

Verslag Zomertyposium VII – 25 augustus 2012

‘Scheppen’, riep hij, ‘gaat van Au!’

Een verwijzing naar de bekende strofe uit het gedicht *Ballade* van de Nederlandse wetenschapper, bioloog, kunstenaar en dichter Leo Vroman (1915): ‘*Scheppen*, riep hij, ‘gaat van Au!’ vormde de opstap naar het thema van TYPOSIUM VII: *het creatieve proces* en in de kern gaat het dan over *de bron van creativiteit*. De huidige recessie en economische crisis in de westerse economieën en tegelijk de opkomst van nieuwe technologieën en nieuwe markten plaatst ook de kunstenaar voor nieuwe uitdagingen en biedt hem nieuwe expressievormen, podia en mogelijkheden voor *cross-overs*.

Mogelijk leidt deze ontwikkeling ook tot veranderende of veranderde opvattingen over kunst, vakmanschap en kunstenaars of juist niet. *Initiaal* – de alumni-organisatie van *Plantin Instituut voor Typografie* – heeft daarover de volgende sprekers aan het woord gelaten: Tom De Mette, Gert & Derk Dumbar en Hugo Puttaert tijdens een geanimeerd en goed bezocht TYPOSIUM op 25 augustus 2012 in museum Plantin-Moretus te Antwerpen.

Tom De Mette – Over creativiteit

Ruim drieduizend jaar wordt in de Westerse samenleving al het debat gevoerd over de bron van creativiteit. De polen in deze discussie zijn aan de ene kant de artiest als instrument van goddelijke inspiratie en aan de andere kant de autonome, eigen expressie van de individuele kunstenaar en daar tussen vele mengvormen en opvattingen. Tom De Mette zal laten zien dat deze opvattingen over creativiteit en daarmee over kunstenaarschap in de loop van de tijd verschillen, maar dat er ook constanten aan te wijzen zijn.

Creativiteit kan gezien worden als een stijl, een bepaalde manier van iets doen, iets maken, iets scheppen of creëren. Creativiteit is een methode, eigen aan een individu dat creëert, of kenmerkend voor een creatieve groep, periode of tijdsgeest. Creativiteit kan een intrinsieke, dan wel extrinsieke eigenschap zijn. Zeg maar: ‘*iets diep van binnen, dat naar buiten dringt, of iets van buiten dat naar binnen glipt.*’ Creativiteit is tegelijk goddelijk en marginaal; achter elke vorm van creativiteit schuilt een figuur; letterlijk en figuurlijk: *inhoud en vorm*.

Een *creatief proces* impliceert twee elementen: een *idee én iemand met een idee* en tussen beide ontstaat een wisselwerking, een interactie, een dialoog. Als wij een kunstwerk esthetisch ervaren, vindt een *dubbele nabootsing* plaats. De kunstenaar bootst na wat hij in zijn illusie van de werkelijkheid meent te zien. De toeschouwer op zijn beurt bootst een beeld na van wat hij meent te zien als hij het kunstwerk aanschouwt.

Creativiteit heeft als concept dusdanig niet altijd bestaan. Het denken over creativiteit kent niettemin een oorsprong in de antieke oudheid en ontwikkelt zich bovendien tegen de achtergrond van het geloof in een bovennatuurlijke goddelijke instantie als creërende kracht. Pas in de renaissance ontkiemt de idee, dat de mens als menselijk genie over autonome scheppingskracht beschikt. In de 20^e eeuw ontwikkelt creativiteit zich in de richting van het individu in zijn sociale omgeving en zet zich verder in de 21^e eeuw in een *interdisciplinaire benadering* in het onderzoek naar creativiteit.

Verslag Zomertyposium VII – 25 augustus 2012

In wezen is er in de oudheid nauwelijks een concept van creativiteit vast te stellen. Dat heeft te maken met de antieke visie op kunst en met de complexe relatie tussen de begrippen 'èpistèmè' en 'technè'; ofwel tussen *theorie* en *praktijk*; ofwel tussen zuivere kennis van vormen of ideeën versus het vermogen deze vormen of ideeën te imiteren volgens bepaalde regels. Van de kunstenaar werd verwacht, dat hij zo perfect mogelijk wist te imiteren en daarbij zo weinig mogelijk van zichzelf tot uitdrukking bracht; enkel een god kon creator zijn en *iets uit het niets* creëren.

De notie van creatie krijgt een esthetische dimensie, wanneer in de Middeleeuwen zich een esthetica ontwikkelt gekenmerkt door *evenredigheid, proportie en harmonie*. Deze principes vinden hun toepassing in diverse kunstuitingen en zo breidt de notie van creatie zich uit naar de dagelijkse werkelijkheid. Langzamerhand zal de kunstenaar uitgroeien tot een ideaalbeeld: hij kan *een volmaakt idee* tot uitdrukking brengen.

In de renaissance treedt het creatieve individu voor het voetlicht en losgemaakt van een goddelijke entiteit. Kunstenaars geven zo uitdrukking aan hun creatieve vrijheid vanuit een eigen visie op de wereld en dat impliceert een cruciale wending in de conceptualisering van creativiteit. Het extrinsieke concept van de goddelijke creatie wordt verinnerlijkt in de persoon van de kunstenaar: *het creatieve genie*.

Tijdens de renaissance bleek dat na God ook de mens niet onfeilbaar is. Er was een groeiend besef van menselijke diversiteit. In de Verlichting werden de menselijke natuur en de menselijke evolutie onderwerp van wetenschappelijke studie en wordt gezocht naar wat iemand creatief maakt. In het begin van de 20^e eeuw staat de genetische studie van

creativiteit centraal. De studie van creativiteit wordt interdisciplinair, zowel conceptueel als methodologisch. In de naoorlogse jaren vieren theorieën over creativiteit als probleemoplossend vermogen en groepsproces hoogtij. Creativiteit wordt *corporate business*.

In de jaren '80 neemt met de bestseller *The Rise of The Creative Class* van Richard Florida de aandacht voor de creativiteit van de man in de straat een hoge vlucht. Tegen de achtergrond van een technologisch snel evoluerende en alsmaar complexere, competitievere maatschappij ontstaat een nieuwe klasse: *de creatieve klasse*. Het betreft een cluster van mensen met gemeenschappelijke interesses, die ertoe neigen op een gelijke manier te denken, te voelen en zich te gedragen.

Deze opmars van de creatieve klasse en incorporatie van cultuur en economie heeft de beleving van cultuur ingrijpend gewijzigd. Mensen zijn niet langer louter passieve *cultuurconsumenten*, maar worden geactiveerd als *cultuurproducenten*. Er is een opleving van zelfexpressie en creativiteit als alternatief op wat de dominante cultuur aanbiedt. De vraag verschuift van *wat is creativiteit?* naar *waar is creativiteit?* Het creatieve proces wordt bovendien gekenmerkt door een *flow* alsof de geschiedenis voortdurend als een echo resoneert. De idee van rimpelende creativiteit onderhevig aan simultane, doch deels tegengestelde krachten blijft onverkort van kracht samen met abstracte concepten als creatieve *flow* en hoogwetenschappelijke aandacht voor creativiteit.

Verslag Zomertyposium VII – 25 augustus 2012



Tom De Mette (1974) is als filosoof en educatie-wetenschapper verbonden aan de Vrije Universiteit van Brussel. Zijn onderzoek richt zich voornamelijk op e-Cultuur en kunsteducatie. Momenteel doet Tom De Mette onderzoek naar creativiteitsopvattingen van internationaal gevestigde kunstenaars uit België en dat onderzoek zal uitmonden in een proefschrift. Hij publiceert verder over cultuurbeleid, burgerschap, kunsteducatie, digitale media en visuele cultuur.

les 1:	Creativiteit vraagt respect voor de natuur en nederigheid, maar ook open staan voor bijvangst (serendipiteit).
les 2:	Luister nooit naar uw opdrachtgever; knik ja en doe nee.
les 3:	<i>Too much analysing is paralysing.</i>

Gert & Derk Dumbar [1] – het creatieve proces binnen Buro Derk Dumbar

Buro Derk Dumbar streeft naar duurzaam ontwerp, waarbij de Dumbars zich bewegen in het grijze gebied tussen kunstenaar en ambachtsman. Vanuit dat grijze gebied maken zij ontwerpen, die zowel oog als geest kietelen. Grafisch ontwerp heeft altijd een boodschap. Buro Derk Dumbar gaat nog iets verder en maakt deze boodschap ondubbelzinnig. Het resultaat is steeds van een verfrissende helderheid.

Als eerste is Gert aan het woord: *'Ik geloof dat creativiteit uiteindelijk toch in de genen zit.'* Belangrijk in ons vak is de onafhankelijkheid als denker. Creativiteit vraagt respect voor de natuur en nederigheid. Humor hoort erbij; maar ook: *humor respecteert zichzelf niet.* Kleine bureaus, open horizontale structuren helpen zeer, maar ook een enkel kader: bv. een *Helvetica*-verbod in het kader van stilistische duurzaamheid. Ook *engagement* is belangrijk en betrokkenheid bij opdracht en opdrachtgever, maar toch geldt ook het devies: *luister nooit naar je opdrachtgever en knik ja en doe nee; geld is immers niet creatief.* Je opdracht is om iets te maken, wat stilistisch duurzaam is en voorbij gaat aan modieuze trendjes.

Aan de hand van een rondleiding door zijn oeuvre: huisstijlen politie, KPN, NS, samenwerking Anton Beeke, Zeebelt-affiches formuleert Gert Dumbar een aantal tips als mantra voor ontwerpers plus een citaat van de Engelse staatsman Churchill: *'Wij vechten juist om niet op kunst te bezuinigen.'*

Verslag Zomertyposium VII – 25 augustus 2012

Derk & Gert Dumbar [2] – de rampenpictogrammen

De wereld krijgt steeds vaker en op grotere schaal te maken met rampen; onverwachte gebeurtenissen, die veel mensen het leven kosten en grote schade aanrichten. Vooral mensen in minder ontwikkelde gebieden zullen hier het slachtoffer van worden. Veel van de schade en paniek, die rampen veroorzaken, kan ingeperkt worden door zowel slachtoffers als hulpverleners voor, tijdens en na een ramp goed te informeren over welke gevaren ze lopen, waar ze heen moeten om zichzelf in veiligheid te brengen en waar ze de nodige hulp kunnen vinden. Pictogrammen – simpele grafische afbeeldingen die zonder woorden een boodschap overbrengen – bieden hier uitkomst.

Voor Derk Dumbar vormde de *varkenspest* in Nederland en de *tsunami* in de Indische Oceaan (kerst 2004) een belangrijke drijfveer voor de ontwikkeling van een set internationale rampenpictogrammen. *A Safe Place* is een mondiaal recht en bij calamiteiten moet snel, eenduidig en effectief kunnen worden gecommuniceerd. Derk zette zijn internationale studenten aan het werk op de academies, waar hij lesgeeft in Parijs, Ohio, Sjanghai en natuurlijk KABK in Den Haag. In de ontwerpaanpak is een *Open Source*-benadering gevolgd. Eerst kijken of een pictogram wereldwijd al bestaat en vervolgens beoordelen op eenduidigheid en informatiekraft. Uit het onderzoek kwamen vele vormen en varianten naar voren. Er is sprake van een grote diversiteit, maar tegelijk ook van weinig samenhang. Opgave was dus om een wereldwijde beeldentaal te bedenken.

In 2007 presenteerden grafisch ontwerpers Derk Dumbar en Gert Dumbar de eerste versie van de reeks rampenpictogrammen *A Safe Place* in het kader van de grafische manifestatie *Utrecht Manifest 2007*. De pictogrammen zijn speciaal ontworpen als hulpmiddel bij de communicatie tussen hulpverleners en betrokkenen bij rampen en vormen een eerste aanzet voor een wereldwijde universele beeldtaal. Snelle visuele herkenning vormt de basis en moet miscommunicatie en onbegrip verminderen, zeker in tijden van stress, angst en paniek: *words divide – pictures unite*.

Het project bouwt voort op het gedachtegoed van de Oostenrijker Otto Neurath (1882-1945), dat in de jaren '30 in de vorige eeuw bekend werd onder de naam ISOTYPE, het acroniem van *International System of Typographic Picture Education*. Dit systeem zet getalsmatige gegevens om in aansprekende iconen. Gerd Arntz (1900-1988) tekende meer dan 4000 pictogrammen voor ISOTYPE en veel van deze beelden stonden aan de wieg van pictogrammen, die wij nu nog overal tegenkomen.

Qua kleuren en categorieën is aansluiting gezocht bij internationale normering als ANSI; wit is wit toegevoegd.

blauw	informatie
groen	veiligheid
rood	verbod
geel	waarschuwing
wit	medische informatie

Verslag Zomertyposium VII – 25 augustus 2012

Het pictogrammensysteem kent vijf categorieën.

1	natuurramp
2	epidemie
3	menselijk falen
4	gewapend conflict
5	terrorisme

Als letter is gekozen voor *Interstate* van letterontwerper Tobias Frere-Jones (1970). Snelle herkenbaarheid en daarmee goede leesbaarheid zijn eisen aan goede bewegwijzering en dat komt ook goed van pas op rampenpictogrammen.

De huidige versie is vormgegeven vanuit een overwegende West-Europese traditie en steeds is gekozen voor pictogrammen met een kindvriendelijke verbeelding en plaatsing in een functionele context. Verdere uitrol en adaptatie naar een echte wereldstandaard is wenselijk en zou zeer geholpen worden door adoptie door een wereldwijd actieve organisatie als de Verenigde Naties, WHO, e.d.



Gert Dumbar (1940) studeerde grafische vormgeving en vrij schilderen aan de Koninklijke Academie voor Beeldende Kunsten in Den Haag. Daarna volgde hij het post-academische programma voor grafische vormgeving aan de Royal College of Art in London. In 1977 vestigde Gert Dumbar Studio Dumbar. Daar werkte hij met zijn team onder meer aan talloze, zeer uitgebreide corporate identity projecten voor vele grote nationale en internationale opdrachtgevers.

Bij **Derk** (1970) draait alles om wendbaarheid. De combinatie van zijn opleidingen – Interaction Design (Hilversum) en Grafisch Ontwerp (Den Haag) – heeft ervoor gezorgd, dat Derk een eigen visie heeft ontwikkeld op heldere, visuele communicatie. Hij speelt graag met eenvoud, zowel op het gebied van interface design als de usability. In Derks andere passie – A Safe Place – komt zijn onfeilbaar instinct voor heldere visuele communicatie en zijn gevoel voor balans van vorm en functie perfect tot uiting.

Verslag Zomertyposium VII – 25 augustus 2012

Hugo Puttaert – de creatieve nachtmerrie

‘Een nachtmerrie kan naast schrikwekkend ook best inspirerend zijn. Wat dan gezegd van een *creatieve nachtmerrie*? Wordt het begrip *creativiteit* immers niet al te vaak als een schimmige dekmantel gebruikt of als een spreekwoordelijke verpakking om dingen ‘interessanter’ te doen lijken dan ze in werkelijkheid zijn? Wellicht is het woord *creativiteit* op zich niet het probleem, wel de invulling ervan. Het ontwikkelen van attitudes om inventiviteit en ontdekking toe te laten, is wellicht veel interessanter.’

Met deze *appetizer* start Hugo Puttaert zijn bijdrage. Hij is vooral geïnteresseerd in het zoeken en vinden van wegen buiten gebaande paden en conventies, b.v. *inspiratie door de lelijkheid* en stelt zich de vraag: *grafisch ontwerp in België: droom of nachtmerrie*? In feite komt het steeds neer op het beurtelings omarmen en vervolgens weer afwijzen van conventies als inspiratiebron, het aanhalen en verwerpen van ontwerpattitudes met een zekere vorm van *mystificatie* als resultaat. *Be a boy* is een krachtige metafoor. Lijd je aan ideeënarmoede, organiseer de *confontatie*. *Integrated* biedt daarvan vele voorbeelden. Aan de hand van eigen werk en dat van anderen illustreert Hugo Puttaert zijn opvattingen, die in hun oorspronkelijkheid en afwisseling steeds neerkomen op *duurzaam ontwerpen*.

Voor vakbroeders, opdrachtgevers, studenten en andere belangstellenden heeft hij vanuit zijn *queeste* naar hoe diverse ontwerpattitudes en werkprocessen kunnen leiden tot eigenzinnige en relevante oplossingen een virtueel *manifesto* samengesteld met reistips voor medereizigers.

Publiceer in *print*, wanneer dat eigenlijk al niet meer aan de orde is. Verder zijn er heel wat attitudes af te lijnen, die tot een *creatief* proces kunnen leiden. Leren uit *transpiratie* bijvoorbeeld of van de *toevallige passant*, om er maar een paar te noemen. Hugo Puttaert verwijst hier naar wat eerder ook door Gert Dumbar is genoemd over *serendipiteit* en sluit ook aan op diens advies over omgang met opdracht en opdrachtgever.

tip 1:

Inspiratie gaat gepaard met onverwacht bezoek; serendipiteit heet dat deftig en het gaat dan om het vinden van iets onverwachts en bruikbaar, terwijl je op zoek bent naar iets totaal anders. Ga steeds op zoek naar origineel toeval.

tip 2:

Negeer de briefing van de opdrachtgever; dat kan voor beiden heel inspirerend zijn.

tip 3:

Quasi visuele afwezigheid is een krachtige benadering en dat geldt ook voor het opzettelijk op het verkeerde been zetten van opdrachtgever en publiek.

Verslag Zomertyposium VII – 25 augustus 2012



Hugo Puttaert (1960) studeerde vrije kunsten aan Sint-Lukas te Brussel en pedagogie aan Sint-Lucas te Gent. Hij werkte tien jaar als autonoom kunstenaar, waarna hij in 1990 zijn eigen ontwerpstudio visionandfactory oprichtte. Deze studio maakte van de verbinding tussen 'conceptueel denken en doen' haar handelsmerk en werkt voor vele internationale opdrachtgevers in domeinen zoals: corporate identity, environmental design & editorial design. Hugo is tevens docent/onderzoeker en coördinator van de Master Grafisch Ontwerp aan Sint Lucas Antwerpen, hoofdredacteur van Addmagazine en initiatiefnemer van de tweejaarlijkse Integrated conferentie in de Singel. Zijn focus ligt vooral op de kracht van interdisciplinariteit en de steeds evoluerende maatschappelijke rol van de ontwerper en de kunstenaar.

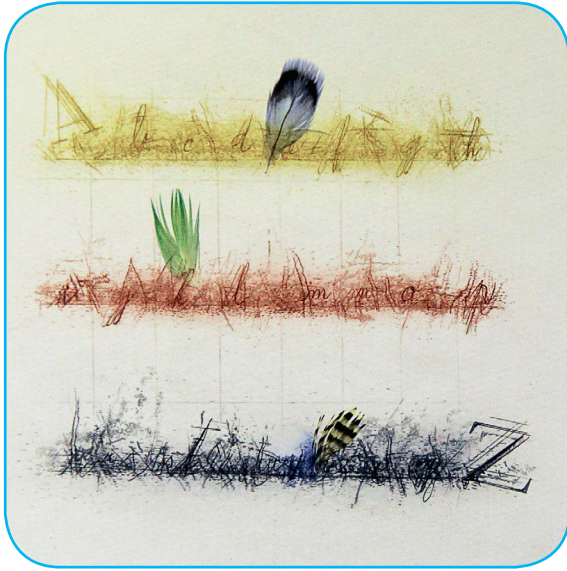
Typosiumprent van Petr Herel – *Seeds of Poems*

Petr Herel is in 1946 geboren in Hořice in het toenmalige Tjecho-Slowakije. Hij volgde zijn grafische opleidingen in Praag. Hij bekwaamde zich in tekenen, lithografie, etsen, schilderen, beeldhouwen, typografie, letterontwerp en boekbinden. De inval in zijn land in het voorjaar van 1968 – de Praagse lente – heeft diepe indruk op hem gemaakt. Hij week uit naar Parijs en ontmoette daar zijn vrouw en samen vertrokken zij naar Australië om zich daar te vestigen. Hij is werkzaam geweest als docent aan diverse instituten o.a als hoofd van de Graphic Investigation Workshop van het *Canberra Institute for the Arts*.

Sinds 1971 heeft Petr Herel deelgenomen aan vele tentoonstellingen, zowel in Australië, als in Europa. Tussen 1965 en nu heeft hij ruim 90 kunstenaarsboeken gepubliceerd. Zijn werk is met het grootst mogelijke vakmanschap gemaakt en uniek van concept en thematiek. Westerse kunst en literatuur vormen een belangrijke inspiratiebron voor zijn grafisch werk. Kunst is voor Herel vooral een meditatieve ervaring. In 2009 was Petr Herel winnaar van de prestigieuze *Prix Simone Lurçat, prix unique de bibliophilie en France* van de Franse Académie des beaux-Arts.

Voor *Initiaal* vervaardigde hij de vijfde Typosiumprent *Seeds of Poems*. De coördinatie, verzorging van omslag en verdere opvolging was in de bekwame handen van zijn goede oude vriend en landsman Rudolf Broulim. De uitgave van de Typosiumprent vormt een belangrijke financiële bron voor de organisatie van TYPOSIUM. Editie 2013 is voorzien voor 31 augustus 2013 en kent als werktitel: *het neusje van de zalm*.

Verslag Zomertyposium VII – 25 augustus 2012



Exemplaren van *Seeds of Poems* en ook de eerder verschenen Typosiumprenten zijn verkrijgbaar voor € 95 bij *Initiaal*. Raadpleeg daartoe www.initiaal.be.

Typosium VII is mede mogelijk gemaakt door het Plantin Instituut voor *Typografie*, Museum Plantin Moretus, Lannoo Uitgeverij, Koninklijke Brill en Elep.

Plantin Instituut voor *Typografie*



LANNOO



BRILL



www.initiaal.be

– 8 –

