

OPDRACHT

Schetsen

# 2 lay-out voorstellen

Openings- en  
vervolgspread



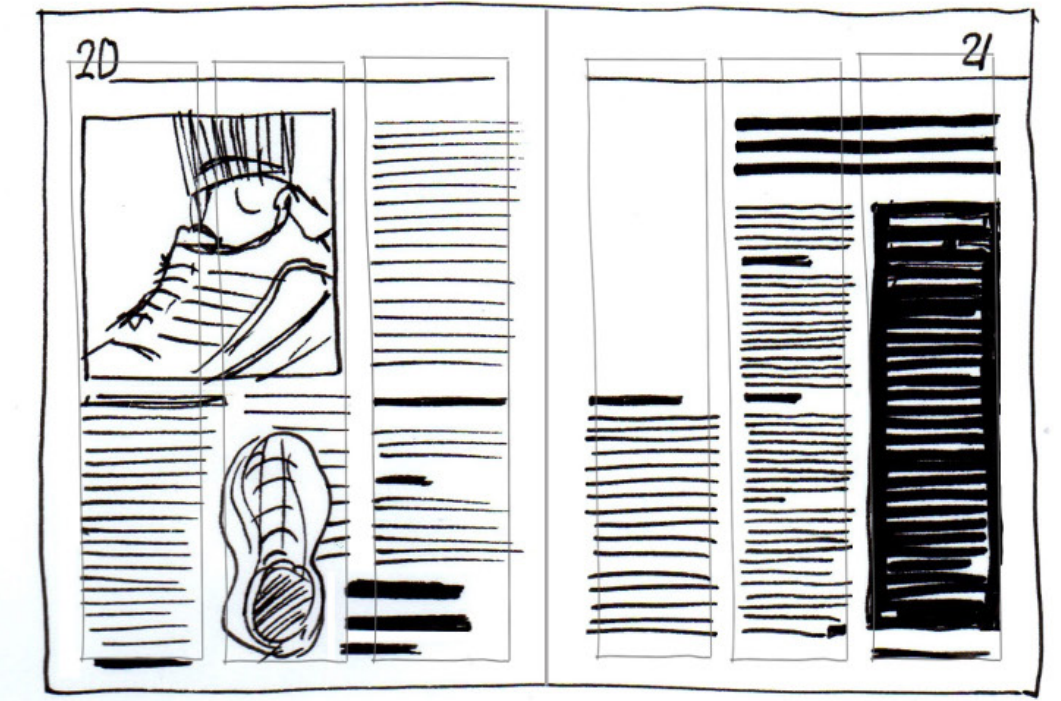
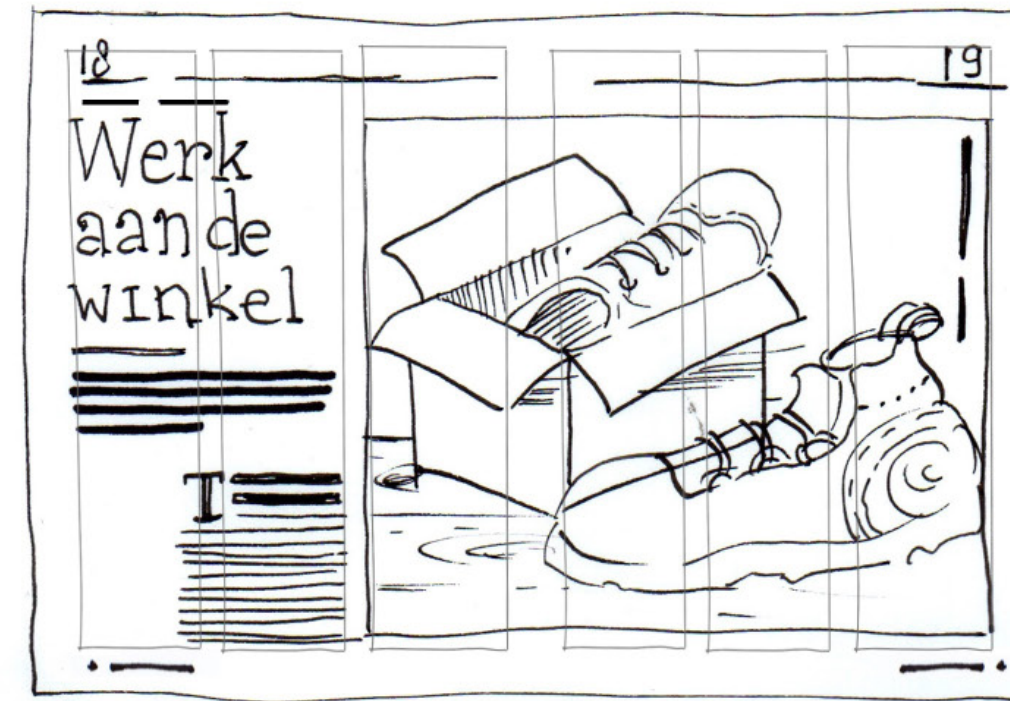
1,5 les de tijd

## 2 lay-out voorstellen

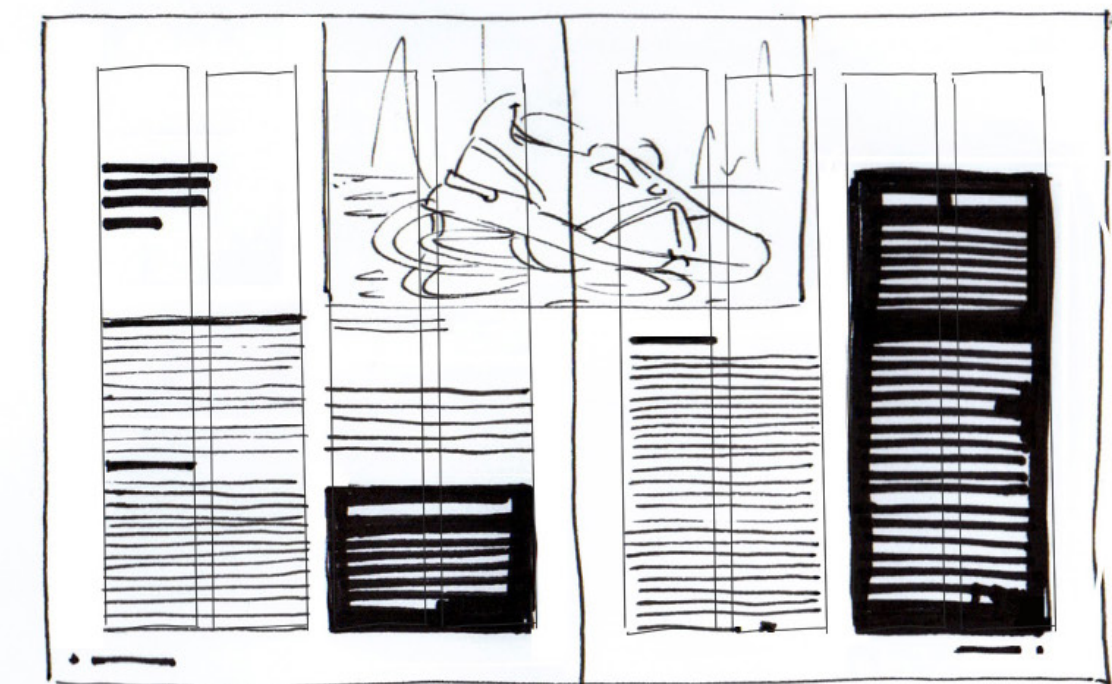
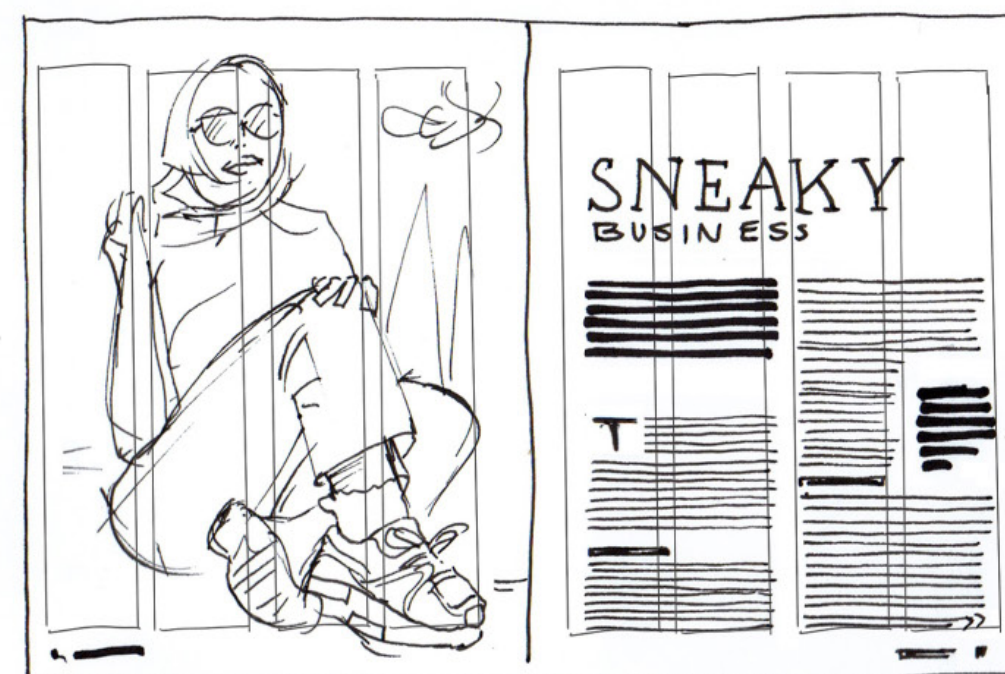
Openingspread

Vervolgsread

Voorstel 1 ▶



Voorstel 2 ▶



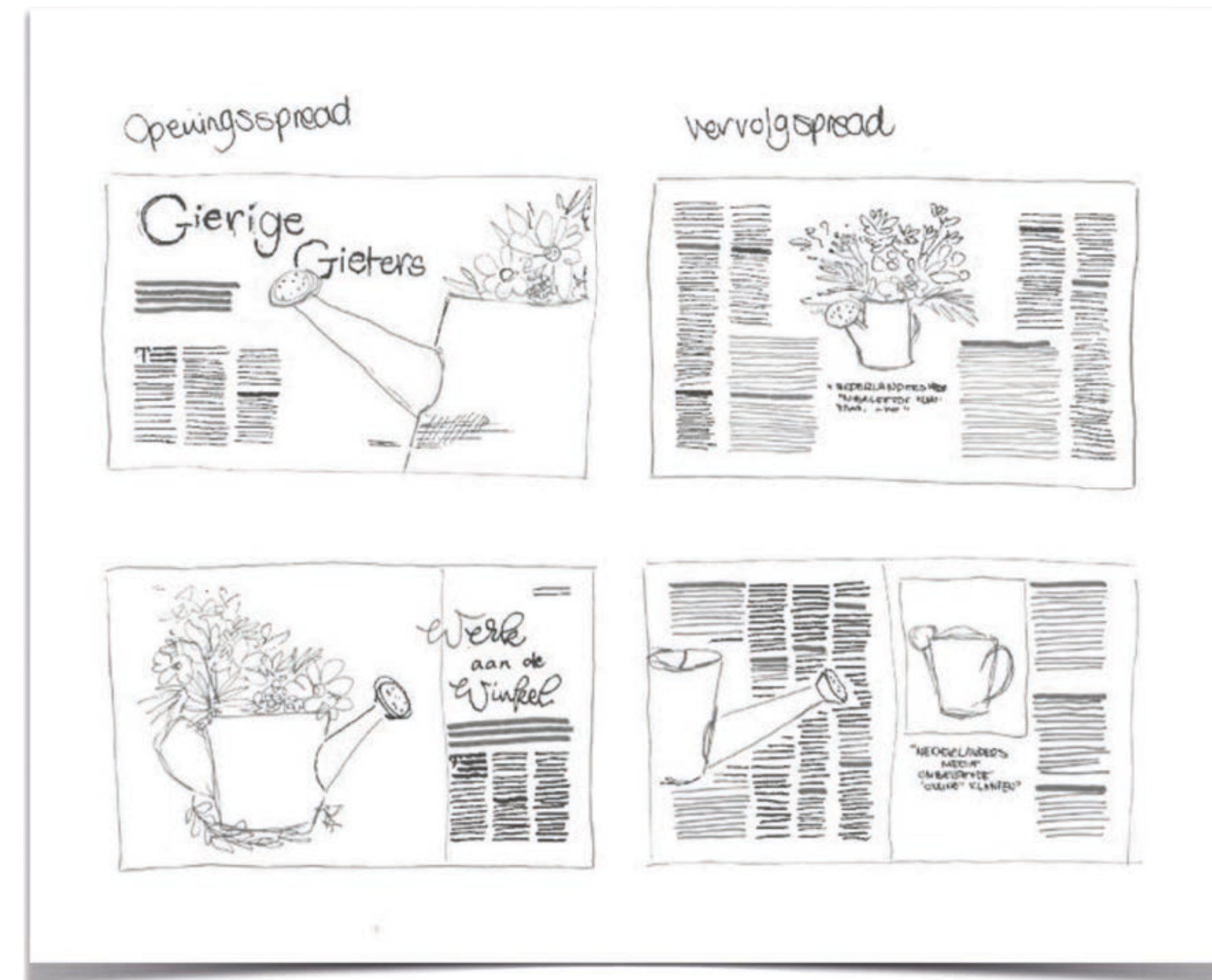
# Waarom doen we dit?

---

- Om te onderzoeken wat de mogelijkheden zijn, voordat je gaat puzzelen (verdwaald raakt) in InDesign
- Om een lay-out te kunnen vormgeven, die in balans is

# Opdracht in het kort

1. **Tekst** download van Teams
2. **Ontwerp** 2 verschillende lay-out voorstellen, elk op een ander stramien.
3. **3 Beelden** teken de beelden grof. Minimaal één beeld is aflopend gebruikt (dus die loopt van de pagina af)
4. **Hiërarchie** Plaats de verschillende tekstelementen in een zichtbare hiërarchie, denk aan verschil in corpsgrootte, plaatsing, gewicht (bold, cursief, light etc)



# Welke Tekst? | Download van mamv.nl

---

Je krijgt de \*kopij (de tekst)

Lees het artikel goed

Dan weet je ongeveer hoeveel ste

De kadertekst schrijf je zelf bij TAVA

(Heading of je eigen heading)

Werk aan de winkel

(Intro)

Voor sommige mensen is winkelen niets meer dan de dagelijkse boodschappen bij de supermarkt halen. Voor anderen daarentegen is winkelen een magisch woord, een vrijetijdsactiviteit en een sociaal gebeuren. De emotionele aspecten en prikkelen van alle zintuigen spelen hierin een belangrijke rol. Deze motieven worden hierdoor steeds belangrijker voor het voorspellen en verklaren van consumentengedrag.

(Credit)

Tekst: Milou Gijsbers en Joost van Velzen

(Broodtekst)

Tegenwoordig kunnen consumenten nu ook na 6 uur verder gaan met winkelen, namelijk online. Webshops concurreren met de concrete winkels, mede doordat ze 24 uur per dag bereikbaar zijn en omdat het overal kan waar je internet hebt. Veel voordelen maar ook nadelen aan webwinkels, je moet bijvoorbeeld nog een dag of langer wachten tot je je gekochte producten werkelijk in huis hebt. Daarnaast is er ook geen sprake van de prikkeling van de zintuigen zoals geur, voelen en sfeer in een winkel. Er vallen bij webwinkels dus aspecten weg, maar webwinkels hebben wel het voordeel dat men meer producten met elkaar kan vergelijken.

(Tussenkopje) Relevantie

De concurrentie tussen webwinkels en fysieke winkels wordt steeds groter. Op het internet is veel meer te vinden en kunnen producten makkelijk worden vergeleken. Voor fysieke winkels is het daarom goed om te weten welke motieven consumenten hebben om online te shoppen, en voor webwinkels is het inzicht krijgen in de motieven van offline consumenten. Deze inzichten kunnen een positieve bijdrage leveren aan beide winkels.

(Tussenkopje) Toename

Toch worden niet alle klanten unaniem blij van online shoppen. Zo zijn mails die bedrijven sturen veel te algemeen, spelen webwinkels onvoldoende in op klantentrouw en valt er met een chatbot nauwelijks een fatsoenlijk gesprek te voeren. Da

\*kopij: vaktaal voor tekst

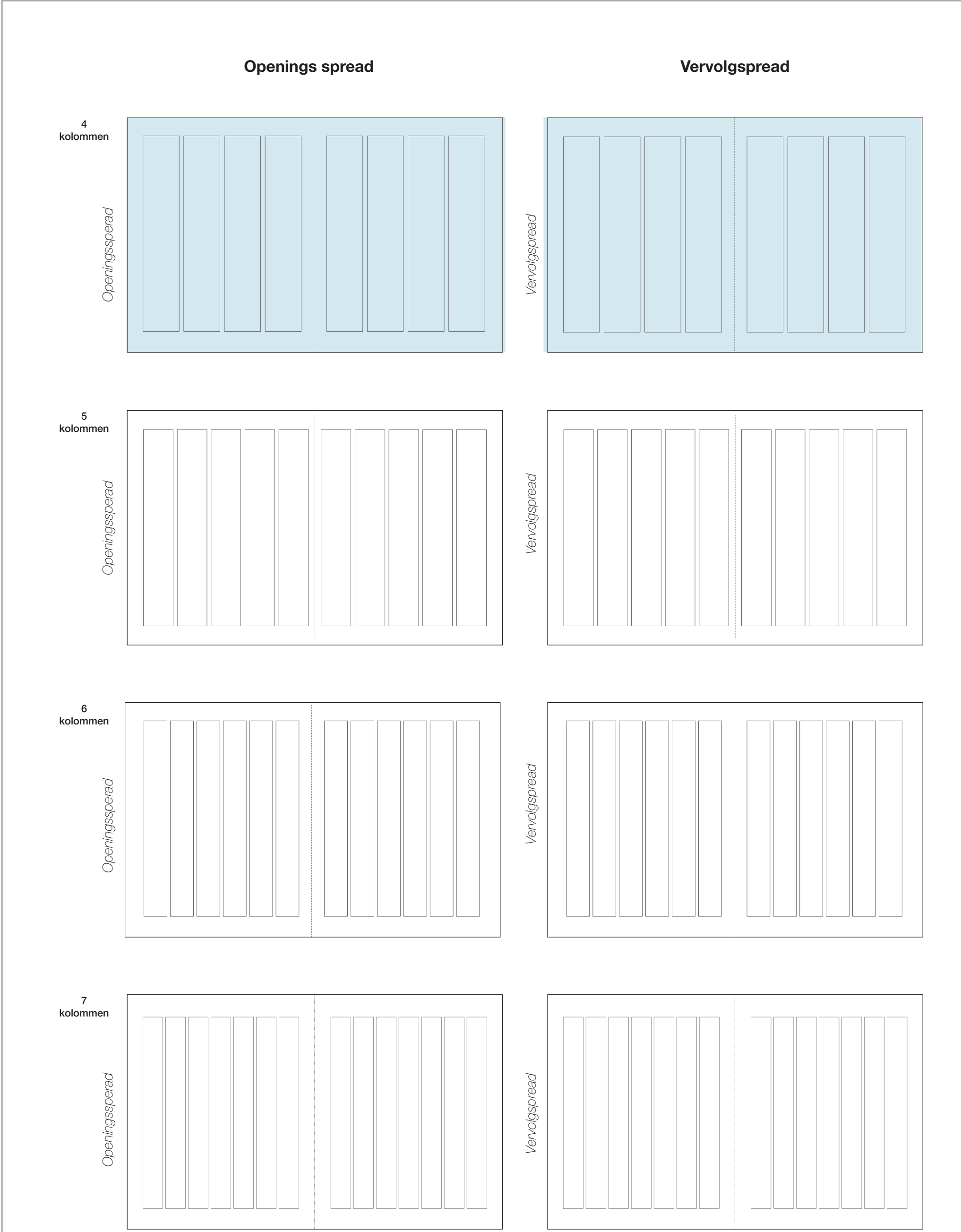
Aanpak

**Hoe maak je  
de opdracht?**

1

# 1 lay-out voorstel bestaat uit een openings en vervolgpagina

Je mag  
tekenen op het  
uitgedeelde  
stramien



Voeg kolommen samen! Denk bijv ook aan een vluchtkolom (waar mogelijk)

# 2 Beeld

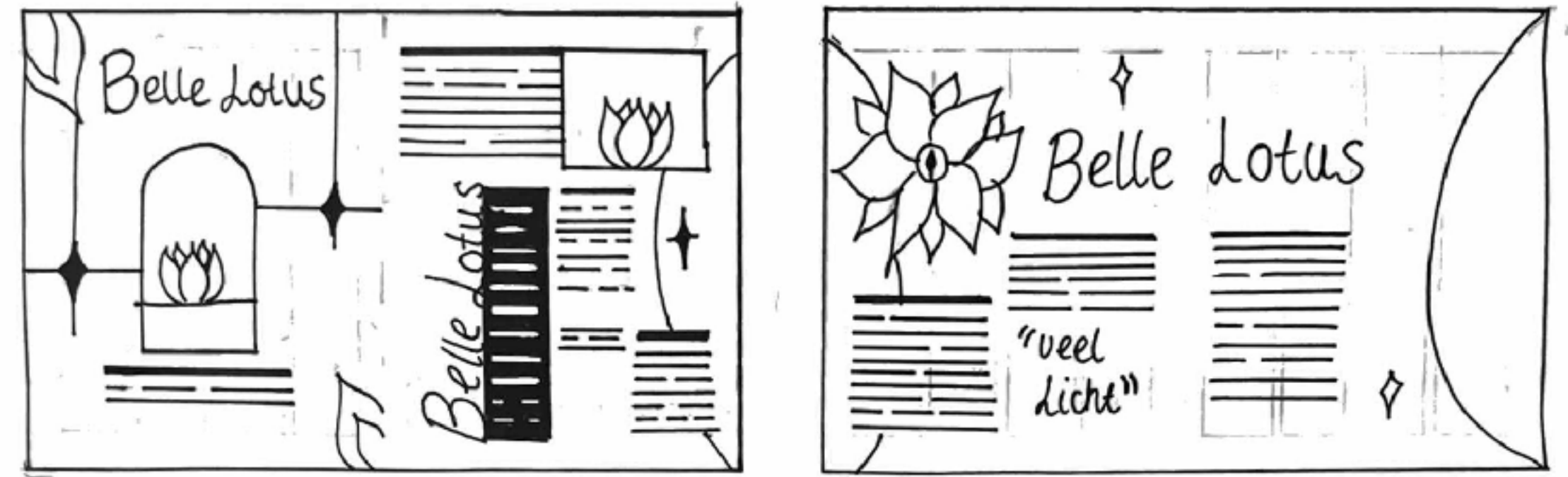
1. **Teken éerst de beeldkaders verdeeld over de 2 spreads**

2. Plaats de beelden zo, zodat ze kloppen met de inhoud van de tekst

3. 3 beelden van BO: Sfeerfoto, Out-of the box en productfoto

4. Teken minimaal 1 beeld aflopend

5. Schets grof de beelden met fineliner/ markers. **Geen kruizen!**



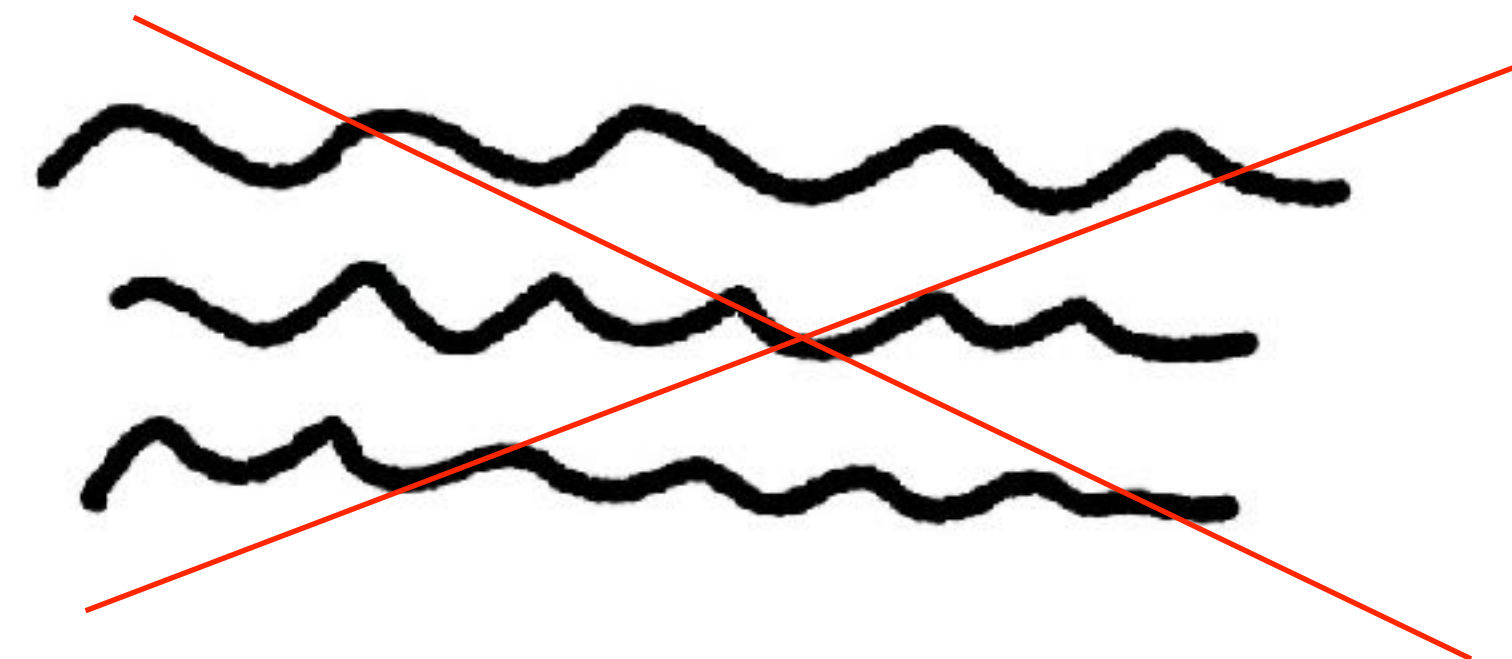
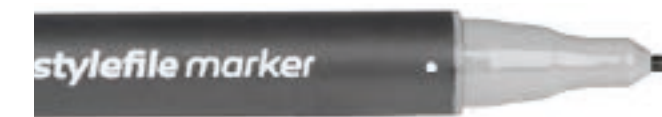
*Teken eerst de beeld kaders verspreid over de 2 spreads*



# 3

## Tekenen van tekst

1. a) Fineliners  
b) dunne punt van de zwarte marker
2. Gebruik 2 of 3 verschillende lijndiktes om de hiërarchie is tekst aan te geven
3. De titel (heading) is voluit geschreven
4. De andere tekst: in lijnen  
**Teken geen golfjes!**



*Tekst: geen golfjes tekenen  
maar rechte lijnen*

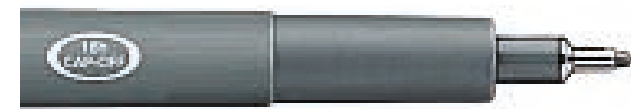


# 3

## Welke dikte voor welk tekstelement?

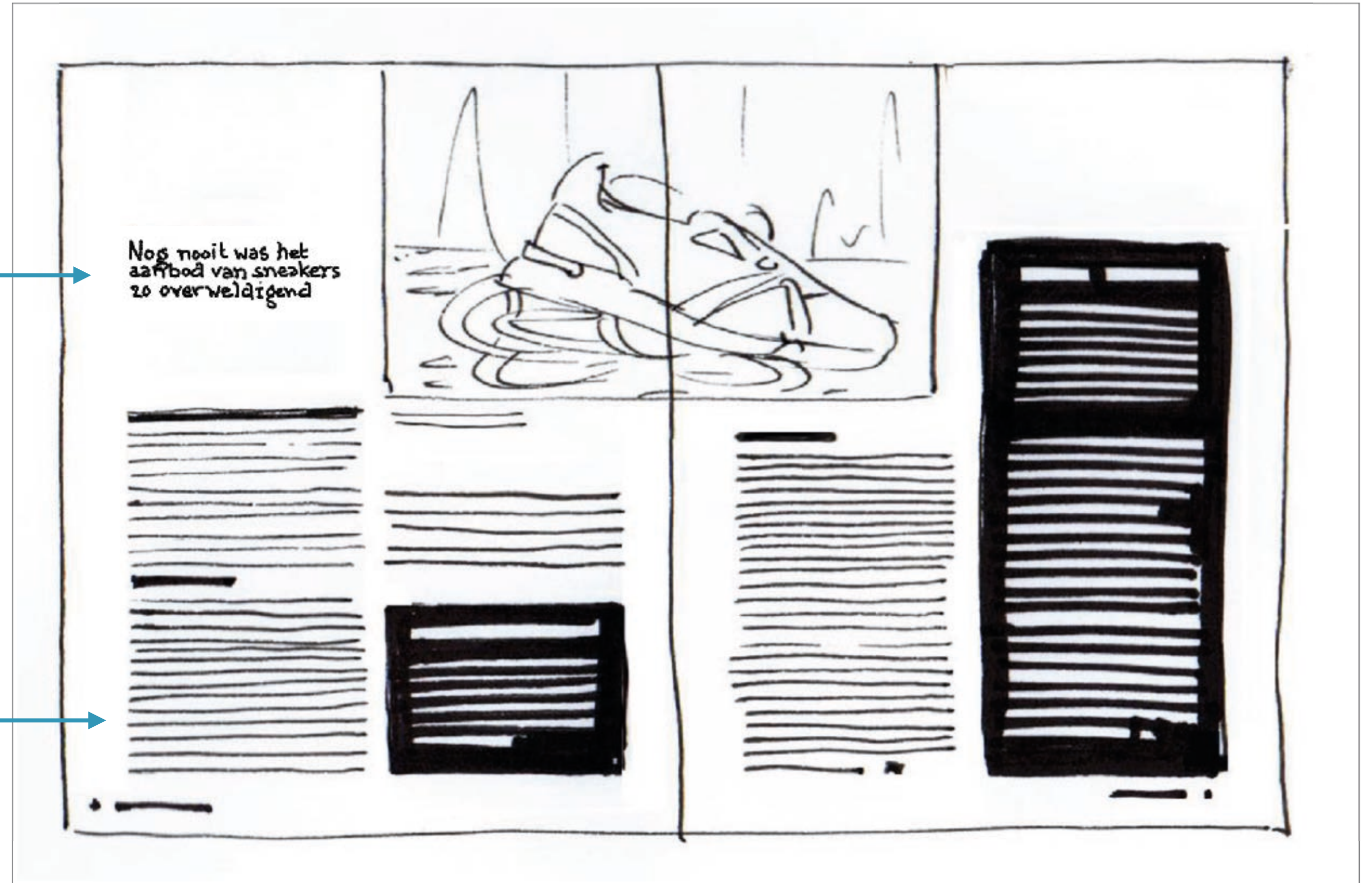
### **Streamers**

*Handtypografie in Fineliner  
of dikkere lijnen*



### **Broodtekst**

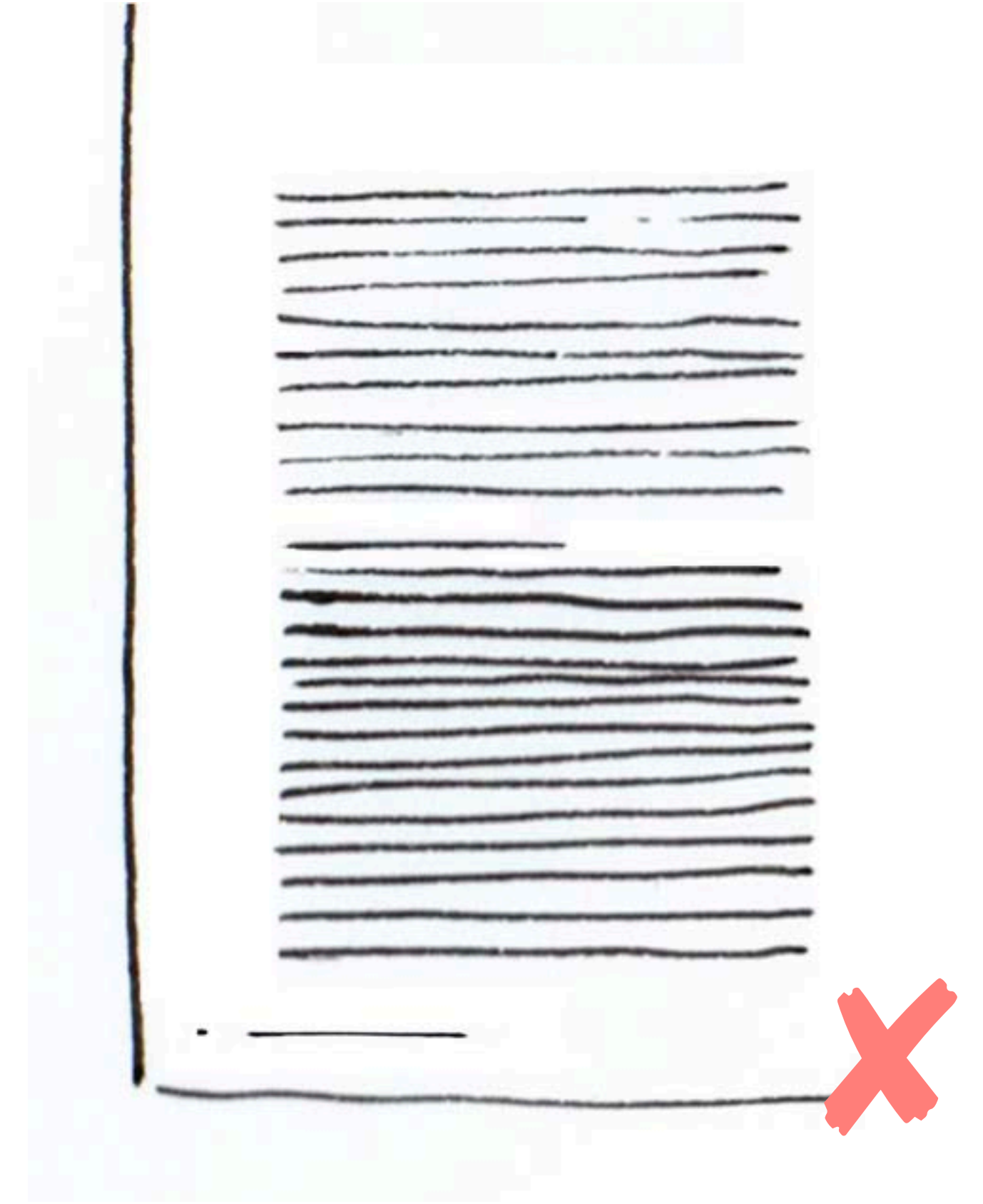
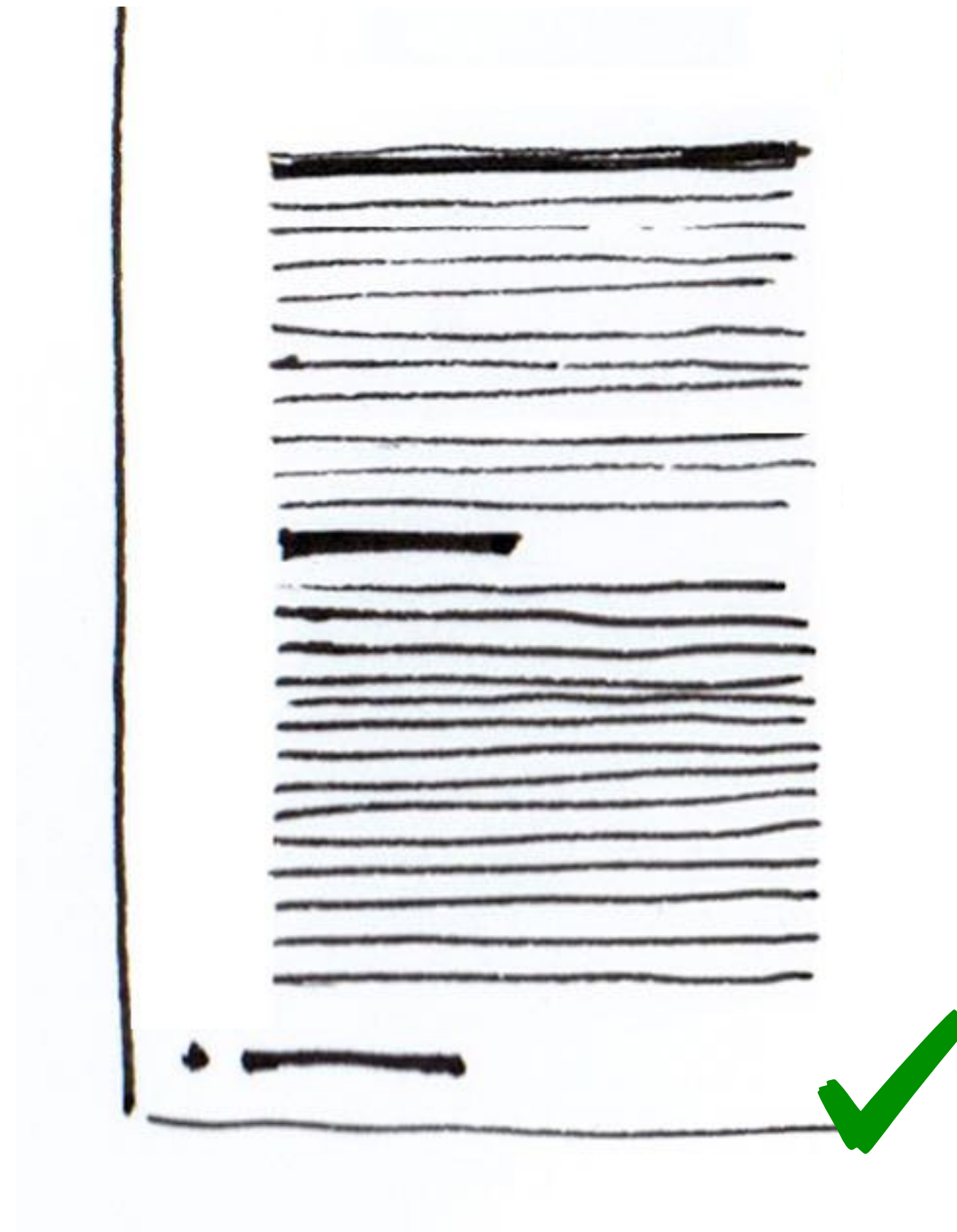
*Fineliner (0.5 - 0.8)*



*Vervolgspreed*

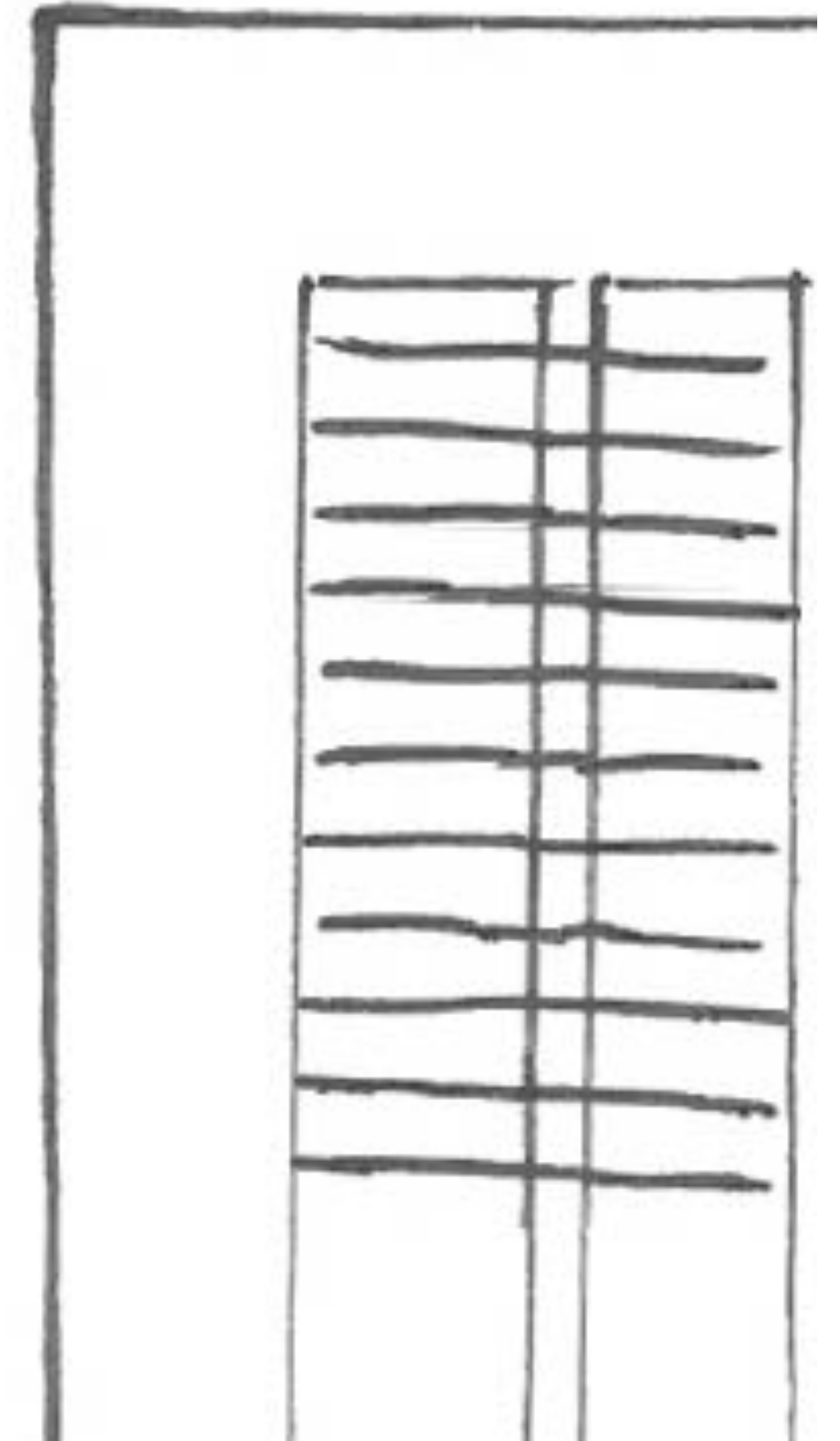
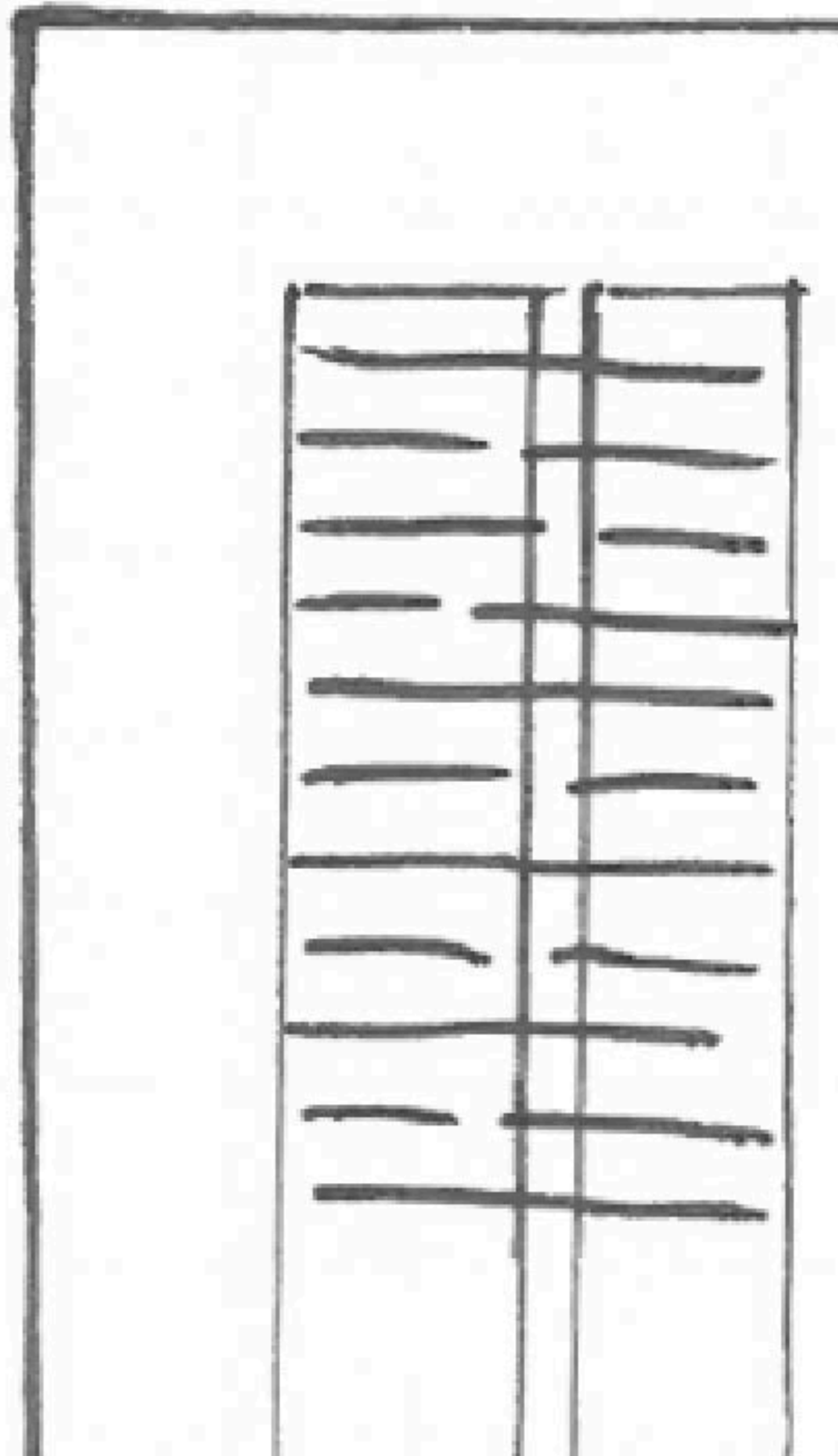
3

**Zorg voor een  
duidelijk verschil  
in lijndikte tussen  
de broodtekst  
(dun) en  
tussenkopjes (dik)**



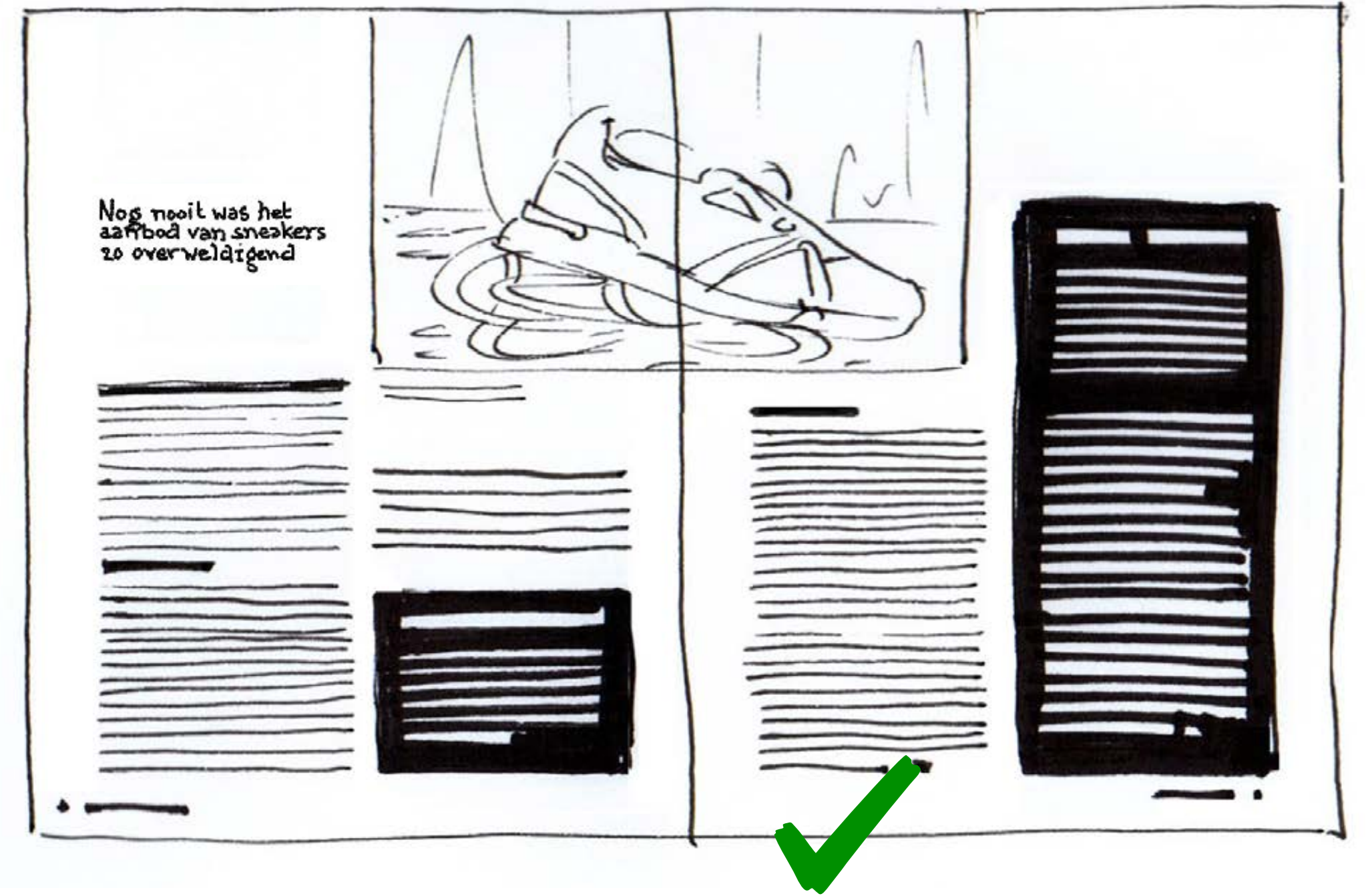
# 3 Lijnen:

- niet onderbreken / in stukjes
- doortrekken tot kolomrand

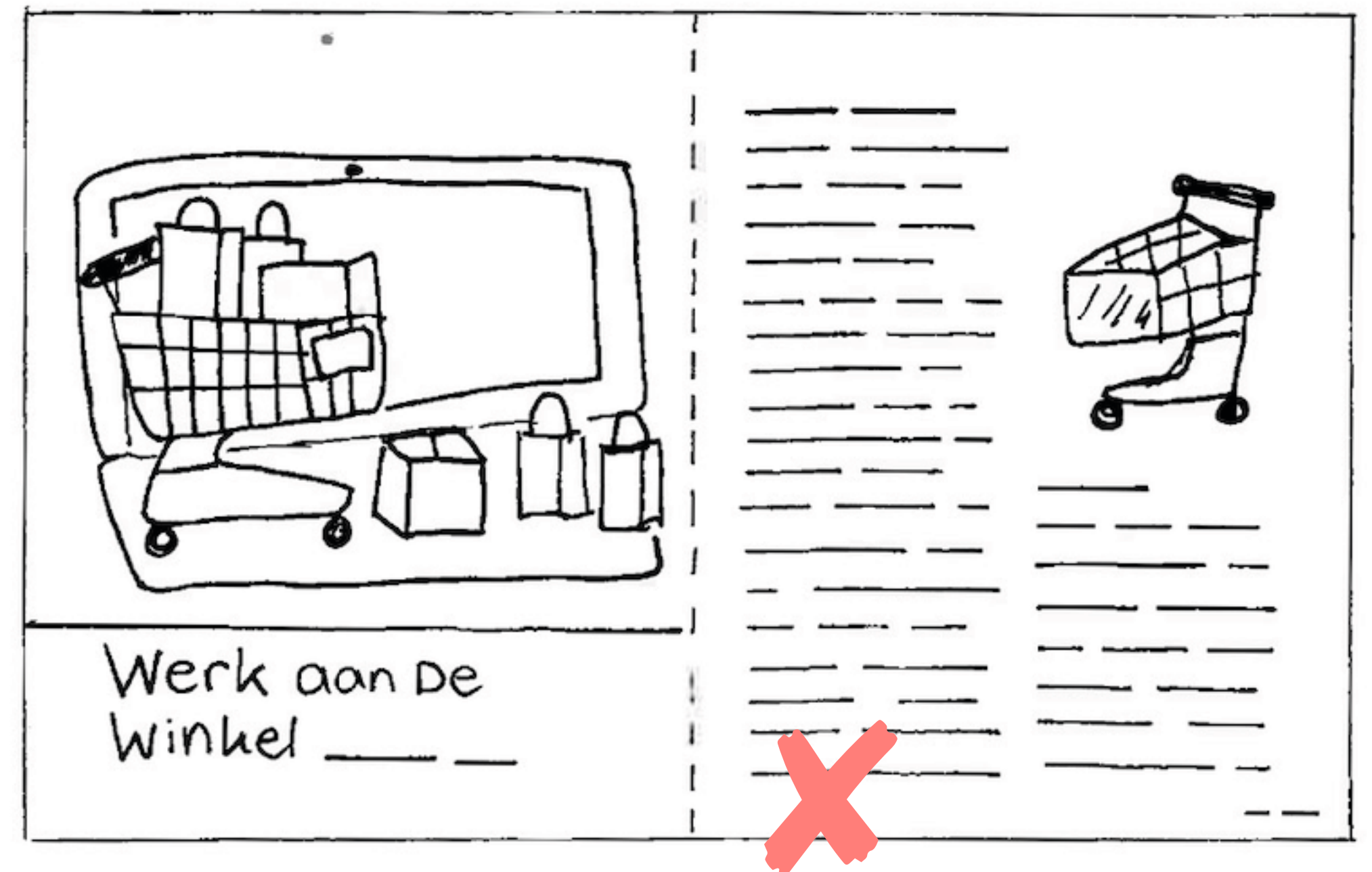


# 3

**Maak de  
regelafstand niet  
te groot: niet té  
veel witruimte  
tussen de regels**



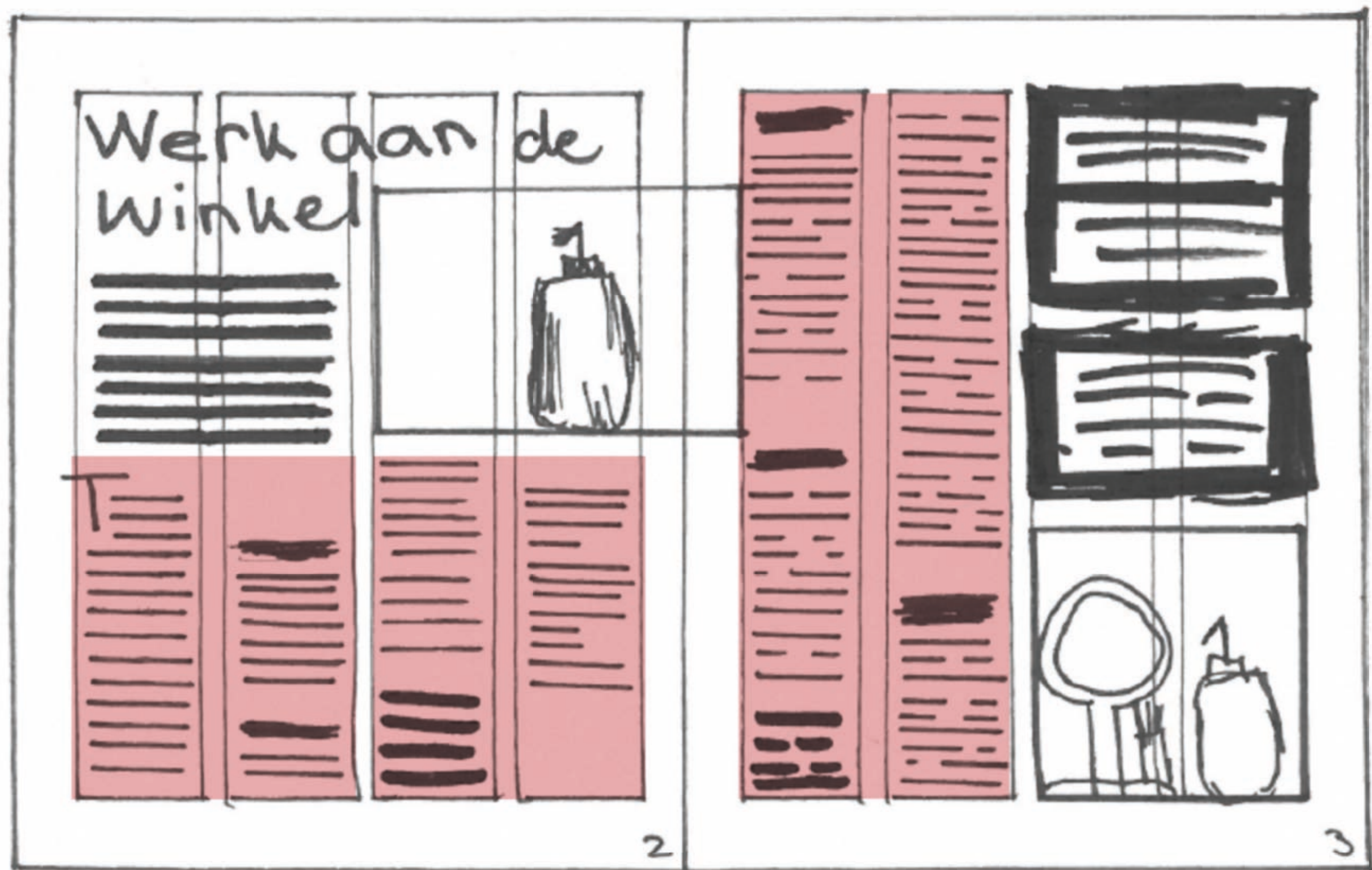
*Regelafstand  
is hier te groot ▶*



# 4

## Kolommen samenvoegen

Geen smalle kolommen:  
dat leest niet fijn



# 5

## Plaats je elementen in een logische hiërarchie

### De chapeau verteld ons iets over de

# De Heading of titel

Het intro hoeft in tegenstelling tot je broodtekst niet op je basislijn raster te staan. Je kan 'm, als het corps groot genoeg is, over de volle breedte van je pagina doen, maar dit is zelden een aanrader. Sommige bladen doen het intro in kapitalen maar dan lijkt het al snel of ze tegen je schreeuwen. Als je het intro per sé wilt centreren zet 'm dan op uitgevuld centreren. Vaak is linkslijnend de beste oplossing.

De grote letter links is een beginkapitaal. Deze gaat altijd over twee of meer regels. De rest van deze tekst is broodtekst en is de langste platte tekst met de meeste informatie. Broodtekst mag nooit over de volle breedte van je pagina (en nooit in een bold, een italic of in kapitalen) en is daarom meestal opgebouwd in meerdere kolommen. Je wilt namelijk geen regels die breder zijn dan 10 à 12 woorden. Deze lezen namelijk niet prettig. Zwakke lezers raken hun regel dan snel kwijt. Smalle regels van minder dan 7 woorden lezen ook niet prettig. Dus

minder dan 12 maar meer dan 7. Kijk of het lukt om de 10 à 15 regels een witregel te plaatsen. Zowel in je schets als de uiteindelijke lay-out.

#### Tussenkopje

Voor een lezer die niet zo makkelijk leest moeten er rustpunten in de tekst zitten. Een alinea wit en een tussenkopje doen dan wonderen. Een bladzijde mag nooit van boven naar beneden met alleen maar tekst gevuld zijn. Soms heb je net iets te veel tekst (of te weinig) om goed uit te komen met je



Bijchrift over, bijvoorbeeld, wie staat er op en waar.

opmaak. Je kan de tekst dan aan- of af spatieren maar nooit met meer dan +20 of -20. Maar versmal nooit de letter!

In artikelen voor een algemeen publiek vallen vaak de elementen op die niet tot de broodtekst behoren, en dit geldt met name voor artikelen in publicatietijdschriften. Zulke andere elementen staan in bewust contrast met de broodtekst, en definiëren hem juist door dat contrast. Dat contrast is in de eerste plaats visueel, in mindere mate valt het als inhoudelijk verschil op. Bij deze andere elementen, die zich van de broodtekst onderscheiden, valt te denken aan onder meer: kaderteksten met of zonder achtergrondkleur; een intro: een los, vetgezet tekstblokje, bedoeld om de belangstelling van de lezer voor het artikel te

**Een streamer wordt ook wel 'zwerfregel' genoemd en moet de aandacht trekken**

wekken, zodat die juist wel de broodtekst zal gaan lezen; een streamer, typisch een citaat, uitspraak of motto; de streamer kan, in een grote, contrasterende letter gezet, zich over meerdere kolommen uitstrekken, midden tussen de broodtekst zelf, en zo de lezer "het artikel in trekken"

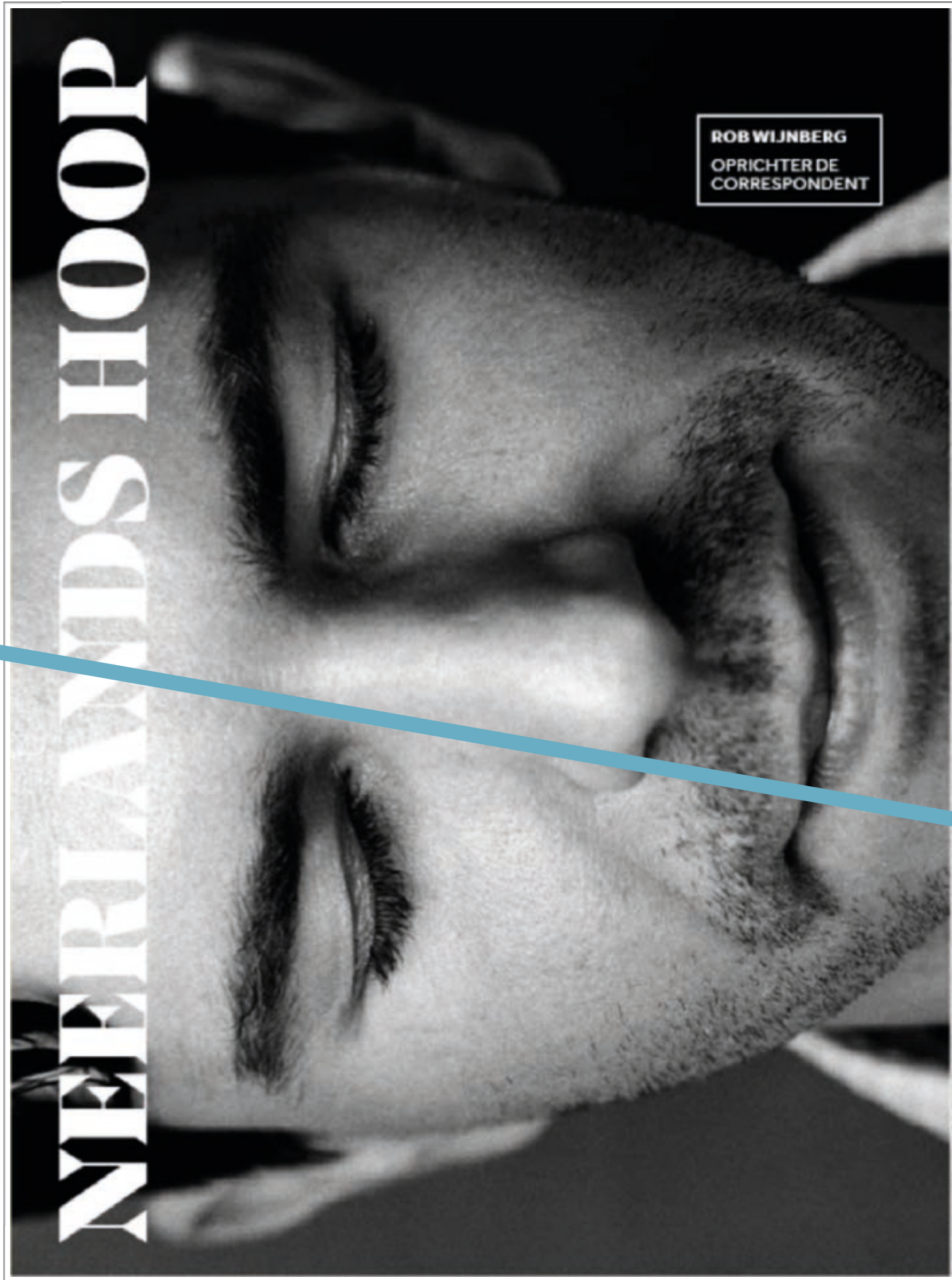
De broodtekst wordt meestal gezet in een letter waarvan de grootte 9 tot 11 punten bedraagt. Deze corpsgrootte vormt alweer een visueel contrast met de andere lay-outelementen, die vaak veel groter gezet zijn, zich van een andere letterfamilie kunnen bedienen en ook vaak een contrasterende kleur hebben. Meestal gebruikt men voor de broodtekst een schreef-letter, die dan ook als de "standaard" lettergroep kan worden gezien. Daardoor valt hij niet buitensporig op. Het is een uitgangspunt

Hiërarchie zichtbaar maken, door verschil in:

1. corpsgrootte
2. plaatsing
3. gewicht (bold, cursief, light etc)
4. (in Indesign komt daar ook kleur bij)

6

Maximaal 1 streamer op een pagina



**Nieuwe Revu portretteert de leiders van een nieuwe generatie. Zij helpen Nederland vooruit door de juiste vragen te stellen of door zelf de antwoorden te geven.**

TEKST DAHMY KIEL  
FOTOGRAFIE GERRAARD WESSEL

**Wat is je beste idee van de laatste twaalf maanden?**  
‘Je leest veel over de barre tocht van vluchtelingen: ellende op bootjes. En over hun aankomst: varkenskoppen bij azc’s. Maar als ze hier eenmaal een nieuw leven opbouwen, verblijft de aandacht. Terwijl lor het die mensen vergaat en waar het mogelijk voor een belangrijk deel bepaalt hoe wij tegen vluchtelingen aankijken. Die blinde visie gaan wij in kaart brengen. Het past perfect bij wat De Correspondent voor ogen heeft: nieuws maken van alledaagse structuren en ontwikkelingen die nooit de kranten en journaals halen.’

**Hoe pakken jullie dat aan?**  
‘Wij hebben onze leden opgeroepen om zich gedurende een half jaar te koppelen aan een statushouder en op gezette tijden een door ons opgestelde vragenlijst met hen door te nemen. Daar distilleren wij vervolgens rode draden uit. De respons was enorm: meer dan 250 leden hebben iemand gevonden. Leden en leden zijn voor ons belangrijke bronnen. Wij doen nog steeds journalistieke werk, maar de input komt van veel meer mensen. Het is als traditionele journalist ooit zou kunnen denken.’

**Hebben de oude media dit onderzochte terrein links laten liggen?**  
‘Totaal. Hun grootste falen is dat zij het internet zien als een extra distributiemodel, niet als een kans om fundamenteel andere journalistiek te bedrijven, of om te praten met je publiek. Kranten zetten op hun site de comments uit want ze willen al dat geschreeuw en gescheld niet.’

**De traditionele media stonden met hun mond vol tanden toen Trump won. Weten ze echt zo slecht wat er leeft op straat?**  
‘Populisme is geen zelfstaand gegroeid fenomeen, dat is mede ontstaan door het beeld van de wereld dat de media op ons afzenden. Het nieuws gaat bijna altijd over uitzonderingen en

**CV ROB WIJNBURG (34)**  
NRC: Na zijn studie filosofie werd hij in 2010 de eerste hoofdredacteur van nrc.next. Hij maakte de ochtendkrant brutaler en eigenzinniger dan diens grote broer, maar moest na twee jaar toch weg.

**De Correspondent:** Denkzij een succesvolle crowdfunding lanceerde Wijnborg in 2013 een digitaal platform voor onderzoeksjournalistiek. Vakblad Vilamedia riep hem daardoor uit tot Journalist van het Jaar.

**Ouders:** Zijn vader is psycholoog en Triëgraaf-columnist Jeffrey Wijnborg. Zijn moeder Tatjana Kratochvil is psychologe en beeldend kunstenaar.

**‘Juist doordat ik dingen chronisch onderschat, krijg ik veel voor elkaar’**



incidenten. Die blik op de wereld maakt dingen belangrijker dan ze zijn. Suiker is tweeduizend keer dodelijker dan terreur ooit zal worden. Maar omdat aanslagen spectaculair zijn en dus veel nieuwswaarde hebben, geloof: driekwart van de westerse wereld dat IS de grootste bedreiging van onze veiligheid is. Brexit, Trump, de PVV; de media vragen zich hardop af of iedereen gek is geworden. Terwijl die politieke polarisatie voor minstens vijftig procent op hun eigen conto staat.’

**Graven ze daarmee hun eigen graf?**  
‘Er is een groeiende kloof tussen hoe mensen hun dagelijks leven ervaren en hoe ze het afgeschilderd zien worden door de media. Omdat ze hun eigen rol in die kloof niet zien, zijn ze ook niet bereid om naar hun publiek te luisteren. Dat gevaar onderschatten de media. Journalisten zeggen: er is iets mis met ons publiek, niet met ons.’

**Hoe weet De Correspondent dat publiek wel te porren voor het leven van alledag?**

‘Door te luisteren naar wat mensen werkelijk berghoudt en dat te vertalen naar nieuwswaardige journalistiek. Dementie haalt nooit de voorpagina’s, want het is geen nieuws in de traditionele zin: geen conflict, geen spektakel. Maar het is voor steeds meer mensen wel een factor in hun leven. Krijgt mijn demente oma straks goede zorg, wat voor invloed heeft dat op mijn gezinsleven? De journalistiek gebruikt allerlei marketingtrucs: clickbait, spectaculaire koppen, kortere tekstjes. Als je dat soort trucs nodig hebt, is er iets mis met het product dat je verkoopt. Als je aanvoelt wat mensen echt belangrijk vinden, hoef je niks te doen om hen geïnteresseerd te krijgen. Want dat zijn ze al. Ik zeg niet dat alles wat wij schrijven geweten wordt, maar wij zijn wel zo ongeveer het enige groeiende medium in Nederland.’

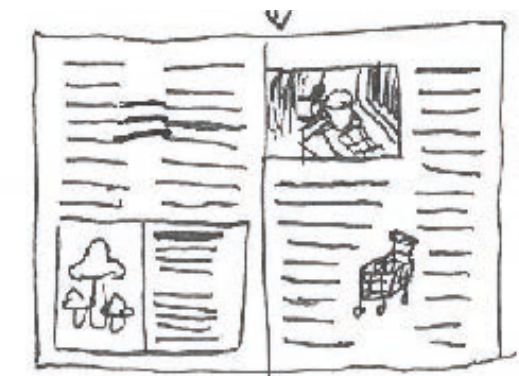
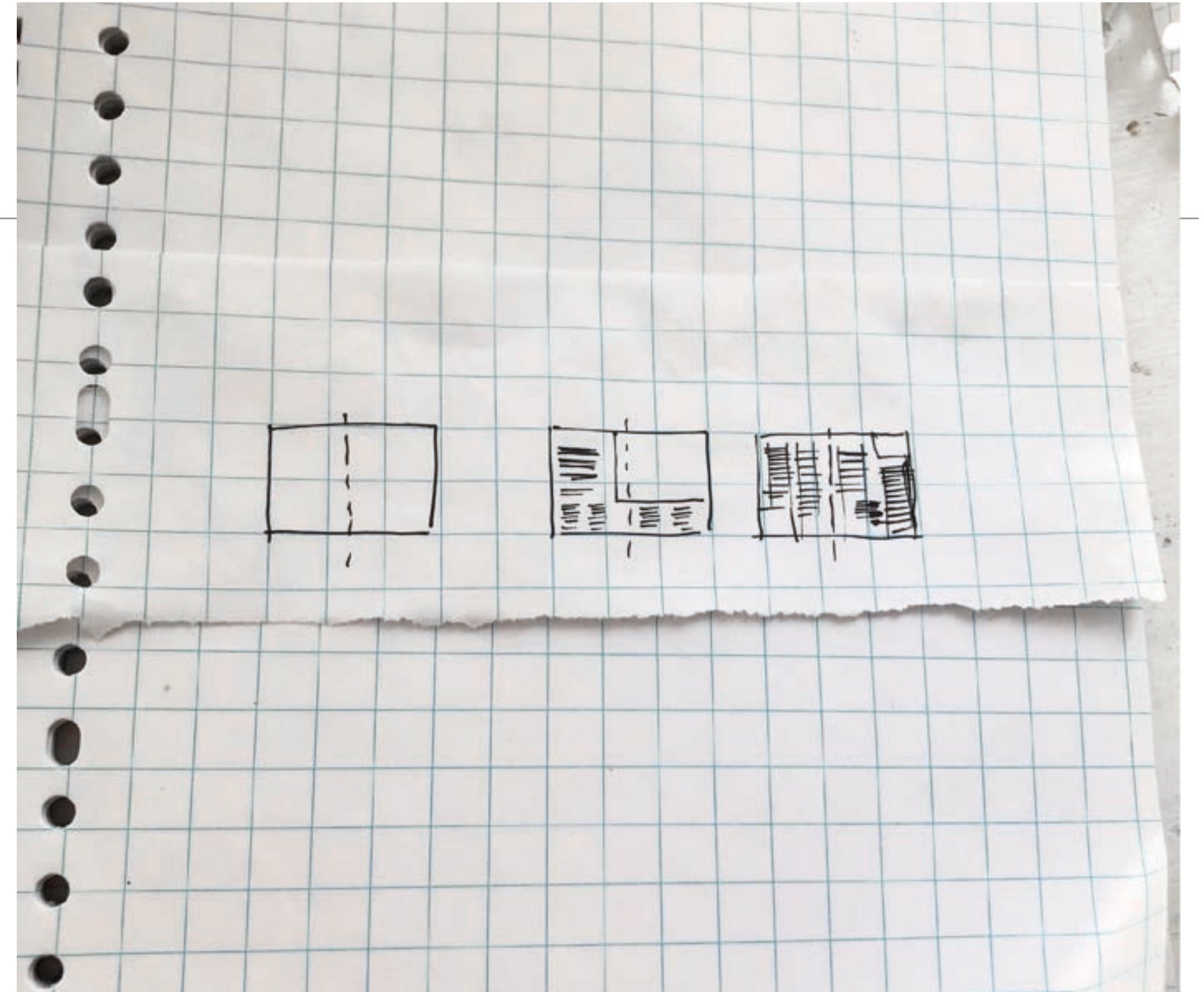
**Wat is jouw achilleshiel?**  
‘Mijn overdeven perceptie van controle over de wereld. Als ik wil dat iets lukt, dan lukt het ook. Zo werkt het natuurlijk niet. Of iets slaagt is ook een kwestie van geluk of toeval, en een stompzinnige trivisiteit kan al je werk in één klap ruïneren. Tegelijk was De Correspondent er zo onder dat gebrek aan realiteitszin nooit geweest. Als ik drie jaar geleden had geweten wat er allemaal bij komt kijken om het van de grond te krijgen, had ik al heel snel gezegd: dit is onmogelijk. Juist doordat ik chronisch onderschat hoe moeilijk iets is, krijg ik veel dingen voor elkaar.’

**Beginnen**

# TIP

Start met kleine postzegel schetsen

Grof heel klein wat lay-out schetsen



# Nodig voor deze opdracht

Tekst voor spreads

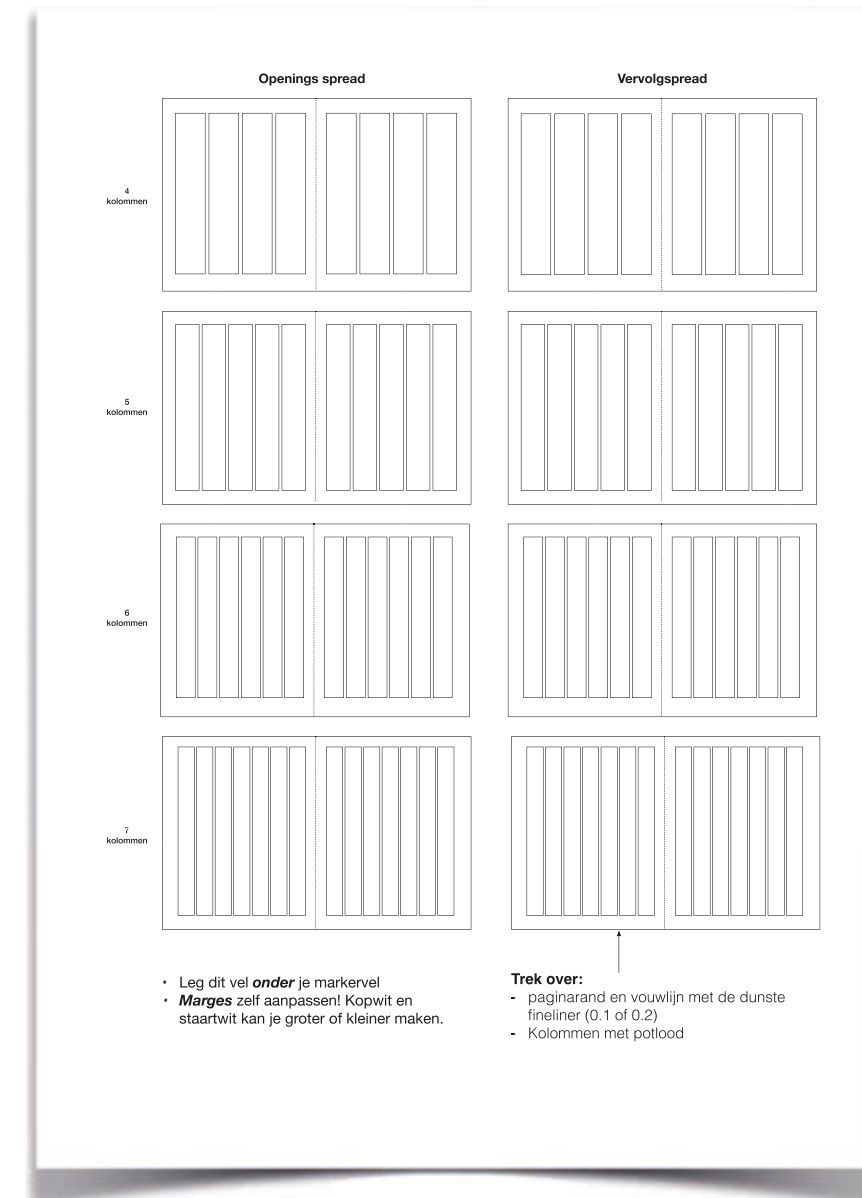
Stramienen

Voorbeeldspreads

Lesbrief



Tekst voor de Spreads.docx



A3 Markervel



Fineliners in  
verschillende dikten



Zwarte marker  
(dunne punt)



# TEKST | download van mamv.nl

Tel de  
verschillende  
tekstonderdelen  
Dan weet je bijv. ➔  
Hoeveel streamers je  
moet schetsen

*Op pag. 1 staan er  
bijvoorbeeld al 2  
tussenkopjes >>*



Tekst voor de Spreads.docx

zintuigen spelen hierin een belangrijke rol. Deze motieven worden hierdoor steeds belangrijker voor het consumentengedrag.

### **(Credit)**

Tekst: Milou Gijsbers en Joost van Velzen

### **(Broodtekst)**

Tegenwoordig kunnen consumenten nu ook na 6 uur verder gaan met winkelen, namelijk concrete winkels, mede doordat ze 24 uur per dag bereikbaar zijn en omdat het overal kan maar ook nadelen aan webwinkels, je moet bijvoorbeeld nog een dag of langer wachten tot je hebt. Daarnaast is er ook geen sprake van de prikkeling van de zintuigen zoals geur, voel maar webwinkels dus aspecten weg, maar webwinkels hebben wel het voordeel dat men meer

### **(Tussenkopje) Relevantie**

#### **(Broodtekst)**

De concurrentie tussen webwinkels en fysieke winkels wordt steeds groter. Op het internet kunnen producten makkelijk worden vergeleken. Voor fysieke winkels is het daarom goed om te investeren in om online te shoppen, en voor webwinkels is het inzicht krijgen in de motieven van offline klanten om positieve bijdrage leveren aan beide winkels.

### **(Tussenkopje) Toename**

#### **(Broodtekst)**

Toch worden niet alle klanten unaniem blij van online shoppen. Zo zijn mails die bedrijven sturen vaak onvoldoende in op klantentrouw en valt er met een chatbot nauwelijks een fatsoenlijk gesprek te voeren. Dotdigital, een wereldwijde speler op het gebied van digitale marketing, en in een Nederl

Dus je krijgt de  
kopij (tekst)

Kadertekst  
schrijft je zelf bij  
TAVA

# Laat je inspireren door verschillende voorbeelden

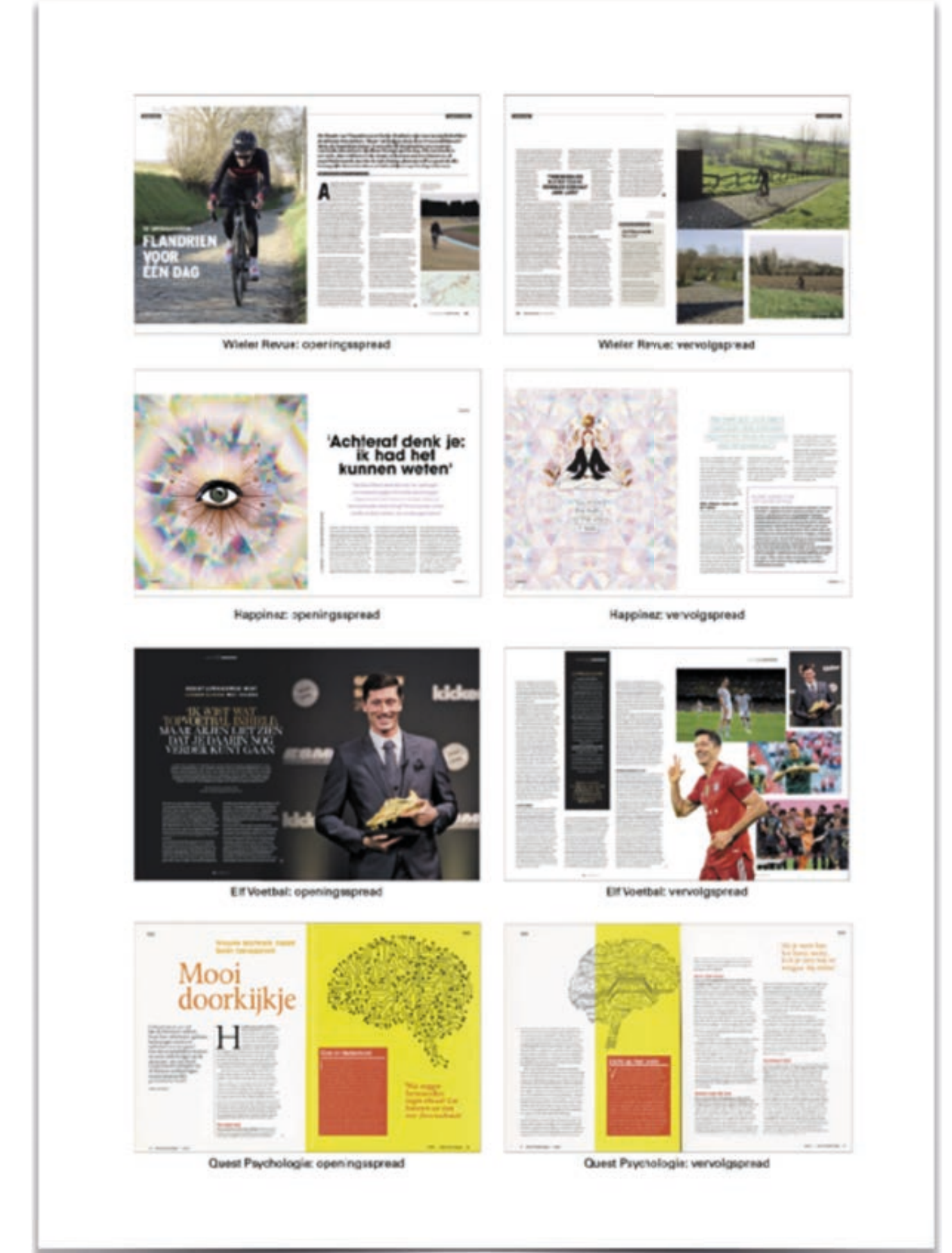
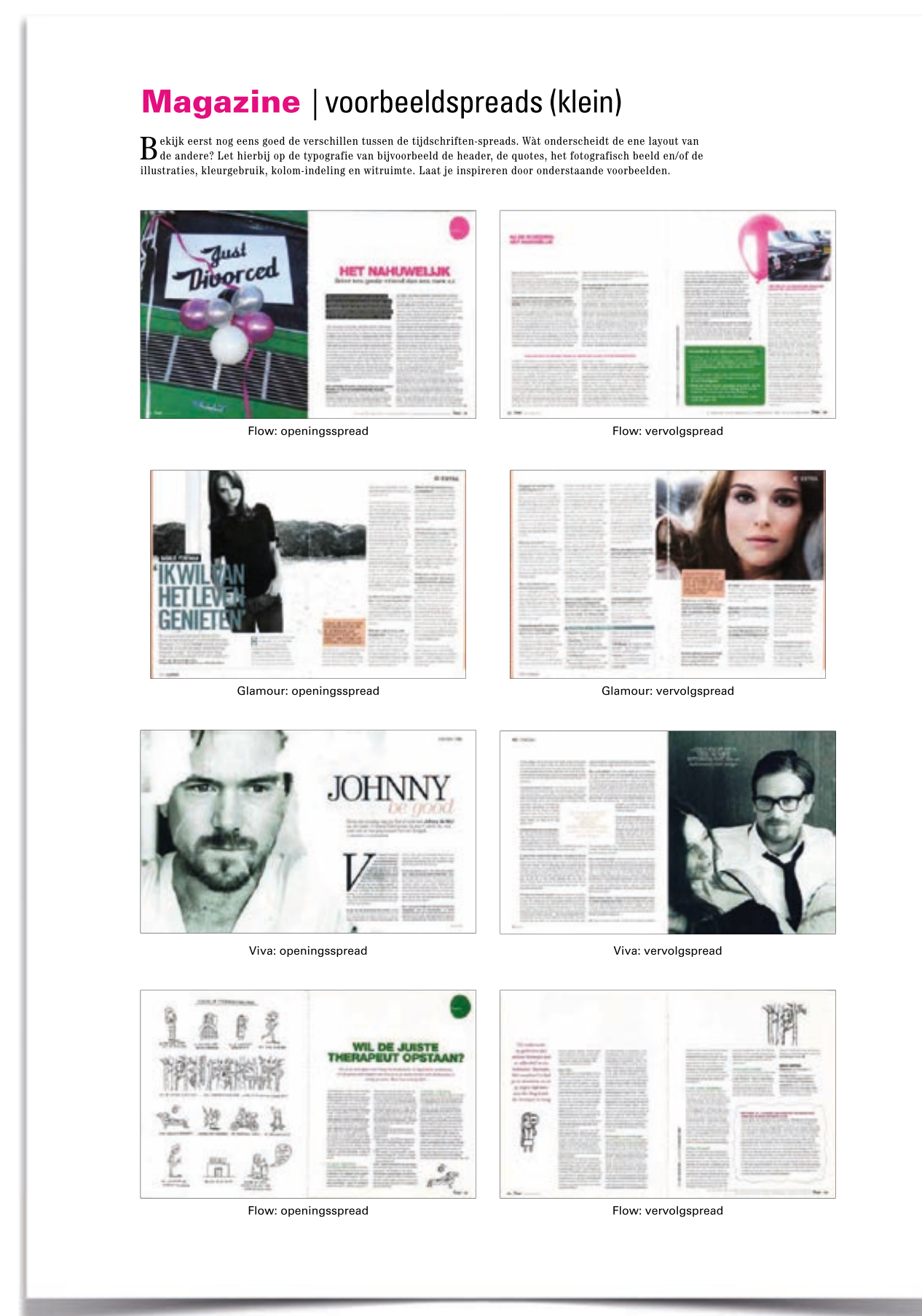
## Pak de 'Magazine voorbeeldspreads'

## Bekijk eerst goed de verschillen tussen de spreads.

Wat onderscheidt de ene layout van de andere?

Let hierbij op:

- de typografie van de header
- de quotes
- het type beeld
- kolomindeling
- witruimte etc.



# Hou de lesbrief erbij

## Magazine | layout schetsen (klein)

Voor je gaat ontwerpen is het belangrijk dat je bekend bent met je het onderwerp van het artikel. Lees dus altijd eerst de tekst.



### BEGINNEN

- **Download:** de tekst (kopij spread op mamv)
- **Lees het artikel goed door.** Waar gaat het over? Welk beeld past bij welk deel van het verhaal? Wie is wie?
- Pak het A3 vel: 'Magazine voorbeeldspreads', dat de docent aan jou heeft uitgereikt, erbij;



◀ Bekijk eerst goed de verschillen tussen de spreads. Wat onderscheidt de ene layout van de andere? Let hierbij op de typografie van de header, de quotes, het type beeld, kleurgebruik, kolomindeling, witruimte etc. *Laat je inspireren door de verschillende voorbeelden.*



### BENODIGDHEDEN

- A3 vel markerpapier
- Zwarte fineliners (**verschillende diktes**)
- Evt (zwarte)Marker- dunne punt voor intro en streamers kadertekst in dia positief
- (Eventueel, Lineaal / Potlood HB (lichte grijsint)



### MAKEN 3 X 2 SPREADS

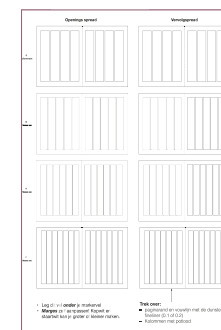
- 3 kleine openingspreads
- 3 kleine vervolgsreads
- Geef elke spread een verschillend aantal kolommen. Bijvoorbeeld 4, 5, 6 of 7.

*Voorbeeld van 2 miniatuur spreads  
Jij maakt er 3 keer 2*

### AANPAK

1. Van de voorbeeldspreads kan je de omtreklijnen en kolommen overtrekken. De vouwlijn geef je aan met een stippellijn. Of leg de onderlegger onder je A3 markervel, of je tekent zelf kolommen
2. Zorg voor variatie in je ontwerpsschetsen (ook in kolomverdeling). Welke kolommen voeg je samen?
3. Waar komt welk beeld? **Teken het erin** (geen kruis!) Welk lettertype voor de heading? **Schets het in het juiste lettertype!** (bold, regular?)niet in je eigen handschrift)
4. Geef tekstelementen netjes aan **in lijnen (geen golfjes) in verschillende dikten**: intro, beginkapitaal kopjes, streamers, kadertekst, broodtekst en beeldbischrift

Probeer bij deze opdracht heel precies te schetsen!



1. Onderlegger



2. Voeg kolommen samen en gebruik eens een vluchtkolom



Loop eens een winkel in (bijvoorbeeld Bruna) en blader eens door wat magazines. Wat vind je mooi? Koop een (paar) blad(en) en gebruik die als voorbeeld.

### CRITERIA

1. In de lay-out schetsen is zichtbaar geëxperimenteerd en gevarieerd met vormgevingsprincipes om te komen tot een sterke visuele hiërarchie.
2. In de lay-out schets is het onderliggende stramien duidelijk zichtbaar (kolommen en marges)
3. De titel is voluit geschreven, overige tekst in strepen
4. Er is een logische tekst hiërarchie zichtbaar; er is nagedacht over de grootte en plaatsing van elk tekstelement
5. Er zijn 3 of meer beelden getekend en daarvan is minimaal 1 beeld aflopend geplaatst

### LEERDOELEN

- Je begrijpt het systeem van een kolomverdeling wat je aantoont door het binnen één artikel (openings- en vervolgsread) consequent toe te passen .
- Je kan nauwgezet schetsen waarin een duidelijk beeld wordt gegeven van een pagina layout.

## HOE TEKEN JE FAKE-TEKST IN EEN MAGAZINE LAY-OUT?

1. Intro ofwel, inleiding, en streamers: dunne punt zwarte marker of dubbele lijn met dikkere fineliner
2. Tussenkopje: dubbele lijn met dikkere fineliner

### Voor Intro en Streamer



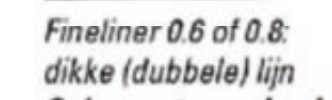
Marker dunne punt

of met de



Pentel Sign Pen

of met een



Fineliner 0.6 of 0.8: dikke (dubbele) lijn

Ook voor tussenkopjes



Wit uitsparen in zwart vlak (met zwarte marker)

Uitvergroot voorbeeld van een miniatuur openingspread Broodtekst: Fineliner: 0.5 of 0.3

**Titel:** voluit geschreven

**Inleiding:** dubbele lijn met dikkere fineliner of dunne punt marker

**Tussenkopje:** dubbele lijn met dikkere fineliner



# Criteria lay-out schetsen

---

1. In de lay-out schetsen is zichtbaar geëxperimenteerd en gevarieerd met vormgevingsprincipes om te komen tot een sterke visuele hiërarchie.
2. In de lay-out schets is het onderliggende stramien duidelijk zichtbaar (kolommen en marges)
3. De titel is voluit geschreven, overige tekst in strepen
4. Er is een logische tekst hiërarchie zichtbaar; er is nagedacht over de grootte en plaatsing van elk tekstelement
5. Er zijn 3 of meer beelden getekend en daarvan is minimaal 1 beeld aflopend geplaatst

# Criteria Materiaal

---

1. Lay-out voorstellen zijn gemaakt in fineliner
2. De beelden zijn geschetst met fineliner

**Success!**