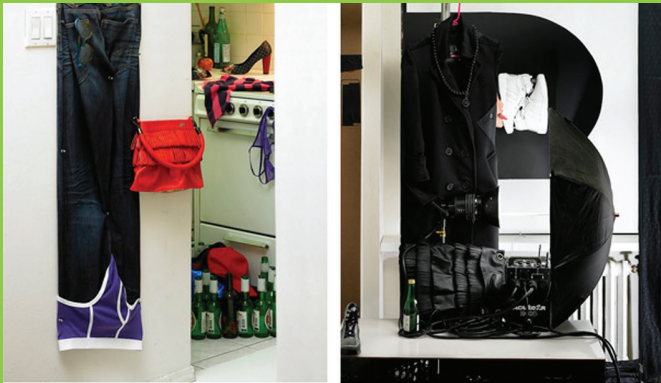


1 LETTERS & SYMBOLEN

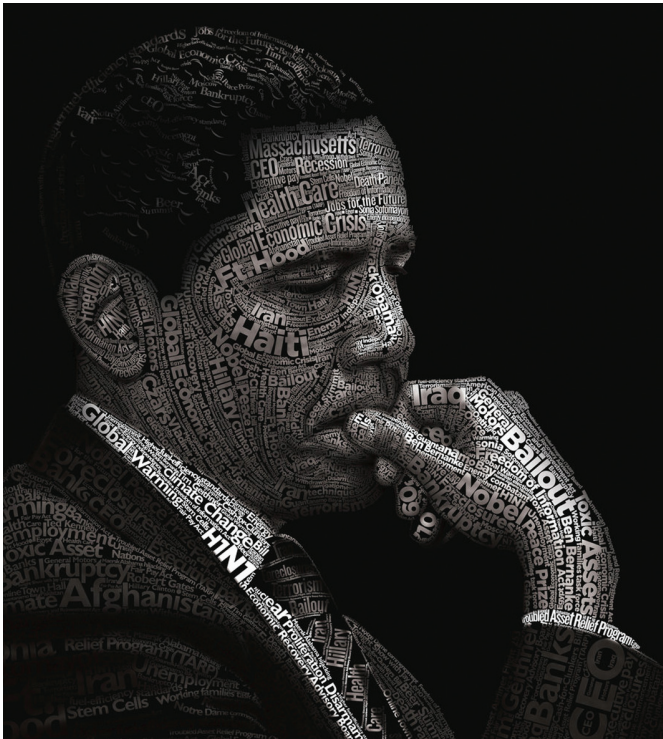


Een wereld zonder letters is niet voor te stellen, overal word je met tekst en letters geïnformeerd. Kan je de tijd nog herinneren dat je niet kon lezen? Nog steeds kom je in situaties waarin een kleur of een symbool net zo duidelijk kan zijn als een woord. Denk maar aan de bordjes voor nooduitgangen of een bedrijf dat je direct herkent als je het logo onder ogen krijgt. Ook kunstenaars gebruiken letters en symbolen.

BEGRIPPEN

affiche / aspect / associatie / complementaire kleuren / compositie / contour / diagonaal / driedimensionaal (3D) / effect / effen / egaal / expressief / figuratief / functie / geometrisch / graffiti / inspiratie / horizontaal / karakter / kleurencirkel / kleur-kleurcontrast / kleurcontrast / kleursoort / koele of koude kleuren / lichtdonkercontrast / logo / naturalistisch / onverzadigde kleuren / primaire kleuren / pictogram / primaire kleuren / restvorm / ruimtesuggestie / schaduw / secundaire kleuren / silhouet / suggereren / symmetrisch / tweedimensionaal (2D) / verticaal / verzadigde kleuren / vlakverdeling / voorstellingsaspecten / vorm / vormovereenkomst / vormsoort / warme kleuren / zeggingskracht

1.1 LETTERVORM EN LETTERTYPE



LETTERS EN KLANKEN

Elke letter van het alfabet staat voor een klank. Toen je leerde lezen heb je geleerd welke **lettervorm** bij welke klank hoort. Een letter is een teken dat we afgesproken hebben. Daardoor kunnen mensen met elkaar communiceren in schrift, zonder dat zij in elkaars buurt zijn. Dat kan op papier, maar ook digitaal, een e-mail bijvoorbeeld. Er bestaan hoofdletters en kleine letters. Je weet zelf wel wanneer je een hoofdletter of een kleine letter gebruikt. De officiële naam voor hoofdletters is kapitalen en de kleine letters noemt men onderkast. Dat stamt nog uit de tijd dat tekst gedrukt werd met loden lettertjes. De kleine letters bewaarde men onder in de kast, vandaar de naam onderkast. Door vet of schuin te typen kan je een woord benadrukken.



LETTERPISTOOL

Op de afbeelding herken je een pistool, maar als je goed kijkt zie je dat het letters zijn. De voorstelling is **figuratief** omdat we aan allerlei dingen direct herkennen dat het een pistool is.



LETTERTYPES

Op je computer kan je uit veel verschillende lettertypes kiezen. Al die lettertypes hebben een eigen naam. Welk type vind jij mooi? En welk type zul je nooit van je leven gebruiken? Degene die lettertypes ontwerpt, de typograaf, weet veel van letters. Typografen zijn gespecialiseerd in de **zeggingskracht** (uitdrukkingskracht) van letters. Ze weten heel goed welk type letter bij welk soort bedrijf of reclame past. Het moet niet alleen een passende uitstraling hebben maar ook leesbaar blijven. De letters van ESZ passen goed bij een zakelijke onderneming. Ze hebben **geometrische** (meetkundige) vormen. Dat de smeulige letters van *Big Mouth* (Grote mond) bij de betekenis passen zie je ook direct aan de lettervorm. Vormen met golvende lijnen noem je **organische vormen**. Je kan een verdeling maken in letters met en zonder schreven. Schreven zijn de horizontale streepjes aan sommige letters. Lange teksten zijn gemakkelijker te lezen in een lettertype met schreven, bijvoorbeeld Times New Roman. Korte teksten, zoals titels, zijn vaak schreefloos.



Linksboven; Illustratie typografie

Linksonder; Illustratie *Death by Typografie*

Rechtsboven; beschilderde garage

Rechtsonder; Illustratie *Big Mouth* / Letter met schreef en schreefloos

1.2 EXPRESSIE

JOUW HANDSCHRIFT

Als je je rot voelt kun je dat zeggen, maar waarschijnlijk is dat niet eens nodig. Jouw houding, manier van lopen, gezichtsuitdrukking en zelfs jouw handschrift kunnen jouw gemoedstoestand verklappen.

In de vorm van de letters is iets van jezelf herkenbaar, het is jouw handschrift. Of je netjes schrijft, hangt misschien af van je stemming; als je kwaad bent, schrijf je anders. Waarschijnlijk schrijf je vluchtiger en druk je harder op je pen. Het handschrift kan hoekiger lijken, het wordt dan **expressiever**; het weerspiegelt je gevoel.



EMOTICONS

Op je smartphone of op een beeldscherm zie je geen expressief handschrift. Toch kan je emoties laten zien tijdens het typen. Je stuurt een combinatie van leestekens, :-), of een bestaand plaatje. De kunstenaar Edo Stern heeft een portret gemaakt van een vrouw die door de kleur op een smiley lijkt. Ze draagt een kroon en kleding die volledig bestaan uit emoticons. In een video laat ze de emoties zien die horen bij emoticons; ze fronst, lacht, en huilt precies zoals een smiley op je beeldscherm.

Links; E. Stern, *Emoticon*, 2007

Rechtsboven; Graffiti

Rechtsonder; advertentie *Louis Vuitton*



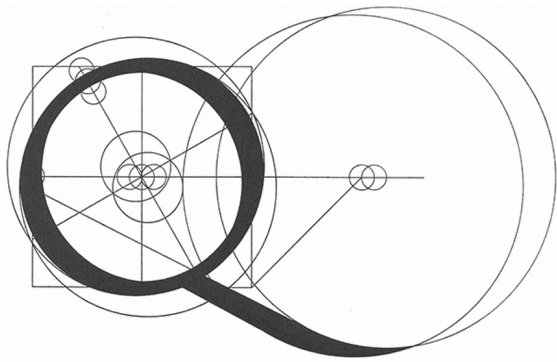
GRAFFITI

Op straat kun je **graffiti** tegenkomen (teksten die met spuitbussen op de muur zijn gezet). Op *GRO* zie je een gedeelte van een graffiti piece. De tekst is **tweedimensionaal (2D)**, het zit plat op de muur, maar door de getekende **schaduw**- en lichtplekken lijken de letters los te komen van de achtergrond. De letters lijken **driedimensionaal (3D)**. Dat heet **ruimtesuggestie**: iets lijkt ruimtelijk, maar is in werkelijkheid plat. Drukletters, zoals in dit boek, zien er netjes uit. Ze staan op **horizontale** (van links naar rechts) en langs **verticale** (van boven naar beneden) lijnen. Dat zijn we gewend en maakt het lezen gemakkelijker. Graffiti trekt zich daar niets van aan. De tags of pieces staan vaak schuin op muren, bruggen en langs spoorlijnen. Graffiti is, net als jouw handschrift, expressiever en persoonlijker dan letters in een boek of op de computer.

Louis Vuitton, het beroemde modehuis, heeft een slijk logo met de letters LV. Het past bij de uitstraling van het merk. Maar de ontwerpers van Vuitton kijken ook wat er op straat gebeurt. Voor deze handtas hebben ze graffiti letters gebruikt. Het fotomodel poseert voor een Louis Vuitton Paris graffiti muur.

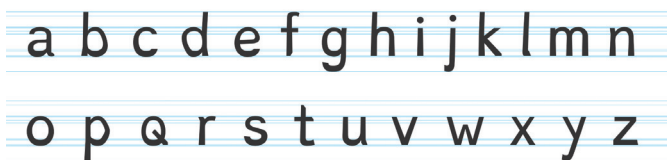


1.3 VORMEN EN COMPOSITIE



ONTWERP

De vorm van de letter Q op de afbeelding is geconstrueerd: de vorm is samengesteld uit wiskundige figuren en verhoudingen. Cirkels en vierkant zijn de belangrijkste **vormsoorten** waarmee de 'Q' is ontworpen. Alles moet een goede plaats krijgen, op het vel papier of op het beeldscherm. Dit heet **compositie**. De grafisch vormgever is specialist in de vormgeving van tekst en beeld. Hij denkt goed na over het doel van de tekst en het beeld. In een schoolboek zul je nooit expressieve letters tegenkomen. Lange teksten moeten gemakkelijk te lezen zijn.



dyslexie: onderkast

DYSLEXIE

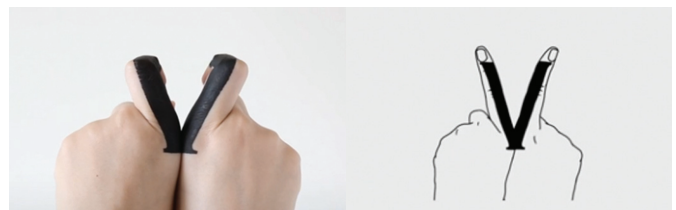
Als je dyslexie hebt, heb je moeite met lezen. Dat was voor Christian Boer, grafisch ontwerper en zelf dyslectisch, het uitgangspunt voor het ontwerp van het lettertype 'Dyslexie'. Op de afbeelding zie je daarvan een voorbeeld. De letters zijn zo ontworpen dat iemand met dyslexie ze sneller kan herkennen. Daardoor wijken ze iets af van de gemiddelde lettertypen en hebben ze een eigen **karakter** (met eigen kenmerken), ze zijn uniek. Wat valt jou op aan de vormgeving van het lettertype *Dyslexie*?



KUNSTIG

Ook kunstenaars gebruiken letters. De leesbaarheid van de tekst is voor hun minder belangrijk dan voor een grafisch vormgever. Het gaat hen erom een kunstwerk te maken. Op de afbeelding zie je een verzameling letters. Je kan er geen woorden in lezen. De fotograaf Bela Borsodi maakte een compositie van dagelijkse voorwerpen en fotografeerde die. Doordat de kleur van de letter afsteekt tegen de achtergrond herken je de letter.

De kunstenaar Tien-Min Liao ontwierp een handgemaakt alfabet. Hier zie je de letter V, die letter is **symmetrisch** (aan twee zijden gelijk van vorm). Als je de letter precies door midden deelt spiegelen de twee helften elkaar.



Linksboven; Letterontwerp Q

Linksonder; Dyslexie alfabet

Rechtsboven; B. Borsodi, *letterfoto's*, 2009

Rechtsonder; Tien Min Liao, *letter V*, 2012



LOGO

Tekens zeggen vaak meer dan woorden. Een teken kan je de weg wijzen in een vreemd land waar je de taal niet spreekt. Bedrijven gebruiken tekens om hun firma herkenbaarheid te geven, een **logo**. Een goed logo roept meteen een **associatie** (een gedachte aan iets) op met het bedrijf. McDonald's gebruikt een gele M met de naam van het bedrijf eronder. Alleen de gele M is al voldoende om de gedachte aan hun hamburgers en frieten op te roepen.



HUISSTIJL

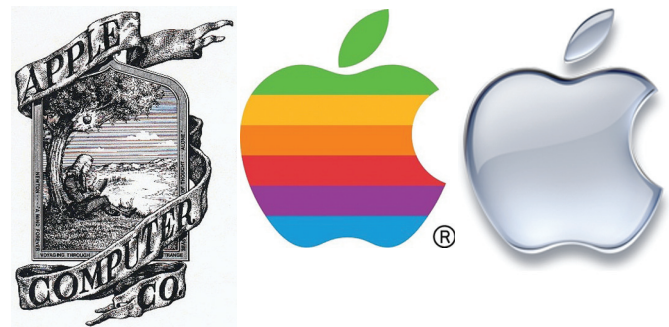
Het logo van de Nederlandse Spoorwegen doet denken aan rails en dubbelspoor. De pijlpunten **suggereren** twee tegengestelde richtingen maar ook snelheid. Ook de knik in het midden van het logo versterkt het idee verandering, snelheid en beweging. Het logo is onderdeel van de huisstijl van de NS. Een huisstijl gaat veel verder dan het logo alleen. Het bestaat uit afspraken over het gebruik van lettertype, logo, kleuren enz. De afspraken hebben betrekking op alles wat het publiek ziet van het bedrijf, van briefpapier tot het product. De kleur geel en blauw van de treinen is daarin bijvoorbeeld heel precies voorgeschreven. Het blauwe logo op de gele trein valt heel goed op. Blauw en geel zijn **contrasterende kleuren**: ze steken duidelijk tegen elkaar af. Ook geel tegen rood van het logo van McDonald's is een sterk **kleur-kleurcontrast**. Sterke kleurcontrasten in een logo worden heel bewust ingezet omdat het hierdoor nog meer opvalt.



NAAMSBEKENDHEID

Sommige bedrijven voeren met hun logo een strijd om naamsbekendheid, zoals Puma en Adidas. In de jaren zeventig was Adidas de sponsor van het Nederlands elftal. Cruyff had echter een contract met Puma. Puma dreigde het contract met Cruyff te verbreken als hij in een Adidas tenue, met drie strepen, zou spelen. En Adidas zou zich als sponsor terugtrekken als Cruyff in een Puma tenue zou spelen. Uiteindelijk heeft Cruyff als enige speler in een shirt met twee strepen gespeeld, terwijl alle anderen een shirt met drie strepen van Adidas droegen. Wat denk je dat het **effect** (gevolg van iets) was, meer of minder naamsbekendheid voor Adidas?

Veel logo's gaan al lang mee, zoals die van automerken. Maar de vormgeving is in de loop der jaren wel veranderd. Een bedrijf dat begin twintigste eeuw een logo voerde, zal dat nu niet meer kunnen gebruiken. Het logo past niet meer bij deze tijd en heeft een make-over nodig. Daarbij is herkenbaarheid en zeggingskracht een belangrijk **aspect** (onderdeel).



Linksboven; Mc Donald's logo

Linksonder; NS logo

Rechtsboven; Wedstrijd Nederlands elftal, Cruyff

Rechtsonder; Apple logo 1976 / logo 1976-1990 / 1998-nu

1.5 INFORMATIEVE TEKENS



PICTOGRAM

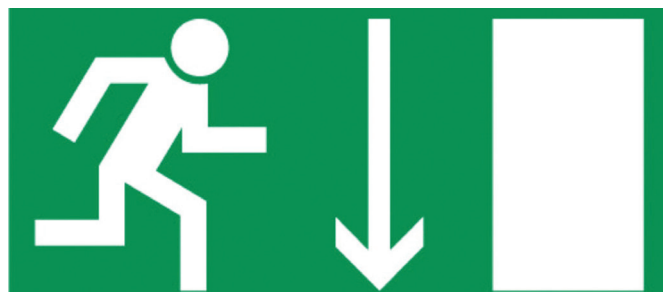
Je komt ze overal tegen: **pictogrammen**. Een pictogram is een beeldteken dat op een snelle manier een boodschap vertelt. Op het station laat een pictogram je in één oogopslag zien waar het toilet is, waar je de uitgang kunt vinden of waar je je fiets kunt stallen.

Het verkeer wordt geregeld door pictogrammen op verkeersborden. In een handleiding van een nieuw apparaat vervangen pictogrammen lange stukken ingewikkelde tekst. Op de computer klik je pictogrammen aan om mappen of bestanden te openen en op websites kun je navigeren door op een homeknop of andere button te klikken. Computerpictogrammen worden ook wel icoontjes genoemd. Op bijna iedere website vind je social media icoontjes, zoals die van Facebook en Twitter, waardoor je een website snel via de social media kunt gaan volgen.



HERKENBAARHEID

De kunst van een ontwerper of illustrator is om pictogrammen te bedenken, waarvan iedereen meteen begrijpt wat de betekenis is, ook vreemdelingen. In een pictogram worden meestal maar twee kleuren uit de **kleurencirkel** hieronder gebruikt. De kleurencirkel bestaat uit **primaire kleuren** (rood, geel en blauw) en **secundaire kleuren** (groen, oranje en paars). Het gebruik van veel kleuren in een pictogram leidt af van de boodschap.



EENVOUD

Ook de vorm van een pictogram is zo eenvoudig mogelijk. Van een figuur wordt de **contour** (omtrek) weergegeven. Als de contour **egaal** of **effen** (in een kleur) is ingekleurd, krijg je een **silhouet**, zoals bij het witte rennende figuurtje hierboven. Sommige pictogrammen, zoals dat van de nooduitgang, zien er overal ongeveer hetzelfde uit. En overal zijn ze groen - wit. Groen is de symbolische kleur voor veilig. Andere pictogrammen kennen juist veel verschillende vormen.

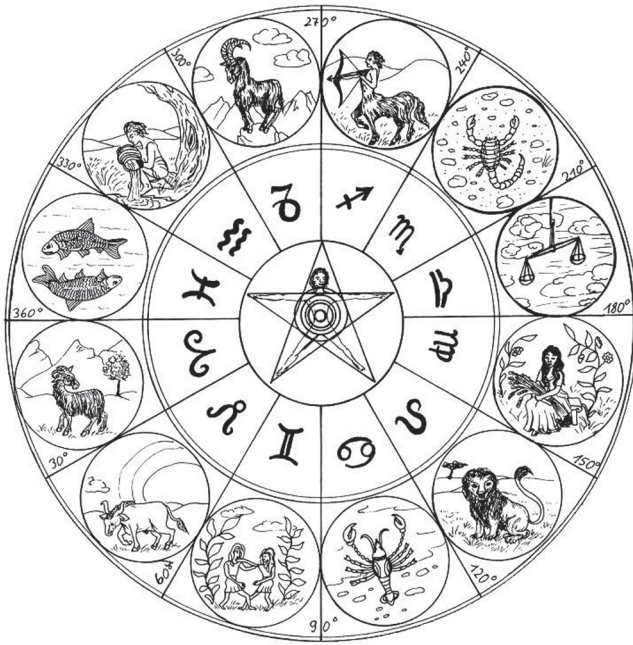
Het vogeltje van Twitter is zo populair geworden dat er nu veel verschillende versies van zijn, die allemaal een beetje op elkaar lijken vanwege de **vormovereenkomsten** zoals het silhouet van een klein tsjilpend vogeltje) en de kenmerkende blauwe **kleursoort**.



Het vogeltje in het midden is de enige met een oranje snavel. In de kleurencirkel ligt oranje tegenover blauw. Twee kleuren die in de kleurencirkel tegenover elkaar liggen noem je **complementaire kleuren**. Het effect van twee complementaire kleuren naast elkaar is dat beide kleuren elkaars kleurintensiteit versterken: oranje valt meer op en lijkt krachtiger of dieper naast blauw. Vergelijk de snaveltjes van de twittervogeltjes maar eens. Bij het rechter twittervogeltje heeft de ontwerper verschillende kleuren blauw gebruikt: **verzadigd** (intens, krachtig) blauw voor het snaveltje, het wenkbrauwteje en een deel van het vleugeltje, en twee tinten **onverzadigd** (afgezwakt) blauw voor het lijfje en het buikje.

Linksboven; Pictogrammen
Linksmidden; Pictogrammen Youtube, Facebook, LinkedIn, Twitter
Linksonder; Kleurencirkel
Rechtsboven; Pictogram Nooduitgang
Rechtsonder; Pictogrammen Twitter

1.6 KOSMISCHE TEKENS



STERRENBEEDEN EN SYMBOLEN

Mensen hebben zich altijd verbonden gevoeld met de aarde, de zon, de maan, de sterren en planeten. Ze zijn van oudsher gefascineerd door de beweging van de zon en de verandering van de sterrenhemel. Oude beschavingen probeerden met hun waarnemingen kalenders op te stellen.

Het leven op onze aarde is sterk afhankelijk van de draaiing van de aarde om haar as en om de zon. De zon bepaalt de jaarcyclus en ons dag-nachtritme. Veel mensen hebben zich sterk verbonden gevoeld met de kosmos. In middeleeuwse kerken vind je bijvoorbeeld sterrenbeelden. De maand waarin je geboren bent bepaalt welke jij bent. In die maand, staat de zon in jouw sterrenbeeld. Aan sterrenbeelden worden allerlei karaktereigenschappen toegekend. Wekelijks lezen mensen de horoscoop, zodat ze weten wat hen te wachten staat. De vorm van die sterrenbeelden (of tekens uit de dierenriem) is afgeleid van de vorm van de sterrengroep waarnaar het teken is genoemd. Voor vormgevers en kunstenaars zijn de tekens van de dierenriem een bron van **inspiratie**.



HOROSCOPEN

Ans Markus' schilderijen van de sterrenbeelden vind je terug in het horoscoopgedeelte van tijdschriften. De voorstelling op haar schilderijen is heel **naturalistisch** (zo geschilderd dat het net echt lijkt).

De fotograaf Tim Gutt gebruikt de sterrenbeelden als uitgangspunt voor een modereportage. Hij heeft een herkenbare stijl en een voorkeur voor **warme** (oranje en rode) tinten met een verloop naar **koele of koude** (blauwe en grijze) kleuren. Zijn foto's herken je aan hun onverzadigde kleuren. Ze lijken wat grijzig omdat de kleuren met wit en zwart gemengd zijn. Verzadigde kleuren zijn pure, krachtige kleuren.



Links; Sterrenbeelden en symbolen
Rechtsboven; A. Markus, *Steenbok*
Rechtsonder; T. Gutt, *Vogue*, 2010

1.7 SPELEN MET BETEKENIS



DIT IS GEEN PIJPI!

Kunstenaars in de 20^e eeuw hebben zich laten inspireren door de betekenis van letters. Een bekend voorbeeld daarvan is *Ceci n'est pas une pipe* van de kunstenaar Magritte. Op het schilderij zie je een pijp. Maar de titel *Ceci n'est pas une pipe* zegt wat anders: *Dit is geen pijp!* Wat is het dan wel? Magritte heeft gelijk; dit is een schilderij met de **voorstelling** van een pijp. Je herkent de pijp aan verschillende **voorstellingsaspecten**, zoals de kop waar de tabak in moet, het koperen ringetje in de gebogen steel, en het mondstuk.



De cover van het magazine Blue maakt een grapje, de titel betekent blauw maar de typografie is in oranje opge maakt. Het omslag won ooit een prijs. De jury was onder de indruk van de vormgeving. Ze vond dat het beeld spanning opriep omdat het hoofd van de duiker ontbreekt.



ECHT OF NIET ECHT?

Het schilderij *Ceci n'est pas une pipe* van Magritte heeft andere kunstenaars aan het denken gezet, waaronder Banksy. Hij reageert op het werk van Magritte met *This is a pipe* (*Dit is een pijp*). Daarvoor heeft hij op een roestige plaat een stuk pijpleiding met een kraantje gemonteerd. Zo zijn erop internet meer reacties van andere kunstenaars te vinden.

Linksboven; R. Magritte, *Ceci n'est pas une pipe*, 1964

Linksonder; Banksy, *Pipe*

Rechtsboven; D. Carson, *Blue*, 2011

Rechtsonder; Norma Bar, *Roodkapje*, 2009



VORM EN RESTVORM

Soms wordt de betekenis van een beeld pas duidelijk als je de titel van een werk leest. De illustratie van Norma Bar lijkt op het eerste oog de kop van een gemene wolf. De kop steekt duidelijk af tegen de grijsbruine **restvorm** die hem omringt. De restvorm loopt nog door in het oog en de haren van de wolf. De titel van de illustratie luidt: Roodkapje. Snap je waarom?

1.8 KALLIGRAFIE

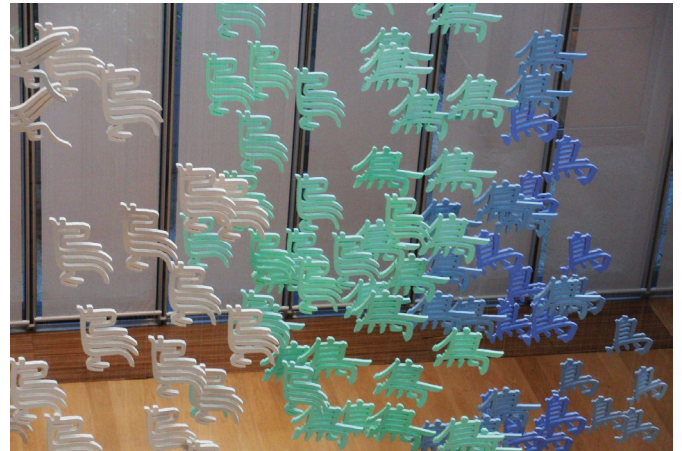


HAND GESCHREVEN

Voordat de boekdrukkunst werd uitgevonden moesten teksten met de hand overgeschreven worden. Schrijven werd als iets bijzonders gezien en stond in veel culturen in hoog aanzien. Er werd veel werk en tijd besteed aan de vormgeving van handgeschreven letters. De kunst om mooi te schrijven heet kalligrafie.

MONNIKENWERK

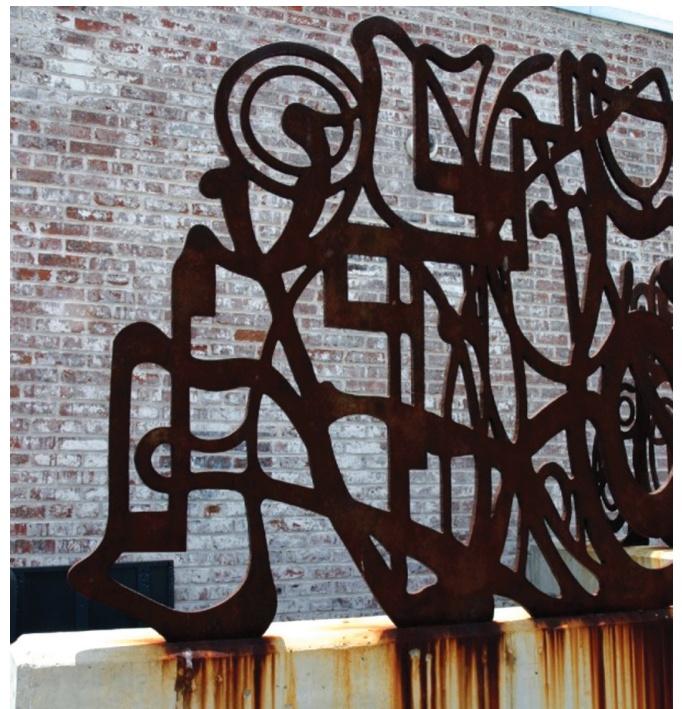
In het Europa van de middeleeuwen was schrijven een van de taken van monniken. Net als de adel en kerkelijke leiders konden zij lezen en schrijven. Het gewone volk was hoofdzakelijk analfabeet. De monniken schreven met een ganzenveer op perkament. In de kantlijn versierden zij de tekst met tekeningen.



CHINA EN JAPAN

In China en Japan worden karakters (lettertekens) met penseel geschilderd. Daardoor zien hun tekens er organisch (vloeiende en golvende vorm) uit. Kalligraferen, het schrijven van sierlijke karakters, vindt men een ware kunst. Kalligraferen wordt als rustgevend beschouwd en het zou goed zijn voor de gezondheid. De kunstenaar Xu Bing zette het standaard Chinese schrift naar zijn eigen hand. Op de afbeelding zie je hoe hij Chinese karakters laat heeft veranderd in een zwerm silhouetten (vlakke vorm met een duidelijke omtrek) en in de ruimte laat zweven.

Het werk van de kunstenaar Jesse Small ziet eruit alsof het gekalligrafeerd is. Op afstand lijken het silhouetten van organische vormen. Ze zijn gemaakt van ijzer.



Links; onderzijde skateboard

Rechtsboven; Xu Bing, *The living Word*, 2001

Rechtsonder; J. Small, *Typhoon/Monsoon*, 2011

1.9 FUNCTIONEEL VORMGEVEN

AFFICHE

Op weg van huis naar school kom je veel reclame-uitingen tegen. Talloze bedrijven willen jou aanzetten tot kopen of actie. Neem bijvoorbeeld reclame in bushokjes. Als de poster alleen uit tekst bestaat, zou je er niet naar omkijken. Daarom zijn de posters of **affiches** (aanplakbiljet) vormgegeven. Een affiche of poster moet opvallen, moet informatie geven. Dat is de **functie** of daarvoor is hij ontworpen. Je kunt je bijvoorbeeld afvragen of de posters op deze pagina daarin zijn geslaagd.

GRAFISCH VORMGEVER

Degene die een poster ontwerpt noemen we een (grafisch) vormgever of ontwerper. Hij denkt na over de manier waarop de vormen op het papier komen, de **vlakverdeling** of compositie. Hij bedenkt hoe de boodschap van een bedrijf de meeste aandacht trekt. Hij onderzoekt de juiste combinatie tussen beeld en tekst.



WOMEN IN THE WAR

De tekst van de oude oorlogsposter valt om meerdere redenen op. De vormgever heeft twee primaire kleuren gebruikt voor de tekst. De vrouw aan de machine is zwart-wit. Door de rode kaders komt de tekst 'We can't win without them' naar voren. Door het grote **licht-donker-contrast** (verschil in licht-donker) en de kleurcontrasten (verschil in kleuren) is de boodschap meteen duidelijk. De tekst en de vrouw staan in een Z-vormige compositie. **Diagonale** (schuine) lijnen in de compositie suggereren actie.

Links; Oorlogsposter

Rechtsboven; Axe reclame

Rechtsonder; Reclame in bushokjes



RECLAME EN ACTIE

Reclame vind je overal om je heen. Wat dacht je van de Axe reclame? De vormgevers hebben handig gebruik gemaakt van het pictogram van de nooduitgang: de man moet (omdat hij Axe gebruikt) vluchten voor de meisjes. De vormgever heeft het kleurgebruik beperkt, evenals de vorm. Zo zie je in een oogopslag waar het om gaat.

Maar reclamemakers proberen niet alleen je ogen te prikkelen. Ze willen je verleiden tot actie: aan de Chocomelabri kun je je handen opwarmen. En de McDonald's reclame is gebaseerd op een puzzel die echt uitvoerbaar is!

