

De kracht van typografie

cultuur
communicatie
nieuwe media

Samenstelling en redactie

Henk Hoeks
Ewan Lentjes

ArtEZ Press

TERRA

Voorwoord	11
Inleiding	12
Ewan Lentjes	
I Ontstaan en evolutie van de typografie	35
II Nieuwe ontwikkelingen in het veld van de typografie	147
III Het bereik van de typografie	249
Bibliografie	342
Registers	350
Woord van dank	358
Colofon	359

I **Ontstaan en evolutie van de typografie**

De revolutie van de boekdrukkunst Willem Frijhoff	36
<i>Aventur</i> – en soms kunst: Europese typografie sinds Gutenberg Ralf de Jong	58
Het huwelijk tussen techniek en traditie: vormgeving in de handpersperiode (1460–1830) Paul Dijstelberge	80
De typografische reactie van de negentiende eeuw (1801–1915) Paul van Capelleveen	94
De Nieuwe Typografie. Van Jugendstil tot het einde van het loodzetsel Christof Gassner	108
Postmoderne typografie. Het alfabet vernieuwd, de pagina ontmanteld Rick Poynor	122
Het ontstaan van de typografische mens Ellen Lupton	134

II Nieuwe ontwikkelingen in het veld van de typografie

De digitale revolutie Jack Post	148
Van scriptografisch naar typografisch systeem. De boekcultuur als informatiemaatschappij Michael Giesecke	168
Typografie en humanisme Henk Hoeks	182
Database Lev Manovich	192
Schermchrift. Digitaal schrijven en de orde van het vertoog Roger Chartier	202
De toekomst van de typografie Petr van Blokland	212
De universele principes van grafische voorstellingen. <i>Visuele objecten</i> rangschikken in <i>betekenisvolle ruimtes</i> Yuri Engelhardt	224
DIY: de aanzet tot nieuwe vormen van communicatie en openbaarheid Jack Post en Ewan Lentjes	236

III Het bereik van de typografie

Typografie en grafische vormgeving Henk Hoeks en Ewan Lentjes	250
Belettering van gebouwen in de stad: waarneming en leesbaarheid Hans Rudolf Bosshard	262
Vrije woorden in een cultuur van tekens. Typografie en beeldende kunst Wouter Weijers	272
Mode, grafisch ontwerp en het lichaam José Teunissen	282
Kinetische typografie. Bewegende letters Jack Post	294
Typografie in de reclame Britt Grootes	308
Typografie en nieuwe media Peter Bil'ak	318
Letter = beeld Gerard Hadders	324

Voorwoord

Typografie vormt het hart van de communicatie in de moderne tijd. Dat geldt ook voor het huidige tijdsgewricht, waarin handzame nieuwe media en de toegang tot *big data* de hartslag regelmatig doen overslaan. Nog steeds krijgen wereldwijd gedeelde ideeën, innovaties of burgerlijke initiatieven gestalte via de gangbare kanalen van typografische communicatie. Tegelijk bevinden we ons in een overgangstijd, waarin de contouren zichtbaar worden van geheel andere vormen van kennis en communicatie.

De nieuwe-mediarevolutie biedt alle aanleiding om dieper in te gaan op de betekenis van vijf eeuwen typografische communicatie. De discussie omtrent de digitalisering en de opmars van e-readers en sociale media werpt enkele cruciale vragen op die veelal onderbelicht blijven. Wat is de culturele waarde van vijfhonderd jaar typografie, welke sociale verworvenheden of beperkingen hangen ermee samen? En kunnen we aan de ontwikkeling van de boekdruk en het typografisch systeem inzichten ontleen die behulpzaam zijn bij een secure afweging van de huidige mediarevolutie?

Met dit soort vragen richten we de blik op de ruimere betekenis van het typografische systeem dat aan het begin van de moderne tijd tot ontwikkeling komt. Boekdruk en typografische communicatie staan aan de basis van een nieuw type samenleving, waarin de onafhankelijkheid van denken wordt gekoesterd en de mogelijkheid wordt gecreëerd dat steeds grotere groepen actief aan het maatschappelijke proces deelnemen. Vanuit dit brede perspectief kijken we vervolgens naar de beloftes die zich aandienen in de context van de huidige nieuwe-mediarevolutie. We gaan in op de meest cruciale veranderingen en bieden op exemplarische wijze inzicht in de consequenties daarvan voor de toepassing van de typografie.

Een dergelijk boek over typografie bestaat tot op heden niet. Het vormt een aanvulling op de bestaande literatuur, waarmee vooral het ontwerponderwijs is gediend. Ruim tien jaar geleden werd hiertoe al een eerste aanzet gegeven vanuit de Werkplaats Typografie (ArtEZ hogeschool voor de kunsten), kaAp (Studium Generale van ArtEZ hogeschool voor de kunsten), beide in Arnhem, en het lectoraat Visuele Retorica (AKV | St. Joost) in Breda.

We zijn zeer verheugd dat we dit boek konden realiseren. Daarvoor zijn we in eerste instantie dank verschuldigd aan alle betrokken auteurs. In niet mindere mate prijzen we ons gelukkig met de inspanningen van ArtEZ Press, die dit project opnam in de reeks onderwijshandboeken waaraan zij sinds 2006 werkt.

We hopen dat dit boek bijdraagt aan een breder begrip van de typografie. Vanzelfsprekend staan wij open voor kritische aanvullingen op onze opzet en inzichten.

Henk Hoeks
Ewan Lentjes

Inleiding

Ewan Lentjes

Ewan Lentjes (1951) studeerde moraaltheologie. Hij is ontwerpcriticus en was van 1998 tot 2003 redactielid van het designtijdschrift *Items*. Hij doceerde ontwerptheorie aan de opleiding grafisch ontwerpen van ArtEZ, Academie Minerva, KABK en Academie St. Joost, waar hij betrokken was bij het lectoraat Visuele Retorica. Tot 2013 was hij onderzoeker in de kenniskring Kunst, Cultuur & Economie bij ARCCI van ArtEZ hogeschool voor de kunsten en de HAN Hogeschool Arnhem Nijmegen. Hij publiceert geregeld over grafisch ontwerp en typografie.

Over typografie wordt nauwelijks nog nagedacht. In het digitale tijdperk gaat de aandacht vooral uit naar innovaties door slimme systemen, cross-overs en open netwerken. De nieuwe-media-technologie verbindt informatiestromen waarmee nieuwe soorten van kennisverwerking ontstaan. Het is een enerverend tijdperk dat in het teken staat van een voortdurende transformatie. De nieuwe-mediarevolutie raakt aan de fundamenteën van ons maatschappelijke systeem: aan vaste waarden wordt getornd. Dat geldt ook voor de typografie. Daarover wordt alleen nog in vage termen gesproken. 'Iets met letters' – zo noemde het regionaal Ontwerpplatform in Nijmegen in 2013 een thema-avond, waar specialisten als Martin Majoor, Bas Jacobs en Gijs Frieling & Job Wouters een voordracht hielden. Kennelijk heeft de nieuwe-mediatechnologie de bakens in het ontwerpvak weer verzet. Aan het begin van de twintigste eeuw werd de aandacht al verschoven van een hoofdzakelijk ingetogen typografische toewijding aan tekst en taal naar het publieke vertoon van een brede (visuele) vormgeving ten behoeve van commerciële aanprijzing, cultureel vermaak of politieke overtuiging. Nu, aan het begin van de eenentwintigste eeuw, dient zich een volgende wending aan. Daarbij lijkt het niet zozeer te gaan om een verschuiving van accenten, maar meer om een versmelting of contaminatie van benaderingen en invalshoeken. De nieuwe media kenmerken zich door versnelling en verdichting: alles gebeurt – haast onontwaaarbaar – direct. Scheidslijnen lijken weg te vallen, tussen privé of publiek, tussen culturele of commerciële waarde, tussen denken en doen. In de catalogus *Graphic Design: Now in Production* uit 2011 bij een tentoonstelling over de stand van zaken in het grafische ontwerpvak wijst Andrew Blauvelt op de zogenoemde *pragmatic turn*. Hij signaleert een sterke passie voor het maken bij amateurs en jonge ontwerpers, die de basis vormt van een nieuwe Do-It-Yourself-cultuur van ondernemerschap. De *pragmatic turn* blijkt vooral uit een veranderde attitude. 'Anders dan de oudere generatie ontwerpers die bezig waren met de vraag hoe je vanuit een professionele houding publieksgroepen kon interesseren voor je waar, richten de ontwerpers van vandaag zich eerst en vooral op de productie en stellen daarna eventueel nog vragen.' Blauvelt ziet geen greintje scepsis, kritiek of pessimisme meer in het werk dat vrijelijk op het internet circuleert. Daarvoor in de plaats overheerst 'een nieuw gekoesterd optimisme, de extase van het produceren'.

Waarom dit boek?

Precies bij dit optimisme over het ongecompliceerde maken plaatsen wij vraagtekens. Met Blauvelt vragen we ons af wat de culturele waarde is van het ontwerp in deze contextvrije ruimte van produceren die zich verre houdt van enige vorm van maatschappelijke

01 *Dutch Type* (2004)
van Jan Middendorp
biedt een overzicht van
de geschiedenis van

vijfhonderd jaar typo-
grafie en letterontwerp
in Nederland.



abcdutch
typefghijk
lmnoio pq
rstuvwxyz

oriëntatie of kritiek. Maar meer nog richt dit boek zich op de vraag wat het effect is van de digitale revolutie en de *pragmatic turn* voor de typografie en de typografische communicatie. Daarmee onderstrepen we, juist in een context van optimisme over produceren en ondernemerschap, het belang van reflectie. Dit boek zet in op typografie als systeem van informatieverwerking en kennisoverdracht. Daarbij kijken we niet alleen naar de technologische ontwikkeling, maar vooral naar de culturele betekenis van de typografie. Een boek met een dergelijke invalshoek ontbreekt in onze optiek tot op heden, zeker in Nederland. Tegelijk constateren we dat de behoefte groot is om dit soort vragen in het vakgebied en het ontwerp onderwijs te bespreken. Vooralsnog ontbreekt het aan enige vorm van reflectie op de context waarin typografie wordt beoefend. Er bestaat in Nederland wel een lange traditie van hoogstaand vakmanschap, maar de kennis van de geschiedenis en de ontwikkeling van het vak blijven daarbij achter.

Er is momenteel nauwelijks een geschikt handboek dat de geschiedenis van het typografisch ontwerp bespreekt in het licht van de digitale ontwikkelingen. Jan Middendorp geeft in *Dutch Type* (2004) een goed overzicht van de geschiedenis van vijfhonderd jaar typografie en letterontwerp in Nederland. Zijn invalshoek blijft echter beschrijvend en de recentere periode van het digitale ontwerp en de nieuwe media wordt slechts exemplarisch belicht. Een iets systematischer benadering biedt David Jury in *Over typografie* (2003). Maar dit compacte handboek, dat uitstekend geschikt is voor beginnende studenten, biedt vooral een summierere behandeling van de regels van de typografie. Diepgravende studies over deze materie, vergelijkbaar met Robin Kinross' studie en behandeling van de moderne typografie, zijn nog niet beschikbaar. Eerder valt te constateren dat zelfs de stroom aan vaktechnische publicaties, die voorheen de ontwikkeling en vernieuwing van de boektypografie begeleidde, stagneert. Behalve de herziene uitgave van *Letterfontein* van Joep Pohlen en Geert Setola (2009; Engelse versie 2011) verschijnen er alleen nog sporadisch kritische handboeken in het buitenland, zoals *Thinking with Type* van Ellen Lupton (2010), *The Elements of Typographic Style* van Robert Bringhurst (2004) en *Type & Typography* van Phil Baines en Andrew Haslam (2005). Deze publicaties kunnen zich nog meten met klassieke boekwerken over typografie in de twintigste eeuw van Johnston, Tschichold, Morison, Gill of – in Nederland – Hellinga en Ovink. Maar ook in deze handboeken blijft de vraag naar de *culturele waarde* van typografie in de context van de nieuwe-mediarevolutie onderbelicht. Zelfs de benoeming van Gerard Unger tot bijzonder hoogleraar Typografische Vormgeving aan de Universiteit Leiden heeft niet geleid tot een afgewogen reflectie op de typografische geschiedenis in de digitale tijd. Ungers inaugurele rede, *Typografie als voertuig van de wetenschap* (2007), is weliswaar bevlogen en ter zake kundig geschreven, maar blijft gevangen in een pleidooi voor de toepassing van een

02 *Over typografie* (2003) van David Jury behandelt in hoofdzaak de basisregels van de typografie.



03 *The Elements of Typographic Style* (2004) van Robert Bringhurst geldt als een van de meer doorwrochte, kritische handboeken over

typografie. Ook hij gaat echter niet systematisch in op de *culturele waarde* van de typografie in het licht van de opkomende nieuwe media.



04 In *Typografie als voertuig van de wetenschap* (2007), de inaugurele rede van Gerard Unger bij de aanvaarding van zijn hoogleraarschap aan de universiteit van Leiden, houdt de auteur een bevlogen pleidooi voor een toegankelijke en leesbare typografie. Aandacht voor culturele ontwikkelingen en hun effect op de typografische communicatie blijft jammer genoeg grotendeels buiten het gezichtsveld.



toegankelijke en leesbare typografie. Een kritische bevraging van zowel de technische als de culturele ontwikkelingen en hun effect op de typografische communicatie ontbreekt ook hier nog.

De culturele betekenis van typografie

We zijn getuige van een culturele revolutie die raakt aan de 'traditionele waarden'. De nieuwe-mediarevolutie dwingt ons tot reflectie en tot een herwaardering van alle vaststaande grootheden in het vakgebied van de typografie. De digitalisering zet de gangbare opvattingen over de begrippen boek, letter, paginaopmaak en zetsel op losse schroeven. Ze dwingt tot een fundamentele heroverweging van het typografische ambacht. Wat zijn de gevolgen ervan? Welke nieuwe ontwikkelingen op het vlak van de communicatie worden ermee in gang gezet? Om deze vragen te kunnen beantwoorden volgt dit boek een traject dat bestaat uit twee sporen:

- 1 Een *historisch spoor*, waarin de ontwikkelingen en breuken in de geschiedenis van de typografie worden onderzocht. We onderzoeken wat vijfhonderd jaar boektypografie heeft teweeggebracht. We behandelen de belangrijkste technologische ontwikkelingen en stellen de vraag onder welke omstandigheden die tot stand konden komen. Wat zijn de maatschappelijke gevolgen en de culturele effecten geweest van deze ontwikkelingen en veranderingen?
- 2 Een *systematisch spoor*, waarin de gevolgen van de nieuwe-mediarevolutie op de typografische communicatie worden onderzocht. We stellen dan de vraag naar de innerlijke samenhang en logica van het typografische systeem ('het typografeum'). Welke nieuwe maatschappelijke behoeften en culturele interesses heeft de nieuwe-mediatechnologie geschapen en tot welke veranderingen heeft ze geleid voor het vakgebied?