



Denken in structuur

Onderzoek lettertypen kiezen - 2

Typografie

DENKEN
IN
LETTER-
VORMEN

- **De selectie van lettertypen**

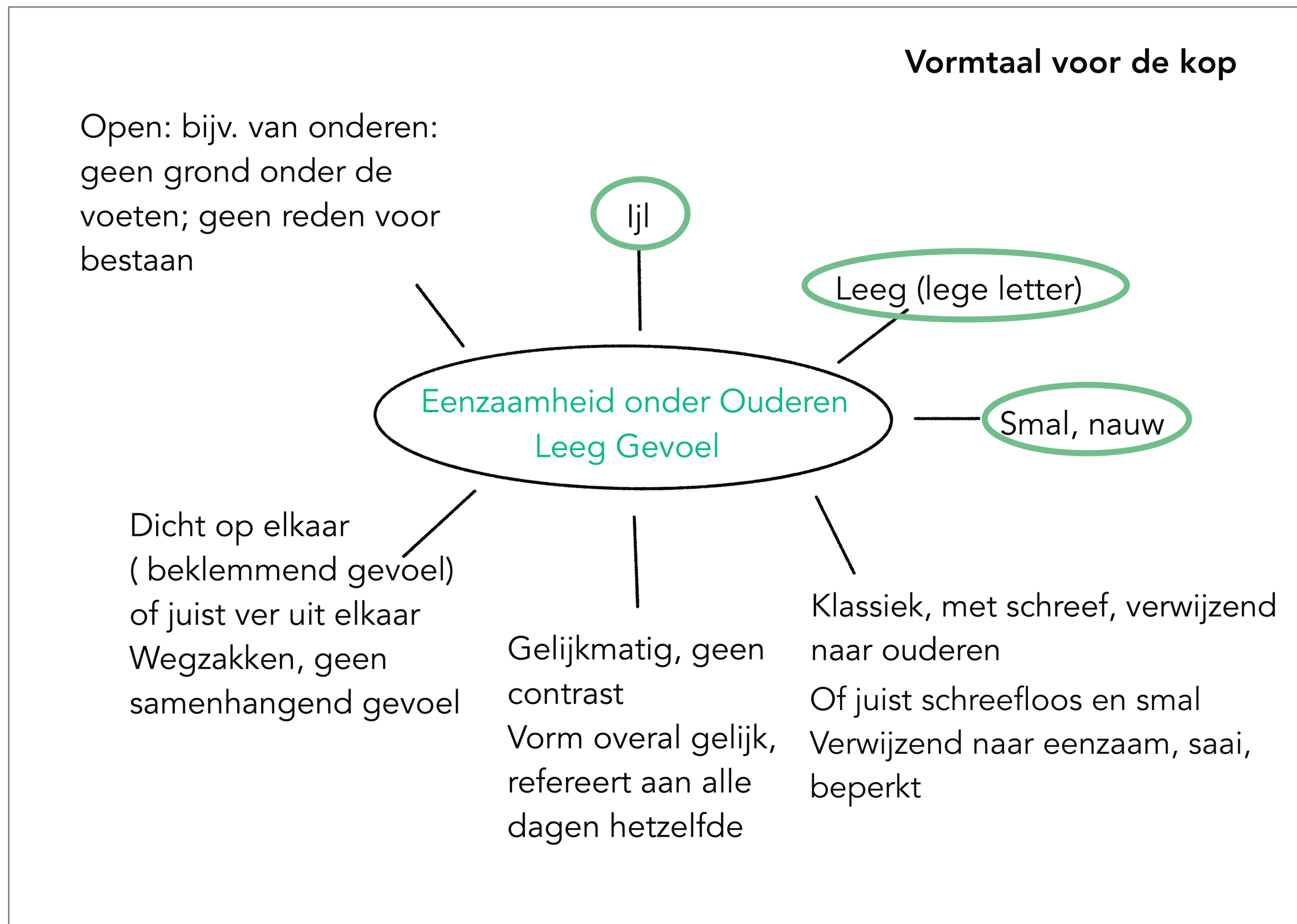
Doel van de les

Ik zoek 2 lettertypen (kop/broodtekst) die in **lettervorm** passen bij de **sfeer en inhoud** van het **gekozen artikel**.

Some ads must whisper, some must shout. But whatever the tone of voice, creative typography speaks with a distinction that sets your advertising above the clamor of competing messages. If you share our interest in good typography,

Vorige les

Mindmap - vormtaal



Onderzoek lettertype voor de heading

Vormtaal Heading

ljl, dun
Leeg (open/holle letter)
Nauw
Dicht op elkaar

Achtergebleven	ACHTERGEBLEVEN
Achtergebleven	ACHTERGEBLEVEN
Achtergebleven	ACHTERGEBLEVEN
Achtergebleven	ACHTERGEBLEVEN
Achtergebleven	ACHTERGEBLEVEN
Achtergebleven	ACHTERGEBLEVEN
Achtergebleven	ACHTERGEBLEVEN

7 tot 10 keer de heading (corpsgrootte gelijk houden, bijv. 70 pt. Werkelijk corpsgrootte van een heading is afhankelijk van lettertype, formaat publicatie en je beoogde vormgeving; variërend tussen 100 pt en hoger komt vaak voor.)

Onderzoek

Onderzoek een vormtaal die past bij het artikel d.m.v. mindmap
Zoek een lettertype voor de broodtekst

/ Onderzoek

- ~~Mindmap vormtaal (1 x A3)~~
 - ~~Heading lettertype (1 x A3)~~
-
- Broodtekst lettertype (1 x A3)

Groei is goed. Groei werkt. Groei zorgt voor technologische ontwikkeling, voor werkgelegenheid. Groei brengt daarmee vooruitgang en bevrijdt ons zo uit de brute natuurtoestand van armoede en misère. En groei zal niet alleen welvaart brengen, maar ook de planeet redden. Want *groene* groei is hét paradigma van overheden wereldwijd om de klimaatcrisis op te lossen. Van Brussel en het Witte Huis tot Peking – onder alle beleidsmaatregelen schuilt het idee dat de wereldeconomie kan en moet blijven groeien om klimaatontwrichting te voorkomen, door middel van marktgeleide milieumaatregelen en technologische innovatie. Groene groei is de enige weg.

En niet alleen uit de klimaatcrisis. Groei is het wondermiddel voor álles. En dus is een van de *Sustainable Development Goals*: economische groei. Het is wat de Europese Unie, de Wereldbank en andere internationale organen met duizenden miljarden euro's, dollars en ponden najagen.

Nederland heeft een Nationaal Groeifonds opgericht om in vijf jaar tijd 20 miljard euro gemeenschapsgeld uit te geven, alles om de economische groei maar verder aan te jagen. De overheid heeft geen enkele duurzame visie aan deze opdracht verbonden. Het enige doel: het bbp verhogen. Niet dat we het slecht hebben, we zijn een van de rijkste landen ter wereld. Maar economische groei is per definitie goed, toch?

Afhankelijk van het ecosysteem

Maar wat als we het al die tijd mis hebben gehad? Wat als economische groei niet de oplossing voor alle problemen is, maar juist de bron ervan?

Er is niets zo krachtig als een idee waarvoor de tijd rijp is, zoals de Franse schrijver Victor Hugo al schreef. En de tijd lijkt rijp voor *degrowth*. Greta Thunberg, de Paus, het World Economic Forum in Davos, internationale media als *The New York Times* en de invloedrijke Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikke-

ling (OESO) – allemaal beginnen ze de vraag te stellen: is groei niet een illusie?

Het is niet voor het eerst dat die vraag wordt gesteld. Op 20 maart 2022 was het exact vijftig jaar geleden dat het profetische rapport *De grenzen aan de groei* van de Club van Rome verscheen. Strekking: de aarde raakt snel uitgeput – oneindige groei op een eindige planeet is onmogelijk.

Waar hebben we het eigenlijk over, als we het over 'de economie' hebben? Politici, beleidsmakers en de meeste economen stellen economie gelijk aan het bruto binnenlands product (bbp). Het gaat goed met de economie als het bbp groeit, en slecht als het niet meer groeit.

De zogeheten *post-growth*-beweging plaatst daar grote vraagtekens bij.

Natuurlijk is geen beweging compleet zonder hartstochtelijke onenigheid over woordkeus. *Post-growth*, *degrowth*, *doughnut economics*, *steady-state economics*: allemaal leggen ze andere accenten.

Broodtekst: in 'regular'; behalve een paar 'accent' woorden

Opdracht in stappen - onderzoek lettertype voor de broodtekst

1. Voor jouw magazine maak je een letterkeuze vanuit **contrast***.
2. Kies voor de broodtekst 7 lettertypen of meer, om jezelf keuze te geven.
3. Elke gekozen lettertypen heeft minimaal 4 stijlen, waaronder een regular.
Ander woord voor *regular* is *book of roman*
4. Download mamv.nl week 3 > formulier heading + broodtekst
Zie voorbeeld op volgende dia.
5. Print de A3 uit, bekijk en bespreek met een klasgenoot welke combinatie het meest aansprekend is en leesbaar.
6. Gebruik hiervoor het **analyseformulier**
Download mamv.nl week 3

Contrast*: heb je voor je heading een schreefloze letter gekozen? Kies dan voor je broodtekst een schreef letter (en andersom)

Don't

- Wees origineel; kies niet de volgende standaard computer lettertypen:

Arial, Courier, Copperplate, Impact, Georgia, Geneva, Lucida, Monaco, Optima, Tahoma, Times, Trebuchet, Verdana, Styx

Standaard heb je niet zoveel bruikbare lettertypen op je computer staan, dus je zult ze moeten installeren vanuit de '100 lettertypen map' of activeren via Adobe fonts

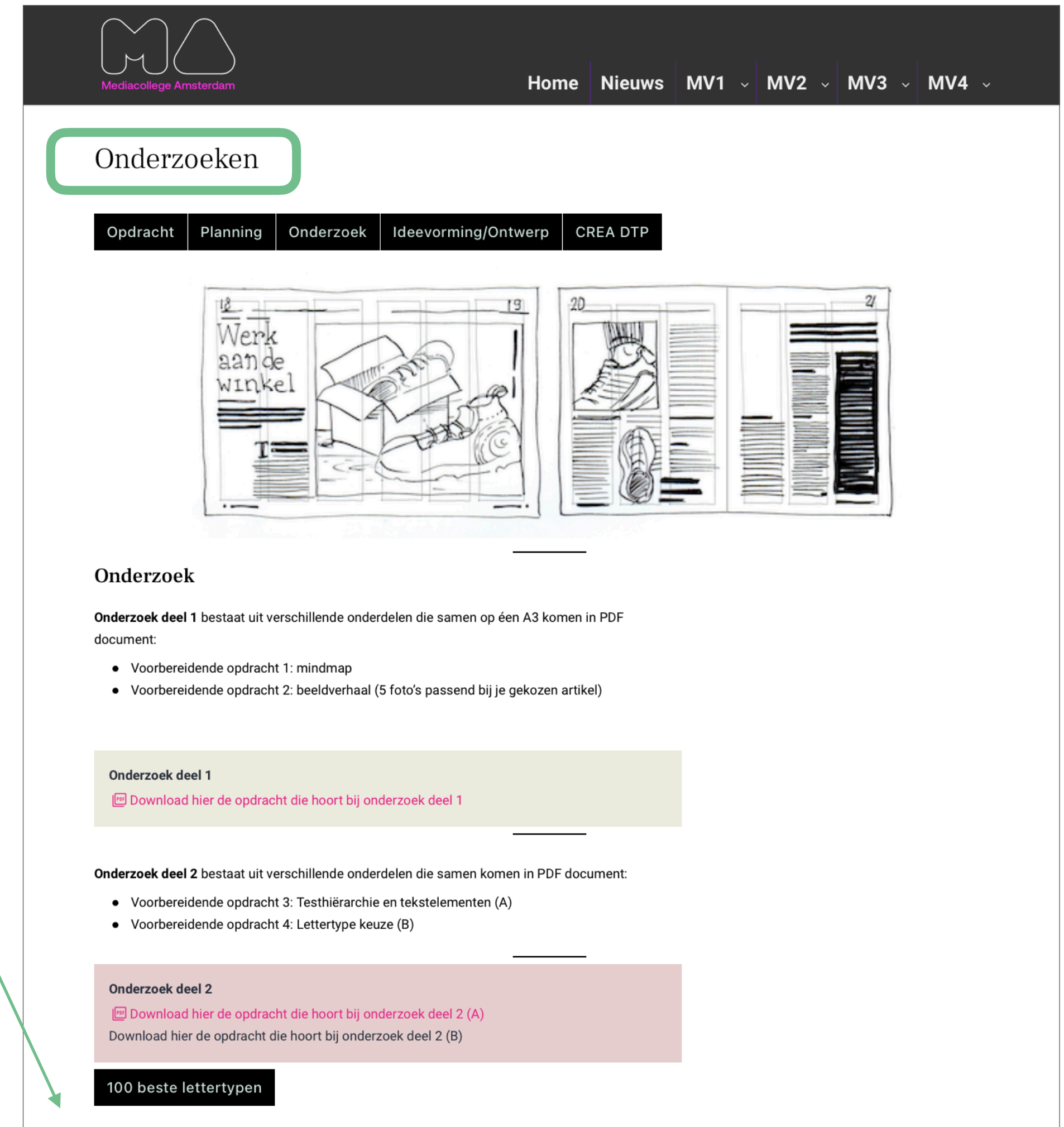
Letters zoeken in de 100 fonts map op Adobe fonts

In de map 100 beste lettertypen

vind je goede schreef en schreefloze lettertypen, met veel gewichten; dure klassiekers; vaak heel geschikt voor broodtekst

In Adobe fonts: leuke letters, wat minder beproefde klassiekers.

(let op voor broodtekst: sommige letters in de database zijn wat te krap gespatieerd, te weinig ruimte tussen de letter; goed kijken)



The screenshot shows the website of Mediacollege Amsterdam. At the top, there is a navigation bar with the logo 'M' and 'A' and the text 'Mediacollege Amsterdam'. To the right of the logo are links for 'Home', 'Nieuws', and a dropdown menu with options 'MV1', 'MV2', 'MV3', and 'MV4'. Below the navigation bar is a search bar labeled 'Onderzoeken'. Underneath the search bar is a horizontal menu with buttons for 'Opdracht', 'Planning', 'Onderzoek', 'Ideevoering/Ontwerp', and 'CREA DTP'. The main content area features two hand-drawn sketches of newspaper layouts. Below the sketches is the heading 'Onderzoek' followed by a paragraph: 'Onderzoek deel 1 bestaat uit verschillende onderdelen die samen op één A3 komen in PDF document:'. This is followed by a bulleted list: '• Voorbereidende opdracht 1: mindmap' and '• Voorbereidende opdracht 2: beeldverhaal (5 foto's passend bij je gekozen artikel)'. Below this list is a light green box with the heading 'Onderzoek deel 1' and a button that says 'Download hier de opdracht die hoort bij onderzoek deel 1'. Further down is another paragraph: 'Onderzoek deel 2 bestaat uit verschillende onderdelen die samen komen in PDF document:'. This is followed by another bulleted list: '• Voorbereidende opdracht 3: Testhiërarchie en tekstelementen (A)' and '• Voorbereidende opdracht 4: Lettertype keuze (B)'. Below this list is a light red box with the heading 'Onderzoek deel 2' and two buttons: 'Download hier de opdracht die hoort bij onderzoek deel 2 (A)' and 'Download hier de opdracht die hoort bij onderzoek deel 2 (B)'. At the bottom of the page is a dark blue button labeled '100 beste lettertypen'. A green arrow points from the text 'In de map 100 beste lettertypen' on the left towards this button.

Klaar met je heading & broodtekst onderzoek?

Bespreek samen met een klasgenoot je/jullie onderzoek.

Download hiervoor het analyseformulier.

Analyseformulier - Lettertype keuze

1

ANALYSE FORMULIER – LETTERTYPE KEUZE

Naam: _____

Doel van deze opdracht
Ik kan d.m.v. analyse formulier toetsen of wat ik heb willen benadrukken ook overkomt.
Ik kan mijn keuze verantwoorden

- Je gaat het werk van je klasgenoot analyseren
- **Print** het gemaakte formulier 'Broodtekst en Heading' uit.
- Bespreek de vragen.
- Vul allemaal het formulier volledig in.
- Maak een definitieve keuze!
- Onderbouw de keuze

1. CONTRAST
Combinatie 1
Is er contrast bij de combinatie van deze twee lettertypen?
Zet een kruisje (X) achter wat van toepassing is:

Heading	Broodtekst	Contrast
Schreefloze letter	Schreef letter	Ja
Schreef letter	Schreefloze letter	Nee
Script		

Combinatie 2
Is er contrast bij de combinatie van deze twee lettertypen?
Zet een kruisje (X) achter wat van toepassing is:

Heading	Broodtekst	Contrast
Schreefloze letter	Schreef letter	Ja
Schreef letter	Schreefloze letter	Nee
Script		

Combinatie 3
Is er contrast bij de combinatie van deze twee lettertypen?
Zet een kruisje (X) achter wat van toepassing is:

Heading	Broodtekst	Contrast
Schreefloze letter	Schreef letter	Ja
Schreef letter	Schreefloze letter	Nee
Script		

2

Combinatie 4
Is er contrast bij de combinatie van deze twee lettertypen?
Zet een kruisje (X) achter wat van toepassing is:

Heading	Broodtekst	Contrast
Schreefloze letter	Schreef letter	Ja
Schreef letter	Schreefloze letter	Nee
Script		

2. VORMTAAL/SFEER
Zet een kruisje (X) achter wat van toepassing is:
Meerdere keuzes zijn mogelijk.

Heading 1 Wat is de sfeer?	Heading 2 Wat is de sfeer?	Heading 3 Wat is de sfeer?	Heading 4 Wat is de sfeer?
Hard	Hard	Hard	Hard
Sierlijk	Sierlijk	Sierlijk	Sierlijk
Flexibel	Flexibel	Flexibel	Flexibel
Precies	Precies	Precies	Precies
Dominant	Dominant	Dominant	Dominant
Creatief	Creatief	Creatief	Creatief
Eigenwijs	Eigenwijs	Eigenwijs	Eigenwijs
Zorgzaam	Zorgzaam	Zorgzaam	Zorgzaam
Zacht	Zacht	Zacht	Zacht
Betrouwbaar	Betrouwbaar	Betrouwbaar	Betrouwbaar
Doelbewust	Doelbewust	Doelbewust	Doelbewust
Ordelijk	Ordelijk	Ordelijk	Ordelijk
Nauwkeurig	Nauwkeurig	Nauwkeurig	Nauwkeurig
Chaotisch	Chaotisch	Chaotisch	Chaotisch
Sociaal	Sociaal	Sociaal	Sociaal
Impulsief	Impulsief	Impulsief	Impulsief
Uitbundig	Uitbundig	Uitbundig	Uitbundig
Bescheiden	Bescheiden	Bescheiden	Bescheiden
Nieuwsgierig	Nieuwsgierig	Nieuwsgierig	Nieuwsgierig
Voorzichtig	Voorzichtig	Voorzichtig	Voorzichtig
Behulpzaam	Behulpzaam	Behulpzaam	Behulpzaam
Avontuurlijk	Avontuurlijk	Avontuurlijk	Avontuurlijk
Eerlijk	Eerlijk	Eerlijk	Eerlijk
Open	Open	Open	Open

Op de onderste rij kan jezelf iets invullen als de juiste sfeer er niet bij staat.

3

3. LEESBAARHEID/AANSPREKENHEID
In welke combinatie zijn de twee gekozen lettertypen het meest leesbaar en aansprekend?
Maak 1 keuze. Zet een kruisje (X) achter wat van toepassing is.

Combinatie	Combinatie
Nr 1	Nr 3
Nr 2	Nr 4

4. DEFINITIEVE KEUZE
Stel je jezelf vraag:
Welke sfeer heb jij willen benadrukken bij de keuze van je lettertype voor de heading?

De sfeer die ik hebben willen benadrukken is: _____

Bij welke heading komt de sfeer het beste overeen met wat je hebt willen benadrukken?
Gebruik hiervoor de verkregen feedback bij vraag nr. 2

Heading nr. _____

Welke combinatie kies jij?
Gebruik hiervoor de verkregen feedback bij vraag nr. 3

Combinatie nr. _____

Geef een korte toelichting op je definitieve keuze

- Download het analyseformulier op mamv.nl > week 3

Lijst niet westerse lettertypen

Adelle Sans

Devanagari

Akaya Telivigala

Al Bayan

Al Nile Bold

Al Tarikh Regular

Annai MN

Apple SD Gothic Neo

AppleGothic Apple

Myungjo

Arial Hebrew

Arima Koshi

Bai Jamjuree

Baloo 2

Bangla MN

Baoli

BiauKai

Cambay Devanagari

Chakra Petch

Charmonman

Damascus

Devanagari

Diwan Kufi

Diwan Thuluth

Fahkwang

Farah

Farisi

Galvji

Grantha Sangam

MN

Gujarati

GungSeo

Gurmukhi

Hannotate

Hei

Heiti

Hiragino

InaiMathi

ITF Devanagari

Kai

Kailasa

Kaiti

Kannada

Katari

Kavivanar

Kefa

Khmer

Klee

Kodchasan

Kohinoor

KoHo

Krub

Krungthep

KufiStandard

Lahore

Lantinghei

Lao

Lava

LingWai

LiGothic

LiSong

LiSung

Maku

Malayalm MN

Mali

Mishafi

Modak

Mshtakan

Mukta

MuktaMahee

Muna

Myanmar MN

Myriad Arabic

Nadeem

Nanum Brush

New Peninim

Niramit Bold

Noto Sans +

toevoegingen zoals

Urdu etc.

October

Oriya

Padyakke

PilGi

PingFang

PSL Ornanong

Raanana Bold

Sama

Sangam MN

Sarabun

Sathu

Shobhika

Shree Devanagari

SimSong

Sinhala

Songti

Srisakdi

STHeiti

STIX

STSong

STXihei

Sukhumvit

Tamil MN

Telugu

Thonburi

Tiro Bangla

Tiro

Toppan B

Waseem

Weibei

Xingkai

Yuanti

YuGothic

YuKyokasho

YuMincho

Yaziji

Zawra