

# Stappenplan tijdschriftnummer maken

09-12-2013 10:02



Ook als een tijdschriftformule zich al lang en breed bewezen heeft, is ieder nieuw nummer nog een uitdaging en een kunstwerkje op zich. Binnen de [bladformule](#) moet een hele reeks artikelen bedacht, uitgezet, gemaakt, beoordeeld en gecorrigeerd worden en moeten tal van rubrieken gevuld worden. Wat gebeurt er allemaal tussen de eerste redactievergadering en het akkoord voor drukken of online zetten?

## Artikelen bedenken

Interessante onderwerpen voor artikelen zoeken is een continuproces. Alle redacteuren en auteurs houden een lijstje met goede ideeën bij. Op de eerste redactievergadering van het nummer worden de ideeën besproken en wordt beslist welke artikelen geschreven zullen worden. Doorgaans mogen de redacteuren hun idee verdedigen en beslist de hoofdredacteur. Bij elk artikel wordt de invalshoek besproken, het belang van het onderwerp voor de lezer, de *tone-of-voice* en het [genre](#) artikel. Ook wordt voor ieder artikel bepaald welke auteur het gaat schrijven en welke illustraties daarbij horen. Sommige artikelen zijn op korte termijn te maken, andere vragen weken van voorbereiding en onderzoek. In de redactievergadering wordt dus niet alleen behandeld welke artikelen in het nieuwe nummer komen, maar wordt ook de voortgang van de langdurige projecten besproken.

## Artikelen kiezen

De artikelen worden op de artikellijst gezet. Dit is een lijst waarop aangegeven is hoeveel redactionele pagina's er beschikbaar zijn (dus exclusief advertenties). Op de lijst staat per pagina over welk onderwerp het artikel gaat dat op die pagina komt, wie de content levert, en hoeveel ruimte elk artikel krijgt. Uiteraard staan er soms verschillende artikelen op één pagina en beslaan andere artikelen meerdere pagina's. Het is belangrijk dat duidelijk is welke artikelen bij elkaar geplaatst moeten worden en welke verplaatst kunnen worden als de inhoud, de vormgeving of advertenties daarom vragen. De volgorde van de artikelen op de lijst doet er nog niet toe, die wordt later bepaald.

De meeste tijdschriften werken met een aantal vaste rubrieken. Die moeten in ieder geval in elk nummer gevuld worden. Rubrieken hebben een vaste omvang en meestal ook een vaste plek.

Veel redacties werken met een of meer plankartikelen: minder tijdgebonden verhalen die een nummer eerder of later geplaatst kunnen worden, bijvoorbeeld als er een actueel verhaal bij komt, als een artikel niet geschreven kan worden of als de advertentieverkoop mee- of tegenvalt.

## **Artikelen uitzetten**

Schrijvende redacteuren waren bij de redactievergadering aanwezig en weten wat er van hun artikel verwacht wordt. Externe auteurs moeten gebriefd worden. Als blad en auteur al lang samenwerken is een korte uitleg soms voldoende. Maar meestal moet er flink wat informatie uitgewisseld worden over wat voor artikel de redactie in gedachten heeft. Vooraf brieven is altijd beter dan achteraf verbeteren.

Bij gevoelige onderwerpen (onderzoeksjournalistiek, omstreden onderwerpen) is tussentijds overleg tussen auteur en (hoofd)redactie noodzakelijk. De redactie moet altijd achter het artikel en zijn auteur kunnen blijven staan en moet daarom zeker weten dat het artikel op feiten gebaseerd is en dat hoor en wederhoor is toegepast.

## **Illustraties**

Niet alle magazines zijn even rijk geïllustreerd, maar op een enkel literair tijdschrift of wetenschappelijk journal na bevatten ze ten minste een paar illustraties. Dat zijn in hoofdzaak foto's, maar het kan ook om technisch of vrij tekenwerk gaan. Bij foto's kun je stockfotografie gebruiken, kunnen de auteurs zelf fotograferen of kan een aparte fotograaf ingeschakeld worden. Bij modeshoots is zelfs een heel team van stylisten, visagisten, belichters en wat al niet nodig. Uiteraard moeten die shoots nauwgezet georganiseerd worden. Doorgaans hebben bladen die veel, complexe fotografie of gespecialiseerde grafiek nodig hebben een aparte fotoredacteur of beeldredacteur in dienst.

## **Artikelen innemen en redigeren**

Bij de inname controleer je of het artikel aan de briefing voldoet: de invalshoek, de tone-of-voice, de lengte et cetera. Overigens kan een artikel dat niet aan de briefing voldoet nog steeds goed en geschikt zijn, maar dat moet wel door (hoofd)redactie besproken worden.

Bij de macroredactie controleer je opbouw, structuur, betoog, niveau.

Bij de microredactie controleer je op stijl, spelling en grammatica.

## **Op maat maken**

Een belangrijk onderdeel is het op maat maken van de tekst. Soms ligt de verhouding tekst-beeld vast. De

vormgever weet hoeveel woorden of tekens er op een pagina kunnen en de redacteur kort de tekst in tot dat aantal, of verzoekt de auteur om meer woorden, bijvoorbeeld in de vorm van een kadertekst, te leveren als de tekst te kort is.

Bij andere tijdschriften is het stramen niet zo strak, en wordt er extra ruimte gemaakt als er mooi beeld binnenkomt. Dan wordt de tekst pas in de opmaak op maat gemaakt.

## Koppen maken

Koppen zijn de kortste, maar belangrijkste stukken tekst in een tijdschrift. Een goede kop trekt de aandacht zonder de inhoud te verklappen, is prikkelend maar belooft niet (heel) veel meer dan het artikel waarmaakt en is kort en *to the point*. Uiteraard sluit de stijl van de kop aan bij de uitstraling van het blad. Een kop in een roddelblad is compleet anders dan een kop in een wetenschappelijk journal, maar heeft dezelfde functie: de lezer uitnodigen om het hele artikel te lezen.

## Plank maken

Voordat de tekst en het beeld naar de vormgever kunnen moet er een [plank](#) (bij tijdschriften) of een storyboard (bij interactieve media) gemaakt worden. Op de plank wordt de volgorde van de artikelen en advertenties vastgelegd. Op het storyboard worden de digitale pagina's en de navigatiemogelijkheden tussen de verschillende pagina's vastgelegd. Bij het samenstellen van de plank is het bladritme erg belangrijk. Dat betekent dat lang en kort, zware kost en lichte kost, tekst en beeld, en redactioneel en advertenties elkaar goed afwisselen.

## Naar de vormgeving

Bij de aanlevering bij de vormgever is het vooral van belang dat het overzichtelijk gebeurt. Je gaat uit van de plank en zet de paginanummering in de bestandsnaam of in de mappen waarin je de bestanden groepeerd. Bij een storyboard heb je geen eenvoudige oplopende reeks paginanummers, daarom moet je zelf de schermen nummer of van een andere code voorzien om duidelijk te maken op welke plaats de content terecht moet komen.

Voeg een paklijst toe, met daarop opnieuw welke bestanden op welke plaats terecht moeten komen, zodat de vormgever kan controleren of alles binnen is. Als het niet lukt om alle content in een keer aan te leveren, kun je op de paklijst ook aangeven welke bestanden ontbreken en wanneer die zouden moeten komen.

Over het algemeen worden de advertenties als laatste ingeleverd, zodat adverteerders die tot op het laatste moment kunnen laten aansluiten op de campagnes die ze hebben lopen.

Bij een eenvoudige nieuwsbrief kan de kopij per e-mail verstuurd worden. Bij echte tijdschriften is met name het beeld te omvangrijk. Je gebruikt dan diensten als YouSendIt of WeTransfer om de bestanden te versturen. Je kunt ook de bestanden via ftp op een server in een map zetten die alleen voor de vormgever toegankelijk is.

Realia (objecten die nog gedigitaliseerd moeten worden) kunnen eventueel aangetekend per post of koerier verzonden worden.

## Proevencontrole

Bij eenvoudige magazine is de proef een pdf met beeld in lage resolutie, zodat hij makkelijk verstuurd kan worden en je er makkelijk elektronisch doorheen kunt bladeren. Bij uitgaven waarin beeld belangrijk is, zoals glossy's, wordt meestal een hogeresolutieprint gebruikt, omdat dan ook het beeld goed beoordeeld kan worden.

Bij de proevencontrole wordt eerst gecontroleerd of de opmaak de plank goed heeft gevolgd, of de kopij compleet is en of het resultaat inderdaad het beoogde bladritme heeft. Vervolgens wordt de overloop weggewerkt. Dat betekent schrappen in te lange teksten. Vervolgens wordt het paginabeeld gecontroleerd: staan tekst en beeld op de goede plek, zijn de koppen goed gekozen en goed geformuleerd, staan de tussenkoppen en streamers op de juiste plaats en hebben ze de juiste stelling. Ten slotte volgt nog een ronde microredactie: de laatste spelfouten gaan eruit en alle punten en komma's worden op hun plek gezet. Deze slag gebeurt bij tijdschriften vaak nog op papier: de proef wordt afgedrukt en op tafel gelegd of tegen de muur geprikt om de spreads en het ritme te kunnen beoordelen. De correcties worden met behulp van correctietekens op de proef aangebracht of met de opmerkingenfunctie van Abode Reader digitaal aan de PDF toegevoegd.



## Tweede proevencontrole

In de tweede proevenronde kijk je of de vormgever of dtp'er de correcties en aanwijzingen uit de eerste proef goed heeft verwerkt. Ook volgt een tweede ronde microredactie om alle dingen die bij de eerste ronde over het

hoofd zijn gezien alsnog te verbeteren.

Twee ronden is doorgaans het minimum. Er zijn titels die twintig rondes doorlopen voordat iedereen tevreden is.

De laatste proef wordt ook wel de okayproef genoemd. In principe mag je hier alleen okay tegen zeggen of niet. Maar als de proef niet okay is, moet er toch weer gecorrigeerd worden. De naam is eigenlijk meer bedoeld om de verleiding te temperen om in dit stadium nog pietluttige of juist heel rigoureuze wijzigingen aan te brengen. Na het okay gaat de vormgever namelijk de bestanden voor de drukker maken, wat vrij veel computertijd vraagt. Dat doet hij niet graag twee keer. Bovendien is de deadline zo dicht genaderd dat uitstel niet mogelijk is: drukker en distributeurs berekenen extra kosten bij overschreiding van de deadline en lezers wachten vergeefs op hun magazine.

Heel soms gaat er nog iemand van de redactie naar de drukker om de eerste exemplaren van een tijdschrift te beoordelen op druk kwaliteit. Dan nog iets aan de inhoud veranderen kan eigenlijk niet, alleen instellingen van de pers kunnen nog worden aangepast, bijvoorbeeld als de kleuren niet goed weergegeven worden of de drukgangen niet aansluiten.

## **Verzending**

De drukker levert de tijdschriften aan bij het verzendhuis, de uitgever een bestand met adressen. Veel drukkers hebben dat verzendhuis overigens intern. Het verzendhuis adresseert de tijdschriften en verstuurt ze via de post of een bezorgbedrijf naar de abonnees. Tijdschriften die ook in winkels en kiosken verkocht worden, gaan naar gespecialiseerde bedrijven die voor de [distributie](#) zorgen.