



Print, 39,99 €

12/2015, 382 Seiten,
kart., zahlr. z.T. farb. Abb.,
ISBN 978-3-8376-3259-0

E-Book (PDF), 39,99 €

12/2015, 382 Seiten,
ISBN 978-3-8394-3259-4

Julia Meer

Neuer Blick auf die Neue Typographie

Die Rezeption der Avantgarde in der Fachwelt der 1920er Jahre

Julia Meer stellt die bisherige Rezeptionsgeschichte des »Mythos Neue Typographie« in Frage und arbeitet zugleich die frühe Professionalisierung des Grafik-Designs auf. Durch eine systematische Auswertung von Fachzeitschriften der Jahre 1900-1933 zeigt sie, dass die Neue Typographie weder neu war noch aufgrund ihrer Modernität abgelehnt wurde. Vielmehr wurde sie früh von den Fachleuten gefördert und zu einem werbewirksamen Stil weiterentwickelt. Damit ging ein Prozess einher, in dem sich einige Protagonisten der Avantgarde von Künstlern zu Designern professionalisierten. Die Studie eröffnet neue Perspektiven auf die Wirkungsweise und Verbreitungsprinzipien von Design und das Selbstverständnis von Designern.



Julia Meer (Dr. phil.), Kommunikationsdesignerin, forscht im Exzellenz-Cluster »Bild Wissen Gestaltung« der Humboldt-Universität Berlin. Sie war von 2008-2014 Mitarbeiterin am Institut für Kunst- und Designwissenschaft der Bergischen Universität Wuppertal und gestaltete dort Ausstellungen und Kataloge (u.a. zu Max Burchartz und zu Mies van der Rohe »Barcelona Chair«). 2012 gab sie den Band »Women in Graphic Design 1890-2012« mit heraus. Neben der wissenschaftlichen Arbeit ist sie selbstständige Gestalterin und Herausgeberin des Magazins ff.

Schlagnworte: Neue Typographie, Professionalisierung, Typografie, Bauhaus, Jan Tschichold, Design, Kunstgeschichte des 20. Jahrhunderts

Mehr Informationen / Bestellung:

www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3259-0
oder via E-Mail: bestellung@transcript-verlag.de