



reader
wat is grafisch
ontwerpen

reader
huisstijlen

reader
walter
benjamin

reader
verpakkingen

reader
het hart van
mijn praktijk

reader
pictogrammen

reader
the past in
the present

reader
voyeurisme

reader
information
design



reader
narrativiteit

reader
wat is
ruimtelijk
ontwerpen?

reader
grafisch
ontwerp/
onderwijs

reader
autonomy and
commitment
reader
autonomie en
engagement

reader
avant-garde

reader
visuele
instructies

reader
research
into visual
communication

reader
het
carrière-
verloop van
ontwerpers

reader
lectoraat
visuele retorica
2006-2013

narrativiteit

Paul Cobley **The Rise and Rise of the Novel**

pp 57-87 uit: *Narrative* Londen/New York: Routledge 2001

David Bordwell, Kristin Thompson **Narrative as a Formal System**

pp 78-86, 90-97, 100-104 uit: *Film Art. An Introduction* New York: McGraw-Hill 2010 (9e editie)

Dirk Lauwaert **Over het vertellende beeld**

pp 88-95 uit: *Artikels* Brussel: Yves Gevaert 1996

Bence Nanay **Narrative Pictures**

pp 119-129 uit: *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 67, nr. 1 2009

Jan Baetens **Is a Photograph Worth a Thousand Films?**

pp 143-148 uit: *Visual Studies* 24, nr. 2 2009

Söke Dinkla **The Art of Narrative. Towards the Floating Work of Art**

pp 27-42 uit: *New Screen Media: Cinema/Art/Narrative New screen Media* Londen: British Film Institute 2002

Flip Bool **Stories of Mr. Wood**

pp 18 uit: *HTV* no. 69 2007

samenstelling: Flip Bool, Karel van der Waarde, Camiel van Winkel mmv Michiel van Opstal, Rik Suermondt



reader narrativiteit

samenstelling Flip Bool, Karel van der Waarde, Camiel van Winkel
met medewerking van Michiel van Opstal, Rik Suermondt

expertisecentrum kunst & vormgeving

nov. 09 2009 Amsterdamsestraatwijk, 1, de Haagse haven

Narrativiteit of het vertellen van verhalen is een belangrijk onderwerp in het actuele kunstdebat. In eerste instantie roept dit begrip associaties op met disciplines waarin fictie en tijd een cruciale rol spelen. Op het gebied van de taal is dit vooral de roman, met het theater en de film als beeldende equivalenten. Een roman kent een tijdsverloop en een ontknopning, net als een toneelstuk of een speelfilm. De essentie ervan wordt pas ervaren na het omslaan van de pagina's in een boek, scènes die zich achtereenvolgens op het toneel afspelen of elkaar opvolgende bewegende beelden.

Narrativiteit in het domein van de beeldende kunsten heeft zich lang gemanifesteerd door methodes te ontleen aan de roman, het theater of de film. Met name op het gebied van de fotografie resulteerde dit onder meer in verhalende 'fotoromans' of 'fotosequenties' met teksten, zoals Ed van der Elsken's fotoboek *Een liefdesgeschiedenis in Saint Germain des Prés* (1956) of het werk van de Amerikaanse fotograaf Duane Michals sinds eind jaren 1960.

Zonder begeleidende of toelichtende teksten kan narrativiteit zich echter ook binnen één enkel, stilstaand beeld afspelen, zoals theater en film zich aan narrativiteit kunnen onttrekken. De uiterst zorgvuldig geësceneerde en in lichtboxen gepresenteerde foto's van Jeff Wall zijn wat dit betreft even illustratief als de videofilms van Arnout Mik.

Deze reader is bedoeld ter begeleiding van vier studiemiddagen over 'Narrativiteit' in het domein van verschillende kunsten. De samenstelling kostte in die zin nogal wat hoofdbrekens omdat er veel is geschreven over narrativiteit of narratologie vanuit het perspectief van de literatuur en de film, terwijl het aantal publicaties over andere beeldende disciplines relatief beperkt is. De teksten zijn qua (theoretisch) niveau zo gekozen dat deze reader academiebreed gebruikt kan worden.

onderzoek in de kunst

Henk Borgdorff **Het debat over onderzoek in de kunsten**

pp 21-39 uit: *Theater Topics: De theatermaker als onderzoeker* Amsterdam: Amsterdam University Press 2006

Camiel van Winkel **Flexibele multipliciteiten. Het discours over onderzoek in de kunst**

pp 2-3 uit: *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid en andere essays* De Witte Raaf nr. 122 juli-aug 2006

Dirk Pültau, Koen Brams **Kunst en onderzoek: een gesprek met Joëlle Tuerlinckx**

pp 6-7 uit: *De Witte Raaf* nr. 122 juli-aug 2006

Jouke Kleerebezem **Onderzoek worden**

pp 16-17 uit: *De Witte Raaf* nr. 122 juli-aug 2006

Tom Holert **Art in the Knowledge-based Polis**

pp 95-104 uit: *e-flux journal* nr. 3 febr 2009

samenstelling: Camiel van Winkel i.s.m. Karel van der Waarde



reader **onderzoek in de kunst**

samenstelling: Camiel van Winkel i.s.m. Karel van der Waarde

Wat is **onderzoek** in de kunst? Waarin onderscheidt het zich van wetenschappelijk onderzoek? Welke methoden zijn kenmerkend voor onderzoek in de kunst? Hoe dient het te worden getoetst, en hoe onderwezen? Hoe verhoudt het alledaagse artistieke experiment zich tot de onderzoeksambities van onderwijsinstellingen?

expertisecentrum kunst & vormgeving

Wat is onderzoek in de kunst? Waarin onderscheidt het zich van wetenschappelijk onderzoek? Welke methoden zijn kenmerkend voor onderzoek in de kunst? Hoe dient het te worden getoetst, en hoe onderwezen? Hoe verhoudt het alledaagse artistieke experiment zich tot de onderzoeksambities van onderwijsinstellingen?

Tussen de schilder die uitprobeert om zelf tempera te maken met eieren van de boer, en de promovenda die de laatste hand aan haar notenapparaat legt, strekt zich het brede veld van het onderzoek in de kunsten uit – ook wel aangeduid als *artistic research*. Aan dit onderwerp zijn de laatste jaren, niet alleen in Nederland en België, talloze publicaties, seminars, symposia en studies gewijd. De impuls hiervoor komt grotendeels voort uit institutionele veranderingen en ambities in het kunstonderwijs. HBO-instellingen, en dus ook kunstacademies, worden geacht hun focus op onderwijs te verbreden door aan onderzoek te gaan doen.

Aan de breedte van het verschijnsel onderzoek, maar ook aan de enorme kloof tussen het alledaagse artistieke experiment van de kunstenaar in zijn atelier en de institutionele ambities van de onderwijsinstellingen valt wellicht te wijten dat de tekstproductie over onderzoek in de kunsten enorm divers en onoverzichtelijk is. Ten aanzien van de methoden, de criteria en de toetsing van artistiek onderzoek lijkt bovendien geen enkele consensus te bestaan.

Met deze reader wordt getracht enige helderheid in de kwestie te brengen door een vijftal teksten bijeen te brengen die ieder afzonderlijk een waardevol en complementair perspectief scheppen. Ook de stem van de kunstenaar wordt daarbij gehoord.

Deze reader bouwt voort op een themanummer van het Vlaamse kunsttijdschrift *De Witte Raaf* uit 2006, dat werd samengesteld door Dirk Pültau en Camiel van Winkel.

onderzoek grafisch ontwerpen

Christopher Frayling **Research in Art and Design**

pp 1-5 uit: *Royal College of Art Research Papers* vol. 1, nr. 1 Londen: Royal College of Art 1993/4

Bruce Archer **The Nature of Research**

pp 6-13 uit: *Co-design Interdisciplinary Journal of Design* 1995

Sharon Poggenpohl **Questions – an Approach to Design Research**

pp 143-151 uit: *Doctoral Education in design: Foundations for the future* Staffordshire: Staffordshire University Press 2000

Peter Storkerson **How to Develop Basic Research in Communication Design**

presentatie voor de conferentie van de *Design Research Society* Lissabon 2006

Chris Rust **Unstated Contributions**

pp 69-76 uit: *International Journal of Design* (www.ijdesign.org) 2007

Kees Dorst **Design Research: a Revolution-waiting-to-happen**

pp 4-11 uit: *Design studies* 29 (1) Amsterdam: Elsevier 2008

samenstelling: Karel van der Waarde ism Camiel van Winkel



Christopher Frayling
Research in Art and Design

Bruce Archer
The Nature of Research

Sharon Poggenpohl
Questions
– An Approach
to Design Research



Peter Storkerson
How to Develop
Basic Research in
Communication Design



Chris Rust
Unstated
Contributions



Kees Dorst
Design Research:
A Revolution-
Waiting-to-
Happen

reader **onderzoek grafisch ontwerpen**

samenstelling Karel van der Waarde

Het doel van deze Reader is om 'grafisch ontwerp onderzoek' nauwkeuriger te beschrijven. Deze reader laat het ontstaan, de huidige praktijk en een mogelijke toekomst zien.

expertisecentrum kunst & vormgeving 1401/2008 Anne Heggenboech Brede, N. Houtgeboorsch

Het doel van deze reader is onderzoek op het gebied van het grafisch ontwerpen nauwkeurig te omschrijven. Onderzoek door een ontwerper leidt tot een *visueel prototype*, onderzoek van het ontwerpen zelf tot *nieuwe kennis* over het vakgebied. Zes artikelen laten het ontstaan, de huidige praktijk en een mogelijke toekomst zien. In deze reader worden verschillende vormen van grafisch ontwerp onderzoek geïntroduceerd.

Hierbij gaat het om:

Praktisch onderzoek dat dient om een ontwerp te verbeteren en om argumenten te onderbouwen;
Praktijkgericht onderzoek dat dient om nieuwe kennis te genereren die vrijwel direct bruikbaar is in de praktijk;

Theoretisch onderzoek dat dient om nieuwe kennis over het vakgebied van het grafisch ontwerpen te ontwikkelen.

Er zijn veel overeenkomsten tussen 'onderzoek' en 'ontwerpen': beide proberen immers een vraag te beantwoorden. Bij grafisch ontwerpers resulteert een onderzoek in een 'visueel prototype'. Bij onderzoekers resulteert het in nieuwe kennis. In de zes artikelen komen de volgende criteria voor onderzoek terug:

Was de activiteit gericht op het vermeerderen van kennis?

Werd de activiteit systematisch uitgevoerd? Zijn de gebruikte gegevens en de resultaten gevalideerd volgens de geschikte standaarden? (Onderzoek is waarschijnlijk niet objectief, en waarschijnlijk afhankelijk van de situatie.)

Zijn de resultaten expliciet gemaakt? Zijn de resultaten echt 'kennis' en niet alleen 'informatie'?

Is het verslag van de activiteit helder genoeg zodat een volgende onderzoeker dezelfde informatie kan vinden, dezelfde procedures kan nadoen, het argument opnieuw kan opbouwen, en tot vergelijkbare conclusies kan komen?

Is de kennis overdraagbaar naar anderen?

lectoraat visuele retorica 2006-2013

Karel van der Waarde **On graphic design: listening to the reader?**

pp 3-41 uit: *On graphic design: listening to the reader?* Breda: Research Group Visual Rhetoric, Avans Hogeschool, AKV|St.Joost 2009

Karel van der Waarde **Visual communication for medicines: malignant assumptions and benign design?**

pp 40-68 uit: *Visible Language* 44 (1) Providence: Rhode Island School of Design 2010

Karel van der Waarde, Maurits Vroombout **Communication Design Education: could nine reflections be sufficient?**

pp 8-35 uit: *Visible language. Envisioning a future of Design education* 46 (1/2) Providence: Rhode Island School of Design 2012

Karel van der Waarde **Typographic dimensions and conventional wisdom: a discrepancy?**

pp 67-74 uit: *Technical Communication* First Quarter February, Arlington (VA): Society for Technical Communication 1999

Karel van der Waarde **Designing Information about Medicines: The role of visual design**

pp 112-124 uit: *Selected readings of the 5th Information Design International Conference. Research and Practice*, São Paulo: BSID 2013

samenstelling: Karel van der Waarde

Deze reader toont hoe het lectoraat visuele retorica beschrijvingen van de beroepspraktijk maakte – van de eerste interviews met beroepsbeoefenaren in 2006 tot een gepubliceerd discussiemodel van de ontwerppraktijk in 2012. Lector Karel van der Waarde was in alle gevallen auteur of co-auteur. In de lectorale rede (artikel 1) gaat het over de opzet van het onderzoek naar beroepspraktijk, en de eerste resultaten daarvan. In de tekst wordt grafisch ontwerpen omschreven als een 'wolk van activiteiten'.

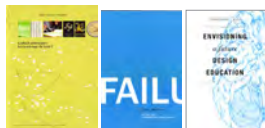
Artikel twee vergelijkt een specifiek onderdeel van de beroepspraktijk – het ontwerpen van informatie over medicijnen – met een opvatting van retorica. Het blijkt dat de traditionele retorica inderdaad gebruikt kan worden om hedendaagse visuele ontwerpen te analyseren. Er blijken echter ook visuele aspecten te zijn die niet in de retorische modellen passen.

Artikel drie gaat een stap verder en breidt de theoretische achtergrond uit van *retorica* naar *visuele argumentatie*, en van een *wolk van activiteiten* naar een *web van praktische reflecties*.

Hiermee wordt het vakgebied van het grafisch ontwerpen direct gerelateerd aan specifieke communicatie-theorieën, en nauwkeurig gepositioneerd als 'reflectieve praktijk', en kunnen we grafisch ontwerponderwijs en grafisch ontwerponderzoek (her)overwegen.

Het vierde artikel toont een voorbeeld van praktijkgericht onderzoek en is opgenomen om het verschil tussen *praktisch onderzoek*, *praktijkgericht onderzoek* en *academisch onderzoek* te tonen. Het laat zien dat grafisch ontwerpers in vergelijkbare situaties vergelijkbare beslissingen nemen. In de praktijk komen duidelijke 'patronen' voor die nog niet worden beschreven in de handboeken.

In het laatste artikel wordt getoond hoe de modellen die in de eerste drie artikelen ontwikkeld werden toegepast kunnen worden op het ontwerpen van informatie over medicijnen. Het laat zien dat de modellen inderdaad gebruikt kunnen worden om een praktijk kritisch te beschrijven, en om gemotiveerde keuzes voor praktisch onderzoek te maken.



van der Waarde
On graphic design:
listening to the reader?

van der Waarde
Visual
communication
for medicines

van der Waarde, Vroombout
Communication
Design Education



van der Waarde
Typographic dimensions and
conventional wisdom

van der Waarde
Designing information
about medicines

reader lectoraat visuele retorica 2006-2013
samenstelling Karel van der Waarde

De artikelen in deze reader tonen een deel van de resultaten van het lectoraat Visuele Retorica. De reader laat zien hoe **beroepspraktijk, onderwijs, en onderzoek** op verschillende manieren bij elkaar kunnen komen.

expertisecentrum kunst & vormgeving AKV|St.Joost Avans Hogeschool Breda, 3 Hogeschool

het carrièreverloop van ontwerpers

Sherry E. Sullivan, Yehuda Baruch **Advances in Career Theory and Research: A Critical Review and Agenda for Future Exploration**

pp 1542-1544, 1549, 1550 uit: *Journal of Management* no. 35 Sage 2009

Najung Kim, Douglas T. Hall **Protean Career Model and Retirement**

pp 4-15 uit: *Oxford Handbook of Retirement* Oxford: Oxford University Press 2012

Frans Meijers **The development of a Career Identity**

pp 191-207 uit: *International Journal for the Advancement of Counseling* no. 20 Kluwer 1998

Dawn Bennett **Academy and the Real World: Developing realistic notions of career in the performing arts**

pp 309-327 uit: *Arts and Humanities in Higher Education* no. 8 Sage 2009

Ruth Bridgstock **Not a dirty word: Arts entrepreneurship and higher education**

pp 1-16 uit: *Arts and Humanities in Higher Education* no. 2-3 Sage 2013

samenstelling: Bart Eerden

De vijf artikelen in deze reader geven aan dat carrières met behulp van verschillende modellen beschreven kunnen worden, en dat het bovenstaande praktische patroon past in deze modellen. Het doel is om fundamenteel inzicht in de ontwikkeling van een carrière te krijgen, en daarmee verder onderzoek te stimuleren.

Deze reader hoopt bij te dragen aan de discussie over het carrièreverloop van (grafisch) ontwerpers. Deze discussie is nodig voor de inrichting van het huidige curriculum en in het bijzonder het maatwerk dat een opleiding kan bieden aan alumni en beroepenveld op verschillende momenten in een carrière.



Sullivan, Baruch **Advances in Career Theory and Research**
Kim, Hall **Protean Career Model and Retirement**
Meijers **The development of a career identity**
Bennett **Academy and the Real World**
Bridgstock **Not a Dirty Word: Arts entrepreneurship and higher education**

reader **het carrièreverloop van ontwerpers**
samenstelling: Bart Eerden

Inzicht in de ontwikkeling van de carrière van grafisch ontwerpers kan relevant zijn voor de inrichting van het huidige curriculum van een opleiding en in het bijzonder het eventuele maatwerk dat een opleiding kan bieden aan alumni en beroepenveld. Deze reader combineert artikelen uit human resource management met analyses van carrières binnen de kunsten met als doel richting te kunnen geven aan curricula in grafisch ontwerp- en onderwijs.

expertisecentrum kunst & vormgeving © 2013 St. Joost Art en Hogeschool Breda, N. Herengracht 20

Uit de interviews die het Lectoraat Visuele Retorica tussen 2007 en 2012 met grafisch ontwerpers hield, leek er een patroon te zijn dat de levensfase koppelde aan professionele activiteiten. Na een bachelor-opleiding (tot 22-25 jaar) volgden vaak vijf tot tien praktijkjaren als werknemer in een studio of als zelfstandige zonder personeel. Tussen 30 en 35 jaar dwingen persoonlijke beslissingen (kinderen, hypotheek, prijs, ...) tot een aanpassing van de carrière. Enkele mogelijkheden zijn zelfstandig worden, doorgaan als senior studio manager, onderwijs gaan geven, of van beroepenveld veranderen. Een vergelijkbare keuze wordt nogmaals gemaakt door ontwerpers rond hun vijftigste levensjaar. Komt dit praktische patroon ook in andere beroepen voor, en is hier onderzoek naar gedaan?

Deze reader combineert artikelen uit human resource management met analyses van carrières binnen de sector 'kunst en vormgeving'.

research into visual communication

Ken Friedman **Theory construction in design research: criteria, approaches, and methods**
pp 507-522 in: *Design Studies* 24 (6) 2003

Mary Hegarty **The Cognitive Science of Visual-Spatial Displays: Implications for Design**
pp 446-462 in: *Topics in Cognitive Science* 3 (3) 2011

Barbara Tversky **Some Ways that Maps and Diagrams Communicate**
pp 72-79 in: *Lecture Notes in Computer Science* volume no. 1849, *Spatial Cognition II* 2000

Maneesh Agrawala, Wilmot Li, Floraine Berthouzoz **Design Principles for Visual Communication**
pp 60-69 in: *Communications of the ACM*, 54 (4) 2011

Nick Cawthon, Andrew Vande Moere **The Effect of Aesthetic on the Usability of Data Visualization**
pp 1-9 in: *11th International Conference Information Visualization (IV'07)* 2007

compiled by: Annemarie Quispel

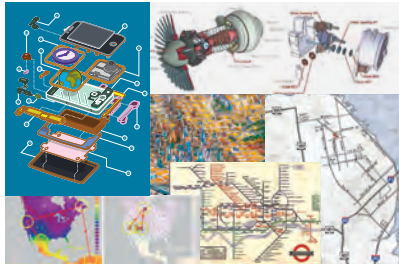
The aim of scientific research is usually not to be of direct practical use. In some domains it certainly is aimed at solving problems: research aimed at curing diseases, or finding sustainable ways of producing energy. Usually the primary goal of scientific research is *knowledge*: knowledge to form or test theories about how the world functions and why.

In graphic design or visual communication there isn't a lot of scientific knowledge yet. Graphic designers use visual means to convince a public of something, to inform people, to explain or to promote things. One and the same message can be designed in a lot of different forms. Which form works better than another, we don't know. Or rather, we have ideas about it, based on intuition and experience, but generally, those ideas have never truly been studied and tested.

Research in this area is upcoming, but by far not ubiquitous yet. What has been done since a number of decades, though, are quite a lot of studies (especially within psychology) after the influence of perception and cognition on the way we visualize information and interpret visual information.

In this reader five texts have been gathered that are illustrative of the types of scientific research that is being and has been done, which can inform and ground visual communication. Perhaps not in a straightforward, practically applicable way, but more in our thinking about design and understanding the effects of it.

In the first text Friedman clarifies the importance of *theory construction* for the design disciplines. The second article shows how *knowledge of cognitive processes* is relevant in the development of visualization techniques that meet the natural ways people perceive and interpret things. In the third article the author shows how people have used *graphics* since ancient times to extend memory and enhance ease of information processing, and explains the way these diagrams communicate. The fourth text is an example of *current scientific research* aimed at the practical application of scientific insights in the form of design principles. The fifth article, to conclude with, shows the influence of *aesthetics* on the usability of visual information.



Friedman
Theory construction in design research

Hegarty
The Cognitive Science of Visual-Spatial Displays

Tversky
Some Ways that Maps and Diagrams Communicate

Agrawala
Design Principles for Visual Communication

Cawthon & Vande Moere
The Effect of Aesthetic on the Usability of Data Visualization

reader on **research into visual communication**
compiled by Annemarie Quispel

in this reader examples are highlighted of **scientific research** with relevance for visual communication

expertisecentrum voor kunst & design
©2008, Avans Hogeschool Breda, 's Hertogenbosch

engelstalig / in english

visuele instructies

Paul Mijksenaar, Piet Westendorp **De vorm is de instructie / Hoe leg ik dat uit?**
pp 34-49 uit: *Hier openen. De kunst van de visuele instructies* Keulen: Könemann 1996

Ellen de Bruin **Hartstikke blij en meteen aan de slag gaan**

pp 31 (bijlage Wetenschap & Techniek) uit: *NRC-Handelsblad* 1 maart 2001 Amsterdam: PCM uitgevers 2001

Piet Westendorp **Een voortdurende intelligentietest**

pp 5-15 uit: *Gebruiksaanwijzingen* Eindhoven: Instituut Vervolgopleidingen-TUE 1993

Floor van Horen **De 'beste' gebruiksaanwijzing voor ouderen**

pp 11-16 uit: *tekst[blad]* 3, jaargang 7 Bussum: Uitgeverij Coutinho 2001

Karen A. Schriver **The Impact of Poor Design: Thinking about Ourselves as Users of Texts and Technology**

pp 209-223 uit: *Dynamics in Document Design* New York etc.: John Wiley & Sons 1997

Ernst Gombrich **Pictorial Instructions**pp 26-45 uit: *Images and Understanding* Cambridge: Cambridge University Press 1990

samenstelling: Annemarie Quispel



**De vorm is de instructie /
Hoe leg ik dat uit?**

Hartstikke blij
en meteen aan
de slag gaan

Westendorp Een voortdurende intelligentietest



De 'beste' gebruiksaanwijzing voor ouderen

The Impact of Poor Design: Thinking About Ourselves as Users of Texts and Technology

Gomblich
Pictorial Instructions

reader **visuele** instructies

samenstelling Annemarie Quispel

Visuele instructies behoren, net als infographics, tot het terrein van de informatievormgeving. Het zijn combinaties van beeld en tekst die - mits goed ontworpen - inzichtelijk maken hoe bepaalde handelingen moeten worden uitgevoerd.

expertisecentrum kunst & vormgeving AKV | St. Joost Avans Hogeschool Breda 's Hertogenbosch

Visuele instructies, ook wel visuele gebruiksaanwijzingen genoemd, zijn combinaties van beeld en tekst die inzichtelijk maken hoe bepaalde handelingen moeten worden uitgevoerd. Vaak gaat het om aanwijzingen hoe een apparaat moet worden bediend, of hoe een meubel in elkaar gezet moet worden. Ze kunnen een bron van ergernis zijn, indien het apparaat te ingewikkeld is voor een inzichtelijke instructie, of wanneer de handleiding slecht is ontworpen. Maar ze kunnen, mits goed ontworpen, het leven ook vergemakkelijken.

Visuele instructies zijn geen moderne uitvinding. De oudst bekende handleidingen dateren uit de 15e eeuw. Maar ze hebben wel een enorme ontwikkeling doorgemaakt, niet in de laatste plaats vanwege technologische ontwikkelingen, die de complexiteit van producten steeds groter hebben gemaakt. Het is daarom des te opmerkelijker dat er zo weinig toegankelijke literatuur bestaat over visuele instructies.

Deze reader begint met een overzicht van een groot aantal verschillende typen visuele instructies met uiteenlopende uitgangspunten (Mijksenaar). In het volgende artikel wordt ingegaan op de relatie tussen de complexiteit van een product en de inzichtelijkheid van de gebruiksaanwijzing (De Bruin). Apparaten spreken vaak niet voor zichzelf; daarom hebben we zelfs voor ogenschijnlijk eenvoudige producten vaak een instructie nodig. Het derde artikel illustreert de belangrijke rol die visuele instructies spelen in ons dagelijks leven (Westendorp). Artikel 4 zoomt in op de manier waarop men bij het ontwerp van gebruiksaanwijzingen rekening moet houden met de beoogde gebruikersgroep, in dit geval ouderen (Van Horen). Vervolgens gaat artikel 5 nog iets verder in op de gebruikers van visuele instructies en de impact die slechte ontwerpen kunnen hebben (Schrifer). De reader besluit met een historisch overzicht van visuele instructies (Gombrich).

Max Bruinsma **Samenvatting en discussieverslag AGI Student Seminar**

pp 6-35 uit: *Points of View on Design Education* Amsterdam: Gerrit Rietveld Academie 1983

Camiel van Winkel **Informatie en verschijningsvorm. De kunstenaar als ontwerper**

pp 131-181 uit: *Het primaat van de zichtbaarheid* Rotterdam: NAI Publishers i.s.m. Lectoraat Beeldende Kunst, AKV|St. Joost 2005

Karel van der Waarde, Maurits Vroombout **Communication Design Education: could nine reflections be sufficient?**

pp 8-35 uit: *Visible Language. Envisioning a future of Design education* 46 (1/2) Providence: Rhode Island School of Design 2012

samenstelling: Rens Holslag, Karel van der Waarde



Discussies over het vakgebied van het grafisch ontwerpen zijn noodzakelijk om de professionele activiteiten, de maatschappelijke positie en het onderwijs aan te passen aan veranderende omstandigheden. De veranderingen worden veroorzaakt door een scala aan invloeden. Macroinvloeden zoals de economische situatie en technologische ontwikkelingen, meso-invloeden zoals de ontwikkeling van ontwerpgereddschappen en het verschuiven van papier naar digitaal, en micro-invloeden zoals de individuele kenmerken van ontwerpers (persoonlijkheid, kennis, opdrachtgevers, familieomstandigheden, ...). Al deze invloeden verschuiven voortdurend en het is daarom nodig de rol van het grafisch ontwerpen op alle niveaus steeds weer te herdefiniëren.

Het eerste artikel beschrijft een discussie over het grafisch ontwerp onderwijs die in 1983 in Amsterdam werd gehouden, geïnitieerd door de Alliance Graphique Internationale (AGI). Het artikel wijst uit dat er sinds 1983 hard gewerkt is, en er veel werd veranderd maar dat op de diepste niveaus van beroepsopvattingen nog steeds dezelfde herkenbare problemen spelen.

Camiel van Winkel toont in de tweede bijdrage een benadering van beeldcultuur die zowel in de beeldende kunst als in het grafisch ontwerpen vernieuwend is. Dit kader maakt het mogelijk om uitspraken te doen over het grafisch ontwerpen en zijn geschiedenis.

In het derde artikel schrijven Karel van der Waarde en Maurits Vroombout over de relatie praktijk-onderzoek-onderwijs. De getoonde diagrammen kunnen op de drie verschillende niveaus worden toegepast en tonen de rol van de historische ontwikkeling in het vakgebied.

infographics

Paul Mijksenaar **Visuele informatie; Grafische variabelen**

pp 28-42, 54-55 uit: *De vorm zal u toegeworpen worden* Rotterdam: Uitgeverij 010 1996

Nigel Holmes **Pictograms: A View from the Drawing Board or, ...**

pp 133-140, 143 uit: *Information Design Journal* vol. 10 (2) Amsterdam: John Benjamins 2000

Edward Tufte **Graphical Integrity**

pp 53-63 uit: *The Visual Display of Quantitative Information* Cheshire, Connecticut: Graphics Press 2001 (2nd edition)

Peter Wildbur, Michael Burke **Mapping the Internal and External Worlds**

pp 148-151, 162-163 uit: *Information Graphics. Innovative Solutions in Contemporary Design* Londen: Thames and Hudson 1999

Dan Roam **The Four Steps of Visual Thinking**

pp 34-56 uit: *The Back of the Napkin* Londen: Marshall Cavendish Business 2009

samenstelling: Annemarie Quispel

Deze reader geeft een overzicht van de ontwikkeling van infographics door de jaren heen, van de rijkdom aan soorten infographics en van een aantal beroemde historische voorbeelden (artikel 1, eerste deel). Verder wordt ingegaan op een aantal belangrijke aspecten van infographics, zoals grafische variabelen (artikel 1, tweede deel) en pictogrammen (artikel 2). In artikel drie en vier wordt iets dieper ingegaan op twee veelgebruikte vormen van infographics: statistische diagrammen respectievelijk kaarten. Tot slot zoomt artikel vijf weer uit en behandelt de stappen die je moet zetten in je visuele denken voor je een infographic realiseert.

Op de laatste pagina vind je verwijzingen naar andere interessante en bruikbare publicaties en naar websites over infographics en datavisualisatie.

Infographics zijn combinaties van beeld en tekst die bedoeld zijn om op een heldere en efficiënte manier informatie over te dragen. Denk aan informatie over hoe iets in elkaar zit, hoe iets werkt, of wat er gebeurd is, bijvoorbeeld als 'samenvatting' bij een nieuwsbericht. Ze worden onder meer gebruikt in educatieve uitgaven, in kranten en tijdschriften, en in toenemende mate in digitale en interactieve vormen op internet. Het beeld kan bestaan uit foto's, illustraties, kaarten, grafieken en tabellen. Daarbinnen worden vaak iconen en symbolen gebruikt. De teksten zijn compact, tot de essentie teruggebracht. Naast tekst en beeld worden grafische elementen zoals kaders, lijnen en pijlen gebruikt.



visuele stijlfiguren

Hans Hoeken, Jos Hornikx, Letticia Hustinx **Documentontwerp en experiëntiële verwerking**

pp 183-190 uit: *Overtuigende teksten. Onderzoek en ontwerp* Bussum: Coutinho 2009

Mick McQuarrie **The Contribution of Semiotic and Rhetorical Perspectives to Advertising**

pp 203-209 uit: *Persuasive Imagery* Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum 2003

Alfons Maes, Joost Schilperoord **Schemes and Tropes in Visual Communication**

pp 67-74 uit: *Discourse, of Course* Amsterdam: John Benjamins 2009

Kai-Yu Wang, Laura A. Peracchio **Advertising Rhetoric**

pp 211-214, 218-219 uit: *Go figure! New Directions in Advertising Rhetoric* Armonk NY, Londen: M.E. Sharpe 2007

Margot van Mulken **Terug naar Barthes**

pp 32-36 uit: *Tekstblad 3* 2003 Bussum: Coutinho 2003

samenstelling: Renske van Enschoot



De zwaan in de KLM-reclames en de slogan 'Heerlijk Helder Heineken' zijn allebei voorbeelden van stijlfiguren, waarbij de boodschap (bijvoorbeeld 'Heineken is lekker') op een creatief afwijkende manier wordt gebracht. Stijlfiguren zijn ondermeer in reclame aan de orde van de dag. En niet zonder succes.

Stijlfiguren trekken de aandacht door hun afwijkende vormgeving. Ze kunnen zorgen voor een diepere verwerking (elaboratie) van een uiting. Een uiting kan hoger gewaardeerd worden door het aanwezige stijlfiguur. En ten slotte kan het stijlfiguur er, via de diepere verwerking, voor zorgen dat de uiting beter onthouden wordt, in een positieve waardering voor de afzender.

Stijlfiguren werden en worden vaak opgedeeld in twee complementaire groepen: schema's en tropen. Schema's wijken af op het niveau van de vorm van de boodschap (zoals de herhaling van de H's in 'Heerlijk Helder Heineken'). Tropen wijken af op het niveau van de inhoud van die boodschap (de zwaan in de KLM-reclames als metafoor voor het vliegtuig).

Van oorsprong is het begrip 'stijlfiguur', en ook de opdeling in schema's en tropen, voorbehouden aan de verbale modus. Maar tegenwoordig wordt dit concept ook vertaald naar de visuele modus, en met succes. Wel is er discussie over het bestaan van visuele schema's.

Deze reader gaat uitgebreid in op stijlfiguren, hun opdeling in schema's en tropen, hun effecten, de vertaling naar de visuele modus, de problemen van het visuele schema en de daarvoor aangedragen oplossingen.

information design

Rob Renaerts **Hoeveel informatie staat er op een etiket?**

pp 20-22 uit: *Tekst[blad]* jaargang 11 (4) Bussum: Uitgeverij Coutinho 2005

Leo Lentz **Betaald parkeren**

pp 29-31 uit: *Tekst[blad]* jaargang 10 (2) Bussum: Uitgeverij Coutinho 2004

Karel van der Waarde **Informatievormgeving: over het ontwerpen van visuele dialogen**

pp 9-14 uit: *Kunstlicht* jaargang 24 (1/2) Amsterdam: Stichting Kunstlicht 2003

Peter Wildbur, Michael Burke **The Information Designer's Role**

pp 6-17 uit: *Information graphics: Innovative solutions in contemporary design* London: Thames and Hudson 1998

Robert Horn **Information Design: Emergence of a New Profession**

pp 15-33 uit: *Information Design* Cambridge (MA): Massachusetts Institute of Technology 1998

David Sless **Measuring Information Design**

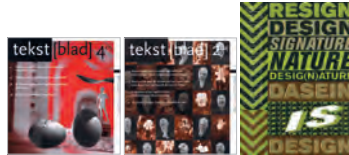
pp 250-258 uit: *Information Design Journal* vol. 16 (3) Amsterdam: Information Design Journal limited 2008

samenstelling: Karel van der Waarde

Veel van deze voorbeelden moeten zowel in een digitale vorm als op papier beschikbaar zijn. Bovendien moet er rekening worden gehouden met bijvoorbeeld slechtzienden, anderstaligen, analfabeten en kleurenblinden. Maar ook het verschil tussen ervaren gebruikers en nieuwelingen kan de vormgeving beïnvloeden. Het algemene probleem is steeds hetzelfde. Hoe kunnen we mensen zodanig informatie geven – zowel in vorm als in inhoud – zodat ze zelfstandig beslissingen kunnen nemen en handelingen verrichten.

Eén van de taken van een grafisch ontwerper is om visuele informatie zodanig te ontwerpen dat mensen er ook daadwerkelijk iets aan hebben. Het volgende lijstje geeft een indruk van dingen die door informatievormgevers ontworpen worden.

Bij al deze voorbeelden zijn mensen min of meer verplicht om de informatie goed te interpreteren, omdat de gevolgen van onjuiste interpretatie tijd, geld en energie kosten: bewegwijzering, plattegronden voor het openbaar vervoer, gebruiksaanwijzingen, rekeningen voor electriciteit/water/gas/telefoon/etc, formulieren voor belastingen, verzekeringen, identiteitspapieren, bijsluiters voor medicijnen, instructies op displays (gsm's, bankautomaten, kaartjesmachines), infographics en diagrammen, data visualisaties, kaarten en plattegronden (toerisme, routebeschrijvingen), voedingswaarde tabellen en energie-indicatoren, contracten, studiematerialen, lesmaterialen, financiële informatie: bankafschriften, hypotheek, etc.



Rob Renaerts
Hoeveel informatie
staat er op een etiket?

Leo Lentz
Betaald parkeren

Karel van der Waarde
Over het ontwerpen
van visuele dialogen



Peter Wildbur & Michael Burke
Information Graphics

Robert Horn
New Profession

David Sless
Information Design

reader **information design**
samenstelling Karel van der Waarde

Informatievormgeving presenteert informatie zodat deze begrijpelijk wordt en gemakkelijk is toe te passen: aantoonbaar effectief, efficiënt en aantrekkelijk.

expertisecentrum kunst & vormgeving

KNO/Scopus: Arnhem Hogeschool Beeld, 1 Herengedrocht

het hart van mijn praktijk

Bob Gill **Forget All the Rules You Ever Learned About Graphic Design**

pp 1, 2, 7-10, 13, 15, 21, 41, 49, 57, 72, 89, 109, 115, 142 uit: *Forget all the rules you ever learned about graphic design: including the ones in this book* New York: Watson-Guip Publications 1985 (oorspronkelijk 1981)

Ettore Sottsass **Toen ontwerpen het leven zelf was**

pp 64-71 uit: *Reader vakgeschiedenis ontwerp!* Arnhem: Hogeschool voor de kunsten Arnhem 2000

Kees Dorst **Understanding Design**

pp 14, 19, 23, 25, 47, 51, 53, 64, 73, 74, 86, 87, 96, 100, 105, 108, 110, 187, 191, 193 uit: *Understanding design, 150 reflections on being a designer* Amsterdam: Bis Publishers 2003

Bruce Mau **An Incomplete Manifesto for Growth**

pp 88-91 uit: *Life Style* Londen: Phaidon Press Limited 2000

Ann C. Tyler **Educating Design Citizens: Passing on a Mind, Body, Spirit Practice**

pp 333-353 uit: *Design studies. Theory and research in graphic design* New York: Princeton Architectural Press 2006

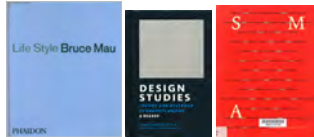
Pierre Bernard **Van boodschapper tot grafisch vormgever**

pp 44-50 uit: *Dans la rue, Franse affiches* Amsterdam: Stedelijk Museum Amsterdam 2000

samenstelling: Mark Schalken



Gill Forget all the rules you ever learned about graphic design
Sottsass Toen ontwerpen het leven zelf was
Dorst Understanding design



Mau An incomplete manifesto for growth
Tyler Educating design citizens
Bernard Van boodschapper tot grafisch vormgever

reader het hart van mijn praktijk

samenstelling Mark Schalken

hoe word je een goede ontwerper? deze reader bundelt een handvol jeugtherinneringen, analyses en manifesten – persoonlijke en bevlogen verhalen uit de praktijk.

expertisecentrum kunst & vormgeving

AKV | St. Joost | Avans Hogeschool | Brabant Hogeschool

Mark Schalken:

In 2008 zat ik bij een symposium over theorie en geschiedenis in het ontwerp onderwijs. Diverse sprekers verzuchtten dat ze het nut ervan niet hard konden maken. Misschien moeten we het zacht maken. Laten we het met liefde vergelijken: je wordt op iemand verliefd en als het wederzijds is, begint een enerverende tijd waarin alles nieuw lijkt en open ligt voor jouw begeerte. Als de liefde doorgaat, wordt het een relatie. Langzaam beginnen er steeds meer eigenaardigheden op te spelen, irritant en frustrerend. Want wat blijkt: de ander heeft een verleden, met eerdere relaties, ervaringen, opvattingen en dromen. En jij hebt je verleden en je wensbeelden, misschien onbewust. Je wordt gedwongen tot herbezinning en verder reikende nieuwsgierigheid. Nu wordt het ingewikkeld. Maar als het niet te pijnlijk is, kan er een dieper verbond groeien vanuit inzicht, relativering en een nieuwe openheid.

Je begrijpt waar ik heen wil: ook een vak leren gaat niet zonder een duik te nemen in haar geschiedenis en aspiraties. En blijvende liefde voor het vak vraagt om reflectie. Lezen, luisteren, nadenken, formuleren, schrijven en discussiëren maken de ontwerp praktijk rijk en relevant voor jezelf en voor de wereld.

Deze reader is bedoeld om studenten grafisch ontwerpen te laten nadenken over wat ze willen met hun leven en wat ze kunnen met hun toekomstige vak. Daarvoor heb ik een handvol verhalen, analyses en manifesten verzameld van ervaren ontwerpers die graag willen overdragen waar ontwerpen in de kern om draait. In de praktijk van alledag, maar ook op een dieper niveau: filosofisch, politiek of spiritueel. Alle teksten tonen de bevlogenheid, het temperament en de visie van de auteur-ontwerper, die je daarmee leert kennen en waarderen (of niet: dat is aan jou).

pictogrammen

Ellen Lupton, Abbott Miller **Modern hieroglyphs**

pp 40-50 uit: *Design writing research: writing on graphic design* Londen/New York: Phaidon 1999

Anthony Froshaug **Roadside traffic signs**

pp 37-50 uit: *Design 178*, oktober Londen: Council of Industrial Design 1963

Tel Design Associated **Artikelen over pictogrammen**

3a **Pictogrammen: dragers van bewegwijzering bij ns In één generatie: complete universele beeldtaal**

pp 4-6 uit: *Telwerk 2*, november Den Haag: Tel Design Associated 1973

3b **Boodschap in beeld: de lange weg naar perfectie**

pp 1-2 uit: *Telwerk 9*, maart Den Haag: Tel Design Associated 1975

3c **Van saai cijfers naar boeiende beeldtaal. Evenwicht tussen herkenbaarheid en styling**

pp 6-9 uit: *Telwerk 14*, september Den Haag: Tel Design Associated 1976

Markus Rathgeb **Otl Aicher**

pp 106-107, 113-120, 125 uit: *Otl Aicher* Londen: Phaidon 2006

Robert Dewar **Design and evaluation of public information symbols**

pp 285-303 uit: *Visual information for everyday use* Londen: Taylor and Francis 1999

samenstelling: Wibo Bakker

Veel van de huidige pictogramsystemen zijn geïntroduceerd in de jaren zestig van de vorige eeuw. Vervoersbedrijven en belangenorganisaties hoopten dat deze de taalproblemen konden overbruggen die gepaard gingen met het groeiende internationale personenverkeer.

Ook ontwerpers raakten geïnteresseerd in pictogrammen. Ze koesterden de hoop dat deze uit zouden kunnen groeien tot een universele beeldtaal die door iedereen begrepen werd.

In het eerste artikel in deze reader wordt Isotype geïntroduceerd. Om het verkeer te reguleren werden in de eerste helft van de 20e eeuw seinen, verkeerslichten en verkeersborden geïntroduceerd. Langzaam drong door dat ontwerpers een rol konden spelen bij de ontwikkeling hiervan. De Engelse ontwerper Froshaug stelde een prachtig overzicht samen, artikel 2.

Veel van de huidige pictogramsystemen zijn geïntroduceerd in de jaren zestig. In Nederland schreef ontwerpbureau Tel Design geschiedenis met zijn pictogrammen voor de huisstijl van de Nederlandse Spoorwegen in 1968. Als derde bijdrage in deze bundel een uitsnede uit de bureaupublicaties *Telwerk*.

Otl Aicher ontwierp begin jaren 1970 pictogrammen voor de Olympische Spelen in München (1972). Uit het boekfragment (artikel 4) blijkt dat hij, net als veel andere ontwerpers, de hoop koesterde dat pictogrammen uit konden groeien tot een universele beeldtaal.

Dat een pictogram soms alleen door de ontwerper ervan begrepen wordt, lees Dewar in het vijfde artikel, geeft aan hoe verschillend opdrachtgevers en ontwerpers met *gebruikersonderzoek* omgaan.



huisstijlen

Wally Olins **Uitgevonden: de traditie**

pp 11-25 uit: *Corporate Identity: Bedrijfsstrategie in Beeld* Utrecht: Veen Uitgevers 1990

G. Hupkes **De huisstijl van ns**

pp 42-51 uit: *Openbaar vervoer 2* Meppel: Ceres 1968

Wibo Bakker **Droom van helderheid**

pp 14-19, 21-29 uit: *Droom van helderheid: Huisstijlen, ontwerp bureaus en modernisme in Nederland : 1960-1975* Rotterdam: Uitgeverij 010 2011

Adrian Forty **Design and Corporate Identity**

pp 222-238 uit: *Objects of Desire. Design and Society Since 1750* Londen: Thames and Hudson 1986

Wibo Bakker **Design in de supermarkt**

pp 14-21 uit: *Jong Holland 2* Den Haag: Stichting Jong Holland 2006

Marc Cloosterman, Wendy Bolhuis **Branding implementation**

pp 282-288 uit: *Branding: State of the art-visies van Nederlandse professionals* Amsterdam: Kluwer 2008

samenstelling: Wibo Bakker



In navolging van grote Amerikaanse, Zwitserse en Duitse multinationale ondernemingen die hun smaak en 'standing' wereldwijd lieten gelden in geraffineerde uitingen – bijzondere gebouwen, logo, een uniform wagenpark, bedrijfskleding, bedrijfsdrukwerk, produktverpakkingen en een heldere communicatie – gaan vanaf de jaren 1950 ook nationaal opererende en kleinere ondernemingen het belang zien van een uitgesproken bedrijfsimago. Een zorgvuldig onderhouden relatie met de afnemers heet dan 'public relations' en met het inzetten van grafisch ontwerpers valt in het proces van imagooversterking vooral naar buiten maar ook intern indruk te maken: de huisstijl als uitdrukking en van efficiëntie en beheerste dienstbaarheid – de graad van 'beschaving' en overtuigendheid van een organisatie.

In de jaren 1970 kwam een golf van nieuwe huisstijlontwerpen door onder meer Tel Design en Total Design onder vuur te liggen (openbare discussie over 'de nieuwe lelijkheid'). Vanaf de jaren 1980 ontwierp Studio Dumbar veel in het oog springende Nederlandse bedrijfsidentiteiten (NOB, NCRV, ANWB, Politie).

Waren de huisstijlontwerpen van de jaren vijftig nog bedoeld voor de 'eeuwigheid', in de laatste decennia is de levensverwachting van bedrijven en bedrijfssamenstellingen – en daarmee die van potentieel succesvolle huisstijlen – korter en korter geworden.

Als de gevestigde huisstijl van KLM (een van de eerste bewust ingevoerde) de bedrijfsovernamen niet had overleefd waren die vliegtuigen nu wit.

verpakkingen

Viveka van de Vliet **Case: Grolsch**

pp 88-89 uit: *Items* 5, september/oktober Amsterdam: bis Publishers 2007

Auteur onbekend **The Package as Merchandiser**

pp 76-81 uit: *Fortune* mei Chicago: Time Life 1931

Vance Packard **The Hidden Persuaders**

pp 1-17 uit: *The Hidden Persuaders* New York: Cardinal Edition 1958

Glenn Porter **Cultural Forces and Commercial Constraints**

pp 25, 27-38 uit: *Journal of Design History* 12 (1) Oxford: Oxford University Press/Design History Society 1999

Ben van der Mee **Van Houtens nieuwste cacaoverpakking**

pp 90-95 uit: *Ariadne* februari Amsterdam: Ariadne bv 1960

A.F. van der Mijl **Zo kwam d'Oranjeboom tot nieuw etiket**

pp 461 uit: *Ariadne* september Amsterdam: Ariadne bv 1959

samenstelling: Wibo Bakker



Case: Grolsch

The Package as Merchandiser

The Hidden Persuaders



Cultural Forces and Commercial Constraints

Van Houtens nieuwste cacaoverpakking

Zo kwam d'Oranjeboom tot nieuw etiket

reader verpakkingen

samenstelling: Wibo Bakker

fabrikanten, psychologen, reclamemakers en ontwerpers ontdekten in de 20e eeuw dat een regelmatige restyling van verpakkingen (jaren 1920) en het gebruik van psychologisch onderzoek bij de ontwikkeling ervan (jaren 1950), bijdroeg aan de verkoop.

expertisecentrum kunst & vormgeving

Fabrikanten, psychologen, reclamemakers en ontwerpers ontdekten in de 20e eeuw dat een regelmatige restyling van verpakkingen (jaren 1920) en het gebruik van psychologisch onderzoek bij de ontwikkeling ervan (jaren 1950), bijdroeg aan de verkoop.

‘Tot aan het eind van de 19e eeuw betekende verpakken: wikkelen in pakpapier en een touwtje erom. Merkenamen bestonden al langer, allereerst die van medicijnfabrikanten – een ware broedplaats voor talloze latere marketing-ideeën voor andere consumentenproducten’ schrijft Glenn Porter in zijn artikel in deze reader.

Het eerste artikel geeft een goede indruk van hoe gemiddeld genomen de introductie van een nieuwe verpakking, in dit geval een nieuwe bierfles voor Grolsch, besproken wordt. Artikel 2 schetst een beeld van de ontwikkeling van verpakkingsonwerpen in Amerika rond 1930. In de jaren twintig was de conservatieve Amerikaanse ontwerpwereld opgeschud door de komst van het Europese modernisme.

In *The Hidden Persuaders* (artikel 3) beschrijft Packard hoe Amerikaanse psychologen en fabrikanten vanaf de jaren 1940 gebruik maken van zogenoemde ‘Motivation Research’ bij hun pogingen consumenten tot het kopen van producten aan te zetten.

Het vierde artikel is een van de weinige serieuze studies over de historische ontwikkeling van verpakkingen. Amerika was – met Duitsland – een van de pioniers op dit gebied.

Eind jaren 1950 vormde zich ook in Nederland een consumptie-maatschappij. Zelfbedieningswinkels begonnen in grote getale in het straatbeeld te verschijnen. De casestudy (5) van Van Houten is een goed voorbeeld van de verandering die dat opleverde in verpakkingen. Voor bierbrouwers in de jaren 1960 was het zaak dat consumenten juist hún fles meenamen en niet die van een concurrent. Het zesde artikel over het Rotterdamse Oranjeboom laat zien hoe dergelijke ‘verpakkingen’ voortaan op wetenschappelijke wijze ontwikkeld leken te worden.

Tomás Maldonado **Communication and Semiotics**pp 69-78 uit: *Vierteljahresbericht der Hochschule für Gestaltung Ulm 5* Ulm: Hochschule für Gestaltung 1959Roland Barthes **Retorica van het beeld**pp 34-39 uit: *Skrien* 117 Amsterdam: Stichting Skrien 1982Simon Mari Pruys **Norm en vorm**pp 77-91 uit: *De nieuwe onzakelijkheid - designkritiek* Amsterdam: Meulenhoff 1971Eric de Kuyper **De vakman en de semioticus**uit het symposium semiotiek op 19 en 20 september 1988: *Van mysterie naar mediemachine* Breda: AKV|St.Joost 1988Robin Kinross **Semiotics and Designing**pp 190-198 uit: *Information Design Journal* 4/3 Londen: Information Design Journal 1986Mihai Nadin **Design and Semiotics**pp 418-436 uit: *Semiotics in the individual sciences* Bochum: Brockmeyer 1990samenstelling: **Anke Coumans**

De laatste 10 jaar heeft zich een belangrijke verschuiving voltrokken in het theoretiseren van grafisch ontwerpen. Waar ontwerpen zich eerst binnen het discours van de kunstwetenschappen bevond, daar is het nu algemeen aanvaard dat grafisch ontwerpen in eerste instantie een communicatieve praktijk is, waarin de toeschouwer een steeds centralere plaats krijgt. In het begin van de 21ste eeuw zien we bovendien hoe via het serieus nemen van onderzoek meer wetenschappelijke methodes de intuïtieve beslissingen gaan onderbouwen.

Voor ontwerpen als discipline is het van belang instrumenten te hebben waarmee het intuïtieve handelen wordt onderbouwd, instrumenten die de ontwerper kan gebruiken om beter inzicht te krijgen in het effect van de communicatie op de toeschouwer, instrumenten die zich richten op het betekenisvormingsproces. Er is nog nauwelijks onderzoek gedaan naar de wijze waarop semiotiek ingezet kan worden in de educatie van de visueel ontwerper.

De semiotiek leert de ontwerper de ander bij de communicatie te betrekken. Het kan de ontwerper leren de ander te incorporeren binnen het scheppingsproces door hem of haar de blik van de aanschouwer te geven en vervolgens vanuit een metapositie op deze blik te reflecteren. In die zin rekent de semiotiek af met het romantisch kunstenaarsideaal dat het kunstwerk in zijn schepper verankert. De semiotiek laat zien hoe het beeld verankerd is in een culturele context van andere beelden.

Vooraf ontwerpers die in opdracht en onder tijdsdruk werken, moeten snel keuzes maken (dit wel en dat niet). Toch is het daarbij voor de ontwikkeling van iedere ontwerper van belang dat oordelen ook af en toe opgeschort worden, zodat er ruimte ontstaat om te kijken 'hoe het werkt', 'hoe het komt dat ...'. Hierdoor is het mogelijk de positie die je als ontwerper inneemt in onze beeldcultuur kritisch te beschouwen.

Ulm 5
Communication
and SemioticsSkrien
Retorica van het beeld

Norm en vorm

De vakman en
de semioticusSemiotics and
DesigningDesign and
Semioticsreader **semiotiek**
samenstelling: Anke Coumans

semiotiek leert de ontwerper de lezer/gebruiker bij de communicatie te betrekken door de blik van de beschouwer te overwegen en op deze blik te reflecteren. semiotiek toont ook hoe beelden verankerd zijn in een culturele context van andere beelden. Het ondervraagt de ontwerper: 'wat maakt dat je dit zegt?' en 'waartoe is je oordeel te herleiden?'

expertisecentrum kunst & vormgeving

© 2013 door Ruymtelijk Breda (Streeklab)

wat is grafisch ontwerpen

Hugues Boekraad **Wat is grafisch ontwerpen?**

pp 184-193 uit: *Wim Crouwel - Mode en module* Rotterdam: Uitgeverij 010 1997

Jorge Frascara **Graphic Design: Fine Art or Social Science?**

pp 44-55 uit: *The Idea of Design - a Design Issues Reader* Cambridge (MA): The MIT Press 1988

Marty Neumeier **17 Myths of Graphic Design**

pp 12-15 uit: *Critique 2* Autumn 1996 Palo Alto (CA): Neumeier Design Team 1996

Norman Potter **What is a Designer?**

pp 13-17 uit: *What is a Designer: Things. Places. Messages* Londen: Hyphen Press 1989

Richard Hollis **Six Lectures**

pp 118-127 uit: *Writings about Graphic Design* Londen: Occasional Papers 2012

samenstelling: Karel van der Waarde

Potter kijkt over de grenzen van de individuele vakgebieden heen en plaatst grafisch ontwerpers temidden van een veel grotere groep van ontwerpers, industrieel ontwerpers, interieurontwerpers, architecten – en laat zien wat ‘ontwerpen’ eigenlijk zou moeten zijn.

In artikel vijf bekijkt Hollis het grafisch ontwerpen via sociale, technische, en esthetische factoren en presenteert een serie van zes lezingen.

Het vak grafisch ontwerpen is steeds in beweging, met frequente discussies over de verschillende uitgangspunten: met welke voel je de meeste verwantschap?

Grafisch ontwerpen of grafische vormgeving is lastig te definiëren. In deze reader staan een vijftal artikelen die op verschillende manieren de kern van het vakgebied beschrijven. De verschillende uitgangspunten van het grafisch ontwerpen zijn voortdurend onderwerp van discussie.

Nadenken over deze uitgangspunten draagt bij aan een individuele professionele positiebepaling: *‘De neerslag van het strategisch handelen van opdrachtgevers en ontwerpers – ingebed in een ruimere context van doelgericht handelen’*, stelt Boekraad in het eerste artikel.

In de tweede tekst neemt Frascara de sociale verantwoordelijkheid van ontwerpers als uitgangspunt.

Neumeier beschrijft 17 mythes die grafisch ontwerpers aankleven.



Boekraad: Wat is Grafisch Ontwerpen? Frascara: Graphic Design: Fine Art or Social Science? Neumeier: 17 Myths of Graphic Design



Potter: What is a Designer? Hollis: Six Lectures

reader **wat is grafisch ontwerpen**

samenstelling: Karel van der Waarde

grafisch ontwerpen of grafische vormgeving is lastig te definiëren. In deze reader staan een vijftal artikelen die op verschillende manieren de kern van het vakgebied beschrijven. De verschillende uitgangspunten van het grafisch ontwerpen blijven onderwerp van discussie; nadenken over deze uitgangspunten draagt bij aan een individuele professionele positiebepaling.

expertisecentrum kunst & vormgeving © 2012, Noord-Nederlandse Hogeschool voor Kunst & Vormgeving

Hugues Boekraad **Norm en vorm**

pp 49-56 uit: *Kunst- en Museumjournaal* 5 1993 Amsterdam: Stichting Internationaal Kunst- en Museumtijdschrift 1993

Mark Schalken, Felix Janssens **De zin van design**

Maastricht: Jan van Eyck Academie 1993

Wigger Bierma **Branding**

pp 36-42 uit: *Dotdotdot* 3 2001 Amsterdam: Bis Publishers 2001

Ewan Lentjes **Visuele communicatie is niet manifest**

pp 54-61 uit: *Items* 7 1999 Amsterdam: Bis Publishers 1999

Gerard Hadders **De laatste der Mohikanen**

pp 220-222, 227-228 uit: *De wereld moe(s)t anders, grafisch ontwerpen en idealisme* Amsterdam: Sandberg Instituut 1999

Michiel Schwarz, Annelys de Vet, Dick Rijken, Luna Maurer **De hedendaagse ontwerper**

pp 20-22, 31-33, 47-49, 50 uit: *De hedendaagse ontwerper* Amsterdam: Sandberg Instituut 2006

Daniël van der Velden **Research & Destroy**

pp 36-41 uit: *Metropolis M* 2 2006 Utrecht: Stichting Metropolis M, 2006

Anke Coumans **De stem van de grafisch ontwerper**

internetpublicatie op de site van: *Esthetica, tijdschrift voor kunst en filosofie* Amsterdam: Nederlands Genootschap voor Esthetica 2008

samenstelling: Mark Schalken

De afsluitende reader van de zevendelige reeks 'geschiedenis van het grafisch ontwerpen'.

Dit deel bevat teksten vanaf begin jaren negentig waarin naast analyse de persoonlijke stellingname van de auteur voorop staat.

Waar moet het heen met het ontwerpen?

Is alles veranderd sinds de komst van de computer en de nieuwe media? Nee natuurlijk, als je op een abstract niveau kijkt naar de functies die grafisch ontwerpers vervullen. Ontwerpers hebben altijd al organisaties en thema's verbeeld (en onvermijdelijk vanuit een bepaalde visie). Die functie heet representatie. Van theateraffiches tot websites: ontwerpers moeten ook steeds zorgen voor identificatie, voor een zodanige vormtaal dat de doelgroep zich aangesproken voelt. Een vormtaal die bovendien eigen en onderscheidend moet zijn, een visuele identiteit verschaft.

Ook oriëntatie blijft een terugkerend ontwerpprobleem: hoe laat ik de lezers van een tijdschrift of de gebruikers van een site voelen waar ze zijn en waarheen ze kunnen gaan (of moeten gaan).

In wisselende samenhang komen representatie, identificatie en oriëntatie terug in alle ontwerp vragen. Daarnaast, als we naar de samenleving als geheel kijken, zien we als vierde kernfunctie systeemconnectie. Ofwel: allerlei organisaties laten communicatiemiddelen ontwerpen om publieksgedrag te reguleren en efficiënt te laten aansluiten bij een groter geheel, een systeem van regels. Denk bijvoorbeeld aan de Belastingdienst met haar formulieren, brochures, campagnes, website, etc.



Jeremy Aynsley **Late Modern, Postmodern, Digital**pp 174-175, 202-203 uit: *A Century of Graphic Design* Londen: Mitchell Beazley 2001Philip Meggs, Alston Purvis **The Digital Revolution and Beyond**pp 488-495 uit: *Meggs' History of Graphic Design* Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons 1993Robin Kinross **Non-lining figures: on Recent Dutch Type Design**pp 14-21 uit: *Graphic Design and Typography in the Netherlands* New York: The Cooper Union and Princeton Architectural Press 1992Andrew Blauvelt **Vormgevingsculturen en de vormgeving van culturen**pp 218-229 uit: *Reader vakgeschiedenis ontwerp!* Arnhem: Hogeschool voor de Kunsten Arnhem 2000Michael Rock **Mad Dutch Disease**pp 2-25 uit: *From Mad Dutch Disease to Born to Adorn: The Premsla Lectures 2004-2010* Amsterdam: Premsla 2004Max Bruinsma **Deep Sites**pp uit: *Deep Sites* Londen: Thames & Hudson 2003Alice Twemlow **De ontwerper als auteur / Ambacht en complexiteit**pp 34-41, 64-71 uit: *Grafisch ontwerpen: waar is het goed voor?* Amsterdam: Bis Publishers 2006

samenstelling: Mark Schalken

Over digitalisering: 'Oude hiërarchieën worden instabiel doordat de nieuwe media alles gelijk-schakelen. Technisch (woord, beeld, geluid: alles is digitaal) maar ook sociaal door hun toegankelijkheid en goedkoopte. Tot op zekere hoogte is iedereen ontwerper geworden. Professioneel en informeel publiceren & ontwerpen lopen op het internet door elkaar heen. Wat is nog de waarde van professionele ontwerpers, moeten ze allemaal opschuiven naar verwante expertises als communicatie-advies, conceptontwikkeling en branding? Hij of zij ziet in ieder geval dat de computer zowel het ontwerpen zelf als de eindresultaten monotoon en uitwisselbaar maakt (en dat staat naast werkplezier ook de eerder genoemde functies zoals identificatie in de weg). In reactie hierop ontstaan visuele trends zoals een hernieuwd enthousiasme voor handwerk, of, door dieper in de software te duiken, rijke computergegenereerde ornamentiek.'

Deze reader vormt thematisch een geheel met 'de toekomst van het grafisch ontwerpen', deel 7 van de readerreeks geschiedenis van het grafisch ontwerpen samengesteld door Mark Schalken. In deze reader ligt het accent op recente geschiedschrijving, met artikelen die de ontwikkelingen van de laatste twintig jaar beschrijven.

In beide readers schetst de auteur middels een inleiding een contextueel begrippenkader waarin hij aandacht geeft aan postmodernisme, digitalisering, Dutch design: autonoom versus dienstbaar, contextueel ontwerpen in relatie tot het publieke domein en tenslotte globalisering in relatie tot de ontwerper als individu.



reader grafisch ontwerpen na 1985
alles nieuw? media,
cultuur en visuele communicatie
geschiedenis van het grafisch ontwerp 6 samenstelling Mark Schalken

lectoraat visuele retorica (H2020090, Alamy, Hogeschool Arnhem)

5 grafisch ontwerpen 1960-1985

Jeremy Aynsley **Pop, Subversion and Alternatives**

pp 142-143, 148-149, 152, 162-163, 168-171 uit: *A Century of Graphic Design* Londen: Mitchell Beazley 2001

Ada Lopes Cardozo, Ada Stroeve **De nieuwe vrijheid**

pp 265-271 uit: *Holland in vorm. Vormgeving in Nederland 1945-1987* Den Haag: Stichting Holland in vorm 1987

Hugues Boekraad **Gesprek met Anthon Beeke over een theateraffiche**

pp 16-21 uit: *Aanplakken toegestaan* Amsterdam: Studio Anthon Beeke 2004

Leonie ten Duis, Annelies Haase **De wereld moe(s)t anders**

pp 133-134, 137, 139-142, 147-148, 171-176, 179-180 uit: *De wereld moe(s)t anders. Grafisch ontwerpen en idealisme* Amsterdam: Sandberg Instituut 1999

Steeff Davidson **De kunst van het protest**

pp 8-12 uit: *De kunst van het protest. Posters 1965-1975* Haarlem/Amsterdam: In de Knipscheer/Stedelijk Museum Amsterdam 1981

Piet Schreuders **Lay In, Lay Out**

Amsterdam: G.J. Thiemefonds 1977

William Rothuizen **De vrijheid van de ontwerper**

Utrecht: Reflex 1985

Lies Ros **Verkiezingsaffiches**

pp 46-47 uit: *Het ontwerpproces. Grafisch ontwerpers en hun opdrachtgevers* Amsterdam: G.J. Thiemefonds 1986

samenstelling: Mark Schalken

Deel 5 van de zeventalige reeks
'geschiedenis van het grafisch ontwerpen'.

De jaren 1960 brengen stijgende welvaart in de Westerse landen. Een nieuwe generatie trekt de wereld in en later ook de ontwerpcultuur binnen: jongeren die de oorlog niet bewust hebben meegemaakt, die vaker en langer studeren, tijd, geld en nieuwe ideeën hebben. Het fenomeen jongerencultuur ontstaat als mix van mode, muziek, seksuele bevrijding en toenemende politieke mondigheid. Bij die mix hoort grafische vormgeving: van platenhoes tot festivalaffiche.

Offset, zeefdruk en stencilwerk zijn de nieuwe laagdrempelige technieken die het grafisch ontwerpen democratiseren. Maar ook jongeren met talent en ontwerpambities voelen zich verbonden met de tegenbeweging en haar nieuwe levensgevoel.

De professionele distantie van de oude 'functionalistische' garde lijkt irrelevant, aanschuiven bij de vergadertafels van de ministeries of het grootkapitaal verachtelijk.

Ook in Nederland staat een nieuwe generatie ontwerpers op met nieuwe belangen en verlangens. In Nederland krijgt zij al snel de ruimte, door de pacificatiepolitiek van de gevestigde instanties (lees: opdrachtgevers) en de uitbouw van een subsidiesysteem. Ontwerpers delen daarin via de aan sociale en culturele instellingen toebedeelde budgetten (en tegenwoordig ook rechtstreeks).



grafisch ontwerpen 1945-1985

Jeremy Aynsley **Mid-Century Modern**

pp 96-97, 100-101, 104-108, 124-125, 130-132 uit: *A Century of Graphic Design* Londen: Mitchell Beazley 2001

Ada Lopes Cardozo, Ada Stroeve **Wederopbouw en professionalisering**

pp 248-264 uit: *Holland in vorm. Vormgeving in Nederland 1945-1987* Den Haag: Stichting Holland in vorm 1987

Wim Crouwel **Vormgeving, door wie?**

pp 3-15 uit: *Vormgeving - door wie?* Delft: Uitgeverij Waltman 1973

Frederike Huygen **Total Design**

pp 126-131, 156-170 uit: *Wim Crouwel - Mode en module* Rotterdam: Uitgeverij 010 1997

Jan Middendorp **Steeds nieuwe technieken**

pp 9-12 uit: *'Ha, daar gaat er een van mij!'* Rotterdam: Uitgeverij 010 2002

Hugues Boekraad **Grafisch ontwerpen en schilderkunst**

pp 31-39 uit: *Grafische vormgeving verhoudt zich tot beeldende kunst* Eindhoven: Lectoris 1990

Max Bruinsma **Een civiel beeldmerk**

uit: *Politievormgeving* Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken 1997

samenstelling: **Mark Schalken**

Basisconcepten en vormtalen (die multi-inzetbaar en uitbreidbaar moesten zijn) werden op beheerste wijze ontwikkeld, in fases, volgens planning, bij te sturen door de opdrachtgever. Doel was meestal het efficiënt organiseren van communicatie en het sturen van imago's en voorkeuren van potentiële klanten of burgers. Ontwerpers werkten dienstverlenend – aan bedrijven én aan de moderne samenleving als geheel, want zij voorkwamen ruis en onrust in de opkomende informatiemaatschappij.

Deel 4 van de zevendelige reeks
'geschiedenis van het grafisch ontwerpen'.

Het naoorlogse functionalisme is de voortzetting van het vooroorlogs modernisme, ontdaan van de revolutionair-socialistische aspiraties die een deel van de avant-garde als keerzijde zag van haar culturele project.

In dit functionalisme komt een visuele stijl, een ontwerpmethodiek en een mens- en maatschappij-beeld samen. De strakke systematische vormtaal werd gepromoot vanuit Zwitserland, welvarend en neutraal in de oorlog. Vanuit het al langer welvarende maar pragmatische Amerika professionaliseerden ontwerpers de Europese aanpak. Er ontstonden goed georganiseerde bureaus met tientallen werknemers in hiërarchische werkverhoudingen.



Jeremy Aynsley **The New Design and Artistic Experiment**pp 40-43, 60-62, 68-72, 74-76, 90 uit: *A Century of Graphic Design* Londen: Mitchell Beazley 2001Ellen Lupton, Elaine Lustig Cohen **The Avant-Garde Network**pp 8-9 uit: *Letters from the Avant-Garde. Modern Graphic Design* New York: Princeton Architectural Press 1996Mike Mills **Herbert Bayer's Universal Type in its Historical Contexts**pp 38-45 uit: *The ABC's of... The Bauhaus and Design Theory* Londen: Thames & Hudson 1993Alston Purvis, Cees de Jong **De invloed van De Stijl**pp 74-77, 80-81, 84-85, 88-89, 92-93 uit: *Nederlands grafisch ontwerp van de negentiende eeuw tot nu* Arnhem: Terra Lannoo 2006Piet Zwart **Een pamflet / Drie brieven**Een pamflet: *Van oude tot nieuwe typografie*facsimile bijlage bij: *Mondriaan, De Stijl en de Nieuwe Typografie* Amsterdam: De Buitenkant 1994Drie brieven: *Piet Zwart, het esthetisch geweten van Bruynzeel*pp 98-99 uit: *Het ontwerpproces. Grafisch ontwerpers en hun opdrachtgevers* Amsterdam: G.J. Thiemefonds 1986Frederike Huygen **De tijd van meetbaar en maakbaar**pp 54-57 uit: *Vrij Nederland* 30 oktober 1993Lotte Stam-Beese **Aesthetiek ja, aesthetiek neen!**pp 195-196 uit: *Visies op vormgeving. Het Nederlandse ontwerpen in teksten Deel 1: 1874-1940* Amsterdam: Architectura & Natura Pers 2007Ken Garland **The Relevance of Rietveld's work to Graphic Design**pp 117-119 uit: *A Word In Your Eye Reading*: University of Reading Press 1996

samenstelling: Mark Schalken

**Deel 3 van de zevendelige reeks
'geschiedenis van het grafisch ontwerpen'.**

Tot de Eerste Wereldoorlog moderniseert het burgerlijke, weinig geïndustrialiseerde Nederland in een langzaam tempo. Pas na deze grote oorlog (waarin Nederland niet meevecht) treden mensen zoals Theo van Doesburg naar voren. Zij zoeken geen aanpassingen maar een afbraak van de burgerlijke cultuur. Ze vinden aanluiting bij tendensen in Duitsland, Frankrijk en het communistische Rusland.

Na de desillusie van de Eerste Wereldoorlog en vóór de economische crisis en de hernieuwde oorlogsdreiging in de jaren dertig, is er een decennium waarin de internationale cultuurvernieuwers ruim baan lijken te krijgen. De avant-garde wil de grote sprong vooruit maken.

'Het nieuwe bouwen', 'de nieuwe fotografie', 'de nieuwe typografie': de voorhoede ziet culturele en maatschappelijke dwarsverbanden tussen alle idealen. Deze modernisten willen niet langer voor de elites maar voor de massa werken, en omarmen daartoe de industriële techniek. Het Duitse Bauhaus is het symbool van een onderwijrevolutie. Architecten maar ook kunstenaars worden ontwerper. Piet Zwart noemt zichzelf *typotect*. Symbolisch gezien kun je hem de eerste grafisch ontwerper van Nederland noemen.



Jeremy Aynsley **A new profession**pp 14-15, 22-24, 26, 28-29 uit: *A Century of Graphic Design* Londen: Mitchell Beazley 2001Pieter Brattinga **Influences on Dutch graphic design 1900-1945**pp 5-15 uit: *Influences on Dutch Graphic Design 1900-1945* Otterloo: AGI 1986Mieke Rijnders **Affiche: kreet of mededeling?**pp 26-31 uit: *Nederlandse affiches 2: R.N. Roland Holst (1868-1938)* Amsterdam: Stadsuitgeverij 1992Frederike Huygen **Visies op vormgeving: typografie en boeken**pp 301-314 uit: *Visies op vormgeving. Het Nederlandse ontwerpen in teksten Deel 1: 1874-1940* Amsterdam: Architectura & Natura Pers 2007Hans Oldewarris **H.Th. Wijdeveld: Art deco-ontwerpen op papier**pp 7, 9, 11, 13, 15-16 uit: *H.Th. Wijdeveld. Art Deco-ontwerpen op papier* Rotterdam: Uitgeverij 010 2003Kees Broos **Fotografen, ontwerpers en drukkers**pp 5-11 uit: *Foto in vorm. Grafisch Nederland 1984* Amsterdam: Koninklijk Verbond van Grafische Ondernemingen 1984

samenstelling: Mark Schalken

Hangen cultureel en esthetisch verval samen met de maatschappelijke verpaupering van de groeiende arbeidersklasse? Er groeit een debat over vernieuwing en verheffing. Eerst vooral onder architecten en dan onder kunstnijveraars die hun roeping zien in het bemiddelen tussen de kapitalistische industrie enerzijds en 'het hogere' anderzijds. Maar ook de heersende mening over de overheid verschuift: zij mag zich cultureel niet langer afzijdig houden.

Deel 2 van de zeventalige readerreeks
'geschiedenis van het grafisch ontwerpen'.

In de 19e eeuw groeit de druk- en communicatie-industrie, gericht op de nieuwe stedelijke massa's met kranten, reclame en affiches. De papierproductie, de drukpers en het netwerk worden gemechaniseerd: papiermachines, drukmachines en zetmachines. Nieuwe beeldtechnieken ontstaan, zoals de fotografie (rastercliché) en het lithografisch kleuren-affiche. De oude esthetische normen – vanuit de ambachtelijke boektypografische traditie – raken ondergeschikt aan productiesnelheid, schaalvergroting en winstgevendheid.

Jeremy Aynsley
A new ProfessionPieter Brattinga
Influences on Dutch Graphic Design 1900-1945Mieke Rijnders
Affiche: kreet of mededeling?Frederike Huygen
Visies op vormgeving: typografie en boekenHans Oldewarris
H.Th. Wijdeveld: Art deco-ontwerpen op papierKees Broos
Fotografen, ontwerpers en drukkers

reader **grafisch ontwerpen 1850-1945**
massacommunicatie en de
strijd om het schone en goede
geschiedenis van het grafisch ontwerpen 2 samenstelling Mark Schalken

lectoraat visuele retorica 41722009, Adriaan Hilgert/010/010

Arjen Mulder **Geschreven taal, gedrukte taal**pp 115-137 uit: *Over mediatheorie. Taal, beeld, geluid, gedrag* Rotterdam: V2/NAI Uitgevers 2004Phil Baines, Andrew Haslam **Type & Typography**pp 38-49 uit: *Type & Typography* Londen: Laurence King Publishing 2002Eugene Rice, Anthony Grafton **The Invention of Printing**pp 0-10 uit: *The Foundations of Early Modern Europe, 1460-1559* New York: Norton & Company 1994Fred Smeijers **Letters and the Italian Intellect**pp 43-54 uit: *Counterpunch. Making Type in the Sixteenth Century, Designing Typefaces Now* Londen: Hyphen Press 1996Ellen Lupton, J. Abbott Miller **Period Styles**pp 33-39 uit: *Design Writing Research. Writing on Graphic Design* New York: Kiosk 1996Lucienne Roberts **Making Good: A Brief History**pp 20-31 uit: *Good: An Introduction to Ethics in Graphic Design* Lausanne: AVA Publishing 2006

samenstelling: Mark Schalken

**Deel 1 van de zevendelige reeks
'geschiedenis van het grafisch ontwerpen'.**

Grafisch ontwerpen is een beroep uit de 20e eeuw, maar veel aspecten ervan hebben hun wortels in de negentiende eeuw of ver daarvoor. Dat geldt voor de communicatieve functies die vormgeving vervult maar ook voor technieken, gereedschappen en esthetische idealen. Zo'n 3000 jaar geleden begint in het Midden-Oosten het proces waarbij handschrift evolueert tot het Latijnse alfabet waarmee we nog steeds communiceren.

Gutenbergs innovatie van gegoten, losse, herbruikbare loden drukletters (rond 1450) geeft de aanzet tot een explosieve ontwikkeling van uitgeven en drukken, en parallel daaraan ook ontwerpen: naast boeken gaan pamfletten en nieuwsbladen verschijnen. In de negentiende eeuw komt de moderne, stedelijke maatschappij tot ontwikkeling. De industrieel georganiseerde *massacommunicatie* ontstaat, en de drukkerij mechaniseert. In de twintigste eeuw wordt de ontwerper de visuele bemiddelaar tussen organisaties, hun publieken en de drukwerkindustrie.

De boektypografische traditie lijkt misschien de belangrijkste lijn uit de voorgeschiedenis van het grafisch ontwerpen. Maar ook het maken van functionele beelden is van alle tijden. Wie niet de traditionele kunsthistorische bril opzet (de esthetische), ziet hoe de ambachtsman-kunstenaar publieke beelden maakt, veelal op verzoek van kerkelijke en wereldlijke heersers. Beelden die verhalen, verhelderen of verheerlijken en getuigen van machten en meningen.

Technische vernieuwingen en maatschappelijke veranderingen werken op elkaar in. Sommige ontwerpers speelden een eigengereide rol bij het veranderen van communicatievormen. Daarom kan zowel de maatschappelijke blik als het persoonlijke en het detail veel onthullen over het grafisch ontwerpen.

In deze reader enkele belangrijke thema's uit de voorgeschiedenis van het beroep grafisch ontwerper. Van de uitvinding van de spatie tot de proclamatie van de antichrist.



visuele retorica

Richard Buchanan **Proclamatie door ontwerp**

pp 4-22 uit: *Design Issues* vol. 2 (1) 1985

Gui Bonsiepe **Visueel-verbale retorica**

pp 69-82 uit: *Interface - An approach to design* Maastricht: Jan van Eyck Akademie 1999

Robin Kinross **De retorica van de neutraliteit**

pp 18-30 uit: *Design Issues* vol. 2 (2) 1985

Hanno H.J. Ehses **Het uitbeelden van Macbeth**

pp 53-63 uit: *Design Issues* vol. 1 (1) 1984

Leeman, Braet **Inleiding in het systeem van de klassieke retorica**

pp 46-57 uit: *Klassieke retorica. Haar inhoud, functie en betekenis* Groningen: Wolters-Noordhoff / Forsten 1987

samenstelling: **Hugues Boekraad**



dutch / english
reader **visual rhetoric**

De retorica is in de literatuurwetenschap en in de rechtswetenschap een gevestigd onderzoeksterrein, beknopt te definiëren als **de kunst van het overtuigen**. In de uitwerking gaat het vaak om de gehanteerde spelregels van taalgebruik, de doeltreffendheid van de betoogconstructie en de schoonheid van de taalmiddelen die worden gehanteerd. De retorica, enkele decennia geleden opnieuw tot bloei gekomen als een academische discipline, heeft een lange traditie, zowel in diverse vormen van openbare welsprekendheid als in het onderwijsstelsel. De verhoudingen tussen opdrachtgever, ontwerper en ontvanger kunnen met behulp van de retorica geanalyseerd en beschreven worden. Daarbij wordt tevens duidelijker hoe visuele middelen worden ingezet en geïnterpreteerd.

Het idee om de klassieke retorica als basis voor de theorievorming voor het vakgebied van het grafisch ontwerpen te gebruiken werd rond 1955 op de Hochschule für Gestaltung in Ulm geïntroduceerd. De verhoudingen tussen opdrachtgever, ontwerper en lezers kunnen met behulp van de retorica geanalyseerd en beschreven worden.

Bovendien worden de manieren waarop visuele middelen worden ingezet en de manieren waarop deze visuele middelen worden geïnterpreteerd duidelijker door de retorische uitgangspunten bij de analyse te betrekken.

In Nederland wordt de koppeling tussen ontwerpen en retorica opnieuw verkend sinds in 2003 aan AKV/St. Joost een *lectoraat visuele retorica* werd opgezet. De beide lectoren Hugues Boekraad en Karel van der Waarde onderzochten sindsdien dit kennisgebied via verschillende invalshoeken. Boekraad vooral vanuit de *opdrachtgever* en het *overtuigen* van het publiek, Van der Waarde vooral vanuit de *gebruiker* van het ontwerp.

Gerrit Willem Ovink **Schoonheid – toelag of toelicht?**

Amsterdam: Noord-Hollandsche Uitgevers Mij 1946

David Rowsell **Design, Communication and the Functioning Aesthetic**

pp 108-112 uit: *Communicating Design. Essays in Visual Communication* London: Batsford 1995

Jean-Marie Schaeffer **Esthetisch gedrag en smaakoordeel**

pp 66-71 uit: *Smaak, Mensen, media, trends* Zwolle: Waanders / Maastricht: Bonnefantenmuseum 1999

Dennis Dake **Aesthetics Theory**

pp 3-22 uit: *Handbook of Visual Communication. Theory, Methods, and Media* Mahwah (New Jersey): Lawrence Erlbaum Associates 2005

Nathan Crilly, James Moultrie, P. John Clarkson **Seeing Things**

pp 555-559 uit: *Design studies* vol. 25, no 6 Amsterdam: Elsevier 2004

samenstelling: Karel van der Waarde



Esthetiek is een integraal onderdeel van het grafisch ontwerpen. Als we visuele communicatie alleen maar als nauwkeurige en duidelijke informatieoverdracht zouden definiëren, zouden we een groot deel van de communicatieve kracht buiten beschouwing laten. Anderzijds is het moeilijk te beschrijven wat er precies bedoeld wordt als mensen ontwerpen ... vinden, of ..., of Over de rol van schoonheid in het grafisch ontwerpen.

De vijf artikelen in deze reader introduceren de kennis en vaardigheden van dit domein:

1 Gerrit Willem Ovink hield deze rede toen hij in 1956 hoogleraar werd in de wetenschap van de geschiedenis en de esthetiek van de drukkunst aan de Universiteit van Amsterdam. Hij bespreekt de relatie tussen grafisch ontwerp, techniek en esthetiek.

2 Is een mooie introductie in de relatie tussen *esthetiek* en *communicatie*. David Rowsell laat zien dat beide noodzakelijk zijn om te kunnen communiceren, maar dat de verhouding kan variëren.

3 Het derde artikel is ontleend aan het boek bij de tentoonstelling over 'smaak' die in 1999 in het Bonnefantenmuseum in Maastricht is gehouden. Het hele boek is de moeite waard, maar dit artikel van Jean-Marie Schaeffer bevat de kern van het probleem.

4 Geeft een overzicht van het wetenschappelijk onderzoek naar esthetiek. De tekst legt een relatie tussen de vakgebieden die vanouds over esthetiek schreven: filosofie, kunst en wetenschap.

5 In het vijfde artikel wordt een algemene beschrijving gegeven hoe mensen naar visuele vormen kijken. De nadruk ligt hierbij op de esthetische, semantische en symbolische aspecten. De in deze reader opgenomen uitsnede gaat alleen over de esthetische beleving van producten.

nieuwe typografie

Kees Broos **1928 / Tschichold: Die neue Typographie**

pp 85-90 uit: *Mondriaan, de Stijl en de nieuwe typografie* Amsterdam: De Buitenkant 1994

Kees Broos **Typografie 1920-1940**

pp 246-250 uit: *Berlijn-Amsterdam 1920-1940. Wisselwerkingen* Amsterdam: Querido 1982

Jan Tschichold **The Principles of the New Typography**

pp 64-78 uit: *The New Typography: a Handbook for Modern Designers* Berkeley: University of California Press 1928

Dick Maan, John van der Ree **Nabeschouwing**

pp 96-101 uit: *Typo-foto: elementaire typografie in Nederland 1920-1940* Utrecht/Antwerpen: Uitgeverij Veen/Reflex 1990

Max Caflisch **An Attempt to Evaluate Jan Tschichold's Achievements**

pp 7-13 uit: *Jan Tschichold: Reflections and Reappraisals* New York: Typoscope 1995

samenstelling: Karel van der Waarde

Jan Tschichold beschrijft in 3 de voornaamste uitgangspunten van de nieuwe typografie. Zowel in 'elementaire typographie' in het vakblad *Typographische Mitteilungen* als in zijn boek *Die neue Typographie* richt hij zich tot drukkers, zetters, opmakers, grafische studenten: uitgever is de beroepsopleiding voor drukkers in Berlijn.

In hun 'nabeschouwing' in *Typofoto* laten Dick Maan en John van der Ree zien wat het belang is van de ontwikkelingen in de jaren 1920-1940 voor de grafische vormgeving in Nederland na de tweede wereldoorlog.

Paul Barnes vroeg in 1994 aan een aantal ontwerpers wat zij vonden van Jan Tschichold's invloed. In artikel 5 geeft Max Caflisch een persoonlijk antwoord op deze vraag.

De vernieuwingen die zich in de jaren twintig van de vorige eeuw in de typografie voordeden kunnen gezien worden als een begin van de grafische vormgeving. Tot dat moment werden vormgeving en typografie voornamelijk gezien als een decoratieve aangelegenheid voor het betere boek en exclusief gelegenheidsdrukwerk. Na de jaren 1920 werd het mogelijk om functionele vormgeving toe te passen op alle vormen van visuele communicatie. Een toelichting op de selectie:

Het boek *Die neue Typographie* van Jan Tschichold, uitgegeven in 1928, was van grote invloed op de vormgeving van drukwerk en de erkenning van het ontwerpen als discipline. Artikel 1 beschrijft die invloed in Nederland.

In artikel 2 beschrijft Kees Broos de contrasten tussen 'oude typografie' en 'nieuwe typografie' en relateert deze aan de situatie op het gebied van typografie en kunst in Nederland vóór 1940.



Broos
1928 Tschichold:
die neue Typographie

Broos
Typografie 1920-1940

Tschichold
The Principles of
the New Typography



Maan, van der Ree
Nabeschouwing

Caflisch
An Attempt
to Evaluate
Jan Tschichold's
Achievements

reader nieuwe typografie
samenstelling: Karel van der Waarde

de vernieuwingen onder de naam **nieuwe typografie** die zich in de jaren 1920 in de typografie voordeden kunnen gezien worden als een begin van de grafische vormgeving. In het vervolg werd het mogelijk functionele vormgeving toe te passen op alle vormen van visuele communicatie.

expertisecentrum kunst & vormgeving © 2012 door de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed

typografie

Huib van Krimpen **Boektypografie**

pp 252-257 uit: *De Gids*, jaargang 165, #4/5 Amsterdam: Stichting De Gids 1993

Paul Luna **What is Typography?**

pp 3-12 uit: *Understanding Type for Desktop Publishing* Londen: Blueprint 1992

Stanley Morison **Grondbeginselen der typografie**

pp 9-20 uit: *Grondbeginselen der typografie* Amsterdam: De Buitenkant 1990

Robert Bringhurst **The Grand Design**

pp 17-24 uit: *The Elements of Typographic Style* Vancouver: Hartley & Marks 2004

Martin Majoor **Had de Franse koning schoenmaat 49?**

pp 188-208 uit: *Letters. Een bloemlezing over typografie* Eindhoven: [Z]oo producties 2001

samenstelling: Karel van der Waarde



Typografie is een belangrijk onderdeel van het ontwerpen van visuele communicatie – typografie als blikvanger of ten behoeve van informatieoverdracht, voor zowel scherm-toepassingen als boektypografie. De vijf artikelen in deze reader introduceren de kennis en vaardigheden van dit domein. Een beknopte introductie op de selectie:

Huib van Krimpen (1917-2002), zoon van typograaf en letterontwerper Jan van Krimpen en zelf grafisch ontwerper en publicist, geeft in dit eerste artikel, geschreven in 1993 een beeld van de ontwikkeling van de boektypografie in Nederland.

De tweede bijdrage, uit *What is Typography?* geeft een idee over het belang van typografie in verschillende visuele producten – en geeft aan dat kennis en vaardigheden uit de ‘traditionele boektypografie’ ook geschikt zijn in andere ontwerpsituaties.

Het derde artikel is ontleend aan *First principles* van Stanley Morison, een klassiek geworden korte tekst over typografie, in vele talen telkens opnieuw uitgegeven. Huib van Krimpen in de verantwoording: ‘Het is niet overdreven te stellen dat in dit kleine boekje »alles« staat dat voor het verwezenlijken van een gezonde en doeltreffende typografie nodig is. ... De titel is niet voor niets *Grondbeginselen*: het is letterlijk het begin van alle wijsheid – niet het einde.’ Primair onderscheidt Morison de typografie van langere leesteksten van aandachttrekkende typografie.

In het eerste deel van artikel 4 *The Grand Design*, *First principles* toont Bringhurst de plaats van typografie in de relatie tussen schrijver en lezer. In het tweede deel *Tactics* laat hij zien hoe dit in de praktijk aangepakt kan worden.

Artikel 5 is een uitsnede uit *Had de Franse koning schoenmaat 49? Ofwel enige wetenswaardigheden en microtypografische regels bij het zetten van tekst* en geeft een een overzicht van de typografische details: de microtypografie. Het artikel beschrijft en toont een aantal typografische standaarden.

de rol van affiches

AKV | St. Joost - onderwijsreader

Seminar **De rol van affiches**
27 November 2006 - 's-Hertogenbosch
in het kader van Erasmusprijs 2006 / Pierre Bernard

Ter ere van de Erasmusprijs 2006, die in november wordt uitgereikt aan de Franse grafisch ontwerper Pierre Bernard, organiseert het lectoraat Visuele Retorica in het kader van het Erasmusfestival in Den Bosch een seminar over 'De rol van Affiches'. Het seminar is speciaal opgezet voor studenten en docenten van grafische ontwerp opleidingen.

Een opmerking van een jonge Franse burger uit een buitenwijk van Parijs maakte indruk. Hij zei: 'Als we gewoon gaan stemmen, dan luistert er niemand naar ons. Als we een paar auto's in brand steken, dan luistert de hele wereld.'

In dit seminar staan drie vragen centraal:

1. "Is het nog steeds waar dat affiches een belangrijke visuele rol spelen in maatschappelijke ontwikkelingen? Of is de functie verschoven naar andere doelstellingen, zoals aankondigingen en promotie?"
2. "Als je met het ontwerpen van visuele informatie meent te kunnen bijdragen aan veranderingen in de samenleving, zou je dan het affiche als visueel middel bij uitstek kiezen?"
3. "De vertaling van een concept in een visueel beeld is een belangrijk onderdeel van het ontwerpproces van een affiche. Is het ontwerpen van een affiche een goed middel om grafisch ontwerpen te leren?"

De zeven sprekers zijn allemaal toonaangevend in een of meer van de gebieden van grafisch ontwerpen, grafisch onderzoek, ontwerpkritiek en het doceren van grafisch ontwerpen. Bijdragen van: Pierre Bernard, Lex Reitsma, Anke Coumans, Carel Kuitjenbrouwer, Anno Fekkes, Annelys de Vet, Jouke Kleerebezem.

Deze reader is samengesteld om de deelnemers aan dit seminar de gelegenheid te bieden om zich voorafgaand grondig voor te bereiden en bevat de volgende artikelen:

1. Aankondiging van de Erasmusprijs: Pierre Bernard
zie ook: www.erasmusprijs.org
2. Pierre Bernard (1997) *The social role of the graphic designer*
Based on a lecture 'The core of understanding' Minneapolis, 1991. Robyn Marsack (redactie): 'Essays on Design 1. AGI's Designers of Influence.' London: Booth Clibborn Editions, Pagina 102-107
3. Hugues Boekraad (1988) *Grafische vormgeving: functioneel en subversief*.
Pierre Bernard in gesprek met Hugues Boekraad
Edited by: Marie Bromm, Booth Clibborn, Frank Lubben (redactie): 'Prix de Rome 's-Gravenhage: SDU publishers, Pagina 39-42
4. Max Bruinsma (2006) *Moole bloemen, kale tuin*
Items: tijdschrift voor ontwerpen en verbeelding, 4, 2006, Pagina 36 - 43

Aankondiging van de Erasmusprijs: Pierre Bernard

<http://www.erasmusprijs.org/nl/page.cfm?paginaID=2>

Pierre Bernard **The social role of the graphic designer**

pp 102-107 uit: *Essays on Design 1. AGI's Designers of Influence* London: Booth Clibborn Editions 1997

Hugues Boekraad **Grafische vormgeving: functioneel en subversief**

pp 39-42 uit: *Prix de Rome 's-Gravenhage: SDU publishers* 1988

Max Bruinsma **Moole bloemen, kale tuin**

pp 36-43 uit: *Items 4*, 2006

samenstelling: Karel van der Waarde

De Erasmusprijs in 2006 was bedoeld voor het 'ontwerpen voor het publieke domein', als in het domein van de politiek, de overheid en het algemeen belang. De Franse ontwerper Pierre Bernard (1942) heeft consequent alleen voor opdrachtgevers uit deze sectoren gewerkt. Hij was een van de oprichters en leidende figuren van het ontwerperscollectief *Grapus*. *Grapus* ontstond in de jaren 1960 in Parijs en ontwikkelde een eigenzinnige herkenbare stijl met een duidelijk sociaal karakter. Sinds de opheffing van *Grapus* in 1990 leidt Pierre Bernard zijn eigen studio, *Atelier de Création Graphique* in Parijs. Bernard heeft gewerkt voor de Nationale Parken in Frankrijk, het Louvre en het Centre Pompidou en vele andere, kleinere culturele of sociale organisaties. Hij gebruikt het grafisch ontwerp als instrument bij het overbrengen van zijn betrokkenheid bij de opdrachtgever en zet de beschouwer daardoor aan tot deelnemen en nadenken. Bernard is ervan overtuigd dat een consequent kwaliteitsbeleid van de vormgeving niet alleen de boodschap beter overbrengt, maar tevens een culturele bijdrage en collectieve verrijking betekent voor de maatschappij.

Deze reader werd samengesteld ter ondersteuning van een gastlezing van Pierre Bernard, winnaar van de Erasmusprijs 2006. Hij sprak op het seminar 'De rol van affiches' dat AKV|St. Joost organiseerde met het Stedelijk Museum SM-S, als onderdeel van het educatieve programma van het Erasmus Festival in 's-Hertogenbosch. Uit het juryrapport:



Duchamp
The Richard
Mutt Case

Barthes
De dood van
de auteur

Krauss
De culturele
logica van het
laat-kapitalistische
museum

Groys
De toekomst
is aan de
tautologie

Verwoert
Living with
Ghosts

reader **originaliteit**

samenstelling Bas van den Hurk, Camiel van Winkel

originaliteit is een kat met negen levens. Het is een begrip dat, zeker in de twintigste eeuw, al talloze keren is aangevallen en afgeschreven.

expertisecentrum kunst & vormgeving AVK/ST JOOST: Avans Hogeschool Breda, V Hogeschool

Marcel Duchamp **The Richard Mutt Case** (1917)

pp 248 uit: *Art in Theory 1900-1990. An Anthology of Changing Ideas* Oxford/Cambridge: Blackwell 1992

Roland Barthes **De dood van de auteur** (1967)

pp 113-122 uit: *Het werkelijkheidseffect* Groningen: Historische Uitgeverij 2004

Rosalind Krauss **De culturele logica van het laat-kapitalistische museum** (1990)

pp 1-12 uit: *Kunst en Museumjournal* 2, nr. 3 1990

Boris Groys **De toekomst is aan de tautologie** (1995)

pp 132-140 uit: *Nexus* nr. 16 1996

Jan Verwoert **Living with Ghosts** (2007)

pp 127-148 uit: *Tell Me What You Want, What You Really, Really Want* Rotterdam/Berlin: Piet Zwart Institute & Sternberg Press 2010

samenstelling: Bas van den Hurk, Camiel van Winkel

Originaliteit is een kat met negen levens. Het is een begrip dat, zeker in de twintigste eeuw, al talloze keren is aangevallen en afgeschreven. Keer op keer werd het voor dood achtergelaten op het slagveld van de theorie, maar steeds opnieuw bleek het te herleven.

Het begrip **originaliteit** is met andere woorden iets dat een lange geschiedenis kent in de moderne tijd, iets dat diep in ons ligt verankerd, maar dat op allerlei niveaus en op allerlei terreinen onder druk is komen staan, met name vanaf het begin van de twintigste eeuw. De vragen die vanuit deze ontwikkeling in deze reader naar voren komen zijn: wat is **originaliteit**? Hoe verhouden wij ons daartoe? Hoe heeft de kritiek op het begrip zich ontwikkeld? En wat is de hedendaagse status ervan?

De teksten in deze reader zijn geschreven vanuit verschillende gezichtspunten. Er is een korte tekst van Duchamp uit 1917 over de ready-made 'Fountain'; een essay van Roland Barthes over auteurschap uit 1967; een kunsttheoretische tekst van Rosalind Krauss uit 1990 over de ontwikkeling van het postmoderne museum; een tekst van filosoof Boris Groys uit 1996 over de tautologie; en een tekst van Jan Verwoert uit 2007 over appropriatie. In deze teksten wordt het begrip **originaliteit** vanuit verschillende disciplines, zowel historisch als theoretisch, geduid, ontleed en bekritiseerd. Deze verzameling teksten bevraagt daarmee onze vaak spontane neiging tot het waarderen van het originele, een waardering die overigens nog zeer levend is bij het grote publiek en bij de meeste critici, sponsors, subsidieverstrekkers en opdrachtgevers.

avant-garde

Clement Greenberg **Avant-Garde and Kitsch** (1939)

pp 5-22 uit: *Clement Greenberg. The Collected Essays and Criticism* Volume 1 Chicago/London: The University of Chicago Press 1986

Rosalind Krauss **The Originality of the Avant-Garde** (1981)

pp 151-170 uit: *The Originality of the Avant-Garde and Other Modernist Myths* Cambridge, Massachusetts: The MIT Press 1986

Hal Foster **Who's Afraid of the Neo-Avant-Garde?**

pp 1-33 uit: *The Return of the Real. The Avant-Garde at the End of the Century* Cambridge, Massachusetts: The MIT Press 1996

Alain Badiou **Avant-gardes** (2000)

pp 168-188 uit: *De twintigste eeuw* Kampen: Uitgeverij Ten Have 2006

Frank Vande Veire **Een gift aan levende doden. Over het kunstwerk als publiek geheim**

pp 19-23 uit: *De Witte Raaf* nr. 101 jan-febr 2003

samenstelling: Bas van den Hurk, Camiel van Winkel



Greenberg, Avant-Garde and Kitsch

Krauss, The Originality of the Avant-Garde

Foster, Who's Afraid of the Neo-Avant-Garde?



Badiou, Avant-gardes

Vande Veire, Een gift aan levende doden. Over het kunstwerk als publiek geheim

reader avant-garde

samenstelling Bas van den Hurk, Camiel van Winkel

in deze reader kijken we vanuit een hedendaags, theoretisch perspectief terug op de **avant-garde**.

expertisecentrum kunst & vormgeving van 19 juni 2003 tot 1 september 2003

We kunnen de avant-garde grofweg in drie periodes indelen: de historische avant-garde, waarvan de definiëring en de tijdsbepaling het lastigst zijn; de Amerikaanse avant-garde die we situeren direct na de Tweede Wereldoorlog; en de neo-avant-garde, die we voornamelijk situeren in de jaren 1960 en 1970.

De eerste tekst is van Clement Greenberg uit 1939; hij beschouwt de maatschappelijke positie van de kunst vanuit het standpunt van haar autonomie. Avant-garde wordt hier tegenover kitsch geplaatst.

De tweede tekst, geschreven door Rosalind Krauss in 1981, kijkt naar de relatie tussen de begrippen avant-garde en originaliteit.

In de derde tekst (uit 1996) neemt Hal Foster de relatie tussen de historische avant-garde en de neo-avant-garde onder de loop. De vierde tekst is meer filosofisch van aard; hierin beschouwt Alain Badiou de avant-gardes vanuit het overkoepelend perspectief van de twintigste eeuw als geheel. De vijfde tekst tenslotte is een essay van Frank Vande Veire uit 2001, waarin allerlei vooroordelen en gemeenplaatsen met betrekking tot kunst aan de kaak worden gesteld.

Wat is de actualiteit van het begrip avant-garde?

Het idee van kunst die 'voor de troepen uit loopt' en een nieuwe tijd aankondigt, is in de loop van de twintigste eeuw zwaar bekritiseerd geweest, totdat het, rond het midden van de jaren 1980, definitief achterhaald leek te zijn. In plaats daarvan ging het in de kunst over de onmogelijkheid van vooruitgang, de onmogelijkheid om nog nieuwe terreinen te ontdekken. De nadruk kwam te liggen op het hergebruik van bestaande beelden. De kunst ging er prat op juist niet origineel te zijn. Duidelijk is dat de grote utopische verwachtingen die vaak aan de avant-garde gekoppeld waren, niet konden worden waargemaakt. Het lijkt dus vrijwel uitgesloten dat avant-gardes zoals we die in de twintigste eeuw gekend hebben ooit nog zullen terugkomen. De teksten in deze reader lijken dit ook te beamen. Toch sijpelt er zo hier en daar een ander idee en een ander gevoel door de teksten naar buiten.

autonomie en engagement

Jacques Rancière **Het delen van het zintuiglijk waarneembare. Esthetiek en politiek**

pp 15-26 uit: *Het esthetische denken* Amsterdam: Valiz i.s.m. Stichting Plume 2007

Theodor W. Adorno **Engagement**

pp 38-53 uit: *Yang* vol. 36 nr. 1 2000

Jeroen Boomgaard **Radicale autonomie. Kunst ten tijde van procesmanagement**

pp 30-39 uit: *OPEN* nr. 10 2006

Rudi Laermans **Artistic Autonomy as Value and Practice**

pp 125-138 uit: *Being an Artist in Post-Fordist Times* Rotterdam: NAI Publishers 2009

Dieter Lesage **Kunst na het einde van de geschiedenis**

pp 80-92 uit: *Reflect #01 Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving* Rotterdam: NAI Uitgevers 2003

samenstelling: Erik Hagoort, Camiel van Winkel



reader autonomie en engagement

samenstelling Erik Hagoort, Camiel van Winkel

weinig begrippen in de kunst doen de gemoederen zo hoog oplopen als autonomie en engagement. En dat terwijl betekenis en gebruik van deze termen aan inflatie onderhevig zijn.

expertisecentrum kunst & vormgeving

Weinig begrippen in de kunst doen de gemoederen zo hoog oplopen als autonomie en engagement. En dat terwijl betekenis en gebruik van deze termen aan inflatie onderhevig zijn. Op tekstbordjes in musea, in catalogi en in menige recensie worden ze gebruikt als schijnbaar veelbetekenende etiketten. Kunstenaars gebruiken ze in hun artist's statements en op hun blogs en websites. Een kunstenaar is kennelijk autonoom of geëngageerd. Zo deelt men de kunst in tweeën.

Deze reader presenteert van vijf auteurs visies over autonomie en engagement in de kunst. De teksten van Rudi Laermans, Jeroen Boomgaard en Dieter Lesage zijn polemische stellingnames, bedoeld om de meningsvorming op scherp te zetten. De teksten van Jacques Rancière en Theodor Adorno bieden fundamentele visies over de grondslagen van het denken over autonomie en engagement in de kunst.

Rancière probeert met zijn filosofische categorie *le partage du sensible* af te komen van de volgens hem overdreven waarde die aan de noties autonomie en engagement worden gehecht. Adorno hamert in zijn *Aesthetische Theorie* juist op het cruciale belang van de autonomie van de kunst. Rancière's denken is actueel en krijgt veel respons. Het denken van Adorno lijkt, doortrokken van cultuurpessimisme van na de Tweede Wereldoorlog, niet meer van deze tijd en vindt nog maar weinig weerklank. Adorno stelt met zijn theorie de vraag hoe kunst zich verhoudt tot rechtvaardigheid. Kan kunst werkelijk recht doen aan onrecht? Die vraag kunnen we, ook met Rancière, niet van ons afschudden en blijft in het huidige debat over autonomie en engagement een rol spelen.

also available in english:
reader **autonomy and commitment**

vorm, inhoud, medium 2

Michael Fried **Art and Objecthood** (1967)

pp 148-172 uit: *Art and Objecthood: Essays and reviews* Chicago/Londen: University of Chicago Press 1998

Robert Smithson **Letter to the Editor** (1967)

pp 66-67 uit: *Robert Smithson, The collected writings* Berkeley/Los Angeles/Londen: University of California Press 1996

Lucy R. Lippard, John Chandler **The Dematerialization of Art** (1968)

pp 46-50 uit: *Conceptual art: a critical anthology* Cambridge: The MIT Press 2000

Frank van de Veire **Blinde autoreferentialiteit**

pp 14-17 uit: *De Witte Raaf* nr. 80 Brussel: DWR/TWR vzw 1999

Gert Verschraegen **Het onzichtbare medium**

pp 4-5 uit: *De Witte Raaf* nr. 91 Brussel: DWR/TWR vzw 2001

Yve-Alain Bois **Formalism and Structuralism**

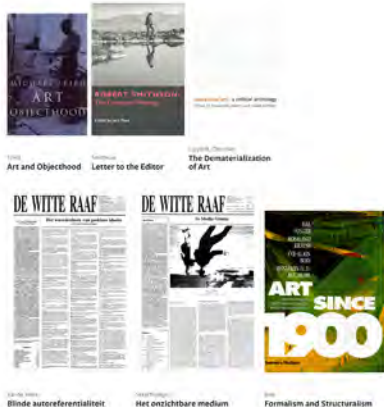
pp 4-5 uit: *Art since 1900. Modernism, antimodernism and postmodernism* Londen: Thames & Hudson 2004

samenstelling: Bas van den Hurk, Camiel van Winkel

In zijn boek *De geplooidde voorstelling* stelt Frank Vande Veire dat we na de oorlog met betrekking tot deze problematiek twee hoofdstromingen kunnen onderscheiden binnen de kunst: enerzijds de richting die de *autonomie van de kunst* voorop stelt; anderzijds de richting die juist de *context waarin de kunst tot stand komt* centraal stelt. De eerste stroming richt zich meer op de 'vorm' van het kunstwerk en streeft daardoor een zekere autonomie na ten opzichte van haar sociaal-maatschappelijke context, de tweede stroming richt zich meer op de 'inhoud' van de kunstwerken en stelt zich kritisch op tegenover de sociaal-maatschappelijke omstandigheden waarin kunstwerken tot stand komen. In de inleiding van deze reader baseren de samenstellers zich op deze door Vande Veire uitgezette lijn.

In deze tweedelige reader is een aantal kunsttheoretische en kunstkritische teksten samengebracht over de begrippen medium, vorm en inhoud.

De kernvragen van deze reader zijn de volgende: Wat is de betekenis van vorm en inhoud voor een beeldend kunstwerk? Hoe verhouden zij zich tot elkaar? En welke rol speelt het medium in de relatie tussen inhoudelijke en formele aspecten van de kunst?



reader **vorm, inhoud, medium 2**

samenstelling Bas van den Hurk, Camiel van Winkel

wat is de betekenis van **vorm** en **inhoud** voor een beeldend kunstwerk? hoe verhouden zij zich tot elkaar? en welke rol speelt het **medium** in de relatie tussen inhoudelijke en formele aspecten van de kunst?

expertisecentrum kunst & vormgeving door: Dr. Joke Anand-Rajaguru, Jody, 1. deegedant

vorm, inhoud, medium 1

Immanuel Kant **Kritiek van het oordeelsvermogen** (1790)

pp 91-99 uit: *Kritiek van het oordeelsvermogen* Amsterdam: SUN 2009

Walter Benjamin **Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid** (1936)

pp 10-23, 30-41 uit: *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid en andere essays* Amsterdam: Uitgeverij Boom 2008

Clement Greenberg **Towards a Newer Laocoön** (1940)

pp 23-38 uit: *Clement Greenberg. The Collected Essays and Criticism, Volume 1* Chicago/London: University of Chicago Press 1988

Marshall McLuhan **Understanding Media** (1965)

pp 3-6 uit: *Understanding Media* London: Taylor & Francis Ltd 2001

Susan Sontag **Against Interpretation** (1964)

pp 95-104 uit: *A Susan Sontag Reader* Harmondsworth: Penguin 1983

Donald Judd **Specific Objects** (1966)

pp 115-124 uit: *Donald Judd: Complete Writings 1975-1986* Eindhoven: Van Abbemuseum 1987

samenstelling: Bas van den Hurk, Camiel van Winkel



Kant
Kritiek van het oordeelsvermogen

Benjamin
Het kunstwerk

Greenberg
Towards a Newer Laocoön



McLuhan
Understanding Media

Sontag
Against Interpretation

Judd
Specific Objects

reader **vorm, inhoud, medium 1**

wat is de betekenis van **vorm** en **inhoud** voor een beeldend kunstwerk? hoe verhouden zij zich tot elkaar? en welke rol speelt het **medium** in de relatie tussen inhoudelijke en formele aspecten van de kunst?

expertisecentrum kunst & vormgeving mei 2016, Bas van den Hurk, Camiel van Winkel

In deze tweedelige reader is een aantal kunsttheoretische en kunstkritische teksten samengebracht over de begrippen medium, vorm en inhoud. De kernvragen van deze reader zijn de volgende:

Wat is de betekenis van vorm en inhoud voor een beeldend kunstwerk? Hoe verhouden zij zich tot elkaar? En welke rol speelt het medium in de relatie tussen inhoudelijke en formele aspecten van de kunst?

In zijn boek *De geplooidde voorstelling* stelt Frank Vande Veire dat we na de oorlog met betrekking tot deze problematiek twee hoofdstromingen kunnen onderscheiden binnen de kunst: enerzijds de richting die de autonomie van de kunst voorop stelt; anderzijds de richting die juist de context waarin de kunst tot stand komt centraal stelt.

De eerste stroming richt zich meer op de 'vorm' van het kunstwerk en streeft daardoor een zekere autonomie na ten opzichte van haar sociaal-maatschappelijke context, de tweede stroming richt zich meer op de 'inhoud' van de kunstwerken en stelt zich kritisch op tegenover de sociaal-maatschappelijke omstandigheden waarin kunstwerken tot stand komen. In de inleiding van deze reader baseren de samenstellers zich op deze door Vande Veire uitgezette lijn.

ervaring en beleving 2

Umberto Eco **The Poetics of the Open Work**

pp 1-23 uit: *Opera aperta* Milaan: Bompiani 1962

Allan Kaprow **The Education of the Un-Artist, Part I**

pp 97-109 uit: *Essays on the Blurring of Art and Life* Berkeley/Londen: University of California Press 1993

Michel de Certeau **'Making Do': Uses and Tactics**

pp 29-42 uit: *The Practice of Everyday Life* Berkeley: University of California Press 1984

Nicolas Bourriaud **Relational Form**

pp 11-24 uit: *Relational Aesthetics* Dijon: Les presses du réel 2002

Claire Bishop **Antagonism and Relational Aesthetics**

pp 53-62, 65-70, 77-79 uit: *October* nr. 110 2004

Grant Kester **Dialogical Practices**

pp 89-90, 97-101, 107-123 uit: *Conversation Pieces: Community and Communication in Modern Art* Berkeley: University of California Press 2004

samenstelling: Erik Hagoort, Camiel van Winkel

Maar zelfs de meest voorzichtige en sceptische onder hen sluiten niet uit dat kunst toch een vermogen heeft om ons te raken. Hoe, daarin scheiden zich de wegen. De ene auteur draagt de overtuiging uit dat kunstenaars het er vooral om te doen is vanzelfsprekendheden te doorbreken, ons op hardhandige of subtiele wijze uit balans te brengen. De ander benadrukt hoezeer kunstenaars met hun werk willen aansluiten bij hoe wij voelen en denken, hoe zij kunst in de werkelijkheid en in het leven willen laten opgaan. De auteurs bewegen zich met hun teksten ergens tussen deze perspectieven, wisselen soms van perspectief binnen hun uiteenzetting. Hoe ver hun gedachten hen ook voeren, de auteurs blijven dicht bij zichzelf.

De teksten in deze tweedelinge reader geven aan hoe in de afgelopen vijftig jaar is nagedacht over ervaring en beleving van kunst. Die formulering – ervaring en beleving van kunst – kun je op twee manieren opvatten. Enerzijds hoe wij kunst ervaren en beleven, anderzijds hoe kunst ons de werkelijkheid, ons leven, ons lichaam, ons denken doet ervaren en laat beleven. Beide perspectieven zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden maar de auteurs die in deze reader aan het woord komen, leggen het accent vooral op het tweede aspect. In hun teksten draait het niet zozeer om theorievorming *óver* kunst, als wel om theorievorming *over wat kunst met ons kan doen*. Kan kunst ons nog iets doen ervaren en beleven dat er toe doet? Die vraag ligt aan de basis van elke tekst. Geen van de auteurs geeft op die vraag onomwonden antwoord met een volmondig ja.



Uit: The Poetics of the Open Work, Kaprow: The Education of the Un-Artist, Part I, de Certeau: 'Making Do': Uses and Tactics, Bourriaud: Relational Form



Antagonism and Relational Aesthetics, Dialogical Practices

reader ervaring en beleving 2

samenstelling Erik Hagoort, Camiel van Winkel

kan kunst ons nog iets doen **ervaren en beleven** dat er toe doet? die vraag ligt aan de basis van elke tekst in deze reader: **geen** van de auteurs geeft op die vraag **onomwonden** antwoord met een volmondig **ja**, maar zelfs de meest voorzichtige en sceptische onder hen sluiten niet uit dat kunst toch een **vermogen** heeft om ons te raken.

expertisecentrum kunst & vormgeving www.kunst-en-ervaring.nl (aanspreekpunt)

ervaring en beleving 1

Jorinde Seijdel **Beschouwen, vergapen – verbinden, verdwijnen**

pp 1-2 uit: *De Witte Raaf* nr. 88 2000

Bart Verschaffel **Overall, het lichaam**

pp 214-222 uit: *Figures. Essays* Leuven: Halewyck 1995

Jean-François Lyotard **Het sublieme en de avant-garde**

pp 93-115 uit: *Het onmenselijke. Causerieën over de tijd* Kampen: Kok Agora 1992

Peggy Phelan **The Ontology of Performance: Representation without Reproduction**

pp 146-164 + noten uit: *The Politics of Performance* London/New York: Routledge 1993

Robert Pfaller **Interpassivität**

pp 1-11 uit: *Interpassivität. Studien über delegiertes Genießen* Wenen/New York: Springer Verlag 1999

samenstelling: Erik Hagoot, Camiel van Winkel



Robert Pfaller

Interpassivität

reader **ervaring en beleving 1**

samenstelling: Erik Hagoot, Camiel van Winkel

kan kunst ons nog iets doen **ervaren en beleven** dat er toe doet? die vraag ligt aan de basis van elke tekst in deze reader. **geen** van de auteurs geeft op die vraag **onomwonden** antwoord met een volmondig **ja**, maar zelfs de meest voorzichtige en sceptische onder hen sluiten niet uit dat kunst toch een **vermogen** heeft om ons te raken.

expertisecentrum kunst & vormgeving

www.expertisecentrumkunst.nl

De teksten in deze tweedelige reader geven aan hoe in de afgelopen vijftig jaar is nagedacht over ervaring en beleving van kunst. Die formulering – ervaring en beleving van kunst – kun je op twee manieren opvatten. Enerzijds hoe wij kunst ervaren en beleven, anderzijds hoe kunst ons de werkelijkheid, ons leven, ons lichaam, ons denken doet ervaren en laat beleven. Beide perspectieven zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden maar de auteurs die in deze reader aan het woord komen, leggen het accent vooral op het tweede aspect. In hun teksten draait het niet zozeer om theorievorming *óver* kunst, als wel om theorievorming *over wat kunst met ons kan doen*. Kan kunst ons nog iets doen ervaren en beleven dat er toe doet? Die vraag ligt aan de basis van elke tekst. Geen van de auteurs geeft op die vraag onomwonden antwoord met een volmondig ja.

Maar zelfs de meest voorzichtige en sceptische onder hen sluiten niet uit dat kunst toch een vermogen heeft om ons te raken. Hoe, daarin scheiden zich de wegen. De ene auteur draagt de overtuiging uit dat kunstenaars het er vooral om te doen is vanzelfsprekendheden te doorbreken, ons op hardhandige of subtiele wijze uit balans te brengen. De ander benadrukt hoezeer kunstenaars met hun werk willen aansluiten bij hoe wij voelen en denken, hoe zij kunst in de werkelijkheid en in het leven willen laten opgaan. De auteurs bewegen zich met hun teksten ergens tussen deze perspectieven, soms wisselen zij van perspectief binnen hun uiteenzetting. Hoe ver hun gedachten hen ook voeren, de auteurs blijven dicht bij zichzelf.

fotografie & industrie

Bart Sorgedragter **De schoorsteen moe(s)t roken**

geschreven in opdracht van het lectoraat fotografie van AKV/St. Joost, Avans Hogeschool, Breda 2010

Urs Stahl **Industrial Photography: the Theater of Objectivity**

pp 15-19 uit: *Well, what is Photography?* Winterthur/Zürich/Berlin/New York: Fotomuseum Winterthur / Scalco 2003

Michael Collins **Record Pictures: Photography and Realism**

ongepagineerd uit: *Record Pictures. Photographs from the Archives of the Institution of Civil Engineers* Göttingen: Steidl/MACK 2004

Anneke van Veen **'Met de erkende photographische getrouwheid.'**

pp 33-35, 38-40 en 42-43 uit: *Pieter Oosterhuis [1816-1885]* Amsterdam: Fragment Uitgeverij 1993

Steven W. Plattner **The Standard Oil Photography Project 1943-1950**

pp 11-25 uit: *Roy Stryker: U.S.A., 1943-1950. The Standard Oil (New Jersey) Photography Project* Austin: University of Texas Press 1983

Hans Scheurer **Expedities in niemandsland: fotografen zien het Ruhrgebied**

pp 96-98 vertaald uit: *Endlich so wie überall? Bilder und Texte aus dem Ruhrgebiet Band 3* Schriftenreihe der Kulturstiftung Ruhr 1987

Gerry Badger **Point of Sale. The Company Photobook**

pp 174-179 uit: *The Photobook: a History, volume 2* London/New York: Phaidon 2006

Mirelle Thijsen **The Corporate Photobook: 1945-1965**

pp 168-177 uit: *Changing Faces: Work, I(P+R)/N Commissions year #2* Rotterdam: Veenman Publishers 2007

Flip Bool **Vrijheid in gebondenheid**

pp 9-14 uit: *50 jaar fotografie. GfK 1945-1995* Amsterdam: De Verbeelding 1995

Wibo Bakker **De toekomst van de documentaire bedrijfsfotografie: overvloed en onbehagen?**

geschreven in opdracht van het Fonds voor Beeldende Kunsten Vormgeving en Bouwkunst Amsterdam, Breda 2010

samenstelling: Bart Sorgedragter, Flip Bool

'Je hebt maar één lezer, en dat is je volgende opdrachtgever (...). Voor de opdrachtgever is het een groot spel van ijdelheden, zo'n gedenkboek. Hij wil een schitterend boek. Want het is zijn boek. Hij is het boek. Zijn ijdelheid is boek geworden. Hij ligt daarin vast voor de eeuwen ...'

Max Dendermonde, 1988

'Heeft het niet iets hoerachtigs om bedrijfsboeken te maken' vroeg een fotografiestudent mij ooit nogal boud tijdens een symposium over het fotoboek. Ik geloof dat hij met zijn vraag bedoelde of het als documentair fotograaf mogelijk is om in opdracht van een bedrijf een goed fotoboek te maken. Mijn antwoord dat niemand het vreemd vindt wanneer een architect rekening houdt met de toekomstige bewoners of gebruikers van zijn ontwerpen, verraste de student op zijn beurt.

Toch is de vraag begrijpelijk. 'Publiek' is zelden de eerste zorg van een kunstacademiestudent. Menig student veronderstelt zelfs dat kunst en creativiteit alleen in totale vrijheid en onafhankelijkheid kunnen ontstaan en gedijen. Vragen als 'voor wie?' worden dan als beklemmend en soms zelfs als hoerachtig gezien.

Het valt niet te ontkennen dat bedrijfsboeken vaak een loopje met de werkelijkheid nemen en ingezet worden als uitingen van reclame en propaganda.



reader fotografie & industrie
samenstelling Bart Sorgedragter, Flip Bool

'Je hebt maar één lezer, en dat is je volgende opdrachtgever (...)' voor de opdrachtgever is het een groot spel van ijdelheden, zo'n gedenkboek. hij wil een schitterend boek. want het is zijn boek. hij is het boek. zijn ijdelheid is boek geworden. hij ligt daarin vast voor de eeuwen ...'

Max Dendermonde, 1988

expertisecentrum kunst & vormgeving van de Avans Hogeschool Breda / Hogeschool

documentaire fotografie

Beaumont Newhall **Documentary Photography**

pp 235-247 uit: *The History of Photography* New York: Museum of Modern Art 1982

Graham Clarke **Documentary Photography**

pp 144-165 uit: *The Photograph* Oxford: Oxford University Press 1997

Rik Suermondt **Het sociale aspect van de tijd**

pp 291-330 uit: *Positions Attitudes Actions. Engagement in de fotografie* Rotterdam: Nederlands Foto Instituut 2000

Rik Suermondt **Engagement in de Nederlandse fotografie 2000-2010**

Amsterdam: Fonds BKVB 2010

Kerry Brougher **The Camera in the Street**

pp 22-33 uit: *Open City. Street Photographs Since 1950* Oxford: Museum of Modern Art 2001

Derrick Price, Liz Wells **Image Analysis: The Example of Migrant Mother**

pp 37-48 uit: *Photography. A Critical Introduction* Londen: Routledge 1996

Rik Suermondt **De loeiende koe: logo van een fotograaf**

pp 253-261 uit: *Martien Coppens. Bezielde beelden* Zwolle: Waanders/Stichting Brabants Fotoarchief 2008

Frits Gierstberg **Van realisme naar reality?**

pp 130-153 uit: *Documentaire nu!* Rotterdam: NAI publishers 2005

Michiel van Opstal **Ga toch buiten spelen!**

geschreven voor AKV/St. Joost Breda 2008

samenstelling: Rik Suermondt

Sinds de introductie van de term *documentaire* in de film- en fotowereld in de jaren 1920 is er een telkens oplopende discussie over de maatschappelijke en artistieke betekenis van dit genre en de ethische taken van zijn beoefenaars. Worden documentairemakers geacht de feiten voor zich te laten spreken in hun streven naar waarheidsvinding? Of moeten zij een subjectief standpunt innemen over actuele kwesties? Wat is de rol van esthetiek bij het overbrengen van een kritische boodschap? Is escaneren, toevoegen van fictieve elementen uit den boze, of juist nodig om het drama te laten meebeleven in een steeds meer door machtige mediaconglomeraten beheerste wereld waar manipulatie altijd op de loer ligt? Het documentaire genre associëren we met schrijvers, filmmakers, fotografen die zich vanuit persoonlijke motieven betrokken voelen bij de leefomstandigheden van hun medemens op deze planeet.

Het genre is echter de afgelopen twee decennia enorm in beweging. Een documentaire stijl wordt door reclamemakers en beeldend kunstenaars aangegrepen om een commerciële, dan wel een kritische en/of esthetische boodschap af te geven. Jonge documentairemakers zijn vandaag vaak cynisch over de gedachte dat zij als representanten van het rijke westen de wereld kunnen verbeteren.

De reader geeft een beeld van de geschiedenis en theorievorming met betrekking tot de documentaire fotografie. Met als doel juist de complexiteit, het open, hybride en vitale karakter van het documentaire genre aan te tonen.



voyeurisme

Michel Foucault **Het panoptisme**

pp 276-288, 300-313 uit: *Discipline, toezicht en straf: de geboorte van de gevangenis* Groningen: Historische Uitgeverij 1975

Geoffrey Batchen **Guilty pleasures**

pp 447-459 uit: *Ctrl [space]: rhetorics of surveillance from Bentham to Big Brother* Cambridge (MA): The MIT Press 2002

Halla Beloff **Social interactions in photographing**

pp 165-167 uit: *Leonardo 16 (3), special issue Psychology and the Arts* Oxford: Pergamon Press 1983

Susan Sontag **In Plato's grot**

pp 11-26 uit: *Over fotografie* Baarn: Uitgeverij Anthos/Diogenes 1994

Liesbet van Zoonen **Verlangen en verzet: alledaagse herkenbaarheid in Big Brother en De Bus**

pp 27-33 uit: *Reality soap! Big Brother en de opkomst van het multimediaconcept* Amsterdam: Uitgeverij Boom 2000

Tom Gunning **Embarrassing evidence: the detective camera and the documentary impulse**

pp 46-64 uit: *Collecting visible evidence* Minneapolis: University of Minnesota Press 1999

Daniel J. Solove **Privacy in an overexposed world**

pp 161, 163-170, 173-182 uit: *The future of reputation: gossip, rumor and privacy on the internet* New Haven: Yale University Press 2007

samenstelling: Karin Krijgsman

Van nature nieuwsgierig smullen we van roddels over beroemdheden, politici, maar ook over de burens of vrienden. Over het algemeen is nieuwsgierigheid in onze cultuur sociaal geaccepteerd, maar er zijn wel grenzen. Onze opvoeding, sociale normen en waarden dicteren dat wij ons 'een beetje inhouden'. We gluren wel of luisteren wel eens mee met een gesprek van anderen (omdat we soms ook niet anders kunnen), maar we weten dat het niet hoort, dus zorgen we dat het niet al te erg opvalt of stoort.

Voor een fotograaf is nieuwsgierigheid een handige, zo niet noodzakelijke eigenschap. Een fotograaf die verhalen vertelt met zijn foto's mag het avontuur niet schuwen of bang zijn om 'zijn neus in andermans zaken' te steken. De toeschouwer wordt graag geprikkeld met foto's van plekken, mensen of momenten waar hij zelf geen toegang toe heeft. Wanneer een fotograaf zijn verhalen in de werkelijkheid najaagt kan deze grofweg twee keuzes maken. Hij kiest ervoor om contact te maken met zijn onderwerp, of hij kiest ervoor dit niet te doen.

De camera maakt het mogelijk om iemand te bekijken zonder dat de betrokkene het in de gaten heeft. Hoe is de stiekeme blik van de fotograaf in een maatschappelijke context te plaatsen? Waar ligt de grens tussen onschuldige nieuwsgierigheid en schending van iemands privacy?

'Ik heb fotograferen altijd beschouwd als iets lekker stouts – dat was een van de dingen die ik er zo leuk aan vond – en toen ik het voor het eerst deed, vond ik mezelf heel pervers'

Diane Arbus in *On Photography* van Susan Sontag

Deze reader is samengesteld ter gelegenheid van een studiedag van het Lectoraat Fotografie met als thema 'de stiekeme blik van de fotograaf en de grenzen van privacy' op maandag 29 maart 2010. Uitgangspunt is de afstudeerscriptie *Theorie van het gluren* die de samensteller Karin Krijgsman schreef aan de Universiteit Leiden aan de opleiding Master in Photographic Studies.



Foucault: Het panoptisme
Batchen: Guilty pleasures
Beloff: Social interactions in photographing



Sontag: In Plato's grot
van Zoonen: Verlangen en verzet
Gunning: Embarrassing evidence
Solove: Privacy in an overexposed world

reader **voyeurisme**
samenstelling: Karin Krijgsman

fotografie is een voyeuristisch medium, wordt vaak gezegd. wat betekent dat? de camera maakt het mogelijk om iemand te bekijken zonder dat de betrokkene het in de gaten heeft. hoe is de **stiekeme blik** van de fotograaf in een maatschappelijke context te plaatsen? waar ligt de grens tussen onschuldige nieuwsgierigheid en schending van iemands privacy?

expertisecentrum kunst & vormgeving www.p3.nl/boek-voor-afstudeerscriptie/

walter benjamin

Walter Benjamin **Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid**

pp 8-43 uit: *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid en andere essays* Amsterdam: Boom 2008

Thijs Lijster, Jan Sietsma **Rodins Denker en wat daarvan over is**

internetpublicatie van: *Filosofie Magazine* 5 2007 Amsterdam: Veen Magazines 2007

John Maxwell Coetzee **De observerende blik van Walter Benjamin**

internetpublicatie van: *Filosofie Magazine* 3 2001 Amsterdam: Veen Magazines 2001

René Boomkens **Massa en metropool bij Walter Benjamin**

pp 30-46 uit: *Kritische massa* Amsterdam: Van Gennep 1994

Dirk Lauwaert **Het Beeld dat Alles prijsgeeft (omdat het Niets heeft gezien)**

pp 91-102 uit: *Benjamin Journaal* 3 1995 Groningen: Historische Uitgeverij 1995

Jos de Mul **Neo dataïsme**

bijlage 'Het Betoog' in: *De Volkskrant* 17 mei 2008 Amsterdam: PCM uitgevers 2008

Abram de Swaan **Het signaal is ruis geworden**

bijlage 'Opinie & Debat' in: *NRC Handelsblad* 26 april 2008 Amsterdam: PCM uitgevers 2008

samenstelling: Michiel van Opstal



Walter Benjamin
Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid
Thijs Lijster & Jan Sietsma
Rodins Denker en wat daarvan over is
John Maxwell Coetzee
De observerende blik van Walter Benjamin
René Boomkens
Massa en metropool bij Walter Benjamin



Dirk Lauwaert
Het beeld dat Alles prijsgeeft (omdat het Niets heeft gezien)
Jos de Mul
Neo dataïsme
Abram de Swaan
Het signaal is ruis geworden

reader walter benjamin

samenstelling: Michiel van Opstal

hoe te (over)leven in een clusterbom aan informatie? vroeg walter benjamin zich al 80 jaar geleden af. op welke manier beïnvloedt en herstructureert het moderne prikkelbombardeement van tekst/beeld/geluid onze werkelijkheidsbeleving? hoe verandert in onze belevenismaatschappij de functie, betekenis en waarde van kunstwerken? welke vormen van vrijheid verdwijnen in de overvloed aan informatie, welke revolutionaire bestaanswijzen worden hierin juist mogelijk?

expertisecentrum kunst & vormgeving

www.expertisecentrumkunst.nl

Vandaag de dag is het bijna onmogelijk om 'ongeinformeerd' te blijven. Onze hersenen staan continu in verbinding met talloze digitale netwerken: e-mail, televisie, radio, youtube, twitter, facebook, mobiele telefoons, ipods, second life, chatsites, etc. We zijn voortdurend ingelogd en online. Al deze media sturen eindeloos veel signalen rond en zetten daarmee onze geest onder hoogspanning.

Vroeger bediende het informatienetwerk zich van éénrichtingsverkeer: van het medium naar 'de massa'. Maar in 2013 zijn we alweer vertrouwd met Web 2.0: allerhande media die niet alleen informatie aanbieden maar ons ook aansporen eigenhandig signalen aan het bestaande netwerk toe te voegen. Interactiviteit is het nieuwe toverwoord: veel digitale media proberen een informatierespons te activeren bij hun gebruikers.

Het digitale scherm is echter niet de enige plek waar we overrompeld worden door informatie. In de openbare ruimte (en vooral de stad) gebeurt hetzelfde: via billboards, posters, neonreclames, winkeletalages, shoppingmalls en festivals dringt onophoudelijk informatie bij ons binnen. Tel bij al deze media de traditionele distributieplekken van informatie op (musea, kranten, universiteiten, bibliotheken, overheden, bedrijven, gezondheidsinstellingen, etc.) en je begrijpt dat wij, moderne burgers, zijn ondergedompeld in een prikkelbombardeement van tekst, beeld en geluid.

Hoe hiermee om te gaan? Hoe te leven in een clusterbom aan informatie? Dat is de vraag die de Duitse filosoof Walter Benjamin (1892-1940) zichzelf al stelde in de jaren 1920 en 1930.

the past in the present

Frits Gierstberg **The Big History Quiz**

pp 44-57 in: *Reflect #7 - Questioning history* Rotterdam: NAI Publishers 2008

Okwui Enwezor **Archive Fever**

pp 11-51 in: *Archive fever. Uses of the document in contemporary art* New York/Göttingen: ICP/Steidl Publishers 2008

Frank van Vree **De sensatie van het beeld**

pp 60-71 in: *De plaatjesmaatschappij. Essays over beeldcultuur* Rotterdam: NAI Publishers/NFI 2003

Ine Gevers **Beelden die om voltooiing vragen**

pp 84-102 in: *Reflect #4 - Documentaire nu!* Rotterdam: NAI Publishers 2005

Frank van der Stok **Denkbeelden**

vertaling naar pp 104-118 in: *Reflect #7 - Questioning history* Rotterdam: NAI Publishers 2008

David Levi Strauss **A Sea of Griefs is not a Proscenium**

pp 79-105 in: *Between the eyes. Essays on photography and politics* New York: Aperture Foundation 2005

samenstelling: Frank van der Stok i.s.m. Flip Bool



de aandacht voor **geschiedenis** van een aantal hedendaagse **beeldend kunstenaars** staat in een lange traditie, maar breekt daar ook mee. Het gaat deze kunstenaars niet om het uitbeelden of het leveren van commentaar op historische gebeurtenissen, maar om een kritische blik op **hoe geschiedenis wordt weergegeven**. hun werk is daarmee op te vatten als een reactie op de huidige populariteit van geschiedenis en drie krachten die op de weergave van geschiedenis inwerken: **media, politiek en commercie**.

reader **the past in the present**

- 1 frits gierstberg *the big history quiz*
- 2 okwui enwezor *archive fever*
- 3 frank van vree *de sensatie van het beeld*
- 4 ine gevers *beelden die om voltooiing vragen*
- 5 frank van der stok *denkbeelden*
- 6 david levi strauss *a sea of griefs is not a proscenium*

lectoraat fotografie

Eind 1998 startte het Nederlands Fotoarchief (NFA, nu de afdeling collecties van het Nederlands Fotomuseum in Rotterdam) het jaarlijks terugkerend lezingenprogramma *The Past in the Present* om de rol, positie en invloed van historische beelden in de actuele kunst- en fotografiepraktijk nader te onderzoeken.

In de eerste jaren vooral bedoeld om het debat over de betekenis van archiefbeeld en *found footage* binnen uiteenlopende kunstuitingen op gang te brengen, verruimde het programma zich gaandeweg naar een discussie over beeldvorming en historisch bewustzijn, waarbij het (her)gebruik van historisch beeld niet noodzakelijkerwijs centraal staat. Tegelijkertijd breidde het lezingenprogramma zich in de loop der jaren uit met opdrachten aan kunstenaars/fotografen, tentoonstellingen en publicaties en werd het vanaf 2004 bovendien een onderdeel van het lesprogramma aan de masteropleiding fotografie aan AKV|St. Joost, Breda.

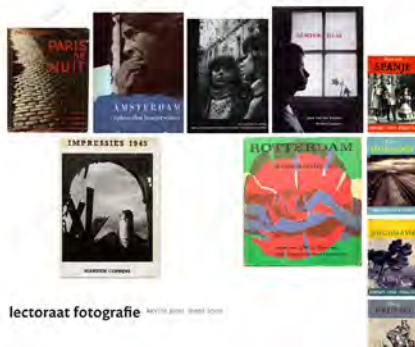
Deze reader bundelt zes teksten die dit betrekkelijk nieuwe onderwerp inbedden in een ruimer theoretisch kader en bevat daarnaast ook een uitgebreide case-study. De auteurs gaan vanuit verschillende invalshoeken in op de vraag naar de manier waarop (een) geschiedenis wordt weergegeven. De samensteller beoogt geen uitputtende analyse of een volledig overzicht van bestaande standpunten en visies, maar wil graag een aanzet geven tot nadere verdieping en heldere standpuntbepaling van de lezer.

'het fotoboek is een ensemble dat is bedacht, begrepen en gerealiseerd als een autonome creatieve ruimte, waarin elke afbeelding betekenis krijgt door haar verhouding tot een andere afbeelding, haar plaats in de interne constructie en de technische weergave (offset, koperdrukdruk, vierkleurendruk) die haar werkelijke bestaan uitmaakt.'

'een fotoboek is: een autonome kunstuiting, vergelijkbaar met een schilderij, beeldhouwwerk, theatervoorstelling, film, etc. de foto's verliezen hun eigen artistiek fotokarakter en worden in drukinkt vertaalde onderdelen van een dramatisch gebeuren dat boek heet.'

Uitvoering: Amsterdamse School van Kunst en Ontwerp, 1985

reader **fotoboek!** door Rik Suermondt



lectoraat fotografie avans • akv/st.joost • lectoraat fotografie

Rik Suermondt **Het Nederlandse fotoboek tussen teamproduct en autonoom werkstuk**
pp 426-443 uit: *Dutch Eyes. A critical history of Photography in the Netherlands* Zwolle: Waanders 2007

Rik Suermondt **Brassaï, Paris de nuit**

pp 77-80 uit: *Aanwinstencatalogus 1984-1989 Rijksdienst Beeldende Kunst* 's Gravenhage: RBK/Zwolle: Waanders 1990

Rik Suermondt **Martien Coppens: een oeuvre in fotoboeken**

bijdrage in: *Martien Coppens monografie* gepland voor 2007

Rik Suermondt **Vrede in Europa. Cas Oorthuys en de Contact foto- en reisockets**

pp 9-20 uit: *Cas Oorthuys onderweg. Europa 1945-1965* Amsterdam: Contact 2001

Rik Suermondt **Een liefdesgeschiedenis in St Germain des Prés. Cultboek van Ed van der Elsen**

pp 20-25 uit: *Foto jan/febr 2000*

Rik Suermondt **Beeldroman**

pp 456-460 uit: *Dutch Eyes. A Critical History of Photography in the Netherlands* Zwolle: Waanders 2007

Rik Suermondt **Rotterdam dynamische stad van Cas Oorthuys**

pp 79-82 uit: *Perspektief* nr. 40 1991

Rik Suermondt **Rotterdam 1950-1960: vijf fotoboeken vijf fotografen**

pp 22-29 uit: *Foto* april 1993

Rik Suermondt **Home Sweet Home: familiealbum van Paul de Nooijer**

uit: *Paul de Nooijer, monografieën van Nederlandse fotografen* Haarlem: Focus Publishing 2007

Rik Suermondt **De fotoboeken van Willem Diepraam**

pp 16-19 uit: *Fotonet* nr. 5 1996

Rik Suermondt **Het Japanse fotoboek: Nobuyoshi Araki en Yoshiichi Hara**

pp 62-64 uit: *Perspektief* nr. 42 1992

Rik Suermondt **Història artificial: installatie in boekvorm van Joan Fontcuberta**

pp 68-70 uit: *Perspektief* nr. 49 1995

Rik Suermondt **Nick Waplington: Safety in numbers**

pp 107-108 uit: *Camera Austria* nr. 64 1998

Rik Suermondt **Topografische fotoboeken over Nederland**

pp 443-449 uit: *Dutch Eyes. A critical history of Photography in the Netherlands* Zwolle: Waanders 2007

samenstelling: **Rik Suermondt ism Jaap van Triest**

Het bestuderen van een fotoboek is misschien wel de meest intense manier om de visie van een fotograaf op een onderwerp te beleven. Fotoboeken zijn draagbare objecten, rechthoekig van formaat, meestal in de huiselijke omgeving of in een bibliotheek bekeken. Het fysiek vasthouden en doorbladeren van een fotoboek is een intieme ervaring. Anders dan bij een tentoonstelling met foto's aan de muur ontvouwt zich het gedachtengoed van de maker in een directe, één op één

confrontatie met de beschouwer. De aard van het medium vereist een geconcentreerd 'lezen' van de afzonderlijke beelden, hun onderlinge samenhang, de typografie, de relatie van beeld en tekst.

Deze reader bevat veertien artikelen die de samensteller Rik Suermondt schreef over dit onderwerp in opdracht van diverse tijdschriften en uitgeverijen.

wat is ruimtelijk ontwerpen?

Norman Potter **What is a Designer?**

pp 13-17 uit: *What is a Designer: Things, Places, Messages* Londen: Studio Vista 1969

Daniel Kula, Élodie Ternaux **Think Different**

pp 313-325 uit: *Materialogy* Amsterdam: Frame Publishers 2009

Markus Bröderlin **Art and Design Today**

pp 239-246 uit: *Interior/Exterior: Living in Art* Ostfildern: Hatje Cantz Verlag 2008

Kees Spanjers ea **Het beroep van interieurarchitect**

pp 9-14 uit: *Ruimte voor verdieping - Platform Interieurarchitectuur* Amsterdam: Platform Interieurarchitectuur 2008

Karin Rietbroek **Tentoonstellingsvormgeving/technologie en maatschappij veranderen**

pp 5-13 uit: *Tentoonstellingsvormgeving* Eindhoven: [Z]OO producties 2002

samenstelling: Laurens Kolks

Het belang en de (on)mogelijkheden van materialen als grondstof voor ruimtelijke ontwerpen komen tot uiting in de teksten van Daniel Kula en Élodie Ternaux.

De immer dynamische relatie tussen design, kunst en architectuur wordt onderzocht in de bijdrage van Markus Bröderlin.

De geschiedenis van het beroep interieurarchitect in Nederland en de huidige positie van het vakgebied staan centraal in deze tekst van Kees Spanjers onder eindredactie van Erik Viskil. Het artikel schetst een profiel van het beroep van interieurarchitect.

Karin Rietbroek ten slotte beschrijft de regisserende rol van de ruimtelijk ontwerper binnen een interdisciplinair team dat gezamenlijk een tentoonstelling verwezenlijkt. Hoe zet een ruimtelijk ontwerper zijn expertise in om betekenisvol werk te creëren dat door het publiek wordt verstaan?

Ruimtelijk ontwerpers geven vorm aan de fysieke wereld om hen heen. Hun werkgebied bestrijkt vier dimensies: *lengte, breedte, hoogte en tijd*. Kijkend met de brede blik van Norman Potter kent het vakgebied grofweg drie belangrijke (onderling sterk verbonden) aandachtsgebieden: ruimtelijk ontwerpers geven vorm aan *dingen, plekken en informatie*. De artikelen in deze reader proberen een eerste introductie te geven in het vakgebied vertrekkend vanuit de vraag: **Wat is een ontwerper?**

Norman Potter stelt en verkent deze lastige, maar fundamentele vraag in de eerste tekst. Potter vertrekt vanuit het abstracte gegeven dat een ontwerper middelen doelmatig inzet en transformeert om een vooropgezette intentie te verwezenlijken. Met een opzettelijk brede blik beschrijft hij de verschillen en overeenkomsten tussen de diverse ontwerpdisciplines, ontwerpopleidingen en beroepspraktijken. De tekst behandelt de positie van design ten opzichte van de beeldende kunst en wetenschap maar wil vooral een eerste inzicht geven in het ontwerpen als vakgebied.



animatie in context

Jay David Bolter, Richard Grusin **Media, Film**

pp 147-150 uit/from: *Remediation* Cambridge: MIT Press 2000

Edwin Carels **Animation = Multiplication of Artforms?**

pp 14-22 uit/from: *The animate! book: rethinking animation* Fishers: LUX Publications & Arts Council England 2006

Andrew Chong **Digital Animation**

pp 80, 106, 112-113, 116, 134-135, 156, 158 uit/from: *Digital Animation* London: AVA Publishing 2008

Lev Manovich **Understanding Hybrid Media**

oorspronkelijk gepubliceerd in / first published in: *Animated Painting* San Diego: San Diego Museum of Art 2007

Robert Russett **Hyperanimation**

pp 9-21 uit/from: *Hyperanimation. Digital Images and Virtual Worlds* New Barnet: John Libbey Publishing Ltd 2009

Katie Salen **The Art of Machinima**

pp 538-541 uit/from: *Future Cinema. The Cinematic Imaginary After Film* Cambridge: MIT Press 2003

Paul Wells, Johnny Hardstaff **Re-imagining Animation**

pp 24-26, 50, 70-75, 86-87, 96-99 uit/from: *Re-Imagining Animation: The Changing Face of the Moving Image* London: AVA Publishing 2008

Paul Wells **Understanding Animation**

pp 10-28 uit/from: *Understanding Animation* London: Routledge 1998

Gene Youngblood **Expanded Cinema**

pp 45-51 uit/from: *The Anthology of Computer Art. Sonic Acts XI* Amsterdam: Sonic Acts Press 2006

samenstelling: Sarah Lughart, René Bosma

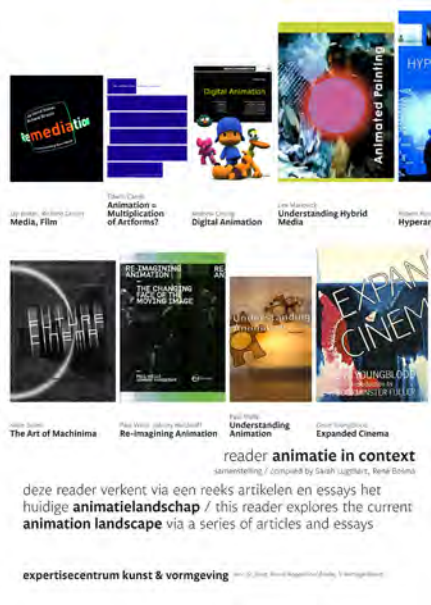
Deze reader verkent via een reeks artikelen en essays het huidige animatielandschap, en vormt de theoretische introductie op het toegepaste onderzoeksprogramma in de Master Animatie aan AKV|St. Joost. Contexten waarin animatie wordt toegepast worden aan de hand van actuele (wetenschappelijke) discussies en praktijkvoorbeelden onder de loep genomen en in een historisch en cultureel verband geplaatst.

Animatie is niet meer weg te denken uit de hedendaagse beeldcultuur: als korte artistieke film, commerciële bioscoopfilm, televisieserie, commercial, videogame, op internet en mobiele telefoons en als special effect in live-action bioscoopfilms. Animatie biedt ongekende mogelijkheden en wordt in allerlei stijlen en technieken steeds vaker ingezet in uiteenlopende productieprocessen van bewegend beeld.

Doordat de contexten waarin van animatie gebruik wordt gemaakt steeds veranderen en zich vernieuwen, en het aantal animatie'makers' alleen maar toeneemt, is ook de interpretatie van het begrip *animatie* aan verandering onderhevig.

De ontwikkeling van animatie in de mainstream (het streven naar realisme, lineariteit), maar ook in het experimentele domein komen ter sprake. Met de komst van de digitale technologie en dus ook nieuwe vormen (buiten het scherm) wordt gezocht naar nieuwe termen, zoals *hybrid film* (Manovich), *hyperanimation* (Russett).

Bij elk van de onderwerpen wordt gereflecteerd op de mogelijkheden voor het creatieve proces van de individuele animatie 'maker' en zijn beroepspraktijk.



reader

Met de readers maken de lectoraten van AKV|St.Joost (verenigd in het expertisecentrum kunst & vormgeving) vakliteratuur toegankelijk van de beroepen waar het kunstonderwijs toe opleidt. De combinatie van de gekozen artikelen in een reader en de verwijzing naar aanvullende boeken of andere bronnen zijn voldoende voor een eerste introductie in een specifiek onderwerp. Een tweede doel van readers is om de discussie over een specifiek onderwerp te voeden. Er zijn readers die direct aan lesprogramma's zijn gekoppeld en er zijn readers over speciale onderwerpen die niet in het reguliere lesprogramma aan de orde komen.

auteursrechten

AKV|St.Joost maakt gebruik van de Reader-overeenkomst tussen de HBO-raad en de stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie (PRO): www.cedar.nl/stichtingen/stichting-pro. Deze regeling maakt het mogelijk om teksten en beelden waar auteursrecht op rust voor onderwijsdoeleinden te reproduceren. Het PRO-relatienummer van AKV|St.Joost is PR.00132.915

contact

De inhoud, de vormgeving en de keuze van de artikelen staan voortdurend ter discussie. Opmerkingen over individuele artikelen of readers en suggesties voor verbeteringen en aanvullingen zijn welkom. Docenten van AKV|St.Joost worden van harte uitgenodigd voor overleg over de toepasbaarheid van readers in specifieke onderwijssituaties. Reviewexemplaren van alle readers uit deze catalogus kunnen zonder kosten worden opgevraagd door docenten van AKV|St.Joost. Contact bij voorkeur per e-mail naar: ekv.akvstjoost@avans.nl

winkel

De readers zijn voor studenten en medewerkers van Avans Hogeschool verkrijgbaar via de verkoopbalies op beide locaties van AKV|St.Joost.

over readers

Readers zijn geprinte of gekopieerde verzamelingen van teksten overgenomen uit verschillende publicaties. De meeste readers worden gemaakt voor het onderwijs. De samensteller selecteert tekstdelen met een gegeven doel. Vaak om de eigen lessen te ondersteunen. Daarbij kunnen de gekozen teksten een introductie bieden op een vakgebied, of op een onderwerp binnen dat vak. Maar er zijn oneindig veel andere uitgangspunten voor het samenstellen van een reader. Het kan bijvoorbeeld een overzicht zijn van teksten van één auteur, of een samenstelling van tekstfragmenten over een specialistisch onderwerp dat in de bronteksten een ondergeschikte rol speelt. Welk uitgangspunt de samensteller ook kiest; iedere reader heeft een verbindend argument dat de verzameling rechtvaardigt. In docentenreaders, gemaakt voor eigen gebruik, wordt dat argument soms pas in de klas toegelicht. Dan beperkt de reader zich vaak tot een stapel kopieën met een nietje door de rug. Readers met bredere toepasbaarheid (docent-onafhankelijk) starten met een inleiding waarin de samensteller de verbindende factor toelicht en de artikelselectie onderbouwt. Er zijn zelfs publicaties in de boekhandel te koop met een readerachtig karakter. De tweedelige bundeling van teksten *Visies op vormgeving* van Frederike Huygen is in essentie een reader, en in de ontwerppraktijk maakt ook het tijdschrift *Morf* van de Premisla Stichting onmisbare teksten opnieuw toegankelijk maakt.

Het samenstellen van readers neemt veel tijd. Ze worden dus gemaakt om dwingende redenen. In veel onderwijssituaties komt die reden voort uit lesdoelen, logistiek en middelen. Het onderwijsdoel gebiedt kennis nemen van een aantal teksten. De publicaties waarin zulke teksten verschenen zijn te kostbaar voor een studentenbudget, soms niet meer te verkrijgen, en de mediatheek van de onderwijsinstelling beschikt over één of twee exemplaren, toereikend om in anderhalf jaar door een klas van 30 studenten geleend te kunnen worden. De kopieermachine biedt hierbij uitkomst! Wordt het uitgeven professioneler aangepakt, zoals bij voornoemde publicaties, dan is de (on)beschikbaarheid van historische teksten vaak het belangrijkste argument voor samenstelling.

De samensteller van een reader denkt, in optima forma, niet alleen over selectie maar ook over didactiek. 'Beschikbaar' is geen synoniem voor 'gelezen'. Er wordt daarom vaak een onderwijsvorm gekoppeld aan de reader. Een gangbare variant is het discussiecollege; de teksten worden verdeeld over groepjes studenten die over het toegewezen fragment een degelijke introductie verzorgen. Uit de eropvolgende discussie kan de docent afleiden hoe goed de klas de tekst heeft bestudeerd. Het is uiteraard mogelijk de verwerking van de aangeboden teksten langs vele andere wegen te activeren en te toetsen. Zelfs een tentamen kan hierbij uitkomst bieden.

Het overnemen van teksten en beelden kent beperkingen vanwege de auteurswet. De daarmee samenhangende rechten worden beheerd door instanties die gelden innen op basis van regelgeving en zorgdragen voor afdracht aan rechthebbenden. Voor het HBO-onderwijs is Stichting PRO het aanspreekpunt. Hierover later meer.

Het grootschalige gebruik van readers in het onderwijs loopt ongeveer gelijk op met de beschikbaarheid van kopieermachines. Ook op AKV|St.Joost. Vanaf 2007 is het produceren van readers voor ons eigen kunstonderwijs tot een systematische geplande en georganiseerde activiteit uitgegroeid. Het Expertisecentrum Kunst en Vormgeving (EKV) en de drie lectoren daarin vertegenwoordigd zijn de gangmakers achter deze productie.

Het vernieuwende aspect dat centraal staat in de EKV-readers is het gedeelde format van alle readers in deze reeks. Alle samenstellers werkten met dezelfde set richtlijnen. Daardoor hebben alle readers dezelfde opzet, die versterkt wordt door een gedeelde visuele uitstraling.

Het initiatief tot deze reeks readers is in 2007 genomen door **Karel van der Waarde, lector visuele retorica**.

Het idee ontstond tijdens een gastles in de bachelor grafisch ontwerpen. Studenten gaven aan graag meer te willen lezen over hun vakgebied. In de mediatheek liepen zij vaak stuk op de vraag 'waar te beginnen?'. Samengevat luidt de probleemstelling:

hoe zoek je naar relevante teksten, en hoe beoordeel je de kwaliteit van die teksten?

Die vragen leidden bij lector Karel van der Waarde tot het plan thematische readers samen te stellen, met de volgende opdracht aan de samenstellers:

'Zoek naar de vijf beste tekstfragmenten over een gegeven onderwerp. Onderbouw die selectie vanuit het thema in een beknopte introductie en laat elk artikel voorafgaan door een uitleg waarom juist dit stuk is gekozen, plus een cv van de betreffende auteur(s) en suggesties voor andere relevante artikelen. Sluit de reader af met een lijst van tien aanbevolen publicaties over het onderwerp in kwestie'.

Het grafisch ontwerp van de reeks ondersteunt de keuze van artikelen visueel met de omslagen van boeken en tijdschriften waaraan teksten zijn ontleend, zodat de readerlezer *De Witte Raaf* of de *monografie over Wim Crouwel* weet te herkennen.

Vanuit het lectoraat Visuele Retorica werden in de periode 2007-2009 op basis van het gegeven format ongeveer vijftien readers samengesteld over het vakgebied grafisch ontwerpen. Deels onderwijsondersteunend zoals de zevendelige reeks geschiedenis van het grafisch ontwerpen, samengesteld door Mark Schalken, deels onderwijsdifferentiërend.

Deze laatste categorie omvat specifieke thema's die in het reguliere lesaanbod niet aan de orde komen maar die wel tot de (gespecialiseerde) vakkennis behoren, zoals o.a. de readers verpakkingen en pictogrammen.

In 2009 ging **lector fotografie Flip Bool** het readerformat gebruiken en in 2010 startte ook **lector beeldende kunst Camiel van Winkel** met readers volgens dezelfde opzet. Daarom omvat het voorliggende overzicht nu – eind 2013 – vierenveertig readers over grafisch ontwerpen, fotografie en beeldende kunst. Waaronder enkele readers die resulteerden uit een samenwerking tussen de lectoren, en daarnaast ook de readers van de opleidingen **ruimtelijk ontwerpen** en **animatie**. De samenstelling van readers vond plaats in samenwerking met in- en externe auteurs. Naast de lectoren werkten ook docenten en promovendi intensief mee aan de totstandkoming. Het ontwikkelde readerbeleid is uniek voor het Nederlandse kunstonderwijs.

Readerproductie vormde in de periode 2007-2013 een belangrijk onderdeel in het scala van activiteiten, die door het EKV werden ontplooid. De inbreng vanuit het EKV-bureau bleek in dit proces van onschatbare waarde. De logistiek en procesbewaking was in de afgelopen zes jaar cruciaal voor het welslagen van dit project.

In elke readerproductie zijn minimaal vijf mensen betrokken; de lector, de samensteller, de ontwerper, de opmaker en de oplageproducent. Per reader neemt het – los van samenstelling – tientallen werkuren om tot een oplage te komen – inleidingen en auteurs-cv's te redigeren en corrigeren; originelen bemachtigen, scans maken van bronteksten en omslagen, typograferen en opmaken, correctie en eindredactie – waarbij de reader een aantal malen vanuit het EKV-bureau aan de diverse betrokken ter controle wordt voorgelegd. De bureaustaf en met name Wilma Diepens fungeert hierbij als zenuwcentrum. Eén tot anderhalf jaar blijkt een gebruikelijke doorlooptijd, van onderwerpkeuze tot geprinte oplage.

De lectoren selecteerden de samenstellers. In eerste instantie vanuit het docentencorps, en ook vanuit hun externe netwerk van specialisten. Deze keuze, maar ook de discussies tussen lector en samensteller over artikelselectie en readerredactie bood een eerste grondslag voor kwaliteit. Na goedkeuring van de lector werden de artikelen vanuit de bronpublicaties ingescand en met de toelichtende teksten als proef opgemaakt gebracht. Het handwerk werd verricht door een per studentengeneratie wisselend team van student-assistenten, zoals genoemd in het colofon van dit boekje. Zij werkten onder regie van docent Jaap van Triest die de basisvormgeving van de readers ontwikkelde en nauwkeurig toezag op typografische implementatie, correcte en volledige omschrijvingen, auteursnamen, bronnen en citaten.

Een belangrijk moment in elke readerproductie was de controle op het *auteursrecht*. De regels hiervoor, opgesteld door Stichting PRO waren – zeker in het begin – niet altijd even helder, en ook aan veranderingen onderhevig. In essentie komt de controle neer op tellen van woorden en beelden. In de praktijk blijkt hierbij sprake van veel mitsen en maren.

Student-assistent Carel Fransen ontwikkelde een proces waarmee de telling automatisch kon worden uitgevoerd.

De uitkomst van onze tellingen leidde in veel gevallen tot een verzoek aan de samensteller om teksten in te korten. Overnames tot 10.000 woorden vallen onder een algemene reproductieregeling voor het HBO-onderwijs en brengen geen extra productiekosten met zich mee. Boven de 10.000 woorden geldt een afkoopregeling die readers al snel onbetaalbaar maakt voor een studentenbudget. Het streven van het EKV was steeds de readers betaalbaar voor studenten aan te bieden: drie euro per stuk, berekend op basis van materiaalprijzen. Daarom voldoen alle readers aan de regels van PRO – op incidentele uitzonderingen na, waar inkorting van de brontekst onmogelijk was.

Uiteindelijk zijn readers meestal in bescheiden oplages uitgebracht, met op de colofonpagina stevast de vraag aan alle lezers: 'kan het beter?' Die vraag stelde het EKV ook aan onze *reviewlezers* – reviews en verbetervragen hebben in de loop der tijd geleid tot herzieningen van de meeste readers. Bovendien werd in 2010 na overleg tussen de drie lectoren overgestapt naar een nieuw redactioneel format waarin nog preciezer is vastgelegd hoe om te gaan met titel-, bronvermeldingen, etc. Tegelijk werden ook vernieuwingen doorgevoerd in de lay-out van omslagen en binnenwerk.

In december 2013 zijn de werkperiodes van de drie betrokken lectoren voltooid. Daarom is in de loop van 2013 gewerkt aan afronding en vervolmaking van de bestaande reeks. De voorliggende readercatalogus is het sluitstuk in dit proces.

Tot op heden zijn de readers van het EKV uitsluitend op papier uitgebracht. Dat was deels doelbewust omdat papier het mogelijk maakt teksten te voorzien van alle individuele opmerkingen, kanttekeningen en markeringen die bij intensieve studie van pas komen. Daarnaast werd geconstateerd dat HBO-studenten nog niet voldoende getraind zijn in *zelfstandig online zoeken*. En het oordeel over de kwaliteit van online vondsten blijkt voor hen niet altijd eenvoudig. De huidige readerreeks geeft studenten veel aanknopingspunten voor zelfstandig zoeken. En scherpt ook het vermogen tot kwaliteitsbeoordeling aan doordat alle aangeboden readerteksten van gegarandeerd hoge kwaliteit zijn. Een aanzienlijk deel van de ruim 200 teksten in de EKV-readers blijkt online niet beschikbaar – anders dan in veel wetenschapsdomeinen zoeken we in het kunstonderwijs vaak sleutelteksten die op papier verschenen zijn. Deze overwegingen leidden tot het besluit readers in print te produceren.

readerwolk

Digitale readerpublicatie is wel onderzocht en leidde al in 2007 tot een prototype, dat werd ontwikkeld met Petr van Blokland. Grote voordelen van digitale ontsluiting zijn niet alleen de betere zoekmogelijkheden, maar vooral ook de mogelijkheid de verzamelde artikelen onder te brengen in een groter geheel waar de bezoeker via gebruiksfilters nieuwe eigen verbanden kan leggen. Het ‘werk’woord was *readerwolk*. In het ontwerp van de papieren readers werd met publicatie in de vorm van pdf-modules rekening gehouden.

Dat digitale prototype is niet verder ontwikkeld, pragmatisch gezien omdat we in de begintijd van de readerproductie nog nauwelijks over content beschikten. Praktisch bleek ook de *rechtenkwestie* gaandeweg een breekpunt in de ontwikkeling.

Stichting PRO laat wel toe readers digitaal te ontsluiten, maar eist dan dat de school waakt over het besloten karakter van zo’n database: toegangsrecht mag uitsluitend aan studenten van de eigen instelling worden toegekend. Dit is een complex it-probleem dat we voor de door ons beoogde readerwolk niet konden oplossen.

Het EKV dankt de lectoren **Karel van der Waarde**, **Flip Bool** en **Camiel van Winkel**, docenten en studenten van de academie en alle externe samenstellers voor hun bijdrage aan de readerreeks. Zij allen brachten een voor Nederland uniek reservoir aan professionele kennis bijeen voor studenten in ons kunstonderwijs.

Het EKV staat nu op de grens van twee periodes. De werkperiodes van toekomstige lectoren moeten nog beginnen. Het wachten is op hen voor de ontwikkeling van een nieuwe en integrale visie op readers en het gebruik ervan in het onderwijs van AKV/St.Joost, zowel op papier als digitaal.

Rens Holslag projectcoördinator EKV-readers
Breda, december 2013

expertisecentrum kunst & vormgeving

- 29 **de rol van affiches** rondom de Erasmusprijs aan Pierre Bernard, *samenstelling Karel van der Waarde* • nov 2006
- 42 **fotoboek!** *samenstelling Rik Suermondt ism Jaap van Triest* • 2006
- 28 **typografie** *samenstelling Karel van der Waarde ism Jaap van Triest* • aug 2007
- 27 **nieuwe typografie** *samenstelling Karel van der Waarde* • apr 2008
- 26 **esthetiek** *samenstelling Karel van der Waarde* • jul 2008
- 25 **visuele retorica** *samenstelling Hugues Boekraad* • nov 2008
- geschiedenis van het grafisch ontwerpen** *samenstelling Mark Schalken:*
- 24 1 **tot 1850 woorden en beelden, machten en meningen** • 2009
- 23 2 **1850-1945 massacommunicatie en de strijd om het schone & goede** • 2009
- 22 3 **1900-1945 revolutionaire ruimte: de avant-garde en het vooroorlogs modernisme** • 2009
- 21 4 **1945-1985 naoorlogs functionalisme: de organisatie van vorm, proces en samenleving** • 2009
- 20 5 **1960-1985 alternatieven: expressie en kritiek in de consumptiemaatschappij** • 2009
- 19 6 **vanaf 1985 alles nieuw? media, cultuur en visuele communicatie** • 2009
- 18 7 **de toekomst van het grafisch ontwerpen** • 2009
- 16 **semiotiek** *samenstelling Anke Coumans* • sep 2009
- 17 **wat is grafisch ontwerpen** *samenstelling Karel van der Waarde* • sep 2009
- 14 **huisstijlen** *samenstelling Wibo Bakker* • sep 2009
- 15 **verpakkingen** *samenstelling Wibo Bakker* • sep 2009
- 40 **walter benjamin** *samenstelling Michiel van Opstal* • nov 2009
- 41 **the past in the present** *samenstelling Frank van der Stok* • sep 2009
- 12 **het hart van mijn praktijk** ontwerpers over ontwerpen, *samenstelling Mark Schalken* • jan 2010
- 13 **pictogrammen** *samenstelling Wibo Bakker* • jan 2010
- 39 **voyeurisme** *samenstelling Karin Krijgsman* • apr 2010
- 11 **information design** *samenstelling Karel van der Waarde* • jun 2010
- 44 **animatie in context** *samenstelling Sarah Lugthart, René Bosma* • aug 2010
- 3 **onderzoek grafisch ontwerpen** *samenstelling Karel van der Waarde* • dec 2010
- 38 **documentaire fotografie** *samenstelling Rik Suermondt* • nov 2010
- 37 **fotografie & industrie** *samenstelling Bart Sorgedraeger, Flip Bool* • nov 2010
- 2 **onderzoek in de kunst** *samenstelling Camiel van Winkel, Karel van der Waarde* • mrt 2011
- 10 **visuele stijlfiguren** *samenstelling Renske van Enschot* • mrt 2011
- 34/33 **vorm, inhoud, medium 1 / 2** *samenstelling Bas van den Hurk, Camiel van Winkel* • mrt 2011
- 36/35 **ervaring en beleving 1 / 2** *samenstelling Erik Hagoort, Camiel van Winkel* • mrt 2011
- 9 **infographics** *samenstelling Annemarie Quispel* • jun 2011
- 1 **narrativiteit** *samenstelling Flip Bool, Karel van der Waarde, Camiel van Winkel ea* • aug 2011
- 43 **wat is ruimtelijk ontwerpen?** *samenstelling Laurens Kolks* • jan 2012
- 8 **grafisch ontwerp / onderwijs** *samenstelling Camiel van Winkel, Karel van der Waarde* • mrt 2012 • eng/ned
- 32 **autonomy and commitment** (english) *compiled by Erik Hagoort, Camiel van Winkel* • dec 2012
- 32 **autonomie en engagement** (nl) *samenstelling Erik Hagoort, Camiel van Winkel* • dec 2012
- 30 **originaliteit** *samenstelling Bas van den Hurk, Camiel van Winkel* • jan 2013
- 31 **avant-garde** *samenstelling Bas van den Hurk, Camiel van Winkel* • jan 2013
- 7 **visuele instructies** *samenstelling Annemarie Quispel* • sep 2013
- 5 **het carrièreverloop van ontwerpers** *samenstelling Bart Eerden* • okt 2013
- 6 **research into visual communication** (english) *samenstelling Annemarie Quispel* • okt 2013
- 4 **lectoraat visuele retorica 2006-2013** *samenstelling Karel van der Waarde* • dec 2013

Camiel van Winkel **Het primaat van de zichtbaarheid** essaybundel, NAI Uitgevers Rotterdam ism AKV|St.Joost 's Hertogenbosch 2005

Camiel van Winkel **The Regime of Visibility** vertaling essaybundel, NAI Uitgevers Rotterdam ism AKV|St.Joost 's Hertogenbosch 2005

Anouk Paulissen **Florafotografie** onderzoeksverslag, AKV|St.Joost Breda 2006

Jules van de Vijver, Patrick Raynaud (red.) **Europa is mijn land** presentatie lesproject, AKV|St.Joost Breda ism ENSAD Parijs 2006

Camiel van Winkel **Jeff Wall** minireader over het werk van Jeff Wall, AKV|St.Joost 's Hertogenbosch 2006

Dirk Pültau ism Camiel van Winkel (red.) **De Witte Raaf** 122, tijdschrift over Beeldende Kunst *De Witte Raaf* Brussel 2006

Flip Bool **Private identity/Familiebeelden** lecture/lezing masteropleidingen, AKV|St.Joost Breda/'s Hertogenbosch 2006

Rens Holslag ea **Periodeverslag Visuele Retorica** lectoraatsverslag, AKV|St.Joost Breda 2006

Jeff Wall **Depiction, Object, Event** publicatie van Hermeslezing AKV|St.Joost 's Hertogenbosch ism Hermes Business network 2006

Don Sars **Brieven aan mijn vader** onderzoeksverslag, AKV|St.Joost Breda 2007

Karel van der Waarde **Metaphors in user support** *Visible Language. Envisioning a future design education*, Rhode Island School of Design, Providence 2007

Toni Maze **Metaforen in beeld** onderzoeksverslag, AKV|St.Joost 's Hertogenbosch 2007

Camiel van Winkel **De mythe van het kunstenaarschap** essay, fonds BKVB Amsterdam ism AKV|St.Joost 2007, ongewijzigde herdruk 2008, Engelstalige uitgave 2012

Flip Bool, Marga Rotteveel (red.) **De laatste fotograaf? 50 jaar fotografie aan AKV|St.Joost**, AKV|St.Joost Breda 2008

Liam Gillick **Maybe it would be better if we worked in groups of three?** publicatie van Hermeslezing, AKV|St.Joost 's Hertogenbosch ism Hermes Business network 2008

Flip Bool **Duitsland sinds 1945 door het oog van Nederlandse fotografen** lectorale rede fotografie, Avans Hogeschool Breda 2008

Simone Dresens ea **GAB Grafische Almanak Breda** catalogus, Stichting Graphic Design Festival Breda, Breda 2008

Karel van der Waarde **Over grafisch ontwerpen: luisteren naar de lezer?** lectorale rede grafisch ontwerpen, Avans Hogeschool Breda 2009

Joke Robaard **From lower right...** onderzoeksverslag: mode, fotografie en Barthes in vier leporello's AKV|St.Joost 's Hertogenbosch 2009

Wouter Davidts, Kim Paice (red.) **The Fall of the Studio** essaybundel, Valiz Amsterdam (met een inhoudelijke bijdrage van AKV|St.Joost 's Hertogenbosch) 2009

Meike Eggers **Pyjamocracy** onderzoeksverslag/master thesis, AKV|St.Joost Breda 2009

Martha Rosler **Culture class: Art, Creativity, Urbanism** publicatie van Hermeslezing, AKV|St.Joost 's Hertogenbosch ism Hermes Business network 2010

Frans van de Ven, Jan van Toorn, Els Kuijpers **Delta-Expo** onderzoeksverslag, AKV|St.Joost Breda 2011

Camiel van Winkel **Valery Proust Museum** museumcatalogus AKV|St.Joost 's Hertogenbosch ism Marres Centrum voor contemporaine cultuur Maastricht, en Mu.ZEE Oostende 2012

Camiel van Winkel, Pascal Gielen, Koos Zwaan **De hybridisering van de kunstenaarspraktijk** onderzoeksverslag, AKV|St.Joost 's Hertogenbosch ism Fontys Hogeschool Tilburg 2012

Flip Bool **De Dam als plaats van herinnering/De Dam als fotografische databank** website, AKV|St.Joost Breda 2012

Margriet Kemper, Rens Holslag (red.) **Konterfeiten & Context** 200 jaar kunstonderwijs in 's Hertogenbosch/Breda, Avans Hogeschool 2012

Rudi Fuchs **Onvoorstelbaar/Inconceivable** lezing erelectoraat, Avans Hogeschool 's Hertogenbosch/Breda/Tilburg 2012

Jaap van Triest **Chronologie van media en techniek** onderzoeksverslag, AKV|St.Joost Breda 2013

colofon

samenstellers LVR

**Wibo Bakker, Hugues Boekraad, Anke Coumans,
Renske van Enschoot, Annemarie Quispel,
Mark Schalken, Karel van der Waarde**

samenstellers LBK

Erik Hagoort, Bas van den Hurk, Camiel van Winkel

samenstellers LFO

**Flip Bool, Karin Krijgsman, Michiel van Opstal,
Bart Sordedraeger, Frank van der Stok, Rik Suermondt**

samensteller RO

Laurens Kolks

samenstellers AN

René Bosma, Sarah Lugthart

eindredactie readers

**Flip Bool, Karel van der Waarde,
Camiel van Winkel, Rens Holslag, Jaap van Triest**

redactioneel concept readerreeks

Karel van der Waarde

projectcoördinatie EKV

Rens Holslag

logistiek EKV

Wilma Diepens

basisontwerp, typografie en regie vormgeving

Jaap van Triest

basisletter

FF Legato (Evert Bloemsma)

opmaak en vormgeving

medewerker lectoraatsbureau

Vera Bekema (okt 2005 t/m dec 2008)

student-assistenten EKV

Mariëlle van Genderen (nov 2007 t/m feb 2008)

Rob van Leijssen (nov 2007 t/m feb 2008 / nov 2008)

Sanne Kuipers (jan 2008 t/m jun 2008)

Koen van der Weide (apr 2008 t/m apr 2010)

Anouk Zalm (apr 2008 t/m aug 2008)

Martijn de Wilde (sep 2008 t/m apr 2010)

Désiré Dujardin (okt 2008 t/m jun 2010)

Linda Rommens (apr 2010 t/m juni 2011; nov 2011 t/m apr 2012)

Joris Spiertz (apr 2010 t/m mrt 2011)

Carel Franssen (mrt 2012 t/m nov 2013)

Tim Zwiep (mrt 2012 t/m okt 2013)

pilot digitale readerwolk

Petr van Blokland

vertalingen

Leo Reijnen, Jane Bement

auteursrechten

Ijsbrand Buys Ballot (Stichting PRO, Hoofddorp)

productie, print- en bindwerk

John van Peer drukkerij AKV|St.Joost en

MK Publishing Renkum / Veenendaal

distributie **Ton Damen** AKV|St.Joost Breda en

Monique van Dun-Kuijpers AKV|St.Joost 's-Hertogenbosch

met dank aan

Femke den Boer, Jules van de Vijver,

Carina van Eekelen, Rian van Velthoven-Goois,

Annelies Kuiper (intendant documentaire fotografie, fonds BKVB),

Roos van Mierlo, Chris Vermaas

beleidsadviezen lectoraten

Phillip Van den Bossche, Lex ter Braak, Esther Cleven,

Edo van Dijk, Annie Fletcher, Odile Heynders,

Bert Holvast, Rob Huisman, Dingeman Kuilman,

Fons Maes, Pim Milo, Jan van Toorn, Ruud Visschedijk,

Rien van der Vleuten

expertisecentrum kunst & vormgeving

beukenlaan 1 4854 ta breda

postbus 90116 4800 ra breda

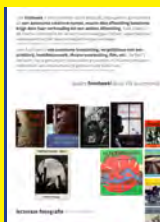
076 5 250 370

ekv.akvstjoost@avans.nl

www.kunst-en-vormgeving.nl

www.art-and-design-research.nl





reader
fotoboek!



reader
typografie



reader
visuele
retorica



reader
esthetiek



reader
nieuwe
typografie



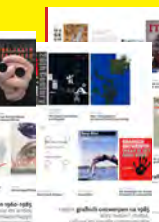
reader
grafisch
ontwerpen
tot 1850



reader
grafisch
ontwerpen
1850-1945



grafisch
ontwerpen
1945-1985



reader
grafisch
ontwerpen
1960-1985



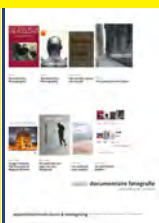
reader
de toekomst
van het grafisch
ontwerpen
na 1985



reader
animatie
in context



reader
onderzoek
grafisch
ontwerpen



reader
documentaire
fotografie



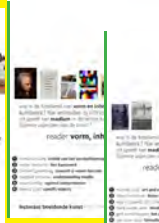
reader
fotografie
en industrie



reader
onderzoek
in de kunst



reader
visuele
stijffiguren



reader
vorm, inhoud,
medium 1



reader
vorm, inhoud,
medium 2



reader
ervaring
en beleving 2



reader
infographics