

# Het verborgen publiek

Laura Pappa

Een tijdschrift verspreidt door- gaans kennis over een specifiek domein of onderwerp, waardoor het een geldige bron voor directe informatie is voor professionelen binnen dat veld. Vaak bestaat het kernpubliek uit dezelfde groep mensen die de inhoud ervan hebben geproduceerd doorheen de geschiedenis van het tijdschrift, wat van die gemeenschap een immer groeiende groep maakt.

Bij gedrukte publicaties kan de vorm van bijna even groot belang zijn als de inhoud: van de manier waarop het materiaal wordt verwerkt, tot het effect ervan als (passieve) inhoud zelf. Wanneer vormgevers actief betrokken worden bij de productie van een publicatie, moeten ze grondige kennis hebben van de specifieke inhoud. Dit betreft de vormgevers zodanig dat ze ook als een deel van het lezerspubliek van de publicatie kunnen worden beschouwd, als een deel van de gemeenschap zelfs. Meer nog, wanneer een publicatie uitzonderlijke vormelijke kwaliteiten bezit, kan deze al snel worden opgepikt door de gemeenschap van grafisch vormgevers in het algemeen. Als een veld dat inherent afhankelijk is van andere velden, moet grafische vormgeving zowel qua vorm als inhoud bij andere culturele domeinen gaan lenen. Zo staan vormgevers altijd op de uitkijk om nieuw materiaal tot zich te kunnen nemen en erop mee te liften, om zo hun bereik te vergroten en, op de een of andere manier, ook hun eigen gemeenschap.

## Lezerspubliek

Wanneer ik de tijdschriften bij mijn lokale kiosk doorblader, krijg ik steevast de verleiding om er

# The Hidden Public

Laura Pappa

**A journal invariably disseminates content on one specific field or subject matter, making it a valid source for obtaining first-hand information for professionals related to that field. Often, the core readership consists of the very same people that have provided content throughout a journal's history, making that community an ever-growing body.**

**When it comes to printed matter, form can have nearly equal importance to the publication's contents, from steering the way the material is processed to as far as acting itself as (passive) content. When formgivers are actively involved in the production of a publication, they need to be thoroughly up to speed on the specifics of the content. This involves the formgiver in a manner where they can be accounted for as part of the publication's readership, part of the community. Moreover, if a publication possesses extraordinary formal qualities, it can easily be picked up by the graphic design community at large. A field that is inherently dependent on other disciplines, graphic design seeks to borrow from other cultural fields both in terms of form and content. In this manner, graphic design always has an eye out for material to chew on and tag on to, in order to expand its reach and, in a way, its own community.**

## Readership

**Whenever browsing magazines at my local kiosk, I have always been tempted by the idea to start following one on a subject completely unknown to me. Be it knitting, cars or tech innovations, to read all issues cover to cover, without missing the smallest detail. Like this, a journal could become a**

eentje te gaan volgen over een voor mij volledig onbekend onderwerp. Of het nu over breien, auto's of technologie gaat – om alle nummers van voor tot achter te lezen, zonder het kleinste detail over te slaan. Zo, zou een tijdschrift een soort leerboek of curriculum op zich kunnen worden, als toegang tot het betreden van een nieuwe discipline – elk nummer een nieuwe les, met de nieuwste ontwikkelingen binnen het veld, en misschien een beoordeling hier en daar.

Oppericht in 1981, wordt *OASE* wereldwijd verspreid door zowel boekwinkels en kiosken als abonnementen. Hoewel beschikbaar om door zo goed als iedereen te worden gekocht, onthult het tijdschrift niet meteen een eigen identiteit. Behalve het vaststaande formaat (17 x 24 cm), zijn er weinig terugkerende zichtbare elementen die de verschillende nummers van *OASE* met elkaar verbinden, wat volgens ontwerpers net de identiteit van het tijdschrift zou zijn. Hoe dan ook, deze camouflage maakt van *OASE* een kleine uitdaging om terug te vinden in de doolhof aan publicaties.

Over de jaren heen slaagde *OASE* erin om een aanzienlijke groep lezers en inzenders uit te bouwen. Met ieder nieuw nummer worden nieuwe auteurs geïntroduceerd, en zo de gemeenschap rond het tijdschrift verder vergroot. Wat de vraag stelt of de camouflage er net is om het tijdschrift binnen deze hechte groep te houden. Zolang je weet waar je naar moet zoeken, kost het geen moeite om het te vinden – het zal altijd datgene zijn dat niet zoals de rest is; datgene dat opvalt door te verschillen van zijn gelijken, en van zijn eigen voorgangers.

In het geval van *OASE*, zou het lezen van alle nummers van voor naar achter een interessante introductie opleveren tot het veld van de architectuur, met elk nummer een onderzoek naar een verschillend thema, waarvan velen erg specifiek. Ondanks het niche

**schoolbook or curriculum on its own, as well as a gateway to entering a new discipline – with each issue a new lesson, introducing a number of recent developments in the field, and maybe a review here or there.**

**Founded in 1981, *OASE* is distributed globally through bookshops and newsstands as well as by subscription. Though having been made available to be purchased by virtually anybody, it does not immediately reveal its identity. Aside from the fixed format of 17 x 24 cm, there are little common elements on the outside that would connect the different issues of *OASE*, which a designer will argue is precisely the magazine's identity. Be that as it may, this camouflage makes *OASE* somewhat of a challenge to spot in a maze of periodicals.**

**Over the years, *OASE* has managed to grow a notable body of avid readers as well as contributors. With each issue new authors are introduced, enlarging the community around the journal. This makes one wonder; is the reason for the camouflage to keep *OASE* in this tight-knit circle? As long as you know what you're looking for, you won't have trouble finding it – it will always be the one that is none of the others; the one that stands out by not resembling any of its peers, nor any previous issues of itself.**

**In the case of *OASE*, reading all issues cover to cover would make for quite an interesting introduction in the field of architecture, as each issue investigates a different theme, many of which are rather specific. Despite being highly niche, many issues of *OASE* seem to be on subjects that can also be interesting (and accessible) to a layman. Just look at titles such as *Domestic Nature, Home-Land or Suburbia and Social Democracy*, all of which touch on issues that many (non-architects) would have interest in or perhaps even a say on.**

karakter, lijken veel *OASE*-nummers over onderwerpen te gaan die ook voor de leek interessant (en toegankelijk) zijn. Alleen al titels zoals *Huiselijke natuur, This-land, of Neoliberalisme in de buitenwijken* – ze raken aan thema's die veel mensen interesseren of waar ze zelfs iets over te zeggen hebben.

Achter de schermen

*OASE* opvatten als een soort leerboek is niet ondenkbaar, gezien het tijdschrift altijd verbonden is geweest aan bepaalde onderwijsinstellingen, waaronder TU Delft, KU Leuven en Universiteit Gent – en wie zou er een meer toegewijd lezer zijn dan de student die erop gebrand is alle bestaande kennis ooit geproduceerd in het betreffende vakgebied tot zich te nemen en te verwerken? Maar er is nog een andere onderwijsgemeenschap die de ontwikkeling van het tijdschrift heeft gevolgd en gestuurd. Tussen 1998 en 2013 was de ontwerpopdracht voor *OASE* in handen van de masteropleiding Werkplaats Typografie (WT), gelegen in het landelijke stadje Arnhem.

In 1998, toen Karel Martens samen met Wigger Bierma de Werkplaats Typografie oprichtte, bracht hij een reeds langlopende ontwerpopdracht met zich mee – het architectuurtijdschrift *OASE*. De nieuwe, experimentele, praktijkgerichte ontwerpopleiding was de ideale omgeving om baanbrekende ontwerp oplossingen voor drukwerk te bedenken. Vanaf het begin kregen de verschillende projecten dagelijks vorm in nauwe samenwerking tussen de weinige docenten en deelnemers aan het programma. De groep begon erg klein, met slechts zes mensen in het eerste jaar, drie in het tweede, en vijf in het derde. Een soms twee keer per jaar werd een van de deelnemers uitgenodigd om een nummer van *OASE* samen met Karel te ontwerpen. Het tijdschrift

## Behind the Scenes

Considering *OASE* a sort of study book is not that unthinkable, as it has always been connected to a number of educational institutions, including Delft University of Technology, KU Leuven and Ghent University – and who would be a more dedicated reader than a student keen on accumulating and processing all existing knowledge ever produced within their field of interest? But there is another educational community that has inhabited and steered the course of the journal. Between 1998 and 2013, the task to design *OASE* was in the hands of the Master's programme *Werkplaats Typografie* (WT) situated in the rural city of Arnhem.

In 1998, when Karel Martens co-founded the *Werkplaats Typografie* together with Wigger Bierma, he brought along his long-time design assignment – the architectural journal *OASE*. The new experimental studio-based graphic design programme was the ideal environment for cooking up cutting-edge design solutions for printed matter. From the kick-start, various jobs were handled daily in close collaboration between the few tutors and the participants in the programme. The group started out very small, with only six people in the first year, three the second, and five the third. Once, sometimes twice a year, one of the participants was invited to design an issue of *OASE* together with Karel. The journal had always been Karel's baby of sorts, and thus, this assignment was surely a great honour to take on by the participants. In these early years of the WT, the true character of the programme and the way different projects were handled was still very much under development. Needless to say, this also allowed for more experimentation and crossing borders of all kinds.

was altijd al Karels kindje, en dus was de opdracht een grote eer voor de deelnemers om aan te nemen. In die vroege jaren van de WT waren de ware aard van het programma en de manier waarop de verschillende projecten vorm kregen nog steeds heel erg in ontwikkeling. Het is vanzelfsprekend dat dit experimenteren en het doorbreken van grenzen alleen maar in de hand werkte.

Hoewel de opleiding al snel andere domeinen verkende buiten de typografie, blijkt het ontwerp voor *OASE* een van de meest geschikte en langst lopende opdrachten te zijn die past onder de titel 'Werkplaats Typografie'. Elke pagina werd zorgvuldig vervaardigd, opnieuw en opnieuw, in de krochten van de kelder van de werkplaats, zodat de volledige verzameling van *OASE*-nummers gemaakt in samenwerking met de deelnemers van de WT met recht kan worden beschouwd als een indrukwekkend archief aan staaltjes vormgeving. Terwijl het ontwerp van elk nummer het onderwerp losjes volgt, zijn de ontwerpen ook erg speels en experimenteel, als een duidelijke demonstratie van zowel vaardigheid als van de x aantal mogelijke manieren om de lay-out van een tijdschrift te benaderen.

*Werkplaats Typografie* stond steeds bekend omwille van de ruime aandacht voor vorm. En wat zou een meer vruchtbare omgeving kunnen zijn om te experimenteren met vorm dan een architectuurtijdschrift, met elk van de nummers gericht op een telkens andere benadering van ruimte en omgeving? Zowel via de typografie als via de fysieke vorm onthullen de verschillende nummers van *OASE* hoe er met ruimte en tastbaarheid kan worden omgegaan in drukwerk. Met als gevolg dat het nummer over huiselijke natuur werd gewikkeld in iets wat op inpakpapier voor bloemen lijkt, dat het nummer getiteld *Terug naar school* een plastic verpakking voor

Even though the programme itself soon expanded to various other territories next to typography, the design of *OASE* seems to be one the most fitting as well as long-lasting projects that fit under the title 'Werkplaats Typografie' (Typography Workshop). Each page carefully crafted and then crafted again in the deepest and darkest corners of the workshop basement, the total collection of *OASE* issues designed in collaboration with participants of the WT can rightfully be considered an impressive archive of sample layouts. While the design of each issue loosely follows its subject, the designs are also very playful and experimental, clearly showing off skills as well as the x amount of possibilities to approach the layout of a journal.

*Werkplaats Typografie* has always been known for paying a good amount of attention to form. And what could be a more fruitful environment for experimenting with form than an architectural journal, with each of its issues approaching space and our surroundings from a different viewpoint? Both through typography and physical form, the various issues of *OASE* reveal how space and physicality can be dealt with in print. And so the issue on domestic nature comes wrapped in something resembling wrapping paper for flowers, the issue titled *Back to School* has a plastic wrapping like schoolbooks, *OASE 59*, called *Scratching the Surface*, has a Mexican wax-like tablecloth for a cover, while the cover for issue 82 (*Architecture and Planning in Africa 1950-1970*) captures an old map and is printed on brownish paper resembling the one from old atlases. Similarly, issue 66 on fictional space is turned on its side, which can refer to none other than film screens. But not all form-related interventions in *OASE* are so blunt. Nearly all issues are printed on different paper, sometimes several, some

schoolboeken heeft, dat *OASE* 59 genaamd *Nagel op de huid* – met als Engelstalige vertaling *Scratching the Surface* – een Mexicaans wasachtig tafelkleed als cover kreeg, en dat de cover voor *OASE* 82 (*L’Afrique, c’est chic. Architectuur en planning in Afrika 1950–1970*) een oude kaart weergeeft en gedrukt werd op een bruinachtig papier gelijkend op dat van oude atlanten. Daarnaast wordt *OASE* 66 over fictieve ruimten een kwartslag gedraaid, wat niet anders kan dan verwijzen naar het grote scherm. Maar niet alle vormelijke interventies in *OASE* zijn zo ongezoeten direct. Bijna alle nummers worden gedrukt op verschillend papier, soms meerdere soorten, sommige hebben uitvouwbare pagina’s, andere hebben pagina’s die korter zijn dan de rest. Geen enkel nummer is zoals het nummer ervoor of erna; elk nummer komt tevoorschijn op eigen voorwaarden en draagt een eigen stem.

Net zoals *OASE* een eigen gemeenschap rondom het tijdschrift opbouwde, heeft de WT een sterke gemeenschap opgebouwd in de grafische wereld. Het kleine aantal deelnemers vergeleken met andere onderwijsinstellingen, zorgde voor een gestage groei. Gelegen in het landelijke Arnhem, wordt de gemeenschap vanop een afstandje in de gaten gehouden. Elk geluid dat aan de oppervlakte komt wordt geregistreerd en toegevoegd aan alle andere, vrij onregelmatige uitlatingen die verstuurd worden vanuit de periferie. Dit bracht zowel geruchten als illusies de wereld in, over wat er nu precies plaatsvindt achter die bakstenen gevel van de WT in Arnhem. Een meer expliciet resultaat van de WT echter zijn de mensen en praktijken die eruit ontstaan zijn over de jaren heen. De opleiding leverde een aantal opmerkelijke ontwerpers (velen van wie ooit aan een nummer van *OASE* werkten) wiens praktijken groeiden vanuit de WT, maar hun ware plaats pas vonden

**have pages that fold out, others have pages shorter than the rest. No issue is like the one before or the one after, each coming to life under its own terms and bearing its individual voice.**

**Just like *OASE* has built a community around the journal, the WT has formed a strong community within the graphic design world. The small number of participants compared with other educational programmes allows for this group to build and grow steadily. Situated in rural Arnhem, the community’s activities are observed from a distance. Each murmur that surfaces is registered and added to the pile of rather infrequent utterances that are transmitted from the periphery. This has generated a number of rumours as well as illusions regarding what really goes down behind the brick façade of the WT in Arnhem. What speaks more audibly and comprehensibly about the school is the people and practices that have emerged throughout its years of existence. The programme has produced a number of remarkable designers (many of whom once also worked on an issue of *OASE*) whose practice grew out of the WT but took its true shape after re-entering the world outside the safe environment of the school.**

### **Graphic Design and Periodicals**

**While journals on architecture are rather common, graphic design is not that lucky. Glossy and image-heavy specimens are easy to come by, but good quality writing on the discipline is scarce. Ironically, the most interesting periodicals on graphic design tend to be about everything else other than graphic design. And who is there to blame – a journal on full stops and commas can only go so far.**

**In the year 2000 Stuart Bailey, one of the very first participants of the *Werkplaats Typografie* and**

nadat ze terug de buitenwereld ingingen, weg van de veilige schoolomgeving.

### Vormgeving en tijdschriften

Terwijl architectuurtijdschriften algemeen verkrijgbaar zijn, ligt dat voor grafische vormgeving iets moeilijker. Glossy en beeldrijke exemplaren zijn gemakkelijk te vinden, maar kwaliteitsvolle artikels over de discipline zijn zeldzaam. Ironisch genoeg, gaan de meest interessante tijdschriften voor grafische vormgeving over iets helemaal anders dan grafische vormgeving. En wie kunnen we dat verwijten? Een tijdschrift over punten en komma’s houdt ook een keer op...

In het jaar 2000 richtte Stuart Bailey, een van de allereerste deelnemers aan de *Werkplaats Typografie* en de eerste om mee te werken aan een nummer van *OASE*, samen met Peter Bil’ak het tijdschrift *Dot Dot Dot* op (in 2006 kwam David Reinfurt bij het team als uitgever). Van deze twee grafisch vormgevers zou je verwachten dat wat ze begonnen, een nieuw tijdschrift over grafische vormgeving was. Bil’ak omschrijft *Dot Dot Dot* op zijn website als volgt:

*Dot dot dot* is een tweejaarlijks, zelf uitgegeven tijdschrift voor na werktijd, oorspronkelijk gericht op grafisch ontwerp, maar later uitgebreid tot een interdisciplinaire journalistiek gericht op onderwerpen die een impact hebben op de manier waarop we naar de wereld kijken, hoe we over design denken en hoe we dat maken. Geprezen vanwege zijn geestige artikels over het verleden, het heden en de toekomst van visuele cultuur en de verbeelding van ontwerp, groeide DDD uit tot een *jocular* tijdschrift, gebaseerd op waargebeurde verhalen, met onderwerpen gaande van kunst, design tot muziek, taal, literatuur, architectuur.

the first to work on an issue of *OASE*, together with Peter Bil'ak, co-founded the magazine *Dot Dot Dot*. Since they are both graphic designers, it is not hard to imagine what the two began was a new magazine *about* graphic design. Bil'ak describes *Dot Dot Dot* on his website with the following words:

Dot dot dot is a biannual, self-published, after-hours magazine, originally centred around graphic design, later broadening in scope to interdisciplinary journalism on subjects that affect the way we look at the world, how we think about and make design. Acclaimed for its witty writing about the past, present and future of visual culture and imaginative design, DDD matured into a jocular journal based on true stories, with subjects ranging from art, design to music, to language, to literature, to architecture.

*Dot Dot Dot*, volume and format-wise much like *OASE* and, perhaps coincidentally, similarly without a uniform exterior, ran for ten years and published 20 issues, all of which were indeed on art, design, music, language, literature, architecture and much more. Despite having been profiled as a graphic design magazine, its readership had a much wider scope, and a good number of contributors came from other fields.

Having grown into graphic design with *Dot Dot Dot*, my idea about what graphic design is and how it relates to other disciplines was steered by it. Graphic design rarely exists on its own, but rather in combination with others: with texts and images, with spaces and ideas. It is a form that packages content, though never without leaving its mark. And so a true graphic design magazine will always have to be as much about graphic design as about everything else.

*Dot Dot Dot*, qua volume en formaat gelijkaardig aan *OASE* en, misschien bij toeval, ook zonder uniforme verschijningsvorm, had een levensduur van tien jaar en kende 20 nummers, inderdaad allemaal over kunst, design, muziek, taal, literatuur, architectuur en veel meer. Ondanks een profilering als ontwerptijdschrift, had het een veel breder lezerspubliek, en een groot aantal bijdragen kwam vanuit andere velden.

Opgegroeid als vormgever met *Dot Dot Dot*, bepaalde het mijn beeld over wat vormgeving precies is en welke verhouding het heeft tot andere disciplines. Vormgeving bestaat zelden op zich, maar eerder in combinatie met andere dingen: met tekst en beeld, met ruimten en ideeën. Het is een vorm die een inhoud verpakt, maar nooit zonder haar sporen na te laten. En zo zal een echt ontwerptijdschrift steeds evenveel over vormgeving gaan, als over al de rest.

De meelifters

Boeken, tijdschriften en ander drukwerk hebben doorgaans een specifiek lezerspubliek, zeker wanneer de publicatie in kwestie zich tot een bepaald veld richt of tot een onderwijdsdomein behoort. Sommige uitgevers zijn erg toegewijd aan dit specifieke doelpubliek, terwijl anderen meer geneigd zijn om de deur open te zetten voor de regelmatige voorbijganger.

Behalve een gerespecteerd architectuurtijdschrift met een opmerkelijk aantal volgers, groeide *OASE* ook uit tot een tijdschrift bewonderd en verzameld voor de vorm. Behalve het verwachte lezerspubliek, bestaat het publiek zowel uit mensen die betrokken waren bij het ontwerp van het tijdschrift als anderen die *OASE* appreciëren omwille van de vormelijke kwaliteiten. Het onmiskenbare karakter en de experimentele aanpak in ontwerp maakte van de *OASE*-collectie een soort

The Tagalongs

Books, magazines and other printed matter tend to have a relatively fixed readership, all the more when the publications in question regard a certain field or belong to the educational realm. Some publishers are highly committed to this very specific audience, while others are more keen to open their doors to a regular passer-by.

Next to being a respected architectural journal with a remarkable number of followers, *OASE* has also become a journal admired and acquired for its form. Next to its regular readership, the audience also includes people that have been involved in the design of the journal as well as others that appreciate *OASE* for its formal qualities. Its distinct character and experimental approach to design has made the collection of *OASE* into a sort of typography lexicon to be revisited over and over again. Alongside the architecture circle, the readership of *OASE* has found a distant cousin in the form of the graphic design community, keeping their eyes on the goings-on from a safe distance.

Graphic designers are constantly seeking input from other fields, be it visual arts, cinema, theatre, music, literature, architecture or something else. Similarly, writings on graphic design often tend to touch on external forms and subjects. With few field-specific periodicals to turn to, journals and magazines from other cultural spheres can often step in as an inviting alternative. Though *OASE* is clearly directed to a rather specific audience, when casually flipping through an issue at your local kiosk to see what typographic wonders it holds, who's to say that one won't also be tempted to read a page or two.

typografisch woordenboek, dat steeds opnieuw (en opnieuw) kan worden bestudeerd. Naast de architectuurkringen, vond het lezerspubliek van *OASE* een verre verwant in de vorm van de vormgevingsgemeenschap, die vanop een veilige afstand een oogje in het zeil houdt.

Grafisch vormgevers gaan voortdurend op zoek naar input van andere domeinen, of het nu beeldende kunst, cinema, theater, muziek, literatuur, architectuur of iets anders is. Net zoals artikels over grafische vormgeving vaak externe materie en onderwerpen raken. Met weinig domeinspecifieke tijdschriften om op terug te vallen, bieden tijdschriften en magazines vanuit andere culturele kringen een uitnodigend alternatief. Hoewel *OASE* duidelijk gericht is op een specifiek doelpubliek, wie zegt er dat bij het doorbladeren ervan bij een kiosk, op zoek naar typografische verrassingen, niet ook een pagina of twee gelezen wordt?

Vertaling: Bart Decroos