

Recensie

Ingrid Cramer en Marina Zwaan, *Handboek tijdschrift. Voor en door journalisten en andere bladenmakers*. Wijk en Aalburg: Pictures Publishers, 2011. 380 p. ISBN 978-90-73187-69-6, € 39,50.

‘That’s all Folks!’ Deze in een rode type-machineletter gedrukte kreet vormt het sluitstuk van een boek dat al uit de verte opvalt door een fors formaat en een opvallende vormgeving. Op de rug staat in een groot lettertype, diapositief afgedrukt, TIJDSCHRIFT. Bevat deze als handboek gepresenteerde prachttuitgave alles wat men over het tijdschrift in al zijn verschijningsvormen zou willen weten? Volgens Cécile Narinx, de hoofdredacteur van *ELLE*, is dat het geval. Maar dat staat op de achterflap en die is niet bedoeld als eerste recensie van een boek. Met weglating van het adjectief ‘allesomvattend’ ben ik toch gevoelig voor haar *cri de coeur* dat het gaat om een ‘liefdesverklaring aan het mooiste medium en het mooiste vak van de hele wereld’. Dat vak is bladen maken. Zelfs wie ervoor in de wieg gelegd lijkt te zijn moet er in de huidige tijd wel voor (door)geleerd hebben. Cramer en Zwaan doceren journalistiek aan Fontys Hogeschool in Tilburg. Zij merkten dat studenten vooral geïnspireerd werden, wanneer

tijdschriftmakers kwamen vertellen over hun vak, zo staat eveneens op de achterflap te lezen. Tegelijkertijd zullen ze ontdekt hebben dat die vonk in de beschikbare leerboeken, waaronder buitenlandse, niet oversloeg.

De wereld van het tijdschrift en die van het onderwijs hebben gemeen dat ze buitengewoon dynamisch zijn. Zoals tijdschrifttitels nu een site hebben, zo is het *Handboek tijdschrift* ook voorzien van een site (www.handboektijdschrift.nl) en verrijkt met een Facebookpagina. Print en digitaal reiken elkaar in dit multimediale educatieve project de hand. Stelt men zich daarbij een bevlogen docent voor én de mogelijkheid van een uitdagende stage voor de student op een tijdschriftredactie, dan is aan de voorwaarden voor *blended learning* voldaan. Dooft het vuur van het aanstormend talent niet door een slechte start op een ongeschikte redactie, dan ligt uiteindelijk een loopbaan als succesvol bladenmaker in het verschiet.

Het doet mij deugd dat het eerste, in 1980 op initiatief van *Panorama*-hoofdredacteur Gerard Vermeulen samengestelde handboek in de literatuurlijst wordt genoemd, en wel met als titelbeschrijving *Het tijdschrift. Handboek voor journalisten*. Dit boek, tot stand gekomen onder

auspiciën van de Stichting Studie Tijdschriftpers en de toenmalige organisatie van tijdschriftuitgevers NOTU, opende mij destijds de ogen voor het medium met het intrigerende ritme van beeld en tekst als object van onderzoek.

De samenstellers van het nieuwste handboek hebben zich verzekerd van de medewerking en de inspiratie van tijdschriftmakers met klinkende namen. Niet alleen in het colofon, maar ook in de rubriek ‘Met dank aan...’ trekt een karavaan aan talent voorbij. Het risico van *name dropping* ligt op de loer en ongemerkt zit je met het boek in de hand en een van de twee registers bij de hand het spelletje ‘wie wel en wie niet’ te spelen.

Het gaat bij het noemen van namen uit heden en verleden niet alleen om degenen die schrijvend hun bijdragen aan tijdschriften leveren of hebben geleverd, maar ook om art-directors, fotografen en illustratoren die publiekstijdschriften maken tot wat ze zijn: een uitgekende mix van redactionele teksten, afgewisseld met visuele uitingen en dit alles in een bij de titel passende ‘eigen’ vormgeving. Een redactie houdt, behalve met haar hoofdredacteur, ook rekening met de bladmanager als intermediair met de uitgever. De tijdgeest wordt recht gedaan door aandacht te schenken aan de commerciële functie van een blad: het bieden van een platform voor reclameboodschappen van bepaalde adverteerders. De gedachte van de tijdschrifttitel als merk laat zich dan al raden. Zo komen ook de extensies van titels in beeld en wordt duidelijk waarom de Libelle Zomerweek perfect bij het *Libelle*gevoel past.

Hoe zijn de makers van dit ‘praktijkboek’ te werk gegaan? Uit hun woord vooraf blijkt dat zij vooral een beroep

hebben gedaan op ervaringskennis van acht tijdschriftmedewerkers. Vier illustratoren hebben het visuele element een speciale *touch* gegeven. Verder valt het grote aantal citaten op: ze zijn zodanig geselecteerd dat allerlei aspecten van en visies op het tijdschrift de revue passeren. Deze aanpak moest wel een zware wissel op de vormgeving trekken. De vraag dringt zich bovendien op of het medium niet te eenzijdig bejubeld wordt. Naderkend over die gewetensvraag stuit men op pagina 140-143 op voorbeelden van tijdschriftpublicaties die ‘op en over de rand’ zijn. Dat een en ander diapositief op een rode achtergrond is afgedrukt kan geen toeval zijn.

De geschiedenis van het tijdschrift is weliswaar beknopt gehouden, maar gelukkig niet overgeslagen. Volgens het recept ‘need en nice to know voor bladmakers’ is de ontwikkelingsgang vanaf 1684 op een handige manier tot één hoofdstuk gereduceerd. Aan de hand van een tijdbalk met jaartallen worden sleutelfiguren, saillante ontwikkelingen of innovaties en in het collectieve geheugen verankerde titels voorgesteld. Wat de tijdschrifttitels betreft: meermalen treft men in het boek aan buitenlandse titels ontleende voorbeelden aan. Op de uitklapbare omslag wordt men al geattendeerd op deze brede blik. Dat tijdschriften uit het verleden, mede dankzij de grootscheepse digitaliseringsprojecten, een steeds vaker benutte bron van onderzoek vormen had expliciet over het voetlicht gebracht kunnen worden.

In het hart van het boek krijgt de ‘making of’ van het redactionele gedeelte van een tijdschrift in vijftig trefwoorden een even grondige als verrassende behandeling. Zo wordt men ingewijd in de

geheimen van *Viva's* rubriek 'AnyBody' waarin al ruim duizend vrouwen zich bloot gaven, zij het zonder hun gezicht te laten zien. In tekst en heel veel beeld wordt duidelijk gemaakt dat een tijdschriftnummer door vaste rubrieken en dergelijke een bepaald ritme krijgt, dat de diversiteit en de attractiviteit van de inhoud garandeert.

In het volgende gedeelte van het boek leest men aan de hand van 'queestes' over de overlevingsstrategieën van tijdschriftredacties. Het is immers niet alles rozengeur en maneschijn in de tijdschriftenbranche, ook al suggereren sommige titels dat romantisch leven het ware leven is. De ten tonele gevoerde 'tijdschrift-ridders', onder wie ook riddervrouwen, wekken de indruk zich in interviews openhartig uit te spreken over de uitdagingen waarmee ze geconfronteerd worden. Roofridders die magazines als bijlagen bij dagbladen of ten behoeve van een supermarkt maken duiken eveneens op, maar ze worden niet als zodanig benoemd. Risico's worden als kansen besproken en daarmee blijft de optimistische toonzetting van het boek overheersen.

Omdat het primair om een studieboek voor jonge mensen gaat is gekozen

voor een drukke vormgeving, overvol met plaatjes en praatjes. Wordt men van die flitsende afwisseling van ook handgeschreven teksten, gevoegd bij een niet al te royale broodletter en visuele beelden in het hele kleurengamma niet horendol? Daar had ik wel last van, maar ik zit dan ook in de afgeleide doelgroep van de *general reader* die zich als buitenstaander in de wereld van de tijdschriftpers begeeft. Wie dit stoort kan dit handboek frequent ter hand nemen om telkens een beperkt aantal pagina's op zich te laten inwerken. Daarmee is ook een gebruiksaanwijzing voor tijdschriftonderzoekers geformuleerd. Zij dienen hun passie voor het medium tijdschrift te verdiepen door kennis van zaken te verwerven. Meer inzicht in het fenomeen opent de ogen voor een unieke bron van kennis en vermaak die dichter naar het heden toe ook steeds meer een lust voor het oog wordt. De samenstellers en hun subsidieverstrekkingen hebben respectievelijk hun tijd en hun geld goed besteed.

•> JOAN HEMELS is *honorary fellow* van *The Amsterdam School of Communication Research (ASCoR)* van de *Universiteit van Amsterdam* en *emeritus hoogleraar Communicatiewetenschap*.