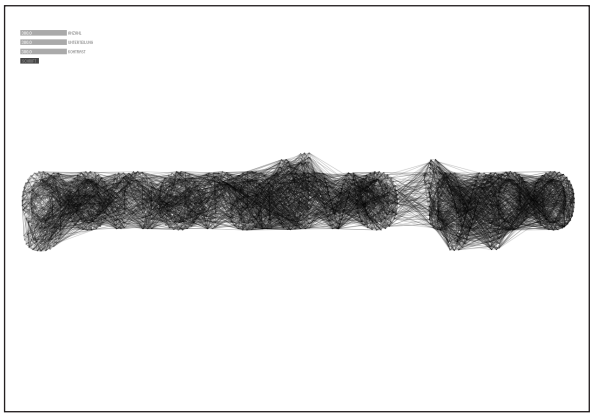
Broken Grid - Nils Holland-Cunz
http://vimeo.com/11070366



Elien -Tatevik Aghabayan
http://vimeo.com/11070447

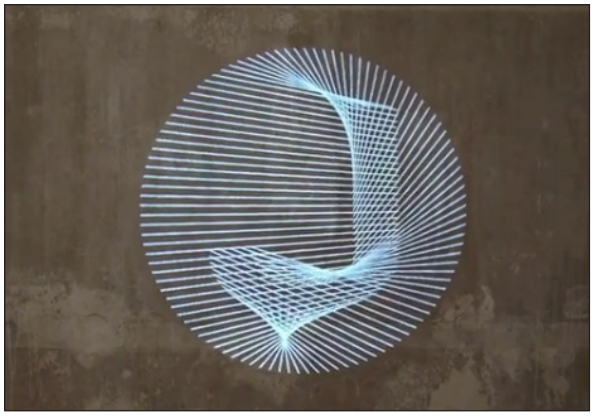


Irratio - Ingo Reinheimer
http://vimeo.com/11069861

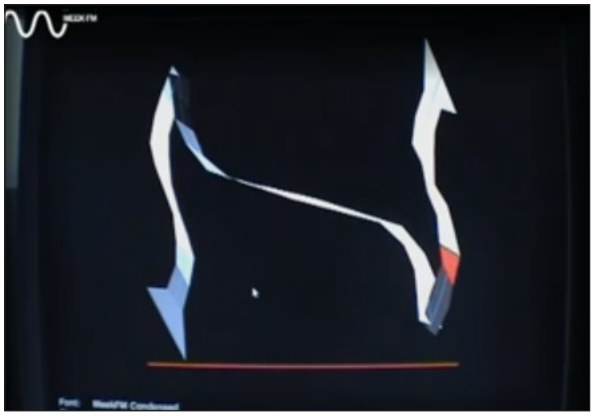


Zwirn - Lisa Reimann
http://vimeo.com/11070040

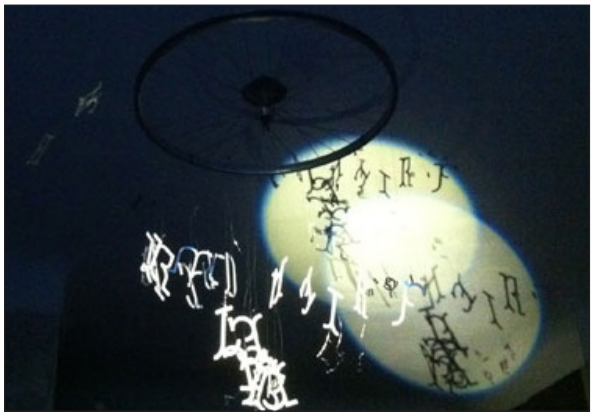
DIVERSE



BUCHSTABENGEWITTER BY INGO ITALIC
http://vimeo.com/34613976



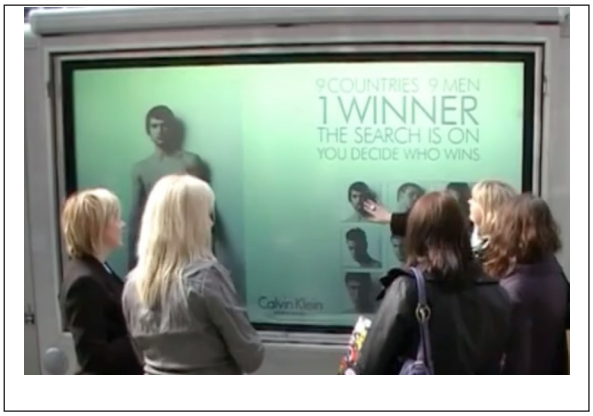
Meek FM Typographic Synthesizer Demo
http://youtu.be/1he0uQZB0K4



DOCU: Moons, Light installation 2011, Nindustrict
http://vimeo.com/31211340

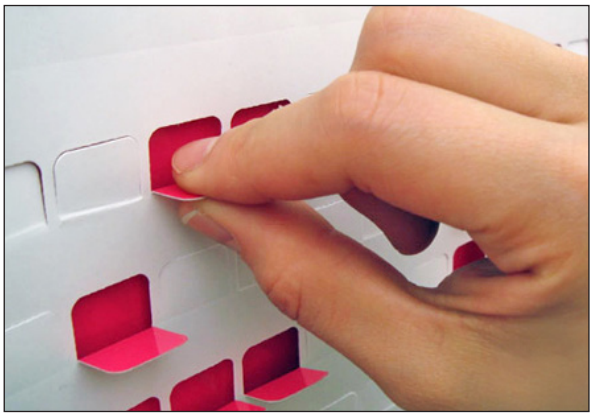
INTERAKTIVE PLAKATE

Abhängig vom Wetter, ändert sich die Transparenz der Bekleidung. Somit koennen 2 verschiedene Produkte angepriesen werden, zudem wird die Attraktivität erhöht.
http://www.adpunch.org/entry/rain-rain-come-again/



Ein Fahrzeug beiinhaltet einen touchfähigen grossen Screen, in dieser Kampagne wird zum einen die Marke beworben und die Betrachter können bei der Auswahl eines Models partizipieren.
http://vimeo.com/13703592

this poster for Amnesty international carries a unique and innovative method to convey the message effectively.
http://www.adpunch.org/entry/an-innovative-interactive-poster/



Keine digitale Technik - hier wurde mit den analogen Möglichkeiten (z.Bsp Soundqualität der Materialien) interaktive Poster geschaffen.
http://dg-rugman1013-dc.blogspot.com/2010/12/interactive-poster-designs.html

http://www.trendhunter.com/trends/interactive-advertisements-pedigree-virtual-puppy-billboard

http://www.thecoolhunter.net/ads/Interactive-Sharpie-e-cast-Billboard/

FAZIT

Zuerst galt es ein Thema für die Bachelor-Arbeit rauszufinden, ich habe in den hier kurz angerissenen Themen recherchiert. Mein Thema werden interaktive Plakate sein, hier muss ich das Feld nun stärker einschränken und definieren, welche Interaktion will ich genauer untersuchen, was genau will ich gestalten, wie messe ich den Erfolg der Arbeit, welche Absichten habe ich mit den Anwendungen?

Es gibt viele Begrifflichkeiten in dem Feld der digitalen Anzeigen im öffentlichen Raum: Digital Signage, Ad-, Branding- , Info- oder Publicscreens, um nur einige zu nennen. Genauso verschieden sind auch die Methoden: Touchanwendungen[1], Gestensteuerung[2], Augmented Reality Anwendungen[3] oder Displays, welche auf das Wetter reagieren[4].

Im Vordergrund stehen nun, welche zusätzliche Inhalte durch Interaktion vermittelt werden können und welche Interaktionen sich in welcher Situation am besten eignet.

Zudem ist das Feld der interaktiven Plakate sehr gross, mich würde besonders das Feld der Gestensteuerung interessieren, hier ist die intuitive Auseinandersetzung mit den Inhalten sehr stark und ich entdeckte noch wenig interessante Anwendungen.

Für diesen Ansatz werde ich nun einige bestehende Plakate inhaltlich analysieren und versuchen, interaktive Elemente einzubauen und die Wirkung analysieren.

Die Recherche im Bereich Typografie (bewegte Typografie, generative Typografie) hat mir diesbezüglich die Bandbreite der Typografie der letzten 50 Jahre aufgezeigt und wie stark deren Wirkung ist, meine Recherche zu Beginn war sehr typografisch geprägt, auch das erste Konzept für eine Generierung des Alphabets mittels dem Körper basierte auf diesen. Anschliessend verlagerte sie sich mehr in Richtung der Plakatgestaltung. Hier sind die Gestaltungsmöglichkeiten grösser, ohne typografische Elemente auszuschliessen, oftmals überschneiden sich diese Recherchegebiete: *„Schrift unmittelbar visuell wahrnehmen spricht eine andere Art von Lesbarkeit an: die Anmutung einer Schrift, den Ausdruck, die den Leser in ein bestimmtels „Klima“ versetzen, in einen Zustand des Wohlbefindens - auch auch der Erregung, vielleicht des Widerspruchs.* ***Schrift ist, so gesehen, als etwas Gesamthaftes, als Bild aufzufassen.“***

Interessant wäre auch zu untersuchen, in wie fern sich Regeln der klassischen Plakatgestaltung auf diese neue Möglichkeiten übertragen lassen, Grösse und der Winkel der Fläche zum Betrachter, der Winkel zwischen der Fahrtrichtung und der Richtung, die man benötigen würde, um die Fläche voll zu sehen Beleuchtung der Plakatstelle, die Gesamtheit der ablenkenden Faktoren (viel oder wenig Ablenkung) und die Dauer der Passage[5] oder ob es zum Beispiel gelingt, die Kontaktzahl zu erhöhen.

1 Pedigree Puppi Billboad http://www.trendhunter.com/trends/interactive-advertisements-pedigree-virtual-puppy-billboard

2 http://www.gesturetek.com/gesturefx/introduction.php

3 Augmented Reality - Heineken: “The Entrance” 2011 Campaign http://www.youtube.com/watch?v=h70SB0lUBv4&feature=player_embedded

4 Calvin Klein http://www.adpunch.org/entry/rain-rain-come-again/

5 Wie wirken Plakate?, Neue Methoden und E kenntnisse, Christian Scheier

LITERATUR

Bücher
Graphic Design Manual, Armin Hofmann
Typografie, Grundlagen und Experimente
@Design, Ästhetik, Kommunikation, Interaktion, Christof Breidenich
Satztechnik Typografie, comedia, ISBN 3-9520934-4-0
Adrian Frutiger, eine Typografie, Vogt-Schild-Verlag, ISBN 3-85962-104-2
Oded Ezer, The Typographers Guide to the Galaxy, ISBN 978-389955-242-3
Karl Gerstner, Programme entwerfen (Fritz Zwicky, morph. Kasten)
Helvetica forever, Lars Müller Publishers
Kompendium für Alphabeten, Karl Gersher
Methodik der Form und Bildgestaltung, A. Hofmann
Typografie, Emil Ruderer
Typografie, John Lewis
Helvetica forever, Lars Müller Publications
Impressive, Printmaking, Letterpress Graphic Design
Schrift als Experiment, Typographie im 20. Jahrhundert, Lewis Blackwel
The typographic experiment, radical innovation in contemporary type design
Type-One, discipline and progress in typography
Poster Collection ZHdK, Typo China
Poster Collection ZHdK, Breaking the Rules
Poster Collection ZHdK, Letters Only
Gestaltungsprobleme des Grafikers, Josef Müller
Attitude, Contemporary swiss graphic design
Generative Gestaltung, Verlag Hermann Schmidt Mainz
Zeichen, Adrian Frutiger
the art of looking sideways, Phaidon Press, ISBN 0-7148-3449-1
Norm - the things, Dimitri Bruni, Manuel Krebs
Playful type, ISBN-978-3-8995-220-1
Processing, Creative Coding and Computational Art, ISBN-10:1-59059-617-X
PDF - Wie wirken Plakate?, Neue Methoden und Erkenntnisse, Christian Scheier

Webseiten
ilovetypography.com
generative-gestaltung.de
generative-typografie.de
www.notcot.org
http://blog.hslu.ch/outofhomedisplays
http://www.pervasivedisplays.org
http://blog.hslu.ch/outofhomedisplays/files/2010/11/Stalder_Text_v4_101030.pdf
http://www.3mgtg.com/PDF/3MGTG_Up_Front_and_Personal_Report.pdf