

DE WERELD IS CHAOTISCH
VORMGEVER,
BIED
ORDE

*de wereld kan
van alles zijn
ontwerper,
geef het zin*

ZO ZO
MOET moet
JE je zijn
ZIJN

ZO moet **hoe**
je ZIJN ***moet***
je zijn

DE
WERELD
IS IN
DEBAT
cultural agent,
voer het aan
en geeft
het vorm

vormgever,
ontwerper,
cultural agent,
wat ben je
eigenlijk

Wim Crouwel is één van Nederlands meest bekende grafisch ontwerpers. Hij is geboren in 1928 en genoot zijn opleiding van 1946 t/m 1949 aan Academie Minerva in Groningen. Later ging hij naar het Instituut voor Kunstnijverheidsonderwijs, waar Crouwel avondlessen volgde. Daar groeide zijn fascinatie voor het grafisch ontwerpen en typografie. In 1952 vond Crouwel werk bij de firma Enderberg in Amsterdam waar hij zich bezighield met het inrichten van tentoonstellingen. Crouwel is altijd een grote aanhanger van de Zwitserse typografie gebleven. De heldere, functionalistische vormgeving van deze typografie sprak hem aan. Hoewel het expressionisme hoogtijdagen kende ten tijde van Crouwel's artistieke opleiding (bijvoorbeeld Cobra en de Ecole de Paris), was dit juist iets waar hij zich sterk tegen af wilde zetten, omdat dit teveel ruimte liet aan de gevoelservaring van de toeschouwer.

In 1963 richtte Wim Crouwel met Benno Wissing, Friso Kramer en de broers Dick en Paul Schwarz het grafisch ontwerp bureau Total Design op. De grootschalige

totaalvorming had tot doel nieuwe, heldere, rationalistische structuren te creëren in de samenleving. Het grafisch ontwerpen moest ook *totaalvormgeving* worden, vandaar de naam Total Design. De oprichters van TD verklaarden kort na de oprichting van hun bureau dat hun doel was om het verkeer tussen mensen te vereenvoudigen en zo de mogelijkheid tot communicatie te verhogen. De rol van het ontwerpen moest veranderen, ontwerpen moest in de eerste plaats een functionalistische taak krijgen. In het grafisch ontwerpen was voor hen een waardevrije en objectieve communicatie het doel. Aan het ontwerpen moest een algemene systematiek ten grondslag liggen die zorgde voor een uniforme structuur en vormgeving. Men introduceerde een vormgeving gebaseerd op stramen, vaste formaten en vaste lettertypen. Het modulaire systeem en het grid waren de pijlers voor de nieuwe vormgeving. Binnen een bedrijf, instelling of organisatie moest voor alle communicatie uitingsvormen vastgehouden worden aan dezelfde systematiek. De term 'huisstijl' was as snel geboren.

Broos, K., Hefting, P. Grafische vormgeving in Nederland - een eeuw.
Atrium i.o.v. Coop, Alphen aan de Rijn, 1993.

**ZO
MOET
JE
ZIJN**

DE WERELD IS CHAOTISCH

**VORMGEVER,
BIED
ORDE**

Er zijn twee soorten grafisch ontwerpers.

Als eerste is er de ontwerper met een analytische aanpak. Deze ontwerper is op zoek naar een zo objectief mogelijke mededeling en gebruikt daarom alleen beproefde middelen en word niet verleid tot experimenten. Deze aanpak houdt langdurig stand omdat het niet trendgevoelig is maar juist berust op feiten en logica. Men zal deze ontwerputingen soms misschien wat droog vinden, maar wel uiterst communicatief. Deze ontwerper zal zich altijd professioneel opstellen, vooral wat betreft zijn verantwoordelijkheid ten opzichte van de maatschappij. De ontwerper zal zich niet begeven in een vakgebied die niet de zijne is. Hij geeft alleen vorm en pretendeert niet iets over de inhoud te weten.

Er is ook de ontwerper met een spontane aanpak. Deze werkt wellicht sterk communicatief. Maar is van korte adem, juist omdat het trendgevoelig is. Deze ontwerper neigt naar het gebruik van modieuze middelen en wijst experimenten met het oog op nieuwe resultaten niet af. Hij loopt zo het gevaar een amateuristische bijdrage te leveren aan een communicatieproces. Bovendien bemoeit hij zich met de inhoud, waardoor de boodschap vertroebelt.

Als je nu nog niet weet hoe je moet zijn, kijk dan naar de essentie van het beroep. Grafisch ontwerp is een professionele activiteit ten behoeve van communicatie. Die communicatie moet ruisvrij zijn, zich richten op het verminderen van visuele chaos en op een heldere en transparante manier zijn vormgegeven. De ontwerper dient altijd afstand te houden van de boodschap. Hiervoor gebruikt hij een rationele, technologisch wetenschappelijke aanpak. Hij zal nooit zijn eigen mening over de boodschap op het ontwerp projecteren. Deze werkwijze is het bewijs van een persoonlijke stijl in plaats van de wisselvalligheid en de willekeur van vormen die uit een persoonlijke mening voortkomen.

Temidden van de immense visuele chaos van de wereld is het scheppen van een zekere orde noodzakelijk: dat is de taak van de ontwerper. Alles wat je om je heen ziet wijst erop dat persoonlijke expressie absoluut moet worden bestreden. Grafisch ontwerp moet dienend zijn, het moet de mensen helpen een inzicht te krijgen in de ingewikkelde wereld om hen heen. Er moet een éénrichtingsverkeer ontstaan die de maatschappij bevordert en verduidelijkt.

Jan van Toorn is een Nederlandse grafisch ontwerper die bekend is om zijn karakteristieke maatschappelijke stijl. Hij genoot zijn onderwijs in Amsterdam aan het Instituut voor Kunstnijverheid. Het onderwijs had een sterk idealistische inslag, wat Van Toorn erg heeft beïnvloed. Tot Van Toorn's belangrijkste opdrachtgevers behoren drukkerij Mart. Spruijt, waarvoor hij van 1960 tot 1977 een aantal kalenders maakte, en het Van Abbemuseum in Eindhoven, ten tijden van directeur Jean Leering (met wie hij de 7e lecturis-uitgave *Vormgeving in functie van museale overdracht* schreef). Met Leering werkte hij in 1972 aan de tentoonstelling *De straat, vorm van samenleven*. Als ontwerper zette Jan van Toorn zich sterk af tegen het functionalistische vormgeving van Crouwel. Hij vond dat het werk van Crouwel

teveel uitging van de formele aspecten van de vormgeving en te weinig ruimte liet voor een inhoudelijk standpunt. Een ontwerper moest meer ruimte hebben om zijn subjectieve mening te kunnen tonen in het werk, zodat hij een duidelijke inhoudelijke, maatschappelijke stellingname kon laten zien. Daarin waren voor hem de mogelijkheden van de fotografie van groot belang. De fotografie kon het ware gezicht van de alledaagse werkelijkheid blootleggen. Dit was ook te zien bij een serie affiches die Van Toorn maakte voor de tentoonstellingsserie *Mens en Omgeving* in de Beyerd te Breda in 1982. In de jaren dat Van Toorn les gaf aan de Gerrit Rietveld Academie in Amsterdam had hij een grote invloed op een nieuwe generatie ontwerpers (bijvoorbeeld het ontwerperscollectief Wild Plakken).

Broos, K., Hefting, P. *Grafische vormgeving in Nederland: een eeuw.*
Atrium i.o.v. Coop, Alphen aan de Rijn, 1993.

*de wereld kan
van alles zijn*

*ontwerper,
geef het zin*

zo
moet
je zijn

Er zijn twee soorten grafisch ontwerpers.

Als eerst de ontwerper die een redactionele en regisserende rol in het ontwerpproces vervult. Hij moet veelzijdig doch beheerst en zeer consequent zijn ten opzichte van het vak. De ontwerper krijgt een inhoud voorgeschoteld die op heldere wijze overgebracht moet worden. Het ontwerp kan echter nooit waarde vrij zijn. Het heeft altijd een bepaalde gevoelswaarde en een duidelijk doel. De rol van de ontwerper is om de inhoud over te brengen zonder daarop in te grijpen. Er is altijd een niet te ontlopen inbreng en een subjectiviteit van de vormgever. Deze tegenstelling moet de ontwerper niet ontkennen en juist in zijn voordeel gebruiken.

Als je nu nog niet weet hoe je moet zijn, kijk dan naar wat er nodig is. Ruis is chaos en chaos is noodzakelijk. Zoek voortdurend naar een structuur om de chaos te beheersen en te ordenen, maar keer de gevonden ordening ogenblikkelijk om ten gunste van de chaos. Onze beleving van de werkelijkheid verarmt wanneer alles geordend en te verifiëren zou zijn. Chaos is een essentieel gegeven, dat ons voortdurend herinnert aan een irrationele, emotionele en moeilijk met verbale middelen aan te duiden werkelijkheidsbeleving. Beschouw het als je taak om met visuele middelen dit spanningsveld inzichtelijk te maken.

Dan is er nog de ontwerper die een rationele aanpak tracht te nemen. Deze ontwerper maakt gebruik van wetenschappelijke trucjes om tot 'neutrale' vormgeving te komen. Dit is echter onmogelijk. Een rationele aanpak conditioneert het publiek. De gekozen aanpak van een ontwerper kan nooit neutraal of objectief zijn. Factoren als betekenis en identiteit komen bovendien onvoldoende tot uitdrukking wanneer objectiviteit toch wordt geveinsd. Deze benadering leidt tot eenvormigheid en is niet geschikt om een mentaliteit te visualiseren.

Door het toepassen van chaos en beelden van het alledaagse wordt de communicatie met het publiek bevorderd. Het publiek krijg op deze manier de ruimte om zelf een mening te vormen over de boodschap. Vormgeving moet ten alle tijden zowel een emanciperende als kritische werking hebben.

ZO moet je ZIJN

Max Bruinsma is design en kunstcriticus, curator, editorial designer, en hoofdredacteur van een tijdschrift over design, *Items* genaamd. Hij studeerde kunst-, architectuur- en design-geschiedenis in Groningen en Amsterdam. Sinds 1985 publiceert hij regelmatig kritieken en essays in Nederlandse kunst en ontwerp-tijdschriften en in internationale designbladen. In 2003 verscheen zijn boek *Deep Sites, intelligent innovation in contemporary webdesign*. In 1997 volgde hij oprichter Rick Poyner op als hoofdredacteur van *Eye, the international review of graphic design* in Londen. Max Bruinsma publiceerde en redigeerde verschillende boeken over grafisch ontwerpen, waaronder een monografie over Dick Elffers. Ook werkte hij mee aan publicaties over webdesign voor Mediamatic en gaf hij les aan de Gerrit Rietveld Academie en het Sandberg Instituut, beide in Amsterdam.

In 2005 stelde Bruinsma een tentoonstelling samen over de culturele betekenis van communicatiedesign, *Catalysts!*, voor de ExperimentaDesign biennale in Lissabon, waar hij sindsdien curatorial advisor is. In 2005 was hij medeoprichter van een nieuwe mastersopleiding Editorial Design aan de Graduate School of Visual Arts and Design in Utrecht. Daarnaast was Bruinsma eindredacteur van de Monografiereeks Nederlandse Grafisch Ontwerpers onder auspiciën van het Prins Bernhard Cultuurfonds. Hij treedt internationaal op als gastdocent en spreker over visuele cultuur, grafisch- en media ontwerpen op academies en congressen. Eerder was hij gedurende veertien jaar als muziekredacteur verbonden aan de VPRO, en was hij adviseur op het gebied van cultuur voor diverse instituties, waaronder de Raad voor Cultuur.

www.maxbruinsma.nl

**DE
WERELD
IS IN
DEBAT** ***cultural agent,*
voer het aan
en geeft
het vorm**

Er zijn twee soorten grafisch ontwerpers.

De eerste soort is de ontwerper die het publiek benaderd als een groep consumenten die gekalmeerd moeten worden, of als een groep burgers die geactiveerd moeten worden. In dit geval is de ontwerper een instrument dat erop uit is om de consument ertoe te verleiden de voorstellen van de commercie of van de politieke macht kritiekloos te accepteren. Het ontwerp wordt ingezet als een kalmeringsmiddel en tracht elk alternatief te onderdrukken.

De tweede soort ontwerper is een *cultural agent*. Deze ontwerper zet zijn cultureel werkzame kracht actief in en opent een kritische blik op de context van de boodschap. Hij activeert die context door er een beter begrip voor te wekken, een commentaar op te geven of een alternatief te bieden. De *cultural agent* verrijkt iedere boodschap met culturele en sociale connotaties. Hij wijst het ééndimensionale, de claim naar objectiviteit en het functionalisme af.

Deze ontwerper is een katalysator die het proces van gewaarwording, begrip en inzicht bij de ontvanger activeert en versnelt. Het ontwerp dat vanuit een katalyserende mentaliteit is gemaakt, moet zijn inhoud beargumenteren, niet simpelweg stellen. In een democratisch ontwerp-cultuur is de ontvanger van de boodschap een gelijkwaardige gesprekspartner die iets terug mag zeggen.

Als je nu nog niet weet hoe je moet zijn, kijk dan naar de macht die een ontwerper heeft. De grafisch ontwerper heeft een bepalende rol bij het ontstaan van symbolen voor een land, een cultuur, een ideologie of een mentaliteit. De ontwerper is mede-auteur van de *visuele tekst* waarin een land of cultuur zich uitdrukt. De ontwerper is daarom ook medeverantwoordelijk voor de boodschap.

hoe moet je zijn

Vera Butter is vierdejaars grafisch ontwerp student aan de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten (KABK) in Den Haag. Naast haar studie heeft ze een aantal extra projecten gedaan, waaronder de visuele identiteit voor het Davina van Wely Viool Concours 2009 van de Koninklijke Conservatorium in Den Haag, in samenwerking met Joost Dekker. In juli 2009 reisde Butter samen met drie medestudenten af naar Portugal om daar met een gezamenlijk project te exposeren op het kunstfestival Arte Na Leira.

Vera Butter is in verschillende landen opgegroeid. Daar genoot ze engels-amerikaans onderwijs. In 2004 sloot zij de middelbare school af met een International Baccalaureate diploma. Daarna begon ze aan een studie psychologie aan de Universiteit Leiden. Al gauw bleek het geen goede keuze omdat Butter haar energie niet voldoende kwijt kon in de droge studie stof.

De academie bleek een geschiktere match. Toch had ze vanaf het begin veel vragen over het kunstonderwijs, bijvoorbeeld hoe objectieve beoordeling mogelijk is en waar de nadruk ligt in het curriculum. De subjectiviteit en persoonlijke benadering die hand in hand gaat met creativiteit was soms moeilijk voor Butter te behappen omdat ze gewend was aan een wetenschappelijke benadering.

De academie begon Vera Butter dan ook met een gezonde portie cynisme. Ze was bang dat ze op een 'knutsel' school was beland waar het niet om intellect zou gaan maar om vage uitingen van persoonlijke creativiteit. Gelukkig kwam ze er achter dat intellect en creativiteit juist erg dicht bij elkaar liggen. De toekomst ziet Butter met enthousiasme tegemoet. Op de academie heeft ze een sterk besef van haar kwaliteiten gekregen. Na haar afstuderen zijn er opties te over: een master, werken, of een combinatie. Het liefst gaat Butter nog een tijdje studeren.

www.verabutter.nl

vormgever,
ontwerper,
cultural agent,

**wat ben je
eigenlijk**

Er zijn eindeloos veel soorten grafisch ontwerpers.

Je kan het allemaal zijn. Het is onmogelijk om een absolute definitie van jezelf te geven. Het is bovendien niet relevant om op dogmatische wijze een taakomschrijving, een werkwijze of een visie te formuleren. Grafisch ontwerp staat nog in de kinderschoenen. Het beroep van de jaren vijftig bestaat al lang niet meer in die hoedanigheid. De kaders zijn verschoven, uitgebreid of misschien wel helemaal vervaagd. Probeer daar vooral niet aan vast te houden. verwelkom de ontwikkelingen, de technologische vooruitgangen en de *vervaging* met open armen want alleen dan kan je succesvol zijn. Luister niet naar de oude meesters, zij zijn vastgeroest in hun principes en kunnen alleen nog maar door één bril kijken.

Van alle oude meesters is Wim Crouwel het strengst in zijn opvatting over grafisch ontwerp. Bekend om zijn bijna neurotisch gebruik van het grid valt zijn rechtlijnigheid te wijten aan één basale emotie. Angst. Crouwel is bang voor chaos. Bang voor onbegrip, voor meerduidigheid, voor emotie. Je zou bijna kunnen stellen dat hij bang is voor het leven zelf. Door de driedimensionale wereld in een grid te proppen, door alles figuurlijk ééndimensionaal te maken ontkent hij de realiteit. Crouwel's ontwerp principes zijn in de praktijk niet haalbaar en daarom een onmogelijk ideaal.

Wim Crouwel meent dat een vormgever pure objectiviteit moet nastreven. In de praktijk blijkt dit onmogelijk. De vormgever kiest voor een uiting – voor kleuren en vormen. Hij ontwerpt als het ware een visuele taal. Door de keuzes die hij maakt laat hij andere opties achterwegen. Keuzes maken is per definitie subjectief waardoor de nagestreefde neutraliteit verloren gaat. Bovendien is Crouwel's hele opvatting aan subjectiviteit onderhevig. Het feit dat hij gelooft in objectiviteit houdt niet in dat het een universele opvatting is.

Met de angst voor ambiguïteit creëert Wim Crouwel zijn eigen paradox. Door alle opdrachten gelijk te benaderen gaat de uniekheid van de boodschap verloren. De afstandelijkheid waarmee Crouwel te werk gaat is een keuze die hij maakt en daarmee bepalend voor de uitstraling van de boodschap.

Wim Crouwel is bang om zijn, naar eigen zeggen, amateuristische mening in een ontwerp te leggen en kiest er daarom voor om zich puur op visuele communicatie te richten. Hij pleit er voor om bij je beroep te blijven en niet te bemoeien met de rest. Zo houdt hij een natuurlijke ontwikkeling tegen en stagneert grafisch ontwerp als een uitvoerend, dienstbaar beroep.

Jan van Toorn staat haaks tegenover de mening van Wim Crouwel. Maar ook door deze oude meester moet je je niet laten leiden. Bij de opvattingen van Van Toorn is er nogmaals sprake van een paradox. Hij spreekt zichzelf tegen wanneer hij zegt dat in essentie het doel van een grafisch ontwerper het overdragen van informatie is. Maar dat het moet gebeuren op een manier die het mogelijk maak dat de ontvanger zelf een mening vormt. Er mag geen sprake zijn van een denkpatroon die door de ontwerper is opgelegd.

Jan van Toorn stelt dus dat een ontwerper zich als een coördinator moet opstellen, waarbij eigen bepalende opvattingen niet aan te pas komen. Maar anderzijds zegt hij dat een ontwerper altijd subjectief te werk moet gaan. Weer is hier het feit dat een ontwerper altijd keuzes maakt de 'dealbreaker'. De ontwerpkeuzes die gemaakt worden zijn subjectief, tot daar zit Van Toorn goed. Maar daarna gaat hij de fout in. De keuze wordt opgelegd op het ontwerp en op de boodschap. De keuze is een sturende factor in het denkpatroon van de ontvanger. Het is onmogelijk om subjectief en niet sturend tegelijk te zijn. Door subjectiviteit na te streven creëert Van Toorn ontwerpen die onderhevig zijn aan zijn persoonlijke opvattingen, waardoor de essentiële boodschap vertroebelt. Ook Van Toorn's ontwerp principes zijn een onmogelijk ideaal.

Heeft Max Bruisma het dan bij het rechte eind? De ontwerper als katalysator? Aanvoerder van het publieke debat? *Cultural agent*? In zekere zin wel. Een ontwerper is medeverantwoordelijk voor de *visuele tekst* van een cultuur. Hij moet realiseren in wat voor een machtspositie hij staat. Maar de wereld van Bruisma is één grote arena waar gevochten moet worden om je stem te laten horen. Is dat niet wat overdreven? Soms moet een opdracht uitgevoerd worden waar geen mening aan te pas hoeft te komen. Bij een huisstijl voor een warenhuis bijvoorbeeld. De ontwerper moet dan een heldere identiteit aanbieden, verder zijn daar geen maatschappelijke dan wel culturele bijbedoelingen aan verbonden.

Als grafisch ontwerper moet je beseffen wat je rol is in de maatschappij. Wees niet bang om een standpunt in te nemen. Maar je hoeft ook niet overal een mening over te hebben. Niet elke opdracht is een toneel voor je eigen opvattingen. Jouw stijl zal door de keuzes die je maakt hoe dan ook in het ontwerp te zien zijn, maar hou de essentiële boodschap in eer. Pak opdrachten elke keer weer op een nieuwe en passende manier aan. Als grafisch ontwerper ben je alles en niets tegelijkertijd. Laat de dogmatiek van oude meesters achterwegen en bewandel je eigen pad.