

# De compositie

Succesvolle grafisch ontwerpers beheersen de visuele elementen die de grondslag vormen van alle aspecten van het ontwerpen tot in de perfectie. De manier waarop ontwerpelementen op een pagina komen, wordt bepaald door de beschikbare ruimte en de opmaak, grootte en vorm van het eindresultaat.

Deze composities zouden een visuele hiërarchie tot stand moeten brengen die het oog van de kijker een geconstrueerde opeenvolging van beelden toont.

¶¶ Visuele geletterdheid is het vermogen om elk beeld abstract te zien, te begrijpen wat er in puur visuele termen gebeurt en visuele terminologie te kennen en begrijpen. Je moet je blik trainen om de kleinste details te zien en gevoelig zijn voor kleur, vorm en witregels. Het heeft weinig of niets te maken met inhoud of stijl. ¶¶

Rob Roy Kelly



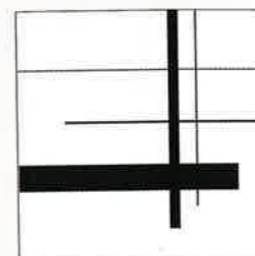
DEEL 1	BASISPRINCIPES
MODULE 2	DE COMPOSITIE
BLOK 1	<b>De basiselementen</b>

**Compositie verwijst naar de visuele structuur en organisatie van elementen in een ontwerp; het gaat daarbij over het proces waarin afzonderlijke delen of elementen tot een geheel worden gemaakt. Het zien van het grote geheel is belangrijker dan het zien van de onderdelen, en is net zo belangrijk als de afzonderlijke elementen waaruit een ontwerp bestaat.**

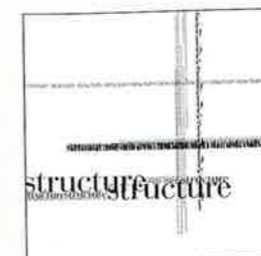
Ontwerpers ordenen afbeeldingen en tekst, bestaande uit vormen, grootten, kleuren en texturen, op veel verschillende manieren. Ze worden in allerlei vormen geproduceerd, van twee- en driedimensionaal en zwart-witontwerp tot werk in kleur, driedimensionaal, digitaal en bewegend.

Praktische kennis en verkenning van een compositie zijn cruciaal voor effectieve visuele communicatie: er komt zelfbeheersing bij kijken, zodat het gewenste effect wordt bereikt en de bedoelde boodschap wordt overgebracht. Voor het creëren van effectieve ontwerpen is het van het grootste belang

⊕ **Een compositie opbouwen** In deze reeks gaan horizontale en verticale lijnen geleidelijk over in typografische lijnen ter illustratie van een concept. Dezelfde basisprincipes gelden bij het positioneren van de tekst en kop ten opzichte van elkaar. Deze verhouding is belangrijk: de tekstelementen moeten in de juiste volgorde worden gelezen.



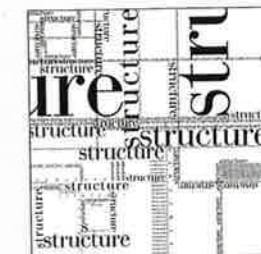
Zorgvuldig gerangschikte verticale lijnen van verschillende dikte in een rastervorm tonen een onderlinge ordening.



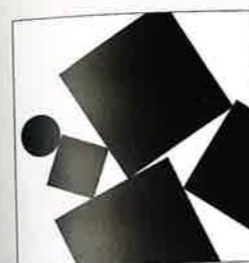
Tekst op de plaats van de lijnen (met het woord structure) versterkt het concept en verduidelijkt het verband tussen de grootte van de letters en de dikte van de lijnen.



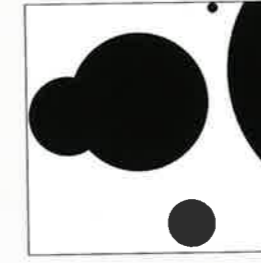
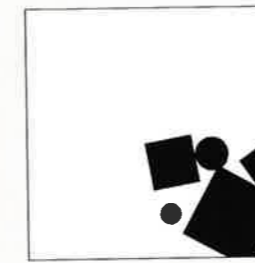
De structuur van de reeks wordt verder opgebouwd met nieuwe typografische lijnen die in hun samengaan dikkere lijnen suggereren.



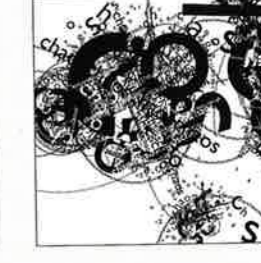
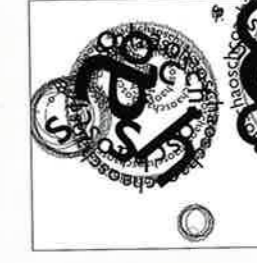
Op deze laatste compositie zijn typografische lijnen vervlochten tot een architecturale compositie met een evenwichtige verdeling.



⊖ **Negatieve ruimte** De positionering op de pagina is van groot belang. In de eerste compositie lijken de vormen agressief te vechten om meer ruimte. Wanneer de vormen worden verkleind en onderin een hoek staan, lijken ze uit beeld te willen rennen.



⊕ **Georganiseerde chaos** In de eerste compositie scheidt de positionering van de cirkel spanning door asymmetrie en afgesneden randen. In de tweede en derde compositie spelen dezelfde basisprincipes mee in de ontwikkeling: verzwarend door textuur, herhaling en variatie in positionering.



## ⊖ **Vorm en ruimte**

Met eenvoudige vormen, zoals punten, lijnen en geometrische vormen, kun je dynamiek aan de compositie geven door de positionering van elk voorwerp. Het samenspel tussen positieve en negatieve ruimte, de kracht van horizontale en verticale vormen, variaties in schaal en gewicht en de ruimte tussen de objecten helpt de aandacht van de lezer te trekken.

dat je over goede compositievaardigheden beschikt, ongeacht de methode die je gebruikt. Het kost tijd, geduld en oefening, maar het vertrouwen dat je erdoor krijgt en de voldoening die het schenkt, zijn immens.

Door de geschiedenis van de visuele kunsten heen zijn verschillende compositietheorieën aangevoerd. Vitruvius, de Romeinse architect en ingenieur, ontwierp een wiskundige formule voor de verdeling van ruimte in een afbeelding. Zijn oplossing, bekend als de gulden snede, was gebaseerd op een vaste verhouding tussen de langere en kortere zijde van een rechthoek. De Franse schilder Henri Matisse (1869–1954) legde meer nadruk op inspiratie. Hij zag compositie als de kunst van het schikken van elementen om uitdrukking te geven aan gevoelens.

## **Positieve en negatieve ruimte**

Positieve ruimte is een vorm of voorwerp dat voor het oog schijnt te bestaan. Het kan een vaste vorm zijn (groot of klein), een lijn of een textuur. Negatieve ruimte is alles rondom of binnen een voorwerp: de 'lege' ruimte die overblijft. Het is belangrijk om de relatie tussen positieve en negatieve ruimte effectief te gebruiken en die in eenvoudige compositiestudies te verkennen voordat je verdergaat met complexere ontwerpen. Bekijk het effectieve gebruik van positieve en negatieve ruimte nauwkeurig. Over het algemeen ondersteunt de negatieve ruimte het positieve 'beeld' in elke omgeving. Laat de verhouding tussen positieve en negatieve elementen niet over aan het toeval, maar houd ze in de hand om een goed overdachte en effectieve compositie te kunnen creëren.

De ruimte rond de rijstkorrelvorm in het zwarte vakje wordt herhaald in de verhouding met de typografie in het vakje erboven en in de positionering van het hele object op de pagina in de folder.



**De ruimte uitbreiden** De perfecte positionering van een wit figuurtje in een zwart vierkant vormt het uitgangspunt voor een serie ontwerpen. Herhaling met variatie komt tot uiting in de positionering en behandeling van de woorden boven het 'rijstvakje', waarmee haaks op de rijstkorrel een driehoek op het wit ontstaat: zo wordt de wisselwerking tussen figuur en ondergrond in de vierkanten versterkt.



De verpakking en displaydoos geven body aan de gekozen foto en het product zelf.

De positionering van het dubbele vakje op deze pagina, op de grens tussen het witte veld en de foto, weerspiegelt het beeld op de verpakking.



➤ **Letters, punten en lijnen** De krachtige horizontale strepen in de typografie suggereren lamellen voor een raam. De twee zwarte rondjes – de enige punten in de compositie – zijn asymmetrisch geplaatst en suggereren een binocle waarmee door de lamellen wordt gekeurd. Dit typografische beeld steunt en suggereert het onderwerp: een filmpromotie.

➤ **Vernieuwen** Eenvoudige vormen, lijnen en cirkels op deze grafische illustratie suggereren de machines die zo belangrijk waren in de industriële samenleving waarin de modernistische kunststroming opkwam.

➤ **Creatieve compositie** Deze drie beelden tonen hoe vloeiend de verbanden zijn tussen de compositie in fotografie en grafische beelden, in dit geval bij de ontwikkeling van een logo.



Witte ruimten zorgen voor spanning en contrast; de invloed van 'ongebruikte' ruimte in een compositie kun je gemakkelijk zien als je de verhouding van positieve en negatieve ruimte verandert. Als je op een relatief groot vel wit papier een stip in het midden zet, wordt die stip juist benadrukt in plaats van dat hij wegvalt. De hoeveelheid witte ruimte vestigt de aandacht op de stip. Soms kun je het contrast tussen beeldelementen en achtergrond versterken. Als vormen worden samengevoegd kunnen ze elkaar ondersteunen zodat de (normaal negatieve) ruimte vorm krijgt door de positieve



➤ **Symboliek** Punten, lijnen en vormen kunnen in de juiste context een sterke symboliek krijgen. De schilder El Lissitzky combineerde geometrische vormen en een felrood, wit en zwart palet in zijn krachtige politieke manifest *Versla de Witten met de Rode Wig*, uit 1919. De puntige rode driehoek van het Bolsjewistische leger trekt op en splijt de witte cirkel in deze grafische verbeelding van de Russische Burgeroorlog.

elementen, zoals in de verhouding 'afbeelding-achtergrond' (zie p. 36).

#### Punt en lijn

Een punt staat op zichzelf in een ruimte (een stip), maar is ook het begin van een lijn. Veel punten tezamen vormen het begin van een ritme of patroon dat (afhankelijk van uniformiteit, herhaling of wijziging in grootte of hoeveelheid) regelmaat of variatie kan voorstellen.

Een lijn is een pad tussen twee willekeurige punten. Hij kan recht zijn, gebogen, dik, dun, horizontaal, diagonaal, getand, doorlopend of onderbroken. Zachte, suggestieve lijnen duiden op rust en harmonie, terwijl scherpe zigzaglijnen disharmonie en wrijving oproepen. Twee samenkomende lijnen impliceren een punt dat in de verte verdwijnt, maar ook de illusie van drie dimensies in een tweedimensionale ruimte. Horizontale lijnen kunnen horizons voorstellen; verticale lijnen macht en kracht. Vaak geven lijnen beweging, stilstand, ritme en op- of neerwaartse beweging weer. Meestal ook bepalen ze een plaats en geven ze

richting aan, maar ze stellen ook allerlei verschillende effecten voor.

Bekijk de expressieve kwaliteiten van de sterke, nadrukkelijk geschilderde lijnen van Franz Kline of de dwalende, fragiel getekende en geschilderde lijnen van Cy Twombly. Wat het werk van ontwerpers betreft, kun je kijken naar Wolfgang Weingarts gebruik van lijnen in typografie als methode om informatie te ordenen, of naar het veelzeggende gebruik van rode en zwarte lijnen van de Russische constructivist Alexander Rodchenko. El Lissitzky en Piet Zwart maakten in hun werk ook nadrukkelijk en expressief gebruik van lijnen.

#### WOORDENLIJST

**Compositie:** de ordening van elementen of delen van een ontwerp (tekst, afbeeldingen) op de pagina.

**Element:** een klein onderdeel van een compositie, zoals een punt of een lijn, een afbeelding, een letter of woord.

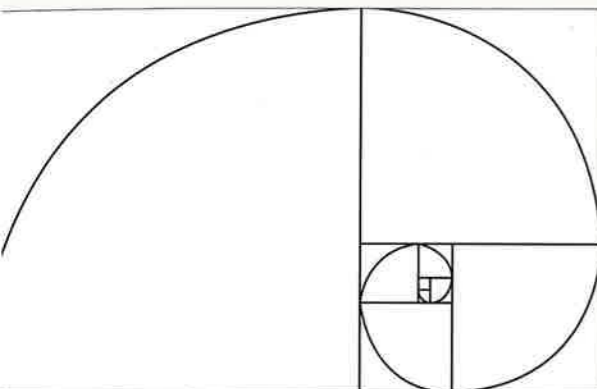
**Lijn:** een doorlopende verbinding tussen twee punten ('—').

**Negatieve ruimte:** het witte of gekleurde gebied rondom een element, bijvoorbeeld de marge op een pagina.

**Punt:** een stip op een pagina, zoals een punt (·).

**Positieve ruimte:** een vorm, afbeelding of woord dat op een pagina is gedrukt of gevormd.

➤ **ZIE OOK:** VORM EN RUIMTE, P. 36



**De Fibonaccispiraal**

Steeds als er een vierkant uit de sectie wordt gehaald, blijft er een kleinere rechthoek over waarvan één zijde dezelfde afmetingen heeft als het weggehaalde vierkant. De spiraal kan worden gebruikt om een proportionele en harmonieuze compositie te maken.

**Enkele trucs**

Verhoudingen tussen afbeelding en achtergrond zorgen voor verschillende effecten die verwarrend werken. Rubins vaas bijvoorbeeld (midden, links), berust op een visuele verwarring tussen afbeelding en achtergrond, zodat we ofwel gezichten ofwel een vaas zien.



DEEL 1	BASISPRINCIPES
MODULE 2	DE COMPOSITIE
BLOK 2	<b>Vorm en ruimte</b>

**Om goede compositievaardigheden te ontwikkelen is het van belang dat je weet welke rol visuele perceptie (het verwerken van visuele prikkels in de hersenen) speelt en wat het voor de communicatie betekent.**

Bewust of onbewust voorzien onze ogen onze hersenen voortdurend van informatie. De hersenen verwerken die visuele input en maken hem begrijpelijk. Het is belangrijk om dat proces te beheersen en te begrijpen hoe het werkt. Goed nadenken over ontwerpen vereist ook een begrip van de relatie tussen dingen. De relatie tussen visuele elementen is van grote invloed op de manier waarop we ze zien. In dit deel kijken we naar enkele van die relaties, en leren we ze te beheersen en te benutten.

**Afbeelding en achtergrond**

We ervaren een vorm altijd in relatie tot de ruimte die het inneemt en tot andere vormen die daarin aanwezig zijn. We noemen dit de verhouding afbeelding en achtergrond (waarbij afbeelding elk voorwerp in een ruimte is en achtergrond de ruimte waarin dat voorwerp zich bevindt). Je kunt ook in termen van negatieve en positieve ruimten over die verhouding spreken. Visuele elementen worden daarom altijd gezien in relatie tot een visuele oppervlakte, achtergrond of raamwerk.

Met andere woorden, een vorm wordt beschouwd als positieve ruimte en de ruimte daaromheen als negatieve ruimte. De ruimte in een vorm (de achtergrond) is in elk ontwerp een uiterst belangrijk element en niet iets wat overblijft als een vorm er eenmaal in staat: in het geheel van het ontwerp speelt het een rol omdat de achtergrond de vorm beïnvloedt en andersom. Meestal zien we de vorm eerder dan de achtergrond, of wat er in een ruimte is voor we de ruimte zelf zien. Een bekend voorbeeld van waar die relatie echter verwarrend wordt, komt uit de gestaltpsychologie: bij Rubins vaas is het effect afhankelijk van het feit of we het wit als vorm zien met het zwart als achtergrond, of het zwart als vorm en het wit als achtergrond. Zoals we links zien, kunnen de lijnen die de zwarte en witte oppervlakten

**WOORDENLIJST**

**Aanvulling:** onze geest ziet een onderbroken cirkel als heel.

**Gestaltpsychologie:** volgens deze theorie heeft de geest een holistische blik en zoekt hij patronen in chaos.

**Achtergrond:** de bladzijde, het oppervlak of vlak waarop een ontwerp wordt geplaatst.

**Wet van aanvulling:** aan de hand van vormsuggesties en nabij geplaatste elementen schept de geest een hele, ononderbroken vorm.



definiëren zowel naar binnen als naar buiten wijzen. Daardoor draait het oog snel de verhouding tussen afbeelding en achtergrond om.

**De wet van aanvulling**

Een ander fenomeen uit de gestaltpsychologie is de wet van aanvulling, die beweert dat we de neiging hebben lijnen of vormen die niet gesloten zijn, te dichteren of aan te vullen. Dit kan een handig middel zijn bij het ontwerpen. Het is gerelateerd aan afbeelding en achtergrond omdat het vertrouwt op ons vermogen de ruimte tussen voor- en achtergrond te verwaarlozen.

**Regel van derden**

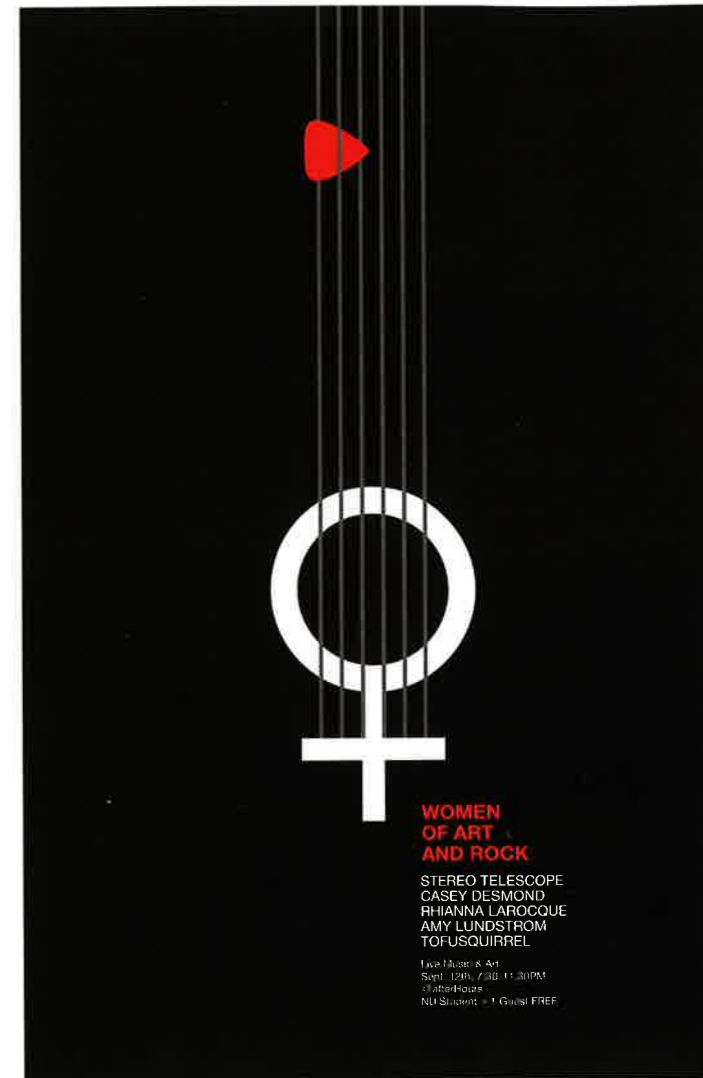
De regel van derden stelt dat de meeste composities dynamischer worden wanneer ze verticaal en/of horizontaal worden opgedeeld in drieën, waarbij belangrijke elementen in deze indeling worden geplaatst. Wanneer je een compositie in tweeën verdeelt, zal de blik van de kijker in het midden blijven hangen, met name als een object precies in het midden is geplaatst. De regel van derden zorgt ervoor dat de kijker zijn blik over de pagina laat dwalen. Dit principe geldt voor grafisch design voor drukwerk en animaties, maar ook wanneer je ontwerpt voor het web.

**Gestalt: de wet van aanvulling**

Deze voorbeelden van de wet van aanvulling tonen hoe ons brein incomplete vormen aanvult en de aandacht op het hele ontwerp vestigt. Bij de opmaak van een pagina, en bij iedere andere compositie, vestig je zo de aandacht op je ontwerp en laat je het oog van de lezer over de hele bladzijde, verpakking of poster dwalen.

**Negatief als positief**

Met de basisprincipes van negatieve ruimte en de omkering van het beeld op de achtergrond stuurt typograaf John Langdon op deze schildering het oog van de toeschouwer aan om twee woorden in één te zien: *you en me*.



**Derden** Eenvoudige geometrische vormen en lijnen, mooi geplaatst, brengen de muzikale boodschap over in deze dynamische toepassing van de regel van derden. De compositie is horizontaal en verticaal in drieën te verdelen, met het belangrijkste beeld precies in het midden. Een kleuraccent in de bovenste en onderste band trekt het oog van de toeschouwer op en neer over het oppervlak, waardoor de blik langer op het affiche wordt gevestigd.

DEEL 1	BASISPRINCIPES
MODULE 2	DE COMPOSITIE
BLOK 3	<b>Symmetrie/asymmetrie</b>

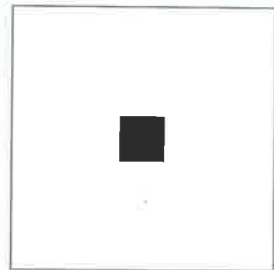
In ontwerpen verwijst symmetrie naar een ruimtelijke relatie tussen elementen en in het bijzonder naar een situatie waarin de elementen in een lay-out zijn gecentreerd en links en rechts of boven en onder evenveel ruimte hebben. De tweede betekenis van symmetrie is echter algemener en verwijst naar een gevoel van harmonie of evenwicht dat op zijn beurt schoonheid uitstraalt. Symmetrie bevat associaties met traditie, orde en rede.

**Ontwerp zonder symmetrie**

Bij asymmetrische ontwerpen (zonder symmetrie) zijn elementen niet gecentreerd maar gebruiken ze de hele vorm en creëren zo dynamische composities die met schaal, contrast, ruimte en spanning tussen de elementen spelen. Negatieve ruimte is minder passief bij asymmetrische ontwerpen of wordt duidelijk als onderdeel van het ontwerp zichtbaar. Asymmetrie wordt over het algemeen geassocieerd met minder regels en beperkingen. Toch heeft elke compositie zijn eigen bestaansrecht. Het gaat erom dat je leert wanneer het een de voorkeur geniet boven het ander. Asymmetrisch ontwerp lijkt wellicht minder rigide, maar het is belangrijk om te leren hoe asymmetrie elementen in een bepaalde ruimte activeert. Je zult het effect dat je wilt bereiken zorgvuldig moeten

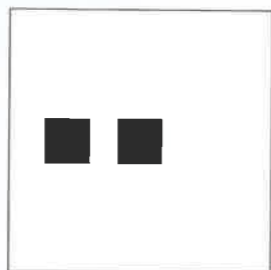
**De theorie testen**

In deze voorbeelden zijn verschillende effecten bereikt door te variëren met de plaats van het vierkant in het vaste raamwerk.



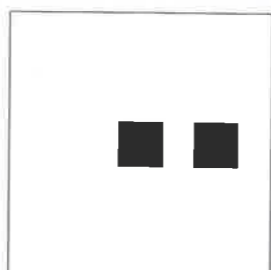
**1 Balans**

Het gecentreerde vierkant is stabiel of statisch, terwijl de ruimte overal even groot is.



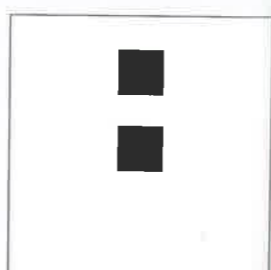
**2 Beweging naar links**

Als er een tweede vierkant bij komt, ontwikkelen zich visuele krachten.



**3 Beweging naar rechts**

Door de plaats van de twee vierkanten te veranderen, lijken ze naar rechts te bewegen.



**4 Beweging naar boven**

De plaats van de twee vierkanten doet een opwaartse beweging vermoeden.



bewerkstelligen in plaats van elementen willekeurig in een ontwerp te plaatsen.

**Kiezen voor symmetrie of asymmetrie**

Gelijksortige vragen komen bij elk project voor. Hoe moet het oppervlak worden verdeeld? Op welke manier moet het voorwerp het oppervlak innemen? De elementen hoeven niet per se op een centrale plek op het papier te komen, maar kunnen ook te voorschijn lijken te komen uit de hoeken. Zoals hierboven al is uitgelegd, lijkt een symmetrische compositie rustiger en vrediger, terwijl asymmetrisch geplaatste elementen meer dynamiek veroorzaken. Symmetrie neigt naar evenwicht en gebrek aan beweging, en asymmetrie brengt beweging en ruimtelijke spanning in een ontwerp.

**In harmonie** Het oude Chinese symbool voor dualiteit, yin (zwart) en yang (wit), is misschien het beroemdste voorbeeld van volmaakte symmetrie: de beide vormen zijn elkaar omgekeerde spiegelbeeld.

**Typografische symmetrie**

Gespiegelde letters, met de hand geschreven, vormen dit symmetrische ambigram van het woord *excellence*: het kan zowel rechtop als ondersteboven worden gelezen.



**WOORDBENLIJST**

**Asymmetrie:** een compositie waarin elementen naast elkaar staan en de andere vormen op de pagina niet weerspiegelen.

**Symmetrie:** een compositie waarin elementen in evenwicht zijn of weerspiegeld worden.

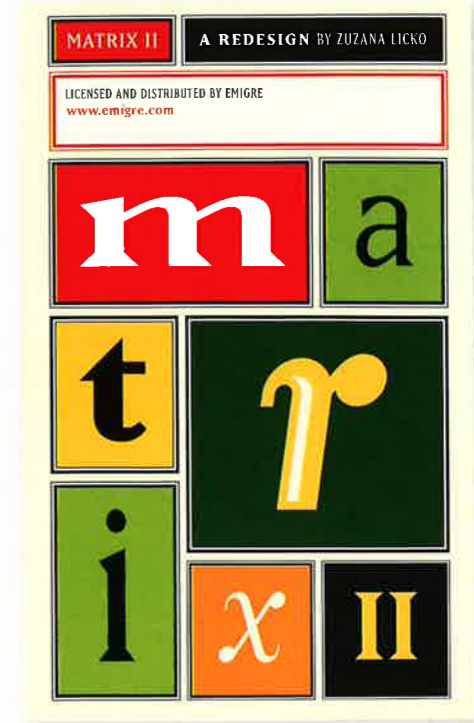
**Asymmetrie**

De positionering iets naar rechts op de verpakking wordt in evenwicht gehouden door het vage motief linksom: dit geeft tevens een suggestie van beweging.

**Symmetrie** Volmaakte symmetrie past goed op kleinere verpakkingen; een lichte suggestie van beweging wordt bereikt door een kleuraccent op de foto's.

**Anders maar evenwijdig**

De linker- en rechterpagina van dit strakke ontwerp zijn precies in evenwicht. De tekst is op beide pagina's geheel naar de rand verschoven en de informatie neemt links en rechts ongeveer evenveel ruimte in.



**Symmetrie in asymmetrie**

Precies gecentreerde lettervormen scheppen symmetrie binnen een actieve asymmetrische compositie. Contrast in positionering en kleur brengt ritme in deze dynamische compositie.

**Zang Tumb Tumb**

Bij dit affiche van Marinetti uit 1919 is gebruikgemaakt van asymmetrische typografie om gevechtsgeluiden uit te drukken. In de typografie verwijst 'onomatopoësis' naar het gebruik van letters om geluiden letterlijk weer te geven.



DEEL 1	BASISPRINCIPES
MODULE 2	DE COMPOSITIE
BLOK 4	<b>Basisprincipes van de lay-out</b>

**De term 'lay-out' verwijst naar de plaatsing van beelden en teksten die tezamen de inhoud van een ontwerp vormen. Je doel is om informatie op een logische, samenhangende manier te presenteren en tegelijkertijd belangrijke elementen te laten opvallen. Hierbij zijn de basisprincipes van een goede compositie van groot belang. Het gaat de ontwerper erom de content optimaal te presenteren.**

Het gebruik van een stramien en consistent opge- maakte elementen helpt de lezer ook om informatie op een visueel prettige manier in zich op te nemen, wat het overbrengen van de inhoud ten goede komt. Een goede compositie in de lay-out bereik je door gebruik van een stramien. Er zijn verschillende mogelijkheden.

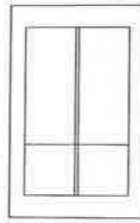
**Praktische factoren**

Er zijn drie basisstadia bij het maken van lay-outs. Als eerste ontvangt de ontwerper een opdracht van de klant, waarbij wordt vastgesteld welk materiaal gebruikt gaat worden. Dat is meestal een combinatie van tekst (bijv. hoofdtekst, koppen, kaders of bijschriften) en afbeeldingen (bijv. foto's, illustraties, kaarten, tabellen). De opdracht zou ook instructies over de gewenste uitstraling moeten bevatten, met het oog op de doelgroep. Moet de lay-out strak en instructief ogen en veel? Moet de tekst veel informatie bevatten? Of moet het ontwerp sober worden, met veel witruimte? Als de opdracht hier vaag over is, maak dan een afspraak met je klant en stel gerichte vragen om het doel helder voor ogen te krijgen.

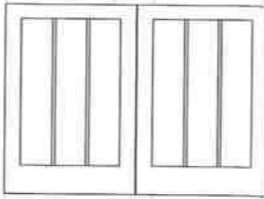
Vervolgens zul je de vorm en het budget in overwe- ging moeten nemen. Veel foto's en uitgebreide kopij op een kleine ruimte beïnvloedt de lay-out. Er moet over- eenstemming zijn over hiërarchieën (nadruk) in de kopij; een redacteur kan van tevoren aangeven welke koppen het belangrijkst zijn (bijv. 'A', 'B', 'C' enz.). Dergelijke ele- menten kunnen typografisch worden benadrukt met verschillen in lettergrootte, dikte, vorm en eventueel kleur. Bepaal hoeveel kleuren je gaat gebruiken. Je kunt zeer fraaie effecten bereiken met een beperkt

**Verdeel en heers**

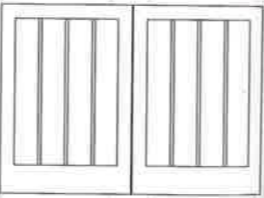
Informatie georganiseerd en betekenisvol plaatsen is van groot belang voor het overbrengen van de boodschap, vooral als het om veel tekst gaat. Er zijn veel manieren om de pagina in te delen en de keus zal worden gemaakt op basis van het soort ontwerp, de doelgroep en de hoeveelheid informatie op de pagina's of tekstblokken.



Individuele blokken van gelijk formaat, afgescheiden door onder- en boven- marges van gelijke breedte, werken perfect voor een compositie met veel beelden. De onderdelen kunnen worden gecombineerd. Twee of meer blokken kunnen worden samen- gevoegd voor grotere beelden of tek- stkolommen.



Drie kolommen werken goed voor een gemiddelde hoeveelheid tekst. Met dit driekolommenstramien kan de vormgever elke kolom op elke pagina gebruiken om extra wit toe te voegen, en de tekst en beelden ook asym- metrisch over de pagina's verdelen.



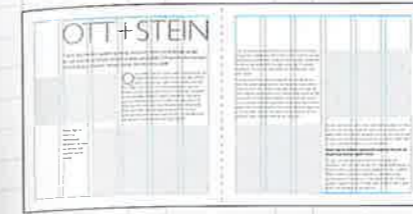
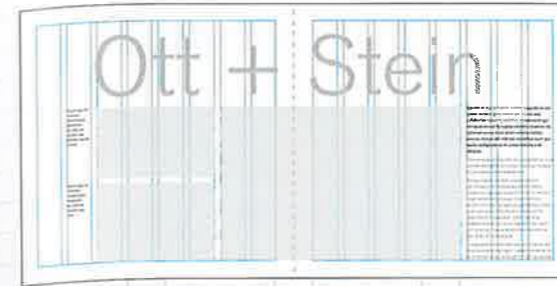
Een vierkolommensysteem geeft meer flexibiliteit voor variatie en positionering. Indien gewenst zorgt sym- metrische onderverdeling voor orden- ing en meer controle over het stramien. Een grotere marge onderaan is belangrijk voor boeken en folders: deze komt de leesbaarheid ten goede.

aantal kleuren, maar ook met het complete kleurenpa- let en effecten. Het aantal gebruikte kleuren is van invloed op het budget, dus zoek dit uit voordat je begint aan een kleurontwerp. Is je ontwerp bestemd voor internet, dan kun je zoveel kleuren gebruiken als je wilt, maar sommige kleuren zijn op een scherm makkelijker te lezen dan andere. Kijk voor webontwerpen op p.142-185

**Het stramien**

Het derde stadium draait om de organisatie. Bij druk- werk betekent dat dat je een stramien moet ontwerpen waarin verschillende elementen kunnen worden geplaatst in een kant-en-klare structuur, die het gehele ontwerp ondersteunt. Het stramien bepaalt de lay-out voor kolommen, marges en de ruimte voor tekst en beeld. Het is een middel om structuur en orde aan te brengen. In een goed ontworpen stramien is ruimte voor flexibele lay-outmogelijkheden voor de afzonder- lijke pagina's, terwijl het onderliggende systeem zorgt voor een visuele samenhang van een reeks pagina's. Dit is uiteraard essentieel bij redactioneel werk, maar is ook van toepassing op webpagina's, waarop sommige elementen hetzelfde blijven en andere veranderen.

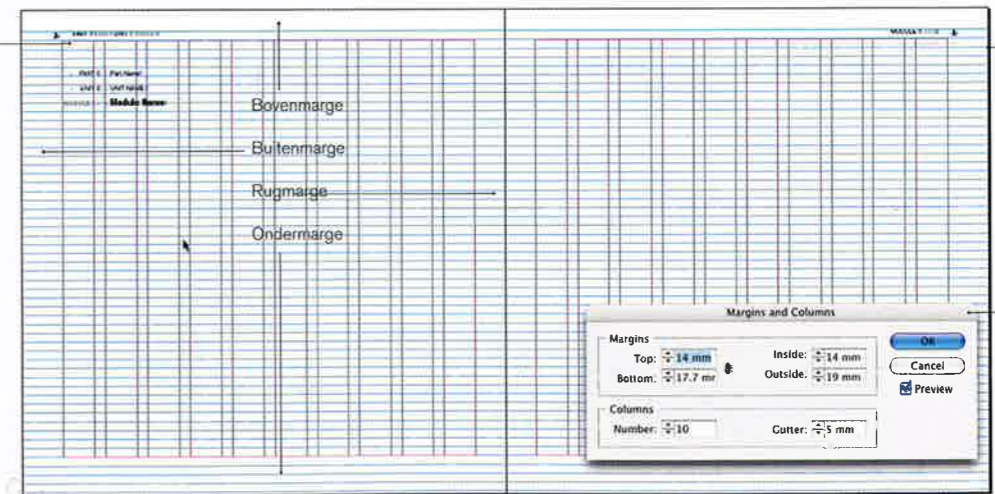
Als het goed is, beperkt het stramien je niet in je creativiteit. Juist binnen een goede structuur kun je waar nodig afwijken, maar het is zinvol deze structuur wel als uitgangspunt te nemen. Werkt het lastig, schakel het stramien dan uit en speel een beetje met de compositie. Zet het stramien weer aan en pas je ontwerp binnen de lijnen.



**Flexibiliteit** Alvorens je besluit tot een lay-out, kun je schetsend allerlei varianten verkennen. Hier zie je hoeveel mogelijkheden een eenvoudig stramien biedt; het zorgt voor structuur zonder dat het de creativiteit beperkt.

De bovenkant van de x-hoogte van tekstblokken. Normaal gesproken verschijnt boven deze lijn geen tekst meer

**Basisstramien** Marges, kolommen en vaste typogra- fische elementen, zoals pagina- nummers en sprekende kopregels, kunnen allemaal op het basisstramien worden gezet, wat een ontwerpsjabloon oplevert. In dit hele blok is het stramien op de pagina's afgedrukt.



Het basislijnraster van het stramien is gebaseerd op de lettergrootte en het belang van de platte tekst (de tekst op hetzelfde horizontale punt begint en eindigt)

Hier kun je het aantal kolommen per pagina en de ruimte ertussen (de marge) opgeven

**CHECKLIST BIJ HET BEGIN VAN EEN LAY-OUT**

- Wat is de doelgroep van het ontwerp?
- Welke verschillende tekstsoorten komen erin?
- Komen er foto's, illustraties, tabellen of een combinatie van de drie in?
- Hoeveel kleuren kunnen er worden gebruikt? Het budget zal daar bij drukwerk invloed op hebben.
- Wat is de vorm en uiteindelijke grootte van het ontwerp? Dit is ook gerelateerd aan het budget.
- Welke delen van de tekst moeten worden benadrukt?
- Verlangt de klant een bepaalde stijl?

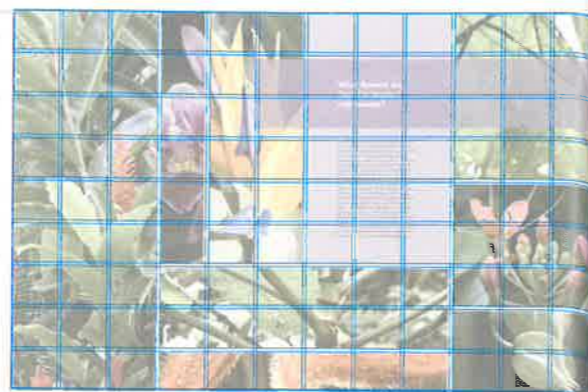


### Marges, stramien en structuur

Voor boeken en andere publicaties moet je eerst een overzicht van twee pagina's maken dat je vervolgens voor de hele publicatie kunt gebruiken. Zo kun je zien hoe de versopagina (linkerpagina) zich verhoudt tot de recto (rechterpagina) en hoe de balans tussen die twee is. De ervaring leert dat de binnenmarge half zo groot moet zijn als de buitenmarge, en de ondermarge groter dan de bovenmarge. Deze regels zorgen voor evenwicht, terwijl het tekstgedeelte prettig in de vorm staat. Bedenk dat de blik van de ene naar de andere pagina moet gaan en dat daarom de kloof of rugmarge (de twee binnenmarges tezamen), niet te groot mag zijn.

Houd het soort materiaal in gedachten als je de marges vaststelt. Paperbacks bijvoorbeeld, hebben vaak smalle marges om het aantal pagina's (en dus de kosten) zo laag mogelijk te houden. Geïllustreerde boeken hebben vaak bredere marges. Financiële overwegingen spelen een rol: voor verkoopbrochures en promotiemateriaal is vaak een groter budget, dus is er meer witruiimte mogelijk.

Het stramien laat de lay-out van kolommen, marges en de ruimte voor de hoofdtekst, bijschriften en afbeeldingen zien. Ook toont het de positie van herhaalde koppen (spreekende kopregels) en paginanummers. Deze elementen blijven meestal een aantal pagina's hetzelfde.



**Natuurlijke orde** Dit lichte stramien van blokken laat zien hoeveel vrijheid een ordelijke lay-out geeft. Met de zes kolommen per pagina zijn allerlei vormen en formaten mogelijk, waardoor de foto's en tekst optimaal tot hun recht komen. Grotere beelden houden de aandacht van de lezer vast.

**Variatie** Spreads uit hetzelfde boek tonen hoe flexibel dit stramien is, met kleurblokken, foto's over een halve pagina, doorschijnende vlakken en kleurvlakken, steeds binnen de strikte kaders van het stramien.



Nadat je het overzicht van twee pagina's hebt getekend, kun je wat lay-outs schetsen voorbereiden: dit kunnen kleine schetsen zijn of halfgrote afbeeldingen waarin de eerste ideeën worden getoond. Deze vroegtijdige denkperiode is belangrijk in het hele proces: je neemt belangrijke beslissingen over de compositie van pagina's en de organisatie van het materiaal. Voorbereidende schetsen kun je overbrengen naar de computer, zodat je snel meerdere varianten kunt maken, gebaseerd op het stramien. De tijd die het kost om ideeën te schetsen, is oneindig veel korter dan wanneer je ontwerpen direct op het scherm probeert te creëren. De computer is maar een instrument; het kan niet voor je denken. Met schetsen kan de fantasierijke ontwerper ideeën en mogelijkheden volledig verkennen voor hij aan de productiefase begint.

### Het gebruik van een stramien

Het stramien verdeelt de beschikbare tekstruimte in gelijke eenheden, waardoor een algehele visuele structuur ontstaat die helpt alle eenheden met elkaar te verbinden. De meest basale structuur – die vooral wordt gebruikt voor tekstmateriaal, zoals rapporten of romans – is die van één kolom met pagina. Wat betreft de breedte van de kolom, dat wil zeggen de lengte van de regels, geeft 8 tot 10 woorden of 60 tot 72 tekens per regel een optimale leesbaarheid. Voor ingewikkelde

lay-outs, waarin tekst, afbeeldingen, tabellen en bijschriften moeten worden geïntegreerd, is een verfijnder, horizontaal en verticaal stramien nodig. In een stramien met drie tot zes kolommen kunnen allerlei soorten elementen worden gebruikt. Hoe meer eenheden, hoe flexibeler je bent in het inpassen van zowel kleine stukjes kopij, zoals bijschriften, als langere stukken tekst, zoals een inleiding op een hoofdstuk of illustraties. Neem niet domweg de standaard instellingen van de computer over, maar beslis zelf over de instellingen (hele getallen voor elke kolom).

Idealiter zou een stramien ook verticale ondersteuning moeten bieden, zowel voor de structuur als voor de orde. Geef voor de continuïteit koppen, ondertitels, bijschriften en paginanummer vaste plaatsen. En tot slot: wees flexibel. Na twee of drie spreads kan het stramien te rigide lijken, dus pas het dan aan. Stramienen moeten niet beperkend werken, maar een structuur bieden waarin allerlei composities mogelijk zijn.

### Vorm en functie

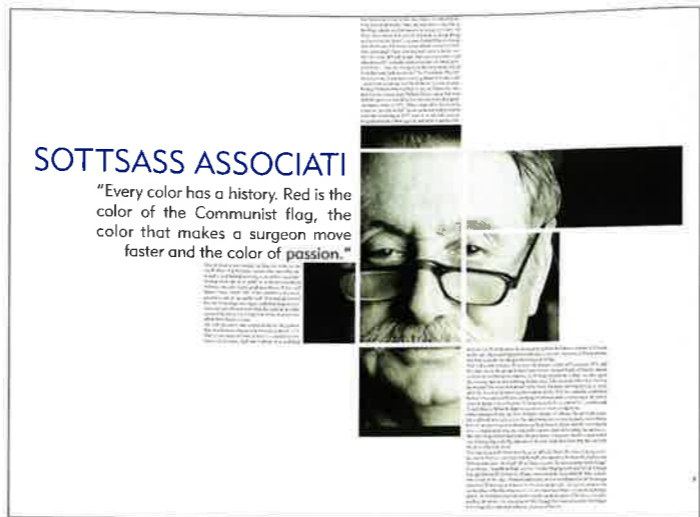
Denk bij het kiezen van een stramien na over de formatstijl en de gebruiker. Als de informatie netjes kan worden verdeeld over vakken, is een zigzag-vouwsysteem handig voor het tonen van de informatie in een logische volgorde. Deze slanke, harmonica-gewijs opgevouwen brochure maakt gebruik van veel elegante witruijten en herhaling van de vorm in de foto.

**ZIE OOK:**  
DOELGROEPEN, MARKT EN CONCEPTEN, P. 24  
LAY-OUTSTIJLEN, P. 24  
TEMPO EN CONTRAST, P. 24  
GROOTTE EN VORM, P. 50  
TYPOGRAFISCHE ACCENTEN EN HIËRARCHIE, P. 78

DEEL 1	BASISPRINCIPES
MODULE 2	DE COMPOSITIE
BLOK 5	<b>Lay-outstijlen</b>

Lay-outs kunnen worden onderverdeeld in twee basisstijlen: symmetrische en asymmetrische. Algemeen gezegd heeft een symmetrische stijl een traditionele benadering: het ontwerp is rondom een middenlijn gestructureerd. Dit type lay-out vindt zijn oorsprong in vroeg gedrukte boeken die op hun beurt de lay-out hebben overgenomen van handgeschreven manuscripten uit de middeleeuwen. De asymmetrische stijl is niet gecentreerd, dynamisch en wordt geassocieerd met 20e-eeuws modernisme.

Symmetrische lay-outs komen vaak voor op titelpagina's van boeken, waar elke regel is gecentreerd. Ook traditioneel is het gebruik van schreeffletters, vaak in gespateerde hoofdletters met soms een toegevoegd ornament. Het wordt als traditioneel beschouwd, omdat tot de jaren 20 van de vorige eeuw de meeste publicaties op deze manier werden ontworpen. Het is niet eenvoudig om in een symmetrisch ontwerp een evenwichtig uitzienende compositie te maken. De lettergrootte moet nauwkeurig worden gekozen en ook de ruimte tussen elke regel vereist aandacht, omdat bepaalde informatie tot dezelfde typografische 'eenheid' behoort en dus ook als zodanig gerangschikt moet worden. Het instellen van de horizontale ruimte tussen regels is cruciaal. Over dit soort dingen dien je te oordelen, terwijl de balans en kwaliteit van de compositie behouden blijft. Zie voor goede voorbeelden van symmetrische typografie het werk van Aldus Manutius, de Dolphin Press en de Venetiaanse drukkers uit het eind van de 15e eeuw.



**De asymmetrische revolutie**

Asymmetrische lay-outs kunnen worden herleid naar de jaren 20 en 30 van de vorige eeuw en in het bijzonder naar het Bauhaus. Kunstenaars als Kurt Schwitters en Theo van Doesburg experimenteerden met lay-outs die waren gebaseerd op een excentrische middenlijn, die ze spannender en dynamischer vonden. In deze stijl worden de letters in principe links uitgelijnd; uitlijning rechts wordt aan slechts enkele regels voorbehouden omdat men in het Westen gewend is van links naar rechts te lezen en een rechts uitgelijnde tekst dus vermoeiend kan zijn om te lezen. Andere invloedrijke ontwerpers zijn Armin Hofmann, Wim Crouwel en Josef Müller-Brockmann.

De moderne beweging keurde versieringen ook af en schreefloze lettertypen overheersten vanwege hun heldere lijn en moderne uitstraling. Het werk van het Bauhaus en hun stilistische afstammelingen, zoals de Zwitserse drukkers uit de jaren 50 en 60 van de vorige eeuw, is ook meestal in schreefloze letters en vaak in

**Asymmetrisch paginaontwerp**

Tweezijdig uitgevulde tekstblokken spelen een belangrijke rol in het asymmetrische rasterontwerp voor een pagina. De ongebruikelijke onderverdeling van de foto maakt het stramien tot het voornaamste element in het ontwerp; de smalle marges spelen de rol van lijnen, een werkwijze die is ontleend aan het constructivisme.

**Balans**

Het symmetrische stramien op deze pagina's toont een forse typografie in verschillende stijlen, met en zonder schreef. Ze verdelen de pagina's en spelen een centrale rol in het ontwerp van de composities.

onderkast gezet. Ruimten, in diverse breedtes, is een ander kenmerk, vaak in twee kleuren, zoals rood en zwart. Een andere interessante typograaf, wiens werk beide stijlen vertoont, is Jan Tschichold. In zijn begintijd werd hij sterk beïnvloed door de modernistische filosofie van het Bauhaus en hij wordt gezien als een pionier van de asymmetrische revolutie. Later veranderde hij echter van richting en wees hij de rechtlijnige aanpak die hij in zijn boek *Asymmetric Typography* beschreef, af. Weer later keerde Tschichold terug naar het regelmatige gebruik van gecentreerde, schreeffletters, maar hij bleef in beide stijlen werken.

**Stijlen integreren**

Moderne ontwerpers integreren vaak beide stijlen. De onderverdeling is arbitrair en hedendaagse typografen als April Greiman en Philippe Apeloig gebruiken beide in hun zoektocht naar visuele oplossingen. Om te kunnen beoordelen welke stijl het best geschikt is voor een ontwerp, dien je beide stijlen te begrijpen en hun historische gebruik en contexten te kennen. Het beste advies is om de filosofie van Jan Tschichold op te volgen en beide stijlen te gebruiken.



**ZIE OOK:** SYMMETRIE/ASYMMETRIE, P. 38  
BASISPRINCIPES VAN DE LAY-OUT, P. 40  
GROOTTE EN VORM, P. 50

**Klassiek gecentreerd**

De *Hyperotomachia Poliphili*, in Venetië in 1499 gedrukt door de Dolphin Press van Aldus Manutius, is een voorbeeld van de mooiste boekdrukkunst uit de renaissance. De symmetrische druk harmonieert met de houtgravures.



**Stijlen combineren**

Inlegvellen, kleinere pagina's en uitklappagina's laten symmetrie en asymmetrie in je ontwerp samengaan. In dit boek over de geschiedenis van kimono's dragen ze bij aan het decoratieve gehalte. Deze ongebruikelijke combinatie is beïnvloed door de asymmetrie in traditionele Japanse kunst.

DEEL 1	BASISPRINCIPES
MODULE 2	DE COMPOSITIE
BLOK 6	<b>Tempo en contrast</b>

**Tempo en contrast zijn wezenlijke eigenschappen als je de interesse van een lezer wil vasthouden: ze brengen variatie aan. Dit geldt met name voor tijdschriften en boeken met veel illustraties, waarin de blik van de ene naar de andere tekst moet worden geleid. Denk in filmtermen: het publiek moet verschillende ervaringen ondergaan, verschillende reacties hebben en genieten van de complete ervaring van het begin tot het einde. Het digitale tijdperk wordt gekenmerkt door mensen die multitasken en hun aandacht vasthouden kan dan ook een uitdaging vormen.**

In een doorlopende tekst neemt de lezer meer tijd om informatie op te nemen, terwijl een sterk geïntegreerd ontwerp met vlakken, afbeeldingen, bijschriften, citaten, enzovoort, veel meer variatie heeft. Je kunt een artikel vluchtig doorlezen, op sommige pagina's alleen de foto's bekijken en in weer een ander deel kun je specifieke informatie zoeken. Het tempo wordt gedicteerd door de inhoud en de beschikbare ruimte. Contrast houdt nauw verband met tempo: als je tempo in een ontwerp wilt brengen, kun je visuele nadruk leggen door grote letters en afbeeldingen te gebruiken.



**Het tempo beheersen**  
Bij het ontwerpen gelden dezelfde basisprincipes voor ieder platform, of het nu gaat om teksten op een website, drukwerk, animatie of affiche. Het stramien op het scherm links voegt zich naar de gebruikelijke elementen van koppen en hiërarchieën en varieert met het tempo van de pagina's, waarin kleurige paginavullende foto's en bladzijden met kleiner beeld worden afgewisseld. De lezer heeft meer mogelijkheden voor inzoomen en links dan bij gedrukte boeken, dus het beeld moet net zo strak gepland worden in een paginaoverzicht.

**Vaart** In de publicatie Gateway 241 zijn afwisselend spreads met een krachtig landschap of horizontaal beeld geplaatst. Er is voldoende vormvariëteit om het spannend te houden. Het tempo is gevarieerd door schaalcontrast, goed gebruik van witruimten, paginavullende foto's, mooie cijfers en infoteksten die zich over de kneep in het midden bewegen en een landschap op een dubbel uitklapvel.

Anderzijds kun je een rustpauze inbouwen door pagina's met alleen tekst of veel witruimte te gebruiken.

**Tempo plannen**

Om een juist tempo te vinden, met op een reeks opeenvolgende pagina's contrast en visueel ritme, is een algemene opzet nodig. Te veel visuele complexiteit kan averechts werken, maar een reeks spreads met hetzelfde uiterlijk kan saai worden, waardoor je de aandacht van de lezer misschien verliest.

Een uiterst goede techniek is om een overzichtsplan te maken waarop het totaal aantal pagina's van de publicatie staat. Het overzichtsplan, met spreads, kan klein worden getekend. Het bevat paginanummers, titels en inhoud. Een snelle inspectie van dit plan geeft een brede kijk op hoe het materiaal eruit zal komen te zien.

Wanneer je begint met je ontwerpproces moet je niet te afhankelijk worden van de afbeeldingen die je op scherm creëert. Als het eindresultaat als drukwerk is bedoeld, druk dan het document gedurende het ontwerpproces vaak af en bekijk het ontwerp op ware grootte. De grootte van het lettertype, de kwaliteit en verhoudingen van de afbeeldingen, de witruimte en de overgang van de ene spread naar de andere moeten worden beoordeeld in het formaat waarin de gebruiker het eindproduct zal bekijken. Neem de tijd en wees flexibel genoeg om veranderingen waar nodig aan te brengen.

**Vaart en ritme creëren**

Het begin van een artikel of hoofdstuk kan vaart en ritme creëren in de vorm van grote koppen, vetgedrukte letters, kleurveranderingen, enzovoort. Er zijn veel variaties mogelijk in de lay-out van afbeeldingen en tekst. Je kunt foto's

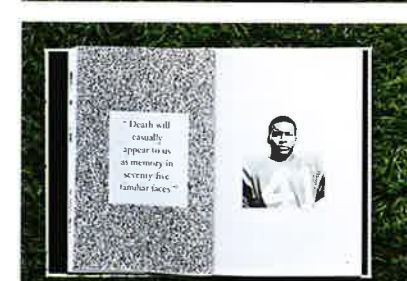
gebruiken als fries (een smalle reeks afbeeldingen boven aan spreads). Je kunt ook één grote foto en vijf kleinere plaatsen. Je kunt ook nog op strategische punten van het stramien afwijken. Afhankelijk van de afbeeldingen kun je verticale beweging creëren met smalle verticale plaatjes. Omgekeerd kun je ook met foto's van landschappen een sterke, horizontale beweging creëren. Contrast bereik je met verticale en horizontale beweging op twee tegenover elkaar liggende pagina's of een reeks daarvan.

Je kunt tempo aanbrengen door zwart-witplaatjes naast kleurenafbeeldingen te plaatsen of zwart-witte naast tweekleurige afbeeldingen. Variatie in smalle en brede tekstblokken voegt zeker tempo toe: hierover moet je echter al in de stramienontwerpfase beslissen. Het gebruik van felle achtergrondkleuren of letters in spiegelbeeld kunnen ook zorgen voor een gevoel van beweging, een verandering van snelheid en een gevarieerd ritme. Elke verandering van vorm zal resulteren in een tempowisseling.

**Gedrukte publicaties**

Bij tijdschriftontwerpen is tempo en contrast van fundamenteel belang. Waarschijnlijk is er in tijdschriften op dat punt meer variatie dan in welke ontwerpcategorie ook. Ze variëren van intellectuele, politieke, economische of filosofische bladen tot tijdschriften over sport, kunst, satire en ontspanning. Het tempo hangt af van de inhoud en het

**Tempo** De ontwerper van de uitgave *The Seventy-Five Familiar Faces* gebruikte een monochrome tint en wisselde tekst en beeld af om een statisch effect te voorkomen. Daardoor wordt spanning opgebouwd in dit tragische verhaal uit de wereld van American football.



**ZIE OOK:** BASISPRINCIPES VAN DE LAY-OUT, P. 40





lezerspubliek. Tijdschriftenlezers verschillen van boekenlezers omdat de manier waarop ze het product bekijken onvoorspelbaar is. Sommigen laten zich leiden door de inhoudsopgave en lezen de artikelen op volgorde. Anderen slaan willekeurig een pagina op en weer anderen lezen de onderdelen in een vaste, persoonlijke volgorde. Daarom moet bijna elke pagina visueel interessant zijn.

Lezers van tijdschriften kunnen de publicatie thuis bekijken, in een ontspannen omgeving zonder afleidingen. Maar ze kunnen ook een exemplaar doorbladeren in een wachtruimte of andere publieke ruimte. Omdat geïnteresseerde lezers trouwe abonnees kunnen worden, moet het drukwerk de lezer aanspreken. Ontwerpers proberen op allerlei manieren de stijl en stemming van een tijdschrift weer te geven, alleen al door de paginering. De Amerikaanse ontwerper Alexey Brodovich is een meester in het maken van lay-outs voor tijdschriften. Hij werkte voornamelijk in de jaren 40 en 50 van de vorige eeuw. Ook Bradbury Thompson begreep het belang van tempo en contrast.

In geïllustreerde boeken is ook verandering van tempo nodig. Over het algemeen lezen consumenten een boek van het begin naar het einde. Ook wordt een boek wel

**Flexibiliteit** De lay-out van de brochure Gloria Cortina Mexico toont hoe flexibel de compositie kan zijn. In een reeks dynamische spreads met een boeiende en verrassende beeldplaatsing resulteert deze flexibiliteit in ritmische afwisseling met een elegante uitstraling.

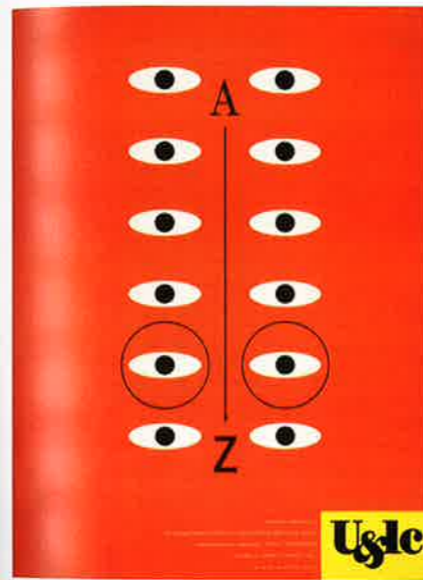
eens willekeurig opengeslagen, maar niet zoals dat bij tijdschriften gebeurt. Financiële factoren zullen ook een rol spelen. Als er een ruime hoeveelheid pagina's beschikbaar is, kun je inleidingen introduceren en veel witräume gebruiken om bijvoorbeeld met koppen een gevoel van drama te creëren. Een algemene leidraad is dat je een stijl met een sterke visuele identiteit dient te vinden. Te veel diversiteit kan tot verwarring leiden. Probeer niet na veel afbeeldingen alle tekst op één plek bij elkaar te plaatsen: hierdoor raken lezers ontmoedigd. Als de tekst bij elkaar moet staan, zorg dan voor ondertitels en misschien citaten om de lezer visueel rust te gunnen. Lezers van tijdschriften kunnen de publicatie thuis bekijken, in een ontspannen omgeving zonder afleidingen. Maar ze kunnen ook een exemplaar doorbladeren in een wachtruimte of andere publieke ruimte. Omdat geïnteresseerde lezers trouwe abonnees kunnen worden, moet het drukwerk de lezer aanspreken.

Een publicatie is pas interessant als iedere pagina iets boeiends bevat en als de stijl van de vormgever duidelijk naar voren komt. Bij trendy en edgy publicaties, maken vormgevers van alle mogelijke middelen gebruik om de



**Spelbreker**

Deze alternatieve reisgids voor Londen is geïnspireerd op fanmagazines. De traditionele regels voor grafisch ontwerp worden hierin met voeten getreden en het resultaat is vlot, ruig en dramatisch. Maak je de regels van tempo en contrast in de lay-out eigen voordat je besluit ze te breken.



**Speels en sophisticated** Met humor en een snufje surrealisme geeft Carin Goldberg op deze mooie, iconische covers voor de *New York Times* en het typografische tijdschrift *U&I* uiting aan de hedendaagse cultuur, met een knipoog.

sfeer te verhogen, zoals de paginering en tekens die de weg door de tekst wijzen.

De Amerikaanse ontwerper Alexey Brodovich is een meester in het maken van lay-outs voor tijdschriften. Hij werkte voornamelijk in de jaren 40 en 50 van de vorige eeuw. Ook Bradbury Thompson begreep het belang van tempo en contrast (zie de *Westcavo Inspirations*).

**Digitale publicaties**

Elektronische tijdschriften vereisen andere strategieën: op het scherm is de wisselwerking tussen letter en beeld veel directer. Afbeeldingen zijn gemakkelijker te bewerken voor verschillende doelen. Sommige principes uit gedrukt werk gelden misschien niet voor digitale ontwerpen: één duidelijk verschil is in elk geval dat de lezers omhoog en omlaag scrollen in plaats van pagina's omslaan. In plaats van lettergrootte, stijl of een nadrukkelijke positie in te nemen kunnen letters bewegen of verandert een statisch beeld met een klik in een filmpje. Kies een paginering en grafische elementen die goed bij de functie van de website passen.

Kortom, een heel nieuwe esthetiek ontwikkelt zich hand in hand met de digitale technologie. Uiteindelijk blijven de basisregels voor tempo en contrast bij gedrukt werk deels van toepassing op digitaal werk. Hoe leidt men de kijker door het doolhof van beschikbare informatie? Webontwerpen biedt meer mogelijkheden dan drukwerk, en tegen lagere kosten. Dat maakt het dan ook noodzakelijk bij digitale ontwerpen de grenzen van drukwerk te overstijgen. De meeste online-kranten worden nog steeds ontworpen naar voorbeeld van de strakke en vlakke, ruimtebesparende opzet van papieren kranten; ze bieden weinig interactieve mogelijkheden. Digitale publicaties bieden juist prachtige kansen om digitaal ontwerp te presenteren.

De basisregels van lay-out voor gedrukte ontwerpen zijn niet meer en niet minder dan de uitgangspunten voor digitale ontwerpen. De regels waaraan goed design moet voldoen moeten altijd in acht worden genomen, ongeacht het formaat of type. Een designer moet deze altijd juist kunnen toepassen.

**Complex stramien** Digitale publicaties hebben een complex stramien met meervoudige mogelijkheden: ze vergen de volledige aandacht van de ontwerper. Een goed ontworpen digitale publicatie moet net zo spannend en visueel veelzeggend zijn als een gedrukte pagina. Digitaal tijdschrift *TLQ* is perfect vormgegeven tot in de kleinste details van swipes, scrolls en zooms.





#### ⚡ Krachtige vormen

Een ouderwetse ijscofkar vormde de inspiratie voor dit project. Onder de gestanste cover gaat een vrij traditioneel boekje schuil.

DEEL 1	BASISPRINCIPES
MODULE 2	DE COMPOSITIE
BLOK 7	<b>Grootte en vorm</b>

Grootte en vorm zijn bij elk gedrukt ontwerp belangrijke

overwegingen. Ze worden beïnvloed door het budget, praktische beperkingen, het formaat en de gestelde eisen. Het gebruikte materiaal is van grote invloed op hoe het drukwerk in de hand ligt. Drukwerk is een intiem medium dat dicht op de huid zit. Dat heeft niet alleen te maken met de fysieke afmetingen maar ook met de binding, het gewicht en de textuur van het papier, keuze voor matte of glanzende uitstraling, gewone of metallic inkt, gebruik van folie, reliëfwerk: al deze facetten kunnen bijdragen aan de sfeer van het product. Digitale ontwerpen daarentegen worden vooral bepaald door gebruiksgemak en interactieve mogelijkheden.

#### Eerste overwegingen

Ten aanzien van de vorm wordt de ontwerper vaak beperkt door externe factoren. Drukwerk als verslagen, postpapier en officiële formulieren hebben een standaardformaat; er moeten echter nog andere factoren in aanmerking worden genomen. De kosten komen op de eerste plaats: kan het gekozen formaat zuinig uit grotere vellen worden gesneden of wordt er dan onnodig papier (en geld) verspild? Bereken nauwkeurig wat de kosten zijn voor het gekozen formaat in de gewenste oplage. Wordt het product per post verzonden? Weeg een blanco proefexemplaar om de portokosten in te schatten. Verzending van een groter formaat is mogelijk te duur om in een oplage van duizenden stuks te versturen. Kan het drukwerk economisch worden opgevouwen, rekening

houdend met de richting van de papiervezels. Experimenteer met je printer en zoek de meest economische en milieuvriendelijke oplossing. Neem deze als uitgangspunt voor je het formaat van je ontwerp bepaalt.

#### Inhoud bepaalt vorm

In de boekdrukkerij zou de vorm bepaald moeten worden door doel of aard van het eindproduct. Boeken met alleen maar tekst geven minder problemen dan geïllustreerde boeken. Om lekker door te kunnen lezen bepalen een goede korpsgrootte en ruime marges normaliter de vorm (staand of liggend). Paperbacks, die goedkoop en draagbaar moeten zijn, hebben over het algemeen kleine letters. In geïllustreerde boeken moeten de afbeeldingen een redelijke grootte hebben, dus is een groter formaat een vereiste – maar maak voor je begint een blanco



#### ⚡ Kunstig boek

Ongebruikelijke formats kunnen een eenvoudig ontwerp omzetten in een conceptueel kunstwerk. Een alternatieve binding kan het boek tot een aparte tastbeleving maken en de inhoud op subtiel manier ondersteunen.

#### ⚡ Dramatische

**landschappen** De horizon op deze twee pagina's vullende foto loopt door vanuit de typografische zichtlijn op de voorgaande pagina's en zorgt voor extra dramatiek.

#### ⚡ Verticale oriëntatie

Boven elkaar geplaatste verticale tekstkolommen, ondersteund door verticaal georiënteerde typografische illustraties, geven een hoogtewerking en dramatiek in dit ontwerp waarin de tekst ook als beeld fungeert.



proefexemplaar om te controleren of het boek niet te groot en te zwaar wordt. Illustraties en foto's zijn ook op kleiner formaat nog van waarde, en een iets kleiner boek is prettiger te hanteren. De allergrootste maten zijn meestal gereserveerd voor kunst- en designboeken en museumcatalogi, waarin de kwaliteit van de beelden essentieel is voor het succes van de uitgave. Bij digitale uitgaven is formaat een minder belangrijke overweging, aangezien de gebruiker naar wens kan inzoomen op de beelden.

Laat waar mogelijk moet de inhoud het formaat bepalen. Ga uit van de content en overweeg alle mogelijke materialen voor je een definitief besluit neemt. Voor mooie panoramafoto's is een liggend boekformaat (of volledig schermformaat) waarschijnlijk het geschiktst. Experimenteer met je eerste schetsen voor de lay-out en bepaal zo de beste vorm. Als het ontwerp veel witruimte in het ontwerp vergt, houd hiermee dan rekening bij het bepalen van de marges en afloop in het midden. Meertalige publicaties hebben hun eigen problemen. Het is meestal raadzaam twee of drie talen naast elkaar te plaatsen, zodat de tekst kan doorlopen en de eventuele illustraties en verwijzingen op dezelfde pagina (of hetzelfde scherm) te zien zijn.

Dankzij de internationale standaardisering van papierformaten kunnen de prijzen weliswaar laag blijven, maar steeds hetzelfde formaat wordt ook 'saai'. Daarvoor zijn een paar inventieve oplossingen, maar zorg wel dat ze bij het ontwerp van je publicatie passen.



#### ⚡ Nostalgisch

Dit geestige, zigzagsgewijs opgevouwen ontwerp is gemaakt ter gelegenheid van een community-artproject onder leiding van kunstenaar Mark Storer in de kustplaats Jaywick. Het conceptontwerp en format herinneren aan een ouderwetse briefkaartenreeks.

#### Vouwen en binden

Het op een aparte manier vouwen van folders en brochures kan een goede manier zijn om op te vallen. Het zodanig ordenen van kopij dat deze de vouwvorm volgt, of dat nu een wikkelf- of een zigzagvouw is, zorgt voor een grappig effect en is een uitstekende manier om de lezer aan te sporen tot lezen.

Ook zijn er mogelijkheden bij het binden en kunnen heel eenvoudige ideeën de aantrekkingskracht van een product vergroten. Door elke voorgaande pagina bijvoorbeeld iets korter te maken, krijgt de volgende pagina extra ruimte. Maar ook het inbinden van ongesneden pagina's straalt een aantrekkelijke, ambachtelijke sfeer uit, net als gekleurd draad voor het innaaien. Zulke ideeën zijn gemakkelijk uitvoerbaar; ze hoeven niet veel te kosten en kunnen je ontwerpen anders en gedenkwaardig maken. Houd vanaf het begin alle aspecten van het ontwerp voor ogen: als je een of twee elementen verandert, kan het eindresultaat totaal anders worden en met je sommige dingen overdoen. Het leuke van ontwerpen is het bedenken van slimme oplossingen, verrassende materialen, nieuwe media, en het combineren van klassieke technieken op een nieuwe, spannende manier.

Neem de tijd om je beslissingen te heroverwegen. Bedenk: alles wat jij ziet, ziet de klant ook. Bekijk elk aspect van het project met een kritisch oog, tot in de kleinste details.

#### WOORDALFABET

**Boekblok:** de gedrukte en gevouwen katernen van een boek.

**Garenloos binden:** bindwijze waarbij de rug van het boekblok wordt schoongesneden. Met lijn wordt daarna het omslag aangebracht.

**Ingenaaid:** elk los katern wordt met garen vastgenaaid. Daarna worden alle katernen gezamenlijk als boekblok aan de rugzijde gelijmd.

**Looprichting:** de richting waarin de houtvezels in het papier liggen. Voor boeken moet de richting gelijk met de vouw lopen, zodat het niet omkruilt.

**Nieten:** een bindmethode waarbij vellen papier in het midden worden gevouwen en vervolgens in de rugvouw worden vastgeniet, waarna ze aan de rug worden vastgelijmd.

**Parallelvouw:** een vel papier wordt maar één keer dubbelgevouwen, bijvoorbeeld voor ansichtkaarten. Slechts één kant van het vel wordt bedrukt, zodat de onbedrukte kant aan de binnenkant komt.

**Zigzagvouw:** serie parallel lopende vouwen die lijken op een opengetrokken accordeon. Wordt ook concertina genoemd.

⚡ **ZIE OOK:**  
BASISPRINCIPES VAN DE LAY-OUT, P. 40  
LAY-OUTSTIJLEN, P. 44  
FOTOGRAFIE EN ILLUSTRATIES, P. 56

DEEL 1	BASISPRINCIPES
MODULE 2	DE COMPOSITIE
BLOK 8	<b>Coördinatie en identiteit</b>

In de commerciële wereld worden weinig dingen ontworpen om zelfstandig te bestaan. Neem een succesvolle bedrijfsidentiteit: het logo, jaarverslag, de reclamecampagnes en postreclame hebben dezelfde ontwerpelementen, waardoor ze bij elkaar horen. Of kijk naar een willekeurige krant: de informatie verandert elke dag, maar de krant zelf ziet er altijd hetzelfde uit. Eén blik op het rek en we weten onmiddellijk welke krant waar ligt.

Hoe komt zo'n identiteit tot stand? Het antwoord is: met een vast ontwerp en effectieve ontwerpstrategie waarin veranderingen mogelijk zijn, maar die niettemin consistent is. Bij kranten bestaat die strategie uit strenge regels en uitgangspunten. Grote koppen bijvoorbeeld, worden in hetzelfde font gezet en altijd links uitgelijnd. De platte tekst staat in een ander font met vaste korpgrootte, interlinie en uitvulling, hoofdartikelen in een vettere letter met een lossere interlinie en wisselende uitvulling. Deze regels worden nooit overtreden, maar er moet wel flexibel mee om te gaan zijn, terwijl het 'uiterlijk' behouden blijft.

De meeste auteurs schrijven meer dan één boek en uitgevers gebruiken bijna altijd vaste ontwerpen voor hun boekomslagen. Als een uitgever de kافت van een bestsellerauteur wil vernieuwen, gebruikt hij een vaste strategie waarin kleur, afbeelding en titel veranderd kunnen worden, maar die de kopers wel herkennen als werk van de auteur. Misschien bestaat het vaste element uit het lettertype, de lettergrootte en de positie, maar het kan ook de stijl van de gebruikte foto's zijn (zwart-wit, kleur, abstract) of van de overige illustraties (pen en inkt, schaaftkarton, collage). Een goede ontwerper verbindt alle elementen met elkaar



De initiaal B is gedecoreerd in traditionele folkloristische stijl met krakelingen en tarwe-aren.



Op de verpakkingen is het motief van de tarwe-aren uit de initiaal gelicht en herhaald in een stralenkrans rond de centrale cirkelvorm.



Het merk werkt in het klein net zo goed als uitvergroot op een bestelbus.

#### WOORDENLIJST

**Identiteit:** één herkenbaar uiterlijk voor een product of organisatie.

**Omslag:** verzamelnaam voor papieren of kartonnen bescherming om een boekblok.

⬇ **Rebranded** De identiteit van het Finse bakkersbedrijf Backers heeft een make-over gekregen. Het concept voert terug op de 17e-eeuwse origine van het bedrijf. Het resultaat: een eigentijds schreefloos font dat mooi contrasteert met de rijk gedetailleerde B met krulletjes uit het tijdperk waarin Backers is opgericht.

en creëert een sjabloon waardoor niet alleen elke kافت op zich aantrekkelijk is, maar dat er ook voor zorgt dat het duidelijk herkenbaar is als boek van de betreffende auteur.

#### Identificerende kenmerken creëren

Een boekomslag is in feite een verpakking die reclame maakt voor zowel product als uitgever. Hij dient dan ook op dezelfde wijze benaderd te worden als een reclamecampagne. Elke omslag moet met de andere op de plank concurreren en al opvallen voordat de potentiële kopers weten waar het boek over gaat en waarom ze het zouden kopen. In veel boekhandels is de ruimte echter zo beperkt dat alleen de ruggen zichtbaar zijn, dus zullen uitgevers hun logo zo duidelijk mogelijk op de rug van hun boeken aanbrengen.

Het maken van zulke identificerende kenmerken is het doel van alle met elkaar concurrerende fabrikanten en organisaties, of het nu gaat om boeken, chocolade, een kunstgalerie of een digitale cd-winkel. Let hierop

als je weer eens gaat winkelen of een cultureel evenement bijwoont. Je zult zien dat veel producten die de opvallendste en best gecoördineerde identiteit hebben van de succesvolste fabrikanten en organisaties zijn. Dat is geen toeval en de ontwerper die een merk of bedrijf succesvol coördineert, kan altijd rekenen op opdrachten.

#### Ken de inhoud

Een concept voor een boekomslag wordt door een aantal factoren beïnvloed: of het boek fictie of non-fictie is, of het het eerste boek van de auteur is of dat hij al een schare trouwe lezers heeft, het genre waartoe het boek behoort, het onderwerp (is het grappig, ernstig, romantisch of griezelig) en, het allerbelangrijkste, wie de doelgroep is. Goede ontwerpers zorgen dat ze de uitgever heel veel vragen stellen en dat ze het boek lezen! Je omslag moet tenslotte mensen aansporen het boek te kopen. Penguinboeken zijn een prima voorbeeld van een langdurige gecoördineerde ontwerpstrategie, die

#### ⬇ Eenvoud en elegantie

Eenvoudige vormen en grote kleurvlakken zijn kenmerkend voor deze elegante ontwerpen van Carin Goldberg. De boekenset in doos voor de New Yorkse School of Visual Arts haakt in op de rechthoekige vorm van de boeken; zorgvuldig gepositioneerde cirkels markeren de delen 1 tot en met 4 van de serie. Het stramien van gekleurde blokken en sterk vereenvoudigde tekens loopt door op de pagina's in de boeken. Bij het stramien voor de boeken van Kurt Vonnegut is gebruik gemaakt van kleurbalken die terugkomen op de rugzijde van de boeken.



Hoe komt zo'n identiteit tot stand? Het antwoord is: met een vast ontwerp en effectieve ontwerpstrategie waarin veranderingen mogelijk zijn, maar die niettemin consistent is. Bij kranten bestaat die strategie uit strenge regels en uitgangspunten. Grote koppen bijvoorbeeld, worden in hetzelfde font gezet en altijd links uitgelijnd. De platte tekst staat in een ander font met vaste korpsgrootte, interlinie en uitvulling, hoofdartikelen in een vettere letter met een lossere interlinie en wisselende uitvulling. Deze regels worden nooit overtreden, maar er moet wel flexibel mee om te gaan zijn, terwijl het 'uiterlijk' behouden blijft.

De meeste auteurs schrijven meer dan één boek en uitgevers gebruiken bijna altijd vaste ontwerpen voor hun boekomslagen. Als een uitgever de kaft van een bestsellerauteur wil vernieuwen, gebruikt hij een vaste strategie waarin kleur, afbeelding en titel veranderd kunnen worden, maar die de kopers wel herkennen als werk van de auteur. Misschien bestaat het vaste element uit het lettertype, de lettergrootte en de positie, maar het kan ook de stijl van de gebruikte foto's zijn (zwart-wit, kleur, abstract) of van de overige illustraties (pen en inkt, schaafkarton, collage). Een goede ontwerper verbindt alle elementen met elkaar

**Elegant restaurant**

Elegant gebruik van witruimte en interessante herhaling van diagonale lijnen zijn kenmerkend voor de krachtige huisstijl van dit restaurant. Mooie terugkerende details in het stramen zijn de cirkelvormen bovenaan het menu, die perfect aansluiten op de cirkelvormen met icoontjes.



De herhaling en variatie van het lijnenspel, de wisselwerking tussen positief en negatief en het gebruik van diagonalen om de ruimte van het stramen te verdelen zijn zowel in het drukwerk als op de website te zien.

en creëert een sjabloon waardoor niet alleen elke kaft op zich aantrekkelijk is, maar dat er ook voor zorgt dat het duidelijk herkenbaar is als boek van de betreffende auteur.

ontwikkeling van het concept begint altijd bij de inhoud van het boek. Gaat het om fictie of non-fictie; tot welk genre behoort het boek; wat is het onderwerp – is het grappig, serieus, romantisch of griezelig; en, het belangrijkste, wat is de doelgroep. Goede designers stellen de uitgever eerst een groot aantal vragen en lezen het boek, voordat ze de omslag ontwerpen! Jouw ontwerp zal immers de consument moeten inspireren

**Toegevoegde waarde** Deze rijke verpakking voor de Nike Air Jordan Year of the Dragon 2012 limited edition omvat alom de decoratieve elementen van het stramen, zodat het merk sterk onder de aandacht van de consument wordt gebracht en het product toegevoegde waarde krijgt door de fraaie verpakking. Aan alle kanten en aan de binnenkant van de laatjes springen steeds nieuwe details in het oog.



het boek te kopen. Denk erover na hoe je ervoor zorgt dat je ontwerp opvalt en intrigeert en probeer recht te doen aan de auteur en de inhoud van het boek.

**Jumpman**

Ginger Monkey Design maakte deze geweldige synthese van twee zeer verschillende maar toch herkenbare stijlen in een perfect nieuw logo voor de Air Jordan.

Het logo van de Air Jordan Jumpman wordt omgeven door gespiegelde draken en een traditionele Chinese omkadering.



Licht scheef en gedecentraliseerd op de schoen is het logo nog steeds sterk genoeg om actief de aandacht te trekken en deel uit te maken van het stramen, al is bewust voor een ander kleurenschema gekozen.





DEEL 1	BASISPRINCIPES
MODULE 2	DE COMPOSITIE
BLOK 9	<b>Fotografie en illustraties</b>



#### ↳ Lekker gek

De juiste visuele stijl bij je verhaal kiezen kan moeilijk zijn. Soms is één techniek onvoldoende om de nuances over te brengen, daarom worden combinaties in de gewenste sfeer gemaakt. Illustraties met dunne lijntjes lijken op oude etsen maar gaan in gekke beelden in ongebruikelijke combinaties en kleuren samen op eigentijdse, originele en vrolijke wijnetiketten.

#### ↳ Mangastijl

Een manga-illustratie op een boek over de invloed van de mangastijl leverde deze sprankelende cover op. Met de hand getekende letters en een tekstballon versterken het onderwerp. De boeiende compositie biedt een nieuw perspectief.

↳ Mens en dier Deze fotocollage geeft een verrassende visie op de achterkant van de klassieke roman *Animal Farm*. De nieuw gemaakte foto van de man in kostuum sluit naadloos aan op de foto van het achterend van een varken. Zo ontstaat een indrukwekkend beeld dat stof tot nadenken biedt.

handleidingen, bedrijfsrapporten, studieboeken of alles waarin wordt uitgelegd hoe iets werkt, hebben veel baat bij visualisaties. Het zijn vaak specifieke illustraties waarover ontwerper, illustrator en auteur of opdrachtgever nauw contact moeten onderhouden.

#### Budget en planning

Een ingewikkelde illustratie laten maken, bijvoorbeeld van een drukke straatscène, zal niet altijd mogelijk zijn, tenzij je een groot budget hebt. Dan kun je beter een fotograaf inhuren. Toch kan dat ook in de papieren lopen: de fotograaf moet modellen hebben, een grimeur, een haarstijlist en ingewikkelde sets en rekvisieten. In zo'n geval is het goedkoper om een getekende illustratie te laten maken.

Het zal regelmatig voorkomen dat er geen budget is voor hetgeen je moet maken. Laat je hierdoor niet ontmoedigen. Er zijn altijd wel mogelijkheden. Zo kunnen letters soms als illustratie fungeren en zijn er ook afbeeldingen te vinden waarop geen copyright berust, als je weet waar je moet zoeken.

#### Fotografen, illustrators en bibliotheken

Of je nu in opdracht werkt of niet, soms is direct duidelijk hoe je de illustratieve kant wilt aanpakken. Vaker echter zul je eerst goed moeten nadenken over

de stijl van de afbeeldingen. Vraag jezelf eerst af wat het beste past bij de doelgroep en de boodschap die je wilt overbrengen.

Doe vervolgens een bronnenonderzoek dat past binnen het budget en de planning. Dit kun je zelf doen, maar je kunt ook de hulp van een freelance tekenaar of fotograaf inroepen. Er zijn meer mogelijkheden om naar andermans werk te kijken dan door een portfolio te bladeren: kijk op internet, sociale media (Flickr, Instagram, Facebook, Pinterest, enz.), op tentoonstellingen van de kunstacademie, bij agentschappen en in ander grafisch werk. Fotografen en illustratoren zijn vaak lid van beroepsverenigingen: de leden tonen hun (bekroonde) werk op vaak op de website.

Beeldarchieven vertegenwoordigen fotografen en illustratoren of kopen hun werk in om het te verkopen aan de media. Typ 'beeldarchief' of 'illustratiebureau' in op een zoekmachine en er verschijnen veel namen. Over het algemeen laten ze je versies met een lage resolutie gebruiken voor de ruwe concepten, hetzij tegen een laag tarief, hetzij gratis. Wanneer je idee is uitgewerkt, kun je de rechten van die foto opkopen. Vraag altijd naar het bedrag voor je jezelf vastlegt. Uit deze bronnen komen downloads, scans, cd's of royaltyvrije afbeeldingen voort. Je kunt ze gebruiken zonder er verder voor te betalen. Als je



↳ Fotografie, illustratie en bewegend beeld Het is goed om in het achterhoofd te houden dat het maken van een film niet duur hoeft te zijn. Dit promotiefilmje voor Roald Dahls werk is met de hand getekend op papier, vervolgens gefotografeerd waarna er een animatiefilm van werd gemaakt. Het is eenvoudig, maar krachtig.

↳ Beelden hoeven absoluut niet duur te zijn. Voor de promotie van Roald Dahls Gallery zijn deze beelden met de hand uit papier geknipt, gefotografeerd en gebruikt voor een stop-motion filmpje: uiterst simpel maar uiterst effectief.



Door de digitale kunsttechnieken vervagen de grenzen tussen fotografie en illustratie steeds meer. Een duidelijke keuze tussen een realistische foto en de interpretatie van een illustratie kun je nog maken, maar je kunt die twee met computertechnieken ook nog combineren. In alle drie categorieën zijn relatief directe of vage aanpakken mogelijk, dus bedenk van tevoren hoe je boodschap begrepen en geïnterpreteerd moet worden.

Veel zal afhankelijk zijn van de branche waarvoor je op dat moment werkt. Bij reclames is het uiteraard gebruikelijk om het merk te laten zien dat je klant probeert te verkopen. Op voedselverpakkingen of reclamedrukwerk voor auto's staan vaak mooie en zeer realistische foto's waarop het product zo geflatteerd mogelijk naar voren komt. Bij ondernemingen is de geest van het bedrijf, vastgelegd in hun

doelstellingen, even belangrijk als hun product of dienst. Een reeks abstractere of suggestieve afbeeldingen zou hierbij ook kunnen werken. Bij tijdschriften en boeken is al over de uitstraling van de afbeeldingen nagedacht in de fase waarin de doelgroep is besproken. Er kan vaak een combinatie van diverse stijlen (illustraties en foto's) worden gebruikt om de verschillende redactionele stukken van elkaar te onderscheiden.

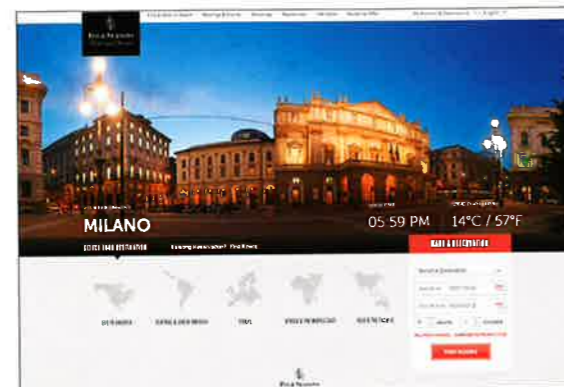
#### Creatieve beperkingen

Soms sturen klanten de foto's waarvan ze willen dat jij die gebruikt, al direct toe. In dat geval is de beslissing dus al genomen. Om logistieke redenen (afstand, budget of problemen met copyrights) zijn foto's niet altijd te gebruiken en dan kun je alleen nog maar iemand vragen een illustratie te tekenen. Technische

van plan bent een bepaalde afbeelding of stijl herhaaldelijk te gebruiken, kan het slim zijn om die te kopen.

Een andere bron is (copyrightvrije) clipart, dat handig kan zijn als achtergrond voor tekst. Hoewel het voornamelijk oude zwart-witte plaatjes zijn, kunnen ze ook op moderne manieren gebruikt worden.

Leg ten slotte een eigen beeldarchief aan. De meeste ontwerpers houden het werk van fotografen en illustratoren, dat ze uit tijdschriften halen, bij in een dossier. Soms zul je reclamewerk ontvangen. Als je dat goed vindt of denkt dat het ooit van pas kan komen, berg het dan op voor mogelijk toekomstig gebruik.



**Foto's als onderwerp**

Krachtige fotografische beelden trekken sterk de aandacht op deze website. Doordat de lezer deze prachtige plekken 'binnen handbereik' heeft, kan hij zich laten meevoeren naar verre oorden.

**ZIE OOK: THEORIEËN OVER TEKST EN BEELD, P. 20**

**Pentekeningen**

De klassieke speelkaarten van Bicycle kregen een make-over. Fijn gedetailleerd penwerk in zwart-wit vernieuwt de traditionele symboliek van de speelkaarten en voegt een verrassingselement toe doordat de bekende motieven zijn verrijkt met verrassende details.



**Letterbeeld** Typografie is een systeem van eenvoudige vormen waarmee in een dynamische compositie complexe patronen kunnen worden gevormd. Met deze fraai geschikte, traditionele lettervormen wordt een illustratief letterbeeld gevormd.

**Check de achtergrond** Plan je compositie, fotografisch materiaal en tekst voor je je voltooide product fotografeert. Neutraal grijze, licht getextureerde leisteen vormt de ideale ondergrond voor de rijkelijke gekleurde en fraai gepresenteerde etenswaren op deze menu's. Herhaling in de compositie en variatie in het lettertype en onderwerp houdt de reeks boeiend.

CHECKLIST BIJ HET KIEZEN VAN AFBEELDINGEN

- **Leeftijd/geslacht/sociale klasse van de doelgroep** De plaatjes voor de horoscooppagina van een tienerblad mogen grilliger en abstracter zijn dan die voor bijvoorbeeld bedrijfsrapporten.
- **Tijdelijk bestaan** De afbeeldingen in een weekblad mogen vluchtig zijn, in tegenstelling tot die in een duur boek dat wellicht nog tien jaar lang verkocht zal worden.
- **Heldere informatie** De afbeeldingen op een cd-hoes kun je vaag houden. In een technische handleiding daarentegen moeten ze helder en informatief zijn.
- **Vermeende waarde** Dit is een lastig onderwerp, want een goedkoop product moet door middel van een afbeelding soms een meer waardevolle uitstraling krijgen en vice versa.
- **Ontwerpcriteria** Wil je een dynamische uitgeknipte vorm of een vierkant plaatje? Wil je het in zwart-wit of in kleur?
- **Thema** Vaak is het belangrijk om een reeks afbeeldingen met hetzelfde thema of in dezelfde stijl te maken.
- **Denk in tegenstellingen** Denk heel even aan het tegenovergestelde van wat wordt verwacht. Hierdoor kun je een andere invalshoek krijgen.
- **Budget en planning** Controleer of je idee betaalbaar is en of het binnen de beschikbare tijd is uit te voeren.
- **DIY** Kun je het beeld zelf creëren? Grafisch ontwerpers die foto's en/of illustraties kunnen aanleveren, zijn zeer gewild.



## MODULE 2: OPDRACHTEN

### ● BASISCOMPOSITIE

Deze opdracht kun je op de computer of met de hand doen. Tenzij je alleen webdesigns wilt bestuderen, is het uiterst raadzaam je vaardigheid in de traditionele media te ontwikkelen. Je kunt vormen uit papier knippen of elementen met potlood tekenen en met inkt invullen, zolang het effect maar strak is.

Knip drie vierkanten van 20 x 20 cm uit wit papier. Positioneer slechts vijf zwarte vierkanten op de witte vierkanten om de concepten harmonie, chaos en structuur uit te drukken. De zwarte vierkanten kun je zo groot of klein knippen als je wilt en je kunt ze plaatsen waar je wilt, zo lang het maar iets uitdrukt. Begin met 20 krabbels voor elk van de drie concepten en kies de beste van elke serie voor de uiteindelijke versie.

Let goed op de negatieve ruimte die ontstaat als er vierkanten over de rand lopen of overlappen. Bedenk dat de negatieve ruimte ook deel uitmaakt van de compositie. Denk al doende na over de effecten van symmetrie en asymmetrie, aanvulling en de achtergrond.

### ● SYMMETRIE

A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z

Verdeel de letters van het Romeinse alfabet in drie groepen, op grond van hun symmetrie: groep 1 bevat letters die verticaal symmetrisch zijn (zoals de A); groep 2 bevat letters die horizontaal symmetrisch zijn (zoals de B); en groep 3 bevat letters die zowel horizontaal als verticaal symmetrisch zijn (zoals de O). Zoek nu de symmetrie in een paar logo's. Waarom werkt dit zo goed? Ga dan aan de slag met de eerste letter van je naam en maak een paar schetsen met symmetrie als uitgangspunt om een paar boeiende logo's te maken

### ● GRIP OP STRAMIEN

Kies een tijdschrift dat je mooi of boeiend vindt en kies drie verschillende spreads (linker- plus rechterpagina). Kies in elk geval een spread met een artikel én een spread waarop verschillende beelden en tekst worden gecombineerd.

**1** Haal de spreads voorzichtig uit het tijdschrift en plak ze op karton. Leg op elke een vel transparant papier dat van rand tot rand reikt.

**2** Neem een potlood en geef nauwkeurig de verschillende stramienlijnen van elk ontwerp aan. Let op de breedte van de kolommen en de marges aan de bovenkant, onderkant, links en rechts en tussen de kolommen. Kijk goed waar de randen van alle elementen op de pagina liggen. Sommige blokken zullen zich over twee of drie kolommen uitspreiden, dus je potloodlijnen kunnen dwars door elementen heen lopen. Kijk steeds goed voor je een potloodlijn zet.

**3** Bestudeer als je klaar bent het stramien op elke pagina. Zijn er twee kolommen? Zes kolommen? Of zie je een raster van blokken?

**4** Schrijf een korte samenvatting van je bevindingen. Leg uit wat je aantrok in de gekozen pagina's en hoe je denkt dat het stramien bijdroeg aan het ontwerp.

**5** Herhaal deze oefening met boeken, kranten en websites. Kun je patronen in de benaderingen ontdekken? Kun je de redenen hiervoor bedenken?

### ● PAGINAONTWERP

Breng een nieuwsbericht tot leven op een expressieve visuele manier met typografie.

**1** Kies een artikel, bestudeer de tekst en bedenk hoe deze het beste kan worden opgedeeld. Welk tekstdeel komt bovenaan en is het duidelijkst leesbaar; wat is van secundair belang enzovoort. Wat zijn de belangrijkste onderdelen van de tekst? Wat zijn de interessantste onderdelen van de tekst? Zijn er tekstgedeelten waar je speciaal de aandacht op wilt vestigen? Verdiep je in de sfeer en het onderwerp van de tekst. Is de tekst indringend, serieus, levendig, opgewekt, melancholiek? Deze sfeer kun je tot uitdrukking brengen in de typografie. Bedenk hoe je het verhaal gaat vertellen, bijvoorbeeld met grote of kleine letters, spanning of dramatiek.

**2** Zet in InDesign een geschikt stramien op voor de visuele uitstraling van je pagina (maak hiervoor eerst schetsen). Houd rekening met de marges aan de buiten- en binnenkant, en de algehele uitstraling van het stramien.

**3** Kies een lettertype, met of zonder schreef, en bepaal de grootte, het gewicht en de regelafstand.

**4** Maak met steeds dezelfde letters en instellingen zes verschillende, dynamische composities met hetzelfde stramien. Bedenk dat symmetrie en asymmetrie een belangrijke rol spelen in de compositie. Denk na over positionering op de pagina en de flexibiliteit van het gekozen stramien.

**5** Herhaal deze opdracht met een ingewikkelder stramien en voeg een fotobeeld toe aan elke compositie.

### ● ANALYSE VAN TEMPO EN CONTRAST

Voor het ontwerpen van een publicatie moeten tekst en beeld op elkaar worden afgestemd voor voldoende variatie, anticipatie en dramatiek: dit geldt zowel voor drukwerk als voor website.

Kies een gedrukt tijdschrift, folder of boek. Bekijk welke ontwerpstrategieën zijn toegepast om vaart te maken of te minderen. Hoe is de witruimte gebruikt? Zijn er variaties in het stramien? Is er verschil in de positionering van tekst en beeld en wisselt het formaat? Sta je langer stil bij sommige pagina's, en hoe komt dat?

Bekijk nu een publicatie op internet en let op de verschillen en overeenkomsten in tempobepaling terwijl je door de publicatie scrollt en klikt. Kun je de informatiestroom goed volgen? Is er genoeg variatie om je aandacht erbij te houden? Let op of er speciale tools zijn gebruikt voor een unieke online-ervaring. Noteer je bevindingen en gebruik ze voor je lay-out. Gebruik dezelfde inhoud in een nieuwe benadering met meer vaart, en een met juist minder vaart.

### ● HERHALEN EN VARIËREN

**1a** Kies een favoriet merk en bekijk het zorgvuldig. Zoek drie verschillende uitingen van het merk, bijvoorbeeld een gedrukte tekst, website en verpakking. Maak een lijstje van elk element dat exact herhaald wordt en elk element dat nieuw of met variatie is toegevoegd aan de compositie. Ontwerp een nieuwe uiting voor dit merk, bijvoorbeeld een affiche of een bushaltereclame. Pas in deze nieuwe uiting toe wat je hebt ontdekt over herhaling en variatie.

**1b** Kies een beroemdheid, een fictieve of een echte persoon, levend of dood, en ontwikkel een

logo dat zijn/haar persoonlijkheid weerspiegelt. Het geeft niet wat voor logo: figuratief, abstract of in letters. Belangrijk is dat het logo zowel op klein als op groot formaat leesbaar is.

**2** Ontwerp briefpapier en een visitekaartje met dit logo in een duidelijk stramien. Het ontwerp van het briefpapier en het visitekaartje moeten de persoonlijkheid van je onderwerp uitstralen.

**3** Voeg nog een derde element toe aan je ontwerpreeks: bijvoorbeeld een websiteontwerp, of een eigen productlijn (mode, parfum, sieraden, sportkledij). Bestudeer het ontworpen logo, briefpapier en visitekaartje goed. Zoek drie karakteristieken die een constante vormen in je ontwerpen. Maak nu schetsen voor je derde element met minstens twee van de drie karakteristieken, plus een extra voor meer variatie.

### ● FOTOGRAFIE EN ILLUSTRATIES

**1** Kies een klassieke roman die je vrij goed kent. Denk na over het verhaal, de boodschap en de algehele sfeer. Maak een lijstje van de belangrijkste elementen in de roman, bijvoorbeeld de personages, omstandigheden, bepalende gebeurtenissen en historische periodes. Bepaal de doelgroep van de roman. Zoek hier beelden bij en houd ze bij de hand terwijl je je concept ontwikkelt. Bedenk een sleutelthema als beeld dat deze roman symboliseert, teken dit, ga op zoek naar andere beelden en bedenk zoveel mogelijk creatieve oplossingen om dit thema te verbeelden.

**2** Schets drie tot vijf ideeën die je concept voor het boekomslag het beste vangen. Kies je beste schets en maak hier een verbeterde versie van door de compositie strakker te maken en het concept verder te verduidelijken.

#### Verder lezen:

Phillip Meggs en Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design*, Wiley, 2011  
Steven Heller en Louise Fili, *Stylepedia*, Chronicle Books, 2006  
Richard Hollis, *Swiss Design*, Yale, 2006  
Timothy Samara, *Making and Breaking the Grid*, Rockport, 2005  
Gavin Ambrose en Paul Harris, *Basic Design 07: Grids*, AVA, 2008  
Milton Glaser, *Art is Work*, The Elephant's Eye, 2008  
Horst Moser, *Surprise Me: Editorial Design*, BATTY, 2003  
Josef Müller-Brockmann, *Grid Systems in Graphic Design*, Verlag Niggli, 1999  
Beth Tondreau, *Layout Essentials: 100 Design Principles for Using Grids*, Rockport, 2011  
Francesco Franchi, *Designing News: Changing the World of Editorial Design and Information Graphics*, Die Gestalten Verlag, 2013

**3** Maak hier een mooiere afwerking van met traditionele media (verf, potlood, collage) en denk na over kleur en lichtverdeling. Bedenk of het concept het beste kan worden gevangen in een foto of een illustratie, of juist een combinatie van beide.