

Typografie in media historisch perspectief. Een introductie

Jack Post en Ewan Lentjes

Een themanummer over typografie lijkt opmerkelijk voor een wetenschappelijk tijdschrift voor mediageschiedenis. Immers, zo kun je je afvragen, behoort de studie van typografie niet tot de kunst- of designgeschiedenis of de studie van het boek? Wie de reguliere nummers van het *Tijdschrift voor Mediageschiedenis / Journal for Media History* doorbladert ziet dat de meeste artikelen gaan over de traditionele media als film, televisie, de geschreven pers, of fotografie. Themanummers behandelen een scala aan zulke uiteenlopende onderwerpen als de monarchie, schandalen of de representatie van de natuur. In elk geval biedt een themanummer de uitdaging om de grenzen (van onderzoek of aandachtsvelden) op te zoeken. Interessant om te zien welke grenzen het voorliggende themanummer over typografie aanboort.

Meer dan enig ander systeem behoort typografie onmiskenbaar tot de mediageschiedenis. Sinds Gutenbergs uitvinding van de drukkunst in de vijftiende eeuw is er een onvoorstelbare hoeveelheid drukwerk voortgebracht. In de periode van vijf eeuwen is het typografische systeem vanzelfsprekend ook diepgaand van karakter veranderd. De boekdruk beperkt zich niet enkel tot een technische revolutie, hij heeft vooral ook culturele en maatschappelijke veranderingen in gang gezet. De boekdruk geldt als een cruciale vernieuwing, die de bakermat vormde van de ontstaansgeschiedenis van de moderne tijd. Typografie en boekcultuur hebben in belangrijke mate bijgedragen aan de ontwikkeling van een nieuw type geletterdheid die – met de verbreiding van de Bijbel in de volkstaal – de basis legde voor een brede volkscultuur. Tegelijk was de drukkunst wegbereider van de wetenschappelijke revolutie in de zeventiende eeuw en vormde de aanzet tot het vrije woord, een kritische publieke opinie en het democratische debat. Elementaire aspecten die nog steeds de hoeksteen vormen van het publieke domein in onze samenleving.

Sinds Gutenbergs uitvinding van de boekdruk heeft het typografisch systeem een centrale plaats in de Westerse mediacultuur verworven. Het is

volgens Marshall McLuhan zelfs de invloedrijkste technologische revolutie in de Westerse geschiedenis. Gaandeweg heeft de typografie zich ontwikkeld tot een complex en dynamisch cultureel informatiesysteem dat garant staat voor het verwerken en verspreiden van kennis en informatie.

Van groot belang daarbij is de massale verspreiding van tekst en informatie. Zo zorgde de introductie van nieuwe technologieën in de loop van de negentiende eeuw voor een ongekeerde groei van drukwerk en zagen nieuwe genres het licht zoals geïllustreerde kranten en tijdschriften, pocketboeken, brochures, spoorboekjes, rapporten en niet te vergeten reclamedrukwerk. De intensivering van informatie en communicatie krijgt aan het begin van de twintigste eeuw een extra impuls met de modernistische experimenten van de nieuwe typografie – die vervolgens hun beslag vinden in naoorlogse strategieën van corporate communicatie, marketing en branding waarmee inmiddels op massale schaal onze dagelijkse ervaringen van werkelijkheid worden ingekleurd.

Meest cruciaal is echter de recente opkomst van digitale mediatechnologieën, die voor een omwenteling hebben gezorgd in de gangbare opvattingen over communicatie en informatievoorziening. Er is sprake van een radicale breuk: de nieuwemediaerevolutie dwingt ons tot een herwaardering van traditionele waarden – ook in de omgang met kennis en informatie. De digitalisering stelt de oude vertrouwde omgang met eeuwenoude typografische begrippen als boek, letter, opmaak en zetsel ter discussie – ze tornt bovendien aan de rol van de typograaf en het vakgebied van de grafische vormgever.

Vanaf het moment dat typografie werd gecombineerd met beelden, eerst met fotografie en vervolgens met het bewegende beeld van film en televisie, maakte het zich los uit de context van het traditionele gedrukte boek. Het leidt tot een eerste verandering van de communicatiepraktijk die, met de opkomst van de digitale media, een volgende, nog aanzienlijker omslag ondergaat. De digitalisering van tekst tot ‘informatie’ wordt wel aangemerkt als een tweede typografische revolutie: ze scheidt

het schrift van de fysieke drager en ontnemt de typograaf de controle over de uiteindelijke vormgeving van de tekst.

De nieuwe-mediatechnologie heeft de wijze waarop we onze omgeving ervaren aanzienlijk veranderd. Smartphones en tablets fungeren, anders dan de traditionele communicatiemiddelen, niet alleen nog om contact te maken met anderen. Sociale media als Twitter, Facebook, YouTube of Flickr hebben de rol van de burger veranderd. In plaats van passieve gebruiker verandert deze in een actieve consument-producent die voor de organisatie van informatie niet enkel meer afhankelijk is van professionele experts.

Deze verandering past in een langere traditie van ontvoogding, die stoelt op de gedachte dat de toegang tot de communicatiemiddelen steeds een stapje ‘democratischer’ wordt en kennis en informatie als publiek goed steeds vrijelijker kunnen circuleren. De nieuwe openbaarheid van de sociale media geeft in die zin een volgende impuls aan de ‘doe-het-zelfcultuur’, die vanaf het begin van de moderne tijd in steeds nieuwe gedaanten zijn kop opsteekt. Belangrijk aspect daarvan is dat non-professionals, veelal amateurs en enthousiastelingen, de beschikking krijgen over de technologie. Ze worden daarmee bestempeld tot *makers* die over de benodigde kennis en de vaardigheden beschikken om hun inzichten vorm te geven, te produceren en distribueren.

De introductie van de computer – en vooral de beschikbaarheid van krachtiger, veelzijdiger en betaalbare apparatuur – draagt bij aan de ‘semiprofessionalisering’ van de amateur, die nu beschikt over dezelfde productiemiddelen en creatieve en commerciële mogelijkheden als de professionele vormgever. Hiermee lijken traditionele barrières te verdwijnen: tussen de professionele en de niet-professionele ontwerper, tussen de commerciële en de onafhankelijke vormgever annex kunstenaar, tussen betaald en onbetaald werk en tussen werk en spel.

En niet alleen de grenzen tussen de professionele en niet-professionele ontwerpers verschuiven, maar ook die tussen producent en consument. De ontwikkeling van Web 2.0 en de opkomst van sociale media dragen bij aan de cruciale omslag in het gangbare model van de productieketen. In de open ‘samenwerkingseconomie’ zijn consumenten niet langer passieve ontvangers, maar actieve ‘participanten’, die allerlei producten (*content*) aanbieden, van (*open source*) software en informatie (Wikipedia) tot creatieve producten als tijdschriften, boeken, fansites, muziek, blogs en tweets. Kortom, het lijkt er op dat de grenzen verdwijnen, tussen professionals en amateurs, tussen producent en consument.

We leven in een open ‘samenwerkingseconomie’, waarin honderdduizenden ‘participanten’ hun weg vinden via open onlinegemeenschappen.

Typografie – en het letterontwerp in het bijzonder – was oorspronkelijk het vakgebied van een kleine elite van hooggespecialiseerde ambachtslieden. Met de industrialisatie en de introductie van nieuwe technologieën voor het ontwerpen van letters, het drukken en de reproductie van tekst, veranderde het vak van de typograaf stap voor stap in dat van de grafisch ontwerper. Met de introductie van ‘motion graphic design’ – voor multimedia zoals film en televisie, en later webontwerp – en van ‘interactive design’ heeft zich in de afgelopen decennia nog weer een verdere expansie en specialisering van het vak van grafisch ontwerper voltrokken.

Essentieel aspect daarbij is de verandering in de opvattingen over de communicatiepraktijk: niet langer wordt het publiek aangesproken als (ongeinformeerde) massa. Het communicatieproces vertrekt juist steeds meer *vanuit* het publiek en zoekt aansluiting bij de individuele gebruiker die ‘goed geïnformeerd’ is. Dit beperkt zich niet tot het publieke domein, juist in het private aanbod van goederen en diensten wordt steeds meer geluisterd naar de wensen en verlangens van de ‘consument’. Na *corporate design* hebben marketing en branding hun intrede gedaan in het domein van de markt. Luisteren naar de gebruiker (*user vision*) krijgt daar de hoogste prioriteit.

Daarmee ondergaat het ontwerpvak een nieuwe fase van professionalisering. Kenmerkend daarvoor is de geleidelijk toegenomen aandacht voor reflectie op en onderzoek naar design in brede zin. Vanaf de jaren negentig verschijnen er steeds vaker publicaties over ontwerptheorie en de discussie over een samenhangend design discours krijgt gestalte in internationale tijdschriften als *Design Issues*, *Visible Language* en *Looking Closer*. Een van de meest prangende kwesties in de discussies is de vraag op welke vorm van wetenschappelijkheid het ontwerpen is gebaseerd. Een lastige vraag, aangezien design als discipline – anders dan de gangbare wetenschappen – is gestoeld op een ingewikkelde verhouding tussen kennis en praktijk. Centraal daarin staat een systematische benadering van de communicatievraag.

Communicatie gaat steeds meer over het inzichtelijk maken van processen. In *Design as a Tool for Cognitive Metabolism*¹ geeft de Duitse designcriticus Gui Bonsiepe de aanzet tot een benadering van complexe processen, toegespitst op de context van informatietechnologie en dataopslag. Design kan een essentiële bijdrage leveren aan het verwerven

van inzicht in complexe, ontoegankelijke informatie. Het stapsgewijs omzetten van 'ongeordende gegevens' (*mere data*) in 'verifieerbare informatie' (*knowledge*) vraagt, aldus Bonsiepe, om een expliciete vertaling in vorm. Kennis kan worden opgevat als de uitdrukking van gedeelde ervaringen die voor langere tijd geldig blijft en als zodanig de basis vormt van voortschrijdend inzicht. Ze kan echter alleen als zodanig fungeren wanneer ze door individuen wordt meegedeeld en uitgewisseld. Het proces waarmee kennis kan worden uitgewisseld en gepresenteerd is het domein bij uitstek van design. We beschikken volgens Bonsiepe nog niet over een nauwkeurige definitie van 'informatie', maar er bestaat wel een professionele praktijk van *information design*. Daarin zijn aspecten opgenomen van de cognitieve psychologie, linguïstiek, waarnemingstheorie, gedragen ontwikkelingstheorie, semiotiek en symboolleer en – niet in de laatste plaats – van grafisch ontwerpen en visuele communicatie. Visualiseren is erop gericht om onzichtbare processen te vertalen met de bedoeling om ons begripsvermogen daarvan te ondersteunen en te versterken.

De term 'visualiseren', zo vervolgt Bonsiepe, wordt in de huidige context van nieuwe-media-communicatie aanzienlijk verbreed. Informatie wordt in toenemende mate op een non-lineaire wijze gepresenteerd. De mogelijkheid om verschillende vormen van waarneming (beeld, typografie, geluid, spraak, film, beweging) te verbinden zorgt voor een extra lading in de informatieoverdracht, die Bonsiepe aanduidt als 'rhetoric of audiovisualistics'. En de structurering van digitale informatie (in databases en het Internet) laat een veelvoud van betekenissen toe, die op grond van onderscheiden keuzes van gebruikers aan de oppervlakte komen. Design zorgt er dus primair voor dat kennis en informatie überhaupt meegedeeld kunnen worden. Daarin ligt zijn formele bemiddelende functie. Maar design schept ook de voorwaarden waarmee een uiteenzetting over de beschikbare kennis mogelijk wordt. Dat betreft zijn sociale, of communicatieve functie. Daarbij verschuift de aandacht meer naar de gebruiker. De keuze voor de juiste esthetische middelen ('the expert choice of stimuli') is een eerste voorwaarde om de aandacht van de gebruiker te prikkelen. Een effectieve organisatie en structurering van de beschikbare informatie is echter onontbeerlijk om de aandacht van de gebruiker vast te houden.

Information design biedt de mogelijkheid om het lastige fenomeen 'informatie' toegankelijk te maken. Volgens Bonsiepe is de omgang met complexe informatie weliswaar professioneel, maar feitelijk is ze nog vooral op praktische kennis ge-

stoeld. Wat ontbreekt, is de poging om de nieuwe inzichten over complexe informatie op begrip te brengen. De uitdaging voor de designdiscipline ligt dus in de ontwikkeling van een adequaat onderzoeksmodel. In Nederland is er nog relatief weinig aandacht voor ontwerponderzoek en -theorie, hoewel daarin met de instelling van Premisela, Nederlands instituut voor design en mode enige verandering is gekomen. Vanaf 2004 organiseerde Premisela (in 2013 overgegaan in Het Nieuwe Instituut) jaarlijks de zo geheten internationale Benno Premisela-lezing, werd er een voor academiestudenten gratis verkrijgbaar designtijdschrift *Morf* uitgebracht en is er structureel aandacht besteed aan het designerfgoed. Dat heeft geleid tot een voorzichtige toename van enkele onderzoekspublicaties en monografieën, waarin theorievorming (meer) aandacht krijgt. Meest expliciet is dat het geval in de vuistdikke dissertatie van Jeroen van den Eijnde, *Het huis van IK. Ideologie en theorie in het Nederlandse vormgevingsonderwijs*, uit 2015.² Maar het blijft opmerkelijk dat er, ondanks de incidentele inrichting van een lectoraat of leerstoel voor typografisch ontwerpen, nauwelijks aandacht is voor een systematische benadering van designtheorie binnen de grafische ontwerpopleidingen. Zo nu en dan worden er onderzoeksplaatsen ingericht, die na enige tijd – haast geruisloos – weer ophouden te bestaan. Kennelijk ontbreekt de noodzaak van continuïteit, laat staan dat de wens daartoe wordt uitgesproken. Van 2003-2012 was er een onderzoekslectoraat Visuele Retorica bij AKV St. Joost; van 2007-2010 bestond de BNO-leerstoel Moderne typografie en grafisch ontwerpen aan de UvA; en van 2006-2012 was er een leerstoel Typografische Vormgeving aan de Universiteit van Leiden. Vooralsnog wordt geen van de drie in enige vorm voortgezet.

Een groot deel van de hierboven beschreven veranderingen in de typografische communicatie en het typografische systeem zijn het onderwerp van *De kracht van de typografie. Cultuur, communicatie, nieuwe media*, dat in 2015³ onder redactie van Henk Hoeks en Ewan Lentjes werd gepubliceerd. Hierin wordt typografie niet eenvoudig en functioneel gepresenteerd als de kunst of kunde om 'letters te ordenen zodat ze kunnen worden gelezen', maar als een 'systeem van informatieverwerking en kennisoverdracht'. De publicatie van dit boek vormde mede de aanleiding voor de *call for papers* voor dit themanummer van *TMG*.

De centrale vraag van de *call for papers* was:

wat kunnen we leren van de culturele, esthetische en sociale veranderingen die het gevolg waren van eerdere typografische ‘revoluties’, zoals de ‘uitvinding’ van de drukpers in de tweede helft van de vijftiende eeuw, het ontstaan van nieuwe vormen van geletterdheid en het publieke debat in de zestiende eeuw, de standaardisatie- en rationalisatieprocessen van lettertypen in de late zeventiende eeuw, de ontwikkeling van massaproductie van drukwerk in de negentiende eeuw of de avant-garde bewegingen in de twintigste eeuw.

Met het themanummer over typografie wil *TMG*, op bescheiden wijze, ruimte bieden voor typografie- en designonderzoek. Het nummer kent een diversiteit aan bijdragen, met een breed scala aan onderwerpen en genres. Dat varieert van historisch onderzoek naar ontwikkelingen in het vakgebied (in een drietal ontwerptijdschriften), een essay met ervaringen over de voor- en nadelen van de tablet als opslag- en gebruiksmiddeel, linguïstisch onderzoek naar de ontwikkeling van emoticons en emoji (als onderdeel van de grafische tekenset) in de huidige communicatie, aanbevelingen over de conservering van loden letters bij Plantin-Moretus, een studie naar leesbaarheid van bijsluiters bij medicijnen, een eerste oriëntatie op crossoveronderzoek naar het gebruik van typografie in leesonderwijs en, tot slot, een beeld-tekstessay over de ontwikkeling van een tekensysteem in de context van een recent uitgevoerde ontwerp opdracht over gebiedsbranding.

De bijdragen van Kristof van Gansen en Katrien van Haute in dit nummer, over respectievelijk het Franse vakblad *Arts et métiers graphiques* (*AMG*) en het Belgische vakblad *Grafiek* laten zien dat de geboorte van het vak van grafisch ontwerper in de jaren twintig en dertig van de vorige eeuw niet zonder spanningen gepaard ging. De grafisch vormgevers in spe werden heen en weer getrokken tussen de twee tegengestelde polen van de kunstenaar enerzijds en ambachtsman anderzijds. Iets wat letterlijk tot uitdrukking komt in de titel van het blad ‘Arts et métiers’. Vakbladen als *Grafiek* en *AMG*, die vaak werden uitgegeven door drukkerijen en uitgeverij, speelden in de professionalisering van het vakgebied een centrale rol omdat ze groepen van geïnteresseerden om zich heen verzamelden, van ambachtslieden (drukkers en typografen) en uitgeverij tot docenten en leerlingen van relevante opleidingen. Deze bladen presenteerden zich ook

als catalogi van nieuwe ontwerpvoorbeelden en technische innovaties. Ze droegen daarmee bij tot de formulering van een nieuw canon van ontwerpen en ontwerpmethoden. Ze recenseerden ook handboeken en tentoonstellingen en besteedden aandacht aan mogelijkheden voor training en onderwijs, aan arbeidsvoorwaarden, en het belang van copyright van bijvoorbeeld lettertypen. Zo gaven ze mede gestalte aan de professionalisering van het vakgebied.

De bijdrage van Emily McVarish over een recenter vakblad, *Emigre* van Rudy VanderLans en Zuzana Licko, heeft een actuelere transformatie van het veld van grafisch ontwerpen tot object. Haar studie van *Emigre*, het eerste tijdschrift dat geheel op een Macintosh werd ontworpen en geproduceerd, laat zien hoe de groep ontwerpers rond het tijdschrift reflecteert op de introductie van de digitale technologieën in het grafisch ontwerp. De introductie van de Macintosh computer veroorzaakte namelijk een structurele revolutie in de ontwerpmethodiek, het font-design en ontwerpmethodiek. Zij laat in haar onderzoek zien hoe de ontwerpers en auteurs rond *Emigre* de gevolgen van de introductie van de Macintosh op het gebied van productie, ondernemerschap, ontwerpethiek en -ethiek trachten te conceptualiseren. Echter, omdat ze zich nog middenin de transitiefase bevonden, konden ze die consequenties nog niet overzien. Toch was *Emigre*, mede als gevolg van de zo kenmerkende overlapping van professionele en kritische praktijk, een rijk platform: het bood ruimte voor experiment met digitale tools en probeerde tegelijk de eerste aanzet te geven tot reflectie daarop. Als zodanig kan het tijdschrift als een sprekend voorbeeld worden beschouwd voor een nog te ontwikkelen hedendaagse kritische en bedachtzame praktijk.

Wij weten ondertussen dat de nieuwe-media revolutie geheel nieuwe communicatievormen heeft geïntroduceerd, die we voorlopig alleen kunnen begrijpen door deze af te zetten tegen de ‘oude (typografische) drukcultuur’. In het bloemrijke essay dat Arjen Mulder schreef voor dit themanummer, laat hij middels een haast fenomenologische onderzoek zien wat het lezen van tekst op een e-reader voor hem betekent. Als een forensisch expert laat hij, stap voor stap, zien hoe het elektronisch lezen zich verhoudt tot het lezen van een papieren boek en wat de eigenaardigheden zijn, in positief en in negatief opzicht. De digitalisering van het boek stelt de grafisch vormgever voor nieuwe uitdagingen omdat deze, zoals uit Mulders bijdrage duidelijk wordt, gaandeweg de controle over de weergave van het uiteindelijke product verliest. Zijn essay

eindigt met een shoot-out zoals we die kennen uit de Hollywood-western, maar nu met het e-book en het papieren boek als gedoodverfde tegenstanders. Wie uiteindelijk wint blijft ongewis, immers we bevinden ons nog aan het begin van de exploratie van deze nieuwe leeswijze.

Marc Küsters bijdrage handelt over de secundaire eigenschappen van schriftsystemen. Dat betreft alles dat verder gaat dan de zuivere decodering van de tekstuele boodschap, zoals de (alfabetische) volgorde van de lettertekens, de leestekens, de lettervormen en de moderne emoticons en emoji. Het feit dat ons taalsysteem een alfabetische (volg)orde kent, is van groot belang voor wijze waarop wij onze wereld ordenen, vormgeven en begrijpen. Het alfabetisch systeem ligt immers niet alleen ten grondslag aan de ordening van encyclopedieën, maar ook van bijvoorbeeld bevolkingsregisters en natuurlijk de computer en het Internet. Het moderne gebruik van leestekens zoals emoticons en emoji in digitale media lijkt het eeuwenoude culturele typografische systeem deels op de schop te nemen. Ze lijken op hun beurt het van oorsprong als onzichtbaar beschouwde typografische systeem zijn oorspronkelijke visuele geloofsbrieven (gerelateerd aan het *beeldteken*) weer terug te geven. De transparante lettertekens, die niet meer dan de inhoud leken over te dragen, worden met het gebruik van deze nieuwe elementen weer visuele tekens die moeten worden ontcijferd. Een ontwikkeling die volgens Küster verregaande gevolgen kan hebben voor de wijze waarop wij informatie verwerken en kennis overdragen. Hiervan getuigt niet alleen de populariteit van applicaties als WhatsApp, maar ook experimenten als de recente vertaling van de Bijbel in emojis en emoticons (verkrijgbaar op iTunes store met de titel *Scripture 4 Millennials*).⁴

De bijdrage van Patrick Storme handelt over een heel andere, meer druktechnische historische problematiek: de conservering van de loden letterstaafjes. De gegoten metalen letterstaafjes maakten de boekdruk-kunst pas echt mogelijk. De vele letterstaafjes die in Museum Plantin-Moretus in Antwerpen worden bewaard, zijn onderhevig aan corrosie. Tot nu toe is de meeste aandacht altijd uitgegaan naar de patrijzen en matrijzen waarmee de letterstaafjes kunnen worden gegoten en niet naar de staafjes zelf. Dat stelt volgens Storme de vraag naar de authenticiteit ervan. Immers hoe weten we dat de staafjes origineel zijn en niet op later datum zijn gegoten? Hij laat zien dat men het archiefonderzoek moet combineren met natuurkundige onderzoeksmethoden zoals niet-invasieve XRF (X-Ray Fluorescence)

en andere analytische wetenschappelijke instrumenten. Materiaalonderzoek stelt ons namelijk niet alleen in staat om uitspraken te doen over de samenstelling en dus de datering van de staafjes, maar ook om een verantwoord beleid te formuleren voor de conservering ervan.

De laatste drie bijdragen vertrekken vanuit de concrete ontwerppraktijk en daarmee samenhangend onderzoek. Karel van der Waarde schreef een kritische evaluatie van de geschiedenis van de Europese regelgeving met betrekking tot bijsluiters bij geneesmiddelen. Hij legt uit dat het feit dat de bijsluiters in de medicijndoosjes altijd lange, onleesbare doorschijnende papiertjes zijn met moeilijk leesbare piepkleine lettertjes, het gevolg is van de gestandaardiseerde Europese wetgeving. Tezamen met de angst van de farmaceutische industrie voor de hoge kosten die innovatie met zich zou meebrengen, blijft dit een hardnekkige staande praktijk waarin het voor vormgevers bijna onmogelijk is om de informatieoverdracht te optimaliseren. Bovendien belemmert deze praktijk de toepassing van moderne (digitale) technologieën die het mogelijk zouden maken om rekening te houden met de actievare rol van de patiënten en de diversiteit van hun culturele, sociale en medische achtergronden. Daarnaast, stelt Van der Waarde, werd er bij het opstellen van de regelgeving over de typografie en vormgeving van de bijsluiternauwelijks gebruik gemaakt van bestaande professionele kennis en ervaring. Zoals van de Zwitserse typografie, waarvan de principes voor een deel in nauwe samenwerking met de Zwitserse farmaceutische industrie werden geformuleerd.

Ann Bessemans schreef een sterk aan de ontwerppraktijk en het wetenschappelijk onderzoek gelieerd essay over het ontwerp van geschikte lettertypen voor leesmethoden voor kinderen. Bessemans pleit voor een samengaan van de activiteit van de ontwerper en onderzoeker, voor een vorm van artistiek wetenschappelijk onderzoek naar lettertypen voor beginnende lezers. Zij toont aan dat er historisch gezien nooit consensus heeft bestaan over welk soort lettertypen nu het meest geschikt zijn om didactisch leesmateriaal te ontwerpen. De uitgangspunten voor het letterontwerp waren vrijwel altijd gebaseerd op vooronderstellingen of het gemak van de gewoonte en wetenschappelijk onderzoek was vaak typografisch nauwelijks geïnformeerd. Zij pleit daarom voor een nauwe samenwerking tussen wetenschappelijke onderzoekers en ontwerpers, of zelfs voor het samengaan van onderzoeker en ontwerper in één persoon. Haar eigen interdisciplinaire onderzoek naar en ontwerp van lettertypen voor visueel gehandicapte kinderen

is hiervan een sprekend voorbeeld.

De laatste bijdrage in dit themanummer is een 'visueel essay' van Pier Taylor waarin hij het ontwerpvoorstel en -proces van informatieobjecten voor de gebiedsbranding van de KennisAs Ede-Wageningen analyseert. De KennisAs is het hart van de 'Food Valley regio', een van de regio's in het sinds 2011 ontwikkelde 'topsectorenbeleid' van de Nederlandse overheid. Zijn essay beschrijft een work-in-progress en is een van de weinige publicaties over ontwerponderzoek vanuit het perspectief van de ontwerper. Dat maakt zijn bijdrage tot een waardevol document, waarin ons een blik achter de schermen wordt gegund van het ontwerponderzoek, van idee-ontwikkeling tot prototype. Taylor reflecteert in dit beeld-essay over zijn ontwerp van informatiebakens uitgebreid op de typografie en de toepassingen in verwante velden als illustratie, ruimtelijk ontwerp en omgevingsontwerp in een nieuwe-mediacontext. Zijn typografisch onderzoek resulteert uiteindelijk in het ontwerp van een visuele tekentaal, een beeldschrift gebaseerd op pictogrammen die worden gelezen als logogrammen (dat wil zeggen pictogrammen die op een lijn gelezen worden als een 'zin'). Vernieuwend is ook dat Taylor voor de beeldtaal van deze pictogrammen een digitaal font heeft ontworpen, dat de toepassing ervan op de informatiezuilen en -objecten voor derden moet vergemakkelijken.

Met deze bijzondere selectie artikelen hopen wij een extra impuls te geven aan het historisch onderzoek naar het typografisch systeem en de grafische ontwerppraktijk. Maar meer nog hopen we dat dit themanummer ook bijdraagt aan een nadere reflectie op de samenhang tussen kennis en praktijk. Voor de bestudering van design als discipline - maar dat geldt, *mutatis mutandis*, voor andere (artistieke) ontwerppraktijken als film, televisie, radio, fotografie of de geschreven pers - is immers nood aan een adequaat onderzoeksmodel en aan antwoorden op de vraag op welke vorm van wetenschappelijkheid het ontwerpen is gebaseerd. Bijzonder aan dit themanummer van *TMG* is dat er naast peer reviewed artikelen ook niet-peer reviewed artikelen, beeld-essays, interviews en portfolio's zijn gepubliceerd. We denken dat *TMG* daarmee de kans te baat heeft genomen om zich te manifesteren als tijdschrift dat zich op het snijvlak van mediageschiedenis en de mediapraktijk oriënteert. Dat maakt haar interessant voor een breder publiek.

Het themanummer 'Typografie in mediahistorisch perspectief' is de vrucht van anderhalf jaar intensieve samenwerking. Daarbij zijn bovendien nieuwe mogelijkheden voor de vormgeving van dit (online) academisch tijdschrift onderzocht. De experimentele vormgeving van dit themanummer is uitgedacht en uitgevoerd door Kemal Eroğlu en Ekaterina Zaitseva als onderdeel van hun eind-examenproject Graphic Design ArtEZ in Arnhem. Codering voor de online versie is uitgevoerd door Bernd de Ridder.

December 2016

Jack Post (*TMG*)

Ewan Lentjes (gastredacteur)

NOTEN

1. Gui Bonsiepe, "Design as a Tool for Cognitive Metabolism: From Knowledge Production to Knowledge Presentation." Paper gepresenteerd op het internationale symposium 'Recerca+Design', over de reikwijdte van industrieel design-onderzoek, Politecnico di Milano, mei 2000, www.guibonsiepe.com.
2. Jeroen van den Eijnde, *Het huis van ik. Ideologie en theorie in het Nederlandse vormgevingsonderwijs* (Arnhem: ArtEZ Press, 2015).
3. Henk Hoeks en Ewan Lentjes, red, *De kracht van de typografie. Cultuur, communicatie, nieuwe media* (Arnhem/Houten: ArtEZ Press/Terra, 2015). Engelse vertaling: Henk Hoeks and Ewan Lentjes, ed, *The Triumph of Typography. Culture, Communication, New Media* (Arnhem/Houten: ArtEZ Press/Terra, 2015).
4. De anonieme vertaler heeft zijn vertaling eerst verspreid in de vorm van tweets. Zie dit artikel in de *New York Times*: https://www.nytimes.com/2016/06/03/business/media/the-word-of-god-now-available-in-emoji.html?_r=0

BIOGRAPHY

Jack Post is senior lecturer at the Department of Arts and Literature, Maastricht University (The Netherlands). He holds a PhD in Semiotics of Film. His research is titled *Media Dispositives: Technology, Spectators and Texts* and his current research focuses on the field of digital textualities with an emphasis on digital typography. He published recently about computer games, mannerist and neo-baroque cinema, semiotics and typography, and kinetic typography. He wrote several contributions for the recent publicised handbook on typography: *The Triumph of Typography. Culture, Communication, New Media*. He is currently writing a book proposal on the Semiotics of Kinetic Typography.

Ewan Lentjes studied theology. He is a design critic and sat on the editorial board for the Dutch design magazine *Items* from 1998 to 2003. He taught design theory in the graphic design programmes at ArtEZ, Academie Minerva, KABK The Hague, and Academie St. Joost, where he was involved in the Visual Rhetorics research group. Until 2013 he was a researcher in the Art, Culture & Economy research group at ARCCI, ArtEZ Institute of the Arts and HAN University of Applied Sciences. He publishes regularly on graphic design and typography. In 2015 *The Triumph of Typography* was published, a study he compiled and edited with Henk Hoeks. Currently he is working on a publication about the design method developed by Dutch designer Gerard Hadders.