

# TIJDSCHRIFTMAKERS VERTELLEN HUN VERHALEN MET OOK: *The making of*

- 
- 1: Inspiratie voor verhalen p. 102
  - 2: De verhalenschrijver p. 106
  - 3: De verhalenverbeelder p. 112
  - 4: De verhalenvormgever p. 118
  - 5: Creativiteit p. 126
  - 6: Op en over de rand p. 140
  - 7: *The making of* een tijdschrift p. 144
  - 8: Schrijvers en het schrijfproces p. 273
  - 9: Eindredactie is emotie p. 276
  - 10: Eindredactie van kop tot sluitpijl p. 279



'Inspiratie heb ik gek genoeg vaak in het Concertgebouw of onder de douche. In beide gevallen kan ik niet weg. De escape zit dan in mijn hoofd en dus gaan er deurtjes open. Een goede journalist of bladenmaker laat zich inspireren door alles. Gebeurtenissen die in zijn familie voorkomen, vragen van zijn kinderen, onderwerpen die spelen in de politiek, de wereld van de kunst, het straatbeeld. Ik vraag mezelf bij alles wat ik eet of doe af welke betekenis het heeft. Overal kan een verhaal in zitten.'

Arendo Joustra, hoofdredacteur *Elsevier*

'Ik zie overal een verhaal in. Mijn kinderen haten mij er soms om. Als mijn dochter vertelt over haar open dag bij de universiteit, maak ik aantekeningen. Misschien kan ik er iets mee in mijn verhaal over hoe je als ouder je kind moet begeleiden bij de studie-keuze. Laatst zat ik in de trein tegenover een paar studenten en uit hun gesprek maakte ik op dat ze bij IKEA gingen eten. Toen zei ik tegen één van die jongens: "Goh, is dat een trend?" Waarop hij vertelde dat hij inderdaad veel mensen kende die dat deden. Wat een ander gewoon aanhoort, is voor een bladenmaker een onderwerp. Je signaleert iets, benoemt het en bedenkt daar een vorm bij.'

José Rozenbroek, hoofdredacteur *Volkscrant magazine*

'Alles wat je dagelijks hoort, beïnvloedt mede wie je bent en wat je denkt. Dat werkt door op de tijdschriften die je maakt. Wat je in de krant leest, wat je op tv ziet, wie je tegenkomt. Ik heb er nu een soort antenne voor. Tijdens mijn vakantie in Italië aan het Comomeer ving ik op dat George Clooney daar een huis heeft. Zoiets neem je mee naar de redactie. Het werd in *Elegance* de reportage *Op zoek naar George* en in *Nautique* een verhaal over zijn Riva speedboot.'

Frank Kloppert, uitgever Pelican Magazines Hearst

## De inspiratiebronnen van bladenmakers

'Ik fotografeer afgebladderde posters in de stad. Verzamel chique briefpapier van luxe hotels. De beroemde inpakkunstenaar Christo inspireerde mij tot het inpakken van kerstcadeautjes voor een kerstpakket dat in honderdduizend exemplaren werd verkocht. En een fotoboek over Nederlandse landschappen leidde tot een reisreportage van 86 pagina's over Nederlandse provincies, met schrijvers uit die provincie. **Bedenk waar je gelukkig van wordt. Voor mij is dat kunst: de vrijheid van de geest contra de dwang der feiten.**

Rupert van Woerkom, creatief directeur Hemels Publishers

'Ik jat en cypaste me suf, zowel uit de geschiedenis als uit buitenlandse bladen. Maar je moet er wel altijd je eigen sausje overheen gieten. Uit Nederlandse bladen neem ik vrijwel nooit iets over. Dat is een soort erecode. **Mijn voelsprietten staan altijd op scherp.** Waar vallen de prijzen? Waar is belangstelling voor? Waar hebben mensen het over tijdens verjaardagsfeestjes? Bladenmakers hebben een speciale flow. Je moet voortdurend in de gaten houden waar het rommelt. Vragen van je doelgroep al beantwoorden voordat je lezers die hebben. **Dat kan alleen door de prikkels die je opvangt voortdurend te vertalen naar je doelgroep.** En natuurlijk moet je ze combineren met je eigen gevoelens, verlangens en dromen. Ik verzijn zo de wereld, al hoef ik het gelukkig niet zelf uit te voeren. Dat maakt verzinnen een stuk makkelijker.'

Jildou van der Bijl, hoofdredacteur *LINDA*

'Ik laat me niet zozeer door andere bladen leiden. **Leuke, creatieve en slimme mensen om me heen,** daar hecht ik aan. Met artdirectors en redacteurs bij elkaar komen om iets te bedenken wat nog niet eerder gedaan is. Of ik nu op straat loop, een boek lees, iemand spreek of een reis maak: ik sta er altijd voor open. Ik maak **kleine aantekeningen in mijn iPhone en Moleskine agenda,** zodat ik onthoud wat ik zie en hoor. Weet ik niet waarover ik mijn column moet schrijven, dan ga ik daar doorheen.'

Ruud Hollander, uitgever/creative director *Psychologie Magazine, Yoga Magazine* en *Happinez*

**'V**ernieuwing en verandering zijn ik op plekken waar geld geen rol speelt. Ik ga naar eindexamens tentoonstellingen ateliers en zoek op internetsites van fotografen ontwerpers en andere creatieven.'

Adriaan Monshuis, ondernemer in beeld en vorm, commercieel directeur van fotobureau *Hollandse Hoop*

'Ik haal inspiratie uit gepassioneerde mensen en steden, en plekken waar nieuwe dingen gebeuren. Afwisseling prikkelt me. Lidewij Edelkoort. San Francisco, een stad die nooit hetzelfde is. Een tapasbarretje in Venetië waar ze elke dag leuke nieuwe hapjes verzinnen. Coming Soon in Arnhem, waar (jonge) ontwerpers je altijd weer verrassen met iets nieuws.'

Franska Stuy, hoofdredacteur *Libelle*

## 'De inspiratie ligt op straat.

Het kan een frietzakje zijn, graffiti of een billboard in de metro. Ik fotografeer het of sla het op in mijn hoofd. Zodra het van pas komt, gebruik ik het. Nooit te lang bewaren, zoiets. Er komt altijd weer nieuwe inspiratie.'

Cécile Narinx, hoofdredacteur *ELLE*

'Tot mijn 45ste was ik mijn eigen maatstaf en mijn eigen doelgroep. In de tijd dat ik adjunct was en Hans Verstraaten hoofdredacteur van *Nieuwe Revu*, waren onze nummers zo succesvol dat we dachten: dit is het geheim, **blaadjes maken die je zelf wilt lezen.** Nu is dat moeilijker, omdat ik ouder word. Maar intuïtie is alles. Ik ga geen blad maken dat ik zelf kut vind, dan vindt geen hond het leuk.'

Frans Lomans, hoofdredacteur *Nieuwe Revu* en *Panorama*

'Inspiratie is: het zien van schoonheid in al zijn vormen. Kunst, natuur, films. Iets echt moois, waar je stil van valt, dat je terugwerpt op de kern zonder alle ruis. Daar krijg ik niet ideeën van, maar dat gaat ronddraaien in mijn hoofd en dan kan zich zomaar een combinatie voordoen.'

Xandra van Gelder, hoofdredacteur *Oog*

'Jouw vreugde en irritatie zijn die van je lezer. Waarom moet ik zo vroeg op de luchthaven zijn? Voor de winkels. Hoe versla ik de bagagebeperking? Ik naai grote zakken in een oude jas en neem acht kilo extra mee. Hoe boek ik het beste hotel met de beste vlucht in de beste maand? Je hebt zo drie dossiers in je blad erbij. En anno 2011: doorzoek miljoenen tweets op kernwoorden: Oman, vertraging of beroerdste reiservaring.'

Harri Theirlinck, hoofdredacteur *REIZEN Magazine*

'Inspiratie is een soort kruisverbinding. Een combinatie van activiteiten en gebeurtenissen die je niet eerder zo met elkaar in verband bracht. Ik maak bladen, geef les op de kunstacademie, schrijf voor *Contrast* over de multiculturele samenleving, kom in het bedrijfsleven. Door in veel verschillende wereldjes te zijn, zie ik veel kruisverbindingen en stromen de ideeën vanzelf binnen.'

Petra Boers, hoofdredacteur *DUF*

'Ik haal inspiratie uit gesprekken. Met andere bladenmakers, kunstenaars, met mijn oma. Soms ga ik gericht op zoek naar ideeën. Dan sla ik een boek of tijdschrift van voor de oorlog open. Al is het een *Margriet* of een modeblad. Het gaat erom dat je even losraakt van wat er allemaal is. Dat je loskomt van het nu.'

Suzanne Hertogs, vormgever en hoofdredacteur *DUF*

'Bij mij ontstaan ideeën door rust te creëren. Je geest er rijp voor te maken. Het kan inspirerend zijn om eropuit te gaan, naar een muziekstuk te luisteren of een boek te lezen, maar het idee komt later, tijdens een moment van rust. Een ingeving krijg je niet als je aan het vergaderen bent.'

Alex Beishuizen, hoofdredacteur *Intermediair*

'Inspiratie komt vrijwel altijd onverwacht. Ik haal inspiratie uit een toevallig gesprek bij de koffieautomaat. Uit een blik op de schappen in een winkel als Athenaeum in Amsterdam. Een YouTube-filmpje, een tweet. Oké, ik raadpleeg standaard buitenlandse science-bladen en sites. Maar bladenmaken is een *way of living*. Je hebt je radar onbewust altijd aan staan.'

Vivianne Bendermacher, hoofdredacteur *KIJK*



**'Inspiratie is transpiratie.** Niet meteen het eerste idee omarmen. Gewoon doorgaan met verzinnen. In een week tijd zag ik bij toeval allemaal advertenties voor stagiairs. In mijn beleving is dat meteen een rubriekje voor *De Volkskrant* of een video-item voor *NuZakelijk*. Word je uitgebuit? Leer je wat? Je moet een enigszins overspannen fantasie hebben.'

Tonie Broekhuijsen, oud-hoofdredacteur *AutoWeek* en creative director digital content bij Sanoma Media

**'Originaliteit begint met goed kijken.** Gewoon voor het schap gaan staan, alle bladen in je opnemen en bedenken welke koppen jou prikkelen. Of het onderwerp je interesseert of niet. Voor het verzinnen van mooie verhalen zul je veel verder moeten kijken. Zo zag ik in het *Eindhovens Dagblad* een kop met 'Werner Gentle'. Mooie naam, dacht ik, dus ik begon te lezen. Bleek het om een geestelijk gehandicapte hardloper te gaan. Ik was verkocht. De volgende dag belde ik een van onze beste schrijvers.'

Olivier Heimel,  
hoofdredacteur *Runner's World*

'Voor *Flow* laten wij ons inspireren door onze eigen levens, de mensen om ons heen, gesprekken met vriendinnen, illustratoren wereldwijd, de tijdgeest, internet – op *www.etsy.com* is zoveel moois te vinden! En een geweldige, nieuwe bron: blogs en Twitter. Van Japan tot Canada. Gewone mensen die bijzondere dingen maken, haalbaar en waanzinnig inspirerend!'

Astrid van der Hulst en Irene Smit,  
creatief team *Flow*

**vertaalslag**

'Alles, letterlijk alles wat onder mijn ogen komt, maakt een in mijn hoofd. Is het interessant voor *Margriet*? Kranten, tijdschriften, folders, sites: het stroomt bij me naar binnen. In binnen- en buitenland. Hoe te vertalen naar leesbaar, aantrekkelijk, relevant? Mijn belangrijkste inspiratiebronnen zijn de lezeressen zelf. Hun verhalen. Hun passies. Hoe ze gekleed gaan. Voor wie ze zorgen. Van wie ze houden. Wat ze mooi vinden. Ik ben impertinent nieuwsgierig.'

Leontine van den Bos, hoofdredacteur *Margriet*

'Ik lees veel kranten, kijk tv, volg andere bladen, blogs en sites als Mashable, BoomBustBlog, Wired, Foreign Policy, 10000 words. Technologische en maatschappelijke ontwikkelingen prikkelen me. Vaak zijn dat mondiale trends die samenlevingen veranderen. Ik kan heel enthousiast worden van de glasvezelkabel die in Afrika aan land is gekomen. Denk aan de mogelijkheden! Aan hoe het leven van mensen in zo'n continent gaat veranderen! Positivismen inspireert me.'

John Verhoeven,  
oud-hoofdredacteur *OnzeWereld*

'Inspiratie krijg je door goed te kijken, goed te luisteren en dat alles kort maar krachtig op te schrijven. Als journalist van dertig had ik het druk. Ik rende van hot naar her, kon geen rust vinden in de stad, had te weinig tijd, raakte in ademnood. Die woorden heb ik opgeschreven en het tegenovergestelde ernaast gezet. Dan krijg je: rust, ruimte, groen, eenvoud, authenticiteit, eerlijkheid, adem. Een prachtig overzicht van een sfeer waar je naar verlangt. Zo zijn *Seasons* en *Happinez* ontstaan.'

Inez van Oord, oprichter en oud-hoofdredacteur *Seasons* en *Happinez*

**'Ik omring me met de doelgroep. Praat met ouders op het schoolplein, op feestjes, op ouderavonden. Luister naar hun verhalen: waar ze tegenaan lopen, waar zij over willen lezen. Als journalist leef je van de reacties. Je probeert altijd iets teweeg te brengen bij lezers. Het moet herkenbaar en leuk zijn, maar ook inspirerend. Dat mensen een stapje verder zetten dan ze normaal zouden doen.'**

Evert de Vos, hoofdredacteur *J/M voor ouders*

'Inspiratie vind je pas als je het kader hebt geschapen voor je titel. Waar gaat je tijdschrift over? Waarover niet? Waar staat het voor? Tegen wie heb je het? Het zijn de handvatten waarmee je de zee aan informatie om ons heen tegemoet treedt. Want inspiratie is overal; op straat, op internet, in andere media. Maar je zoekt alleen de parels, de diamanten, de krenten in de pap.'

Erwin van der Zande, hoofdredacteur *Bright*

'Inspiratie is overal. Bij Albert Heijn, in een dorp, in Parijs of New York, op tv, in de krant, op de redactie. Je let overal op en gebruikt alles wat je tegenkomt. Laatst bracht de uitnodigingskaart van een show me op een idee. Het kleurbeeld hebben we gebruikt voor de vormgeving van ons modenummer.'

Karin Swerink,  
hoofdredacteur *Glamour*

'Ik geloof heilig in de kracht van storytelling, het doorvertellen van een mooi, goed verhaal. De journalistiek besteedt daar relatief weinig tijd en ruimte aan. Gek, want lezers zijn er dol op. Als je goede schrijvers mooie verhalen laat maken, ontstaat in mijn beleving de ideale journalistiek. Daar laat ik me door inspireren.'

Max Christern,  
hoofdredacteur *Ode*

**'Even afstand nemen van je dagelijks leven, inspireert enorm. Zodra ik Amsterdam verlaat, schieten de ideeën als knolletjes uit mijn kop.'**

Sanne Groot Koerkamp, hoofdredacteur *Green. 2*

**'Bij vormgeving van de VPRO GIDS laat ik mij vooral leiden door het aangeleverde beeld. Hoe laat je dat het beste spreken, welke beelden brengen de bedoeling van het verhaal het beste over? Belangrijk is de grootte van het beeld, maar ook de plaats op de pagina. Links van de vouw, rechts van de vouw, halverwege de vouw. Bij de typografie komt weinig inspiratie kijken, maar des te meer vakmanschap om de pagina's zo helder mogelijk te laten communiceren. Het fascineert me om met vaste elementen steeds weer iets nieuws te maken.'**

Piet Schreuders,  
artdirector *VPRO GIDS*



## Anatomie van de werkelijkheid van Joris van Casteren

Zijn jeugd in Lelystad heeft Joris van Casteren geleerd dat achter de schone schijn vaak een lelijke werkelijkheid schuilgaat. Nu schrijft hij mooie verhalen om te ontmaskeren. 'Esthetiek moet binnen journalistiek ook een plaats hebben.'



Joris van Casteren (1976) was redacteur van de *Groene Amsterdammer* en *Vrij Nederland*. Voor zijn artikelen in *Vrij Nederland* en *NRC Handelsblad* werd hij in 2004 bekroond met het Gouden Penntje. Uit het juryrapport: 'Van Casteren pelt zijn onderwerp in alle rust schil voor schil af; in zijn verhalen ontrolt zich een bizarre werkelijkheid. Hij schrijft het zo op dat het allemaal bijna volkomen normaal lijkt, met een perfect gedoseerde licht ironische ondertoon.' Hij publiceerde verschillende boeken, o.a. de reportagebundel *De man die 2½ jaar dood lag* en *Requiem voor een pitbull*. Zijn boek *Lelystad* werd genomineerd voor de AKO Literatuurprijs 2009 en de M.J. Brusselprize 2010. In vervolg op dit verslag van zijn jeugd in de stad die minder maakbaar blijkt te zijn dan wordt verwacht, schrijft Van Casteren een serie over Europese *new towns* voor *Hollands Diep*.

### Voor u is tijdschriftjournalistiek: verhalen vertellen.

'Ja. De kracht van tijdschriften zit in tijdloze verhalen, die mooi worden gebracht. Mooi in combinatie met fotografie en vormgeving.'

### Wat maakt een gebeurtenis tot een verhaal?

'Er moet drama in zitten, liefde, dood, tragiek. Het "ocean-in-de-druppel-effect": het kleine verhaal verklaart de grote samenleving. Neem dat voorval met die man die de Maastunnel inreed met een nepbom, waar ik in mijn reportageboek *Requiem voor een pitbull* over heb geschreven. Iedereen stond klaar om die man te stoppen, tanks

waren onderweg, fotografen en satellietwagens stonden klaar. Al Qaida in Nederland! Maar nee, het was een verwarde man. Bijna teleurgesteld droop iedereen af. Er wordt gedacht: dat is geen nieuws, want er gebeurt niks. Maar als dramatische gebeurtenis zeg zo iets veel meer over onze maatschappij dan als de bom wél was afgegaan. Als je de waan van de dag eruit filtert, krijgt zo'n verhaal meteen een bijna symbolische lading.'

### Wat zijn uw thema's?

'Falend idealisme keert vaak terug in mijn verhalen. Mensen die iets hartstochtelijk willen en vervolgens met de weerbarstige werkelijkheid te maken krijgen. We leven in Nederland in een klein land, waarin alles is ingedeeld en waar met alles rekening wordt gehouden. Automatisch denken we daardoor dat we greep hebben op de werkelijkheid. Maar de werkelijkheid is niet zo controleerbaar als wij wel denken. Gebeurtenissen hebben hun eigen dynamiek. Hoe goed de voorschriften ook zijn, heel vaak pakken situaties anders uit dan we verwachten. Die maakbaarheidsillusie fascineert me. Het leven lijkt zo overzichtelijk maar is het natuurlijk helemaal niet.'

### En dat wilt u als journalist vertellen?

'Ik wil ontmaskeren. Ongeschreven regels doorprikken. Dat heeft ook met mijn jeugd te maken. In Lelystad heb ik zo vaak mooie verhalen gehoord, maar geen mooie dingen gezien. Daardoor geloof ik er niet meer in, wil ik achter de façade kijken en dingen ontdoen van hun onechtheid. Maar ik ben niet geëngageerd. Geëngageerde journalis-

ten kunnen beter de politiek ingaan. Mijn doel is eerder esthetisch: ik wil een mooi verhaal schrijven. Gebeurtenissen en personen laten zien zoals ze zijn. Vervolgens kan de lezer naar hartenlust interpreteren. Binnen de journalistiek moet esthetiek ook een plaats hebben, vind ik.'

### Wat brengt u op ideeën?

'Dat kan een berichtje in de krant zijn. Of iets wat ik hoor. Ik heb eens een verhaal gemaakt over een walvis die was aangespoeld op Schiermonnikoog. Op zo'n moment komt in Nederland alles en iedereen in beweging. De gemeente, de provincie, de kustwacht voor aangespoelde dieren, musea die ruzie krijgen over wie de ingewanden mag hebben. Je kunt het zo gek niet bedenken. Zo'n beest schopt alles in de war. Ook weer een voorbeeld van ontregeling dus. Het alledaagse, de façade valt weg en mensen tonen hun ware aard. Ik heb een voorliefde voor afwijkende, absurde verhalen. Daar maak ik graag een nauwgezette reconstructie van.'

### Wat is de waarde van een reconstructie, dus van de feiten, boven de fantasie?

'De werkelijkheid is toch vele malen sterker dan de fantasie. Ik hoor liever wat er in iemands hoofd is omgegaan dan dat ik of iemand anders dat gaat verzinnen. Dat vind ik bijna arrogant. Alsof je denkt dat jij dat beter zou kunnen bedenken. Nee, daar houd ik niet van. Ik ben puur nieuwsgierig naar wat er in een reconstructie allemaal bovenkomt. Je ontleedt iets wat voor vanzelfsprekend wordt aangeneomen. Het is een soort anatomie van de werkelijkheid.'

### U bent momenteel bezig met een nieuw boek. En u schrijft een serie over new towns in Europa voor Hollands Diep, in het verlengde van uw boek over Lelystad. U bent daarvoor gevraagd als deskundige in de ontwikkeling van nieuwe steden?

'Ja, en dat vind ik irritant, want ik wil helemaal geen expert zijn. Met mijn boek *Lelystad* heb ik een mooi verhaal willen schrijven en niet zozeer iets aan de kaak willen stellen, al zit dat er natuurlijk wel in. Ik ben in Lelystad opgegroeid. Er waren parallellen tussen mijn leven en de ontwikkeling van Lelystad. Daarom heb ik dat verhaal ook – voor het eerst – in de ik-vorm geschreven. Eerder wilde ik dat nooit. Ik vond het fijner om onzichtbaar te zijn. Maar het zou idioot zijn als ik iemand anders had uitgekozen om mijn verhaal aan op te hangen.'

Net als in Lelystad gaat het er in die *new towns* om dat geprobeerd is een nieuwe, betere wereld te scheppen. Dat heeft iets megalomaans. Een beetje spelen voor God. Voor de serie in *Hollands Diep* hebben we vrij extreme voorbeelden uitgezocht van steden die met die intentie zijn gemaakt. Steden die met vormgeving en architectuur een bepaald menselijk gedrag willen afdwingen. Bij voorbaat weet je dan dat het anders gaat dan de bedoeling was. Mijn nieuwsgierigheid was dan ook: hoe is het hier nu weer misgegaan? Ik volg de Hunter Thompson-achtige aanpak: ik ga naar zo'n plek, kijk rond en zie wat er gebeurt.'

Ook over die *new towns* schrijf ik in de ik-vorm. Er is geen enkele aanleiding om nu naar Berlijn of Kopenhagen te gaan. Door het persoonlijk te maken, daar rond te lopen en daarover te

vertellen, geef ik het verhaal bestaansrecht. Het verhaal ontstaat met mij. Het hangt heel erg van het onderwerp af voor welke vorm je kiest. Alleen als het echt noodzakelijk is, moet je de ik-vorm gebruiken.'

### Wat doet u aan research voordat u op reis gaat?

'Ik moet alles van de geschiedenis weten. Wanneer zijn ze begonnen met bouwen, hoe is het gegaan, wat waren de uitgangspunten. Ik wil de idealen die erachter zitten begrijpen. Van tevoren google ik wat erover te vinden is. Ik kijk in Lexis Nexis, lees architectuurboeken en spreek met deskundigen. Voordat ik naar zo'n stad toe ga, wil ik de ontwikkeling ervan chronologisch hebben opgeslagen. Vergelijk het met een virtuele internetdate. Voordat je die persoon in het echt ontmoet, wil je alles van haar weten.'

### Heeft u van tevoren ook al een beeld van hoe het verhaal gaat worden?

'Ik heb een concept in mijn hoofd. Ik weet dat ik daar niet al te zwaar aan moet tillen, want het kan heel anders uitpakken. Maar door de research zie ik de ontwikkeling van zo'n stad als een film voor me, met een bepaalde dramatiek en een hoogtepunt. Pas als ik dat erin zie, kan ik ernaar toe. Sterker nog, ik heb dat nodig als houvast. Anders weet ik niet waar ik op moet letten als ik daar rondloop.'

In het verhaal zelf wil ik de lezers niet doodgooien met de geschiedenis van die plek. Eerder suggereer ik wat er is gebeurd in de levens van de mensen die ik beschrijf. Zij hebben het aan den lijve ondervonden. Op die manier maak ik de geschiedenis veel beter inzicht-

'Een goed verhaal is een oceaan in een druppel'

lijk dan wanneer ik alles gortdroom ga opsommen. Ik ga uit van de ijsbergtheorie van Hemingway. Alleen een klein puntje van de research wordt zichtbaar in het verhaal. Het grootste deel blijft onder water en zie je niet. Als ik meer informatie zou opnemen, gaat het ten koste van de leesbaarheid. Maar zonder alle research kan ik niet met die mensen praten. Dan weet ik niet waarover ik het met ze heb.'

### Hoe lang verblijft u in een stad voor zo'n reportage?

'Minstens een week. Meestal verblijf ik in een hotel. Ik vind het belangrijk dat ik een plek heb waar ik me kan terugtrekken. Als je gaat schrijven moet je afstand kunnen nemen, zeker als je er heel diep in hebt gezeten. Je moet weer op een onbevangen manier kunnen kijken naar de gebeurtenissen en naar de mensen. Zoals je deed voordat je naar die stad toeging, anders kun je het niet goed opschrijven. De gesprekken neem ik op met een minidiskrecorder. Ik houd een soort dagboek bij en dat werk ik al zo veel mogelijk op mijn laptop uit. Dan heb ik niet meer zo'n berg materiaal als ik terug ben. Dat lukt natuurlijk niet altijd. Maar niets is frustrerender dan dat je geen controle meer hebt over wat je aan het doen bent.'

### Wat voor personen kiest u als de personages om uw verhalen aan op te hangen?

'Mensen die iets aan den lijve hebben ondervonden. Mensen ook die geen andere belangen hebben. Die bereid zijn om eerlijk te vertellen en om letterlijk hun kasten leeg te halen en van alles te laten zien. Veel van mijn reportages >>>

>>> Lees verder op pag. 111



**1.** **Ryszard Kapuscinski.** Uit: *Imperium, ondergang van een wereldrijk* (De Arbeiderspers 1993). 'In het hoofdstuk *De Transsiberië-express, 1958* beschrijft Kapuscinski een groep Sovjet-burgers ("magere, kleine mensen, in haveloze kaftans en viltlaarzen vol gaten") die in China zakken vol grutten hebben gekocht. Met de grutten willen ze in de stad Zabajkalsk de grens overgaan. Maar dat gaat zomaar niet.

Dit is een ijzersterk voorbeeld van hoe je met een ogenschijnlijk futiel reportage-element de waanzin van een totalitair regime blootlegt. Het knappe van Kapuscinski is zijn onwaarschijnlijke oog voor het detail.'



En die grutten, daar gaat het nu om. Want naast boeken horen grutten overduidelijk tot de meest verdachte goederen. Er is blijkbaar iets met grutten, ze zijn onduidelijk, hebben een of andere verraderlijke, bedrieglijke eigenschap, iets misleidend, onoprechts, het mogen dan wel grutten zijn, maar het kan best blijken dat dit niet helemaal klopt, dat het grutten zijn, maar niet voor de volle honderd procent. Daarom storten de douaniers alle grutten op de tafel. De tafel wordt goudkleurig en bruin, het lijkt alsof we een maquette van de Sahara voor ons hebben liggen. Nu begint het ziften van de grutten. Het aandachtig, minutieus ziften door de vingers. De vingers van de douaniers laten smalle stroompjes doorsijpelen, verder, verder, maar opeens: stop! De vingers houden stil en verstarren. Ze hebben een vreemd korreltje gevoeld. Gevoeld en aan de hersens van de douanier overgeseind, waarop de hersens antwoorden: stop! De vingers bewegen niet meer en wachten. De hersens zeggen: probeer het nog eens, voorzichtig, aandachtig. De vingers laten het korreltje draaien, behoedzaam en heel even, behoedzaam en heel even, maar heel aandachtig, heel waakzaam. Ze onderzoeken het. De beproefde vingers van een sovjetdouanier. Geoefend, klaar om het korreltje onmiddellijk fijn te drukken, de val dicht te klappen, het gevangen te zetten. Maar het korreltje is niet meer dan het is: een gewoon korreltje van gewone grutten, en wat het van het miljoen andere korreltjes onderscheidt die op de tafel van het grensstation Zabajkalsk worden gestort, is de ongewone, zonderlinge vorm, het gevolg van een ruwe plek op de maalsteen die scheef, ongelijk liep. Dus geen smokkel, geen list, dringt het tot de hersens van de douanier door, maar hij geeft het niet op. Integendeel, hij beveelt verder te ziften, door te zoeken, verder te voelen en bij het eerste greintje twijfel ogenblikkelijk: stop!

We moeten echter beseffen dat dit in de jaren '50 gebeurt en dat de molens in China al heel oud zijn en slecht werken. Hoeveel problemen schept dit voor de douane van Zabajkalsk. Talloze grutjes hebben een atypische, verdachte vorm. De vingers geven de hersens elke seconde een signaal. De hersens slaan elk ogenblik alarm: stop! Korrel voor korrel, handvol voor handvol, zak voor zak. Boerjat voor Boerjat.

**2.** **Ben Haveman.** Uit: *Oh gelukkige eenzaamheid* (Thomas Rap, 1977). 'In het hoofdstuk *Hoe komt een idioot aan luizen?* portretteert Haveman de kluisenaar Jan Ponsioen die aan de *Rooversbreekdijk* even buiten Lisse een ingestort huis bewoont waar een tank doorheen lijkt te zijn gereden. Dit fragment laat zien hoe literair journalistiek kan zijn. Door de pracht van Havemans beschrijvingen wordt de misère van Ponsioen bijna heroïsch.'

'Met m'n vijftiende jaar zou ik een meissie hebben. Ik had toen al veel last van *onanie*, ik weet niet of je weet wat dat is, maar ik moest toen naar professor *Carp*. Spiernakend moest ik me uitkleden en voor een zwarte pentekening gaan liggen van een meisjeskop. Echt zo'n hypnotiserende kop. Daarna heb ik geen vrouw meer durven aankijken.

Een verschrikking was het, je gaat gewoon door de hel heen. Ik heb *Carp*, hij leeft nog, al gevraagd om een *tegentherapie*, maar hij zegt dat ie er niks meer vanaf weet. Ik vind het een misdaad die ze tegen mij hebben gepleegd. Met mannen durf ik wel te praten, maar veel contact heb ik niet met mensen. Ik ben kluisenaar. Ik zou wel alles willen geven om er af te komen want ik vind het verschrikkelijk om kluisenaar te zijn.

Ik heb al es een huwelijksadvertentie gezet maar daar zijn een snertverplegster op afgekomen en een idiootje. Dat was een grap van een rotvent die een geintje met me wilde uithalen. Ik heb wel es meisjes gevraagd en dan zeggen ze: *ik ga niet met opa naar bed*.

Ik heb weinig ervaring met vrouwen. Ik zou wel dag en nacht tussen de vrouwen willen zitten, zo gek ben ik erop. Maar ik ken ze niet krijgen. Verschrikkelijk is dat. Ik zie het niet meer zitten. Vandaag ben ik ook zo onrustig als de pest. Ik voel me altijd zenuwachtig en opgejaagd.'

De *Rooversbreekdijk* is een kronkelig polderweggetje dat langs de bollenvelden buiten Lisse voert. Door de bouwval van Jan Ponsioen huilt de wind, maar de geur van verrotting is er niet weg te blazen. Het huis kreunt onder de last van alles wat Jan verzamelt en dat is ongeveer de hele wereld. Schimmels, pissebedden, muizen, spinnen en ander ongedierte houden zich marsbereid om de hoog opgetaste chaos van rommelmarkten te overwoekeren. Oud roest. Stapels dozen met vochtige boeken en tijdschriften die elk moment naar beneden kunnen kletteren als ze niet door het vuil waren vastgekoekt.

Er lijkt een tank dwars door het huis heen te zijn gereden die een kwart van de benedenverdieping heeft weggevaagd. Een paar kwaadwillende burens, welvarende bollenkwekers, hebben de storm van een paar maanden terug een handje geholpen. Arie Jansen, die secretaris van de geitenfokvereniging is geweest, en met wie Jan soms zit te schaken, heeft nog over die minne streck opgewonden en daarbij is het gebleven.

visibility gone, he was forced to the instruments. And at this precise moment, a fly that had been buzzing in the back of the cockpit flew up front and landed on the instrument panel in front of Patterson. He glared at the fly, watched it crawl slowly up the windshield, then shot a quick smash with his palm against the glass. He missed. The fly buzzed safely past Patterson's ear, bounced off the back of the cockpit, circled around.

"This smoke won't keep up," Hanson assured. "You can level off." Patterson leveled off.

He flew easily for a few moments. Then the fly buzzed to the front again, zigzagging before Patterson's face, landed on the panel, and proceeded to crawl across it. Patterson watched it, squinted. Then he slammed down at it with a quick right hand. Missed.

Ten minutes later, his nerves still on edge, Patterson began the descent. He picked up the radio microphone—"Westchester tower . . . Cessna 2729 uniform . . . three miles northwest . . . land in one-six on final . . ."—and then, after an easy landing, he climbed quickly out of the cockpit and strode toward his wife's station wagon outside the terminal.

But along the way a small man smoking a cigar turned toward Patterson, waved at him, and said, "Say, excuse me, but aren't you . . . aren't you . . . Sonny Liston?"

Patterson stopped. He glared at the man, bewildered. He wasn't sure whether it was a joke or an insult, and he really did not know what to do.

"Aren't you Sonny Liston?" the man repeated, quite serious.

"No," Patterson said, quickly passing by the man. "I'm his brother."

When he reached Mrs. Patterson's car, he asked, "How much time till school lets out?"

"About fifteen minutes," she said, starting up the engine. Then she said, "Oh, Floyd, I just should have told Sister, I shouldn't have . . ."

"You tell Sister, I'll tell the boys."

**3.** **Gay Talese.** Uit: *Portraits and encounters* (Walker Publishing Company Inc., 2003).

'In het profiel *The loser* gaat Talese op zoek naar de rijke voormalige bokskampioen Floyd Patterson. Na een desastreuus verlopen gevecht werkt hij op een afgelegen plek aan zijn come-back, terwijl zijn trainer en anderen hem vanwege enkele zware knock-outs hebben geadviseerd zijn carrière te staken. Talese beschrijft Pattersons merkwuurige gedrag nauwgezet. Na een telefoontje van zijn vrouw springt Patterson in zijn privé-vliegtuig. Hij heeft vernomen dat klasgenoten het rokje van zijn dochtertje hebben opgetild. In het vliegtuig, dat hij zelf bestuurt, vliegt een bromvlieg hinderlijk om hem heen. Er volgt een scène waarin Patterson met zijn bokshandsen vergeefs de vlieg probeert uit te schakelen. Daarna de scène waarin Patterson op het schoolplein op zoek gaat naar de jongen die het rokje van zijn dochter heeft opgetild. Deze ogenschijnlijk futiele gebeurtenissen illustreren op symbolische wijze de tragische neergang van een voormalig talent.'



**Willem Wittkamp.** Uit: *Geld verdienen* (De Arbeiderspers, 1954).

'In de reportage *Waarom de heer J.W. Adolfs uit Enschede brood ziet in het feit dat iedere Nederlander filmster zou willen zijn*, reist Wittkamp aan het begin van de jaren '50 mee met de handige ondernemer J.W. Adolfs. Deze maakt in afgelegen dorpen opnamen met een camera. Het hele dorp loopt uit, iedereen probeert in beeld te komen. Een half jaar na de opnamen keert de heer Adolfs terug met de opnamen die de dorpsbewoners terug betaling in een tent kunnen bekijken.

Wittkamp heeft van tevoren goed aangevoeld dat met de komst van Adolfs een doodgewoon dorp, illustratie voor het plattelandsleven van die tijd, op hilarische wijze tot leven zal worden gewekt. Adolfs komt is als het operatiemans van de chirurg, waarna Wittkamp op zijn gemak de ingewanden van de gemeenschap kan bekijken en beschrijven. De openingszin met de wagen van Adolfs die het dorp binnenrolt, is een sterk voorbeeld van hoe je een verhaal letterlijk in gang kunt zetten.'



KAPUTT

heen. Vele kwamen in de vlammen om, een groot deel bereikte de oever van het meer en stortte zich in het water.

Het meer is op dat punt niet zo diep, nog geen twee meter: maar op zo'n honderd passen van de oever loopt de bodem plotseling steil af. In die kleine ruimte geklemd (de oever maakt in dat gedeelte van het Ladogameer een kleine bocht en vormt een kleine inham), tussen het diepe water en de vlammenmuur, groeften de paarden samen, trillend van kou en angst, met hun hoofd uit het water gestoken. Degene die het dichtst bij de oever waren en in de rug door de vlammen werden aangevallen, steigerten, klommen op de andere dieren en probeerden zich een weg te banen door te bijten en te trappen. In het gevecht werden ze overvallen door de vorst.

In de nacht stak de noordenwind op. (De noordenwind komt van de zee van Moermansk, als een engel, al roepend, en plotseling sterft de aarde.) De kou werd verschrikkelijk. Ineens bevroor het water met zijn karakteristieke geluid van glas waartegen wordt getikt. De zee, de meren, de rivieren bevroren plotseling door de breuk van het warmte-evenwicht die van het ene op het andere moment optreedt. Zelfs de zeegolf blijft halverwege staan, wordt een gebogen golf van ijs in de lucht.

De dag daarna, toen de eerste *sisit*-patrouilles met verschroeiende haren en een gelakerd gezicht voorzichtig over de nog warme as door het verkoold bos liepen, kwamen ze bij de oever van het meer: een gruwelijk en wonderbaarlijk schouwspel ontvouwde zich voor hun ogen. Het meer was als een enorme wit marmeren plaat waarop honderden en nog eens honderden paardenhoofden stonden. Ze leken met één haal van een bijl afgehaakt. Alleen de hoofden staken boven de ijskorst uit. Alle hoofden waren naar de oever toegewend. In de wijddopen ogen brandde nog de witte vlam van de angst. Bij de oever rees een kluwen meedogenloos steigerende paarden boven de ijsgevangenis uit.

[74]

HOOFDSTUK I *Waarom de heer J. W. Adolfs uit Enschede brood ziet in het feit dat iedere Nederlander filmster zou willen zijn*

Het was acht uur in de ochtend, toen de wagen het dorp binnenrolde, maar reeds zond de zon een verzengende hitte uit over de velden rond Zwammerdam, waar sinds mensenheugenis de koeien en de tarwe elkaar afwisselen. De bestuurder had het tanig gezicht van een man voor wie het slaaptkort een tochtgenoot was, met wie hij om had leren gaan.

De aankomst van de wagen veroorzaakte nauwelijks een rimpeling in de rust van het dorp. En dat, terwijl de twee inzittenden volgens de aankondigingen vandaag van Zwammerdam het Hollywood van Nederland zouden maken. Zo ooit, dan bleek hier, dat sensatie nooit ontstaat, doch steeds gemaakt moet worden.

De aankomst van de filmmannen was teleurstellend gewoon. Misschien had men een karavaan verwacht van twintig olifanten, aangekondigd door geschal van honderd koperen basuinen, in plaats van twee perzige mannen in een stoffig bestelautootje, en een vriendelijke, ronde man op een oude motorfiets, die nauwkeurig het zeg van de wagen hield.

Op zo'n ogenblik denk je als buitenstaander: – misschien willen ze hier wel helemaal niet op de film. Dat zou catastrofaal zijn, want de broodwinning van de heer J. W. Adolfs uit Enschede is gebaseerd op de theorie, dat iedere Nederlander de droom koestert, filmster te worden. Hiervan uitgaande filmt hij in de zomerdag dorpen, daarbij zorg dragend dat zo veel

mogelijk dorpingen er herkenbaar op komen te staan. In de winter draait hij de films af, en wie zou niet graag entree betalen voor een film waar men zelf in mee speelt?

De twee mannen maakten zich geen zorg. Ze produceren honderd films per jaar. Zeshonderd dorpen hebben ze al gefilmd, en zeshonderd keer kwam het publiek avond aan avond terug om zichzelf te zien.

Als de wagen tot stilstand komt op het pleintje voor het gemeentehuis, wordt onmiddellijk begonnen met het zaaien van de onrust, die nodig is om een Hollands dorp er toe te brengen opgewonden samen te stromen. Dat moet, want de mannen maken een film per dag. Ze hebben geen tijd om iedereen op te zoeken, en verplaatsen zich zo min mogelijk.

Getweeën sjouwen ze de dorpsstraat in. Ongeveer op de helft staat een vrouw de ramen te lappen. Cameraman Kupers gaat midden op de straat staan, en heft zijn toestel. Na een tijdje gaan links en rechts de vensters open. De man op de rijweg filmt zeer opvallend die ene huisvrouw.

En op dat ogenblik is in de straat een probleem geboren. Dat mens van Brandenburg staat op de film! En de dame Bevering, Goortank, en Zeventwijn niet!

In een zijstraat richten de mannen de camera op een groepje bakvisen, die gillend uiteenstuiven om het nieuws naar alle windrichtingen te verspreiden. In minder dan geen tijd zal er geen dorping meer zijn, wiens leven niet terug is gebracht tot een zekerheid: dat hij niet op de film staat!

Dan rest nog slechts één ding: het zorgvuldig filmen van een enkel bedrijf, waardoor de hele middenstand in de positie komt, dat er een concurrent is, die gaat strijken met een stuk reclame voor de hemel weet hoe lage prijs.

J. W. Adolfs staat op het pleintje. Rondom hem begint een opwinding te koken die het dorp in geen eeuwen heeft gekend.



## 5. Curzio Malaparte. Uit: *Kaputt* (De Arbeiderspers, 2003).

'In het eerste deel van dit literair non-fictieve meesterwerk, in het hoofdstuk *De ijspaarden*, beschrijft Malaparte een huiveringwekkende gebeurtenis uit de Russisch-Finse oorlog van 1941, waar hij als correspondent van *Corriere della Sera* en als diplomaat in Italiaanse dienst getuige van was.

Malaparte beschrijft hoe de Finnen, die een pact met de Duitsers sloten, de Russen in december '44 rond het Lagonda-meer terugdringen. In het dichte woud breekt brand uit en de Russische paarden, gek van de hitte, vluchten het ijskoude meer in, waar het aan de rand twee meter diep is.

De paarden steken met hun hoofden boven het water uit. Dan begint de ijswind uit Moermansk te blazen en vindt een zogenoemde warmte/koude omslag plaats, waarbij alles wat vloeibaar is in een klap bevriest, inclusief schuimkoppen op golven. De paardenhoofden veranderen op slag in marmeren ijsbeelden. Als het lente wordt beginnen de paardenkadavers te ontbinden.

Deze ongeëvenaarde scène is naar de maatstaven van nieuwjournalistiek oninteressant. Er zijn immers geen dode mensen, er vloeit geen bloed en er valt geen bom. Het clichébeeld van de oorlog wordt op geen enkele manier bevestigd. Toch laat de beschrijving van deze gebeurtenis diepere indruk na dan welke oorlogsscène ook.'

110

## Schrijftips van Joris van Casteren:

- › Tijdschriftverhalen zijn tijdloos. De waan van de dag moet er vanaf.
- › Een verhaal bevat drama: liefde, dood, tragiek.
- › *Het Oceaan-in-de-druppel-effect*: ook in het kleinste verhaal herken je de grote samenleving.
- › *De Ijsbergtheorie van Hemingway*: het grootste deel van je research blijft verborgen voor de lezer. Alleen het topje is zichtbaar.
- › *De Wet van Tsjechov*: als je in het begin van je verhaal beschrijft dat er een geweer aan de muur hangt, moet er voor het eindigt mee zijn geschoten.

›› spelen zich af in de onderklasse van de maatschappij. Die mensen willen zich niet mooier voordoen dan ze zijn. Daar kan ik goed mee werken. Mensen met een verborgen agenda, zoals politici, gebruiken journalisten alleen maar om hun eigen verhaal naar buiten te brengen. En elke padvinder heeft tegenwoordig zijn eigen perswoordvoerder. Dat is dodelijk voor de spontaniteit.'

### Hoe krijgt u mensen zo ver dat ze met u praten?

'Daar hoeft ik nauwelijks iets voor te doen. Mensen storten al snel hun hart uit. Zijn snel vertrouwelijk tegen me. Vroeger durfde ik niet te zeggen dat het verhaal zwart-op-wit veel afstandelijker overkomt dan het gesprek dat je voert. Ik was bang dat mensen dan niks meer wilden vertellen. Zo choquerend kan het zijn. Maar ik heb ontdekt dat je het beste zo eerlijk mogelijk kunt zijn. Mensen vertellen toch wel.'

### Wanneer begint u met schrijven?

'Er moet een soort orde zijn. Mijn kamer moet zijn opgeruimd. In mijn hoofd moet ik een soort afstand hebben genomen van mijn onderwerp.'

### Hoe begint u?

'Als je een gebeurtenis in taal wilt vangen, krijgt hij eigen regels en een eigen dynamiek. Pas wanneer ik met schrijven begin, kan ik inschatten welke kant het opgaat. Dat is een mysterieus proces. Vaak – zeker bij een reconstructie – is het begin als een eerste dominosteen, die alles omgoot.'

### Hoe kiest u uw woorden?

'Ik probeer zo beknopt en eenvoudig mogelijk te schrijven. Ik maak het eerder kaler dan mooier. Ik heb wel

eens van het synoniemenboek gebruik gemaakt, uit nieuwsgierigheid. Dan vond ik een leuk woord voor 'vreemd', bijvoorbeeld 'curieus' of 'merkwaardig'. Maar uiteindelijk is vreemd toch weer het beste. Zoals ik de werkelijkheid wil demystificeren, zo wil ik dat ook met de taal. Ik houd niet van mooischrijverij.'

### Hoe eindigt u?

'Bij een chronologische gebeurtenis vind ik de dag een mooi ritme hebben om te beschrijven. Ik houd van een traditionele vertelstructuur, met een begin en een eind. De zon komt op en de zon gaat onder. Niet zo letterlijk, maar met een natuurlijk ritme, waardoor de lezer weet wat er nog komen gaat. Uiteindelijk moet ik van elke zin weten dat er niet iets anders had kunnen staan. Het verhaal moet een soort vanzelfsprekendheid krijgen.'

### U beschrijft mensen veelal door iets van hun kleding of in hun uiterlijk te benoemen en dat te combineren met iets wat ze doen. Bijvoorbeeld: de vrouw met de lakschoentjes zet de boodschappen op tafel.

'Dat doet me denken aan het verhaal dat ik voor *Hollands Diep* in Frankrijk maakte, in Le Mirail. De pioniers van die stad hebben zich verschanst in een buurtje tussen de getto's. Een van hen vertelt dat de buitenlanders de idealen van de architect niet goed hebben begrepen. Op dat moment komt zijn vrouw binnen met de boodschappen en zegt dat je in de winkels nauwelijks nog een Fransman tegenkomt. Dan heeft die vrouw met die boodschappen een functie in het verhaal. Dat is de wet van Tsjechov: als er een geweer aan de muur hangt, moet er ook mee geschoten worden. Of zoals W.F. Hermans het

111

- › Vergelijkbaar met de *Wet van Hermans*: er valt niet zomaar een mus van het dak. Ofwel: in een goed verhaal gebeurt niets zomaar.
- › Bij een reconstructie is het begin als een eerste dominosteen, die alles omgoot.
- › Probeer voordat je op pad gaat een concept van je verhaal in je hoofd te hebben.
- › Ga pas herschrijven als je bij het einde bent, want dan weet je wat er in je verhaal moet komen en wat niet.
- › Schrijf in gewone mensentaal.

zei: er valt niet zomaar een mus van het dak.'

### Wat zijn voor u echte tijdschriftverhalen?

'De waan van de dag moet er vanaf zijn. Zo zal ik een uitspraak van een Kamerlid nooit opnemen. Ik zou in elk geval niet opschrijven CDA-Kamerlid die-en-die. Over vier jaar weet niemand meer wie dat is. Als ik hem al zou willen citeren, zou ik er "zegt een parlementariër" van maken. Dan gaat het me om de functie, niet om de mens. De verhalen van Tsjechov zijn hierin mijn grote voorbeeld. Tsjechov tekende letterlijk op wat hij meemaakte als rondreizend arts. Rechtstreekse verwijzingen naar plaatsen en momenten filterde hij eruit. Dat heeft zijn verhalen een soort eeuwigheidswaarde meegegeven. Daardoor kun je ze nu nog lezen.'

### Meer lezen?

Interviews met journalisten (en (andere) schrijvers over hun vak:

- › *Meer dan de feiten. Gesprekken met auteurs van literaire non-fictie*. Han Ceelen & Jeroen van Bergeijk. Atlas, 2007
- › *Telling True Stories. A Nonfiction Writers' Guide*. Edited by Mark Kramer and Wendy Call. Plume, 2007
- › *The New New Journalism: Conversations with America's Best Nonfiction Writers on their Craft*. Robert S. Boynton. Vintage Books, 2005



## Fotografie: de speeltuin van Theo Audenaerd

De favoriete beeldtaal van Theo Audenaerd is rauw en onvoorspelbaar als het leven zelf. De mooiste verhalen liggen gewoon op straat. Klaar om te verbeelden. 'Als je maar even die antenne uitschuift.'

Eigenlijk is hij voorbestemd om als communicatiewetenschapper door het leven te gaan, maar Audenaerd erkent op tijd de chaos in zichzelf en stort zich, eerst bij *De Volkskrant* en later bij *Volkskrant magazine*, in de wereld van de fotografie. Een mensenleven is te kort om alle ideeën die hij in zijn hoofd heeft uit te voeren. Braafheid is hem vreemd. Altijd is hij op zoek naar de grenzen van het toelaatbare en naar onorthodoxe combinaties van foto's. Door te wringen ontstaat er iets moois. Twee foto's bij elkaar moeten immers drie verhalen opleveren, volgens Audenaerd. Hij maakte *Volkskrant magazine* befaamd om zijn fotografie.

**Theo Audenaerd (1953)** werkt sinds 1985 als beeldredacteur bij *De Volkskrant*. Hij heeft aan de wieg gestaan van *Volkskrant magazine*, waar hij al ruim tien jaar verantwoordelijk is voor al het beeld. Een selectie van zijn favoriete foto's is te zien in het boek *Andere ogen: 10 jaar eigenzinnige Nederlandse fotografie*, dat in 2009 verscheen ter gelegenheid van het 10-jarig jubileum van *Volkskrant magazine*. Zelf fotografeert Audenaerd o.a. al bijna een kwart eeuw het leven in zijn woonplaats Ravenstein. Hij zat in diverse jury's, waaronder die van de Zilveren Camera en PANL. Naast gastlessen aan verschillende kunstacademies geeft hij ook masterclasses aan buitenlandse fotografen. Tijdens zijn intensieve speurtochten naar jong fototalent heeft hij menig fotograaf ontdekt en naar boven gebracht.

FOTOGRAFIE: BART ODMES (NR. 184, 19-04-2013)



Kan iedereen leren om beeldend te denken?

'Ja. Je moet gewoon goed om je heen kijken. Eigenlijk is het heel simpel. In bijna alles waar je je boos over maakt of wat je verbazing wekt, schuilt een potentieel beeldonderwerp. Ik las ooit een berichtje op de economiepagina van de krant waarin stond dat een Nederlander gemiddeld veertig kilo snoep eet per jaar. Ik zag die enorme berg metcen voor me en kon mijn walging amper onderdrukken. Een goed foto-onderwerp dus! Alleen jammer dat de fotograaf het naar mijn idee te esthetisch maakte. Het ging mij er juist om de walging over te brengen van de hoeveelheid snoep. Later hebben we iets soortgelijks gedaan met de vleesconsumptie in 2009, maar ik had het ook kunnen doen met die 280 miljoen broden die we hier ieder jaar weggooien. Als ik zoiets kan bedenken op grond van een kort berichtje in de krant, kunnen anderen dat ook.'



De 44-kiloknaller

FOTOGRAFIE: IOB HORNSTRA (NR. 497, 11-05-2010)



**Welke criteria gebruikt u om een idee of fotoserie te beoordelen voor *Volkskrant magazine*?**

'Het moet een Nederlands onderwerp zijn of er moet een link mee zijn. Bovendien moet het binnen ons budget passen. En esthetiek alleen is niet voldoende, het moet echt ergens over gaan. De zoveelste prachtige fotoserie over vrouwen met hoofddoekjes plaatsen we niet. Ik vind het wel spannend om te laten zien wat er zich achter de coulissen afspeelt nadat een rockband het laatste nummer heeft gespeeld of wat er 's ochtends in een museum gebeurt in het laatste kwartier voordat de deuren opengaan.'

TEKSTEN PRODUCTIE: MARLOES TERVOORT / FOTOGRAFIE: LARS VAN DEN BRINK (NR. 98, 09-03-2009)



**Dat noemt u sociale fotografie, als het echt ergens over gaat?**

'Zeker. Voor mij is dat begrip ruimer dan het veelal wordt toegepast. Ik wil de grens van wat doorgaans onder sociale fotografie wordt verstaan zo veel mogelijk oprekken tot voorbij onderdrukking, armoede, eenzaamheid en verdriet. Voor mij vallen daar ook foto's van kolvende vrouwen op het werk en kinderkamers van overleden kinderen onder.'

TEKST: STEFFIE KOUTERS / FOTOGRAFIE: LUKAS GÖBEL (NR. 111, 05-04-2010)



'Als je nergens iets van verwacht, kan het ook niet tegenvallen'



**Hoe kiest u de juiste fotograaf bij een opdracht?**

'Voor de fotografie van ons hoofd-interview spelen wij altijd op safe door ervaren fotografen te vragen die ook de coverplaat kunnen maken. Vaak is er weinig tijd en dan moet het in één keer goed zijn. Van tevoren bekijk ik de bestaande foto's van te portretteren personen om een indruk te krijgen van de wijze waarop hij of zij zich gedraagt tegenover een fotograaf. Neem nou René van der Gijp. Die is tientallen keren eerder gefotografeerd voor allerlei bladen.'

Door die zwarte hoornen bril heeft hij een lastige kop. Ook zie ik dat hij niet lekker vrij poseert. Met dat in mijn achterhoofd ga ik van a tot z langs mijn lijst met fotografen.'

Waar ik blij haperen schrijf ik de naam op. Meestal eindig ik met een lijstje van vier namen. Wie vlak daarvoor nog het interview heeft gefotografeerd valt af, want ik wil variatie. En dan begint het afwegen. Moet het een man zijn of een vrouw? Iemand die van voetballen houdt, zodat het een gezellig onderonsje kan worden? René is een mannenman die een vrouw te snel omver blaast. Het werd dus Lukas Göbel. Ik laat hem wel weten dat hij op die vervelende bril moet letten.'





### En hoe komt u aan fotografen voor andere onderdelen dan het hoofdinterview?

'Dan kijk ik goed om me heen. Op kunstacademies, tijdens fotowedstrijden. Uit het blad *Vice* haal ik ook vaak fotografen die spannende nieuwe dingen doen. Isabella Rozendaal die deze fotoserie over de eerste communie maakte, pikte ik bijvoorbeeld op uit *Vice*. Haar foto's trokken mijn aandacht door haar manier van kijken en flitsen. Mijn ervaring is wel dat er bij jonge honden die ik een opdracht geef toch een soort angst ontstaat. Alsof ze denken: "Oh, het is wel *Volkscrant magazine*" Terwijl je soms juist een fotograaf uitkiest omdat zijn beeld zich extreem aan de zijkant afspeelt. De eerste de beste keer dat ik hem erop uitstuur, staat het dan weer netjes in het midden. Dat is jammer, maar ik realiseer me ook dat jonge fotografen vaak jonge mensen voor de camera krijgen met wie ze de hele dag kunnen spelen. Terwijl ze voor *Volkscrant magazine* vaak wat oudere, soms saaie mensen moeten portretteren die geen zin hebben om met hun hoofd in het blad te komen en die bovendien weinig tijd hebben. Ik vind het daarom heel belangrijk dat ik het karakter van een fotograaf ken voordat ik hem/haar voor ons op pad stuur.'

### Hoe leer je het karakter van een fotograaf kennen?

'Door heel veel te praten. Sinds we met de redactie zijn verhuisd uit het centrum komen er minder fotografen even binnen voor een kop koffie. En ik heb zoveel tijd nodig om hier de zaak draaiende te houden, dat ik minder op borrels en openingen verschijn. Dat gaat ten koste van mijn contact met fotografen. Terwijl het belangrijk is om te weten dat bijvoorbeeld Bianca Pilet een opgewonden standje kan zijn. Ik vind haar een van de beste fotografen van Nederland, maar je moet haar slim inzetten. Met Johan Derksen kreeg ze slaande ruzie, maar ze heeft prachtige foto's van Mies Bouwman en Herman Brusselmans gemaakt.'



Alles voor 't jong



TEKST: COEN VERBAAK / FOTOGRAFIE: BIANCA PILET (NR. 48, 05-12-2009)



**Bent u blij met een fotograaf die zijn stijl aanpast aan ieder blad?**  
'Absoluut niet. Ik vind het geen pre als een fotograaf zeven verschillende stijlen heeft. Natuurlijk kan je stijl zich in de loop van de jaren ontwikkelen, maar je moet niet met alle winden meewaaien. Dan ben je een oninteressante fotograaf. Ik vind het juist fijn om te weten dat iemand als Koos Breukel altijd op een bepaalde manier kadreert en belicht. We kiezen fotografen juist uit om hun signatuur en herkenbare stijl.'

Met slechte foto's kun je toch sterke pagina's maken'



### Moet een foto het hele verhaal vertellen?

'Niet als het om een fotoreportage gaat. Dan mogen de foto's op zich best simpel zijn, als ze maar samen het verhaal vertellen. Weet je waar ik het gelukkigst van word? Van fotoseries zoals de bos tulpen die we gevolgd hebben tot in Duitsland. Dat verhaalidee lag al drie jaar op mijn bureau. Rob Hornstra was helemaal klaar met de voorbereiding om de bloemen te volgen van de kweker hier tot de vaas in Moskou, maar mocht uiteindelijk niet mee met de transporteur. Die wilde niet dat de illegale praktijken zoals hoerenbezoek, wapens en drank aan het licht kwamen. Ivo van der Bent nam het over en volgde de tulpen tot in Duitsland.'



### Fotoreportages zoals in *De dood van dichtbij* is dus een kwestie van volhouden?

'Zeker, en van durven. Zo viel het me ineens op dat er steeds vaker in rouwadvertenties staat dat de overledene thuis ligt opgebaard. Eind 2006 hadden we de special *De dood van dichtbij* en daarin wilde ik graag acht foto's opnemen van mensen die in hun huiskamer opgebaard liggen. Iedereen verklaarde me voor gek. Want wie gaat er nu aan zoiets meedoen? Ik heb toen rouwadvertenties geknipt uit regionale kranten en ben samen met een collega gaan bellen. Binnen twee dagen was ik klaar. We hebben maar één keer een reactie gekregen van iemand die het schandalig vond dat we een foto wilden maken. De anderen zeiden simpelweg nee of ja. En als je een lijst hebt ben je nog niet klaar. De fotograaf moet daar toch nog aanbellen. Hij vond het een van de moeilijkste opdrachten die hij ooit heeft gekregen. Maar de foto's zijn prachtig geworden.'



### Als beeld voor zich spreekt, heb je dan nog wel tekst nodig?

'Het primaat ligt bij het beeld, maar soms hebben we goede tekst erbij nodig. Kijk maar naar deze serie van politici die de Tweede Kamer verlaten. Ik wilde ze lachend laten portretteren vanuit het idee 'haha, wij zijn lekker van die ellende verlost'. Het leek me een mooie klus voor Joost van den Broek, omdat hij ze allemaal kent. Zijn aanpak was fantastisch. Hij heeft iedereen tijdens het fotograferen laten kijken naar een filmpje van een cabaretier op zijn iBook. De foto van Camiel Eurlings vond ik geweldig, maar de eindredactie wilde die eruit omdat het nog niet gelukt was om hem kort te interviewen. Toen heb ik gezegd: "Ho, dit is een van de beste foto's, die gooien we er dus niet uit." Dat er geen tekst bij zit, is dan van ondergeschikt belang. Je moet voortdurend waakzaam zijn en er bovenop zitten zonder vervelend te zijn. Ik vind het belangrijk om in een redactieteam goed samen te werken, maar ik neem mijn zaken serieus.'



# 'Twee foto's bij elkaar moeten drie verhalen opleveren'

3



TEKST: EMBEN VAN VEEN / FOTOGRAFIE: VICTOR BERGEN HENEGOUWEN (NR. 473, 13-09-2009)



### Kiest u voor fotografen die ook voor de krant werken?

'Zelden. Fotograferen voor de krant is toch anders. Alleen voor Joost van den Broek maak ik een uitzondering. Voor de krant moet je de werkelijkheid zo verbeelden als die zich aan je voordoet. Voor *Volkskrant magazine* mag je in sommige gevallen de werkelijkheid naar je hand zetten. Een portret is per definitie in scène gezet, anders is het geen portret. Zo heeft Victor Bergen Henegouwen actrice Lies Visschedijk in zijn studio verleid een parelkettingje in haar mond te nemen. Dat levert een spannend portret op, maar zou in deze vorm voor de krant ondenkbaar zijn.'

### Wat is voor u een goede foto?

'Moeilijk. Er bestaat geen definitie voor. Het hangt helemaal van het doel af waarvoor je de foto wilt maken. Je kunt met slechte foto's toch sterke pagina's maken. Jaren geleden wilden we iets doen met orgaandonoren. We zijn dus op zoek gegaan naar bestaande foto's van mensen van wie na hun overlijden een orgaan is gebruikt. Allemaal beroerde foto's die we uit privéalbums hebben gehaald, maar door ze paginagroot achter elkaar te plaatsen was het effect toch sterk.'



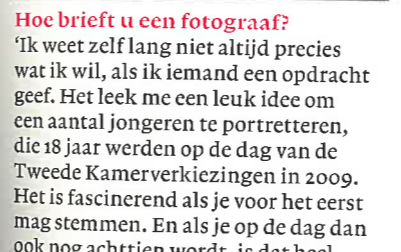
### Waar ligt voor u de grens van wat u in beeld wilt tonen?

'Ook dat is niet met grote stelligheid te zeggen. Als mensen niet afgebeeld willen worden bijvoorbeeld. In principe ga ik ervan uit dat een fotograaf die een reportage aanbiedt goede afspraken maakt met degenen op de foto. Als ik twijfels heb, check ik het altijd zelf nog een keer. Ik heb wel eens iets afgekeurd dat met drugs te maken had. Een fotograaf had jonge mensen die stoned waren geportretteerd in het uitgaansleven. Dat ze stoned en dronken toestemming hebben gegeven aan de fotograaf vind ik dan niet genoeg. Willem Poelstra is ooit weken lang mee geweest met een ambulance van het AMC. Bloed, braaksel, pis, pijn en dood. Heel heftig. Omdat ik hem toen nog niet zo goed kende, heb ik contact gezocht met het AMC en daar vertelden ze me dat Willem het heel zorgvuldig had aangepakt en dat ze zelf ook alles hadden gecheckt, omdat ze hun vingers er niet aan wilden branden. Op een van de foto's stond een jonge vrouw. Begin twintig, huilend en met een delirium. Ze kwam zo groot en herkenbaar in het blad dat we haar voor de zekerheid toch nog gebeld hebben. Want je toont iemand toch heel kwetsbaar. Ze vond het goed. Het gekke is dat je bij heftige onderwerpen altijd je antennes hebt uitstaan, maar dat het juist fout gaat bij de dingen waar je niet over nadent. Zo moesten we een vrouw van in de tachtig ooit € 5000,- betalen, omdat een illustrator voor een verhaal over cosmetische chirurgie een foto had opgebouwd uit allemaal kleine foto's die ze uit een blad uit de jaren vijftig had gescheurd. Het hoofd van deze vrouw – op jeugdige leeftijd – was zichtbaar, maar het lijf was niet het hare. Toch had iemand haar herkend.'

TEKST: BOB BEEMAN / FOTOGRAFIE: WILLEM POELSTRA (NR. 294, 22-10-2005)



TEKST: CLAUDIA ALDENAMP / FOTOGRAFIE: MARIJN SCHEERES (NR. 05-06-2000)



### Hoe brieft u een fotograaf?

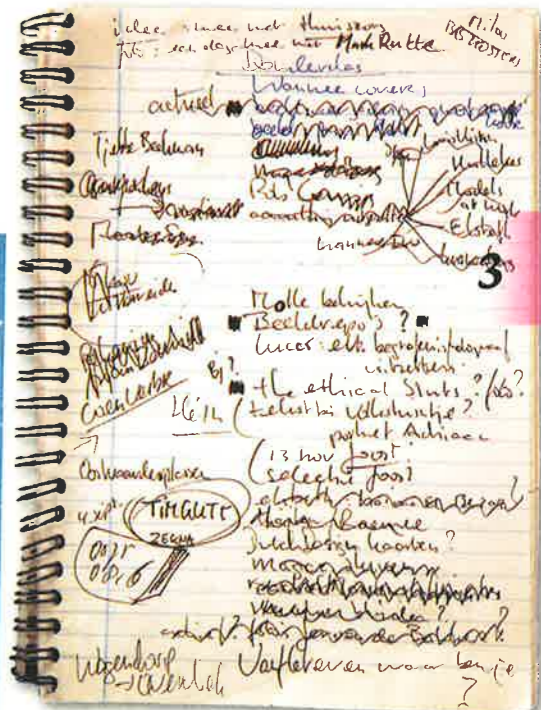
'Ik weet zelf lang niet altijd precies wat ik wil, als ik iemand een opdracht geef. Het leek me een leuk idee om een aantal jongeren te portretteren, die 18 jaar werden op de dag van de Tweede Kamerverkiezingen in 2009. Het is fascinerend als je voor het eerst mag stemmen. En als je op de dag dan ook nog achttien wordt, is dat heel euforisch. Wauw, de wereld ligt aan je voeten, je telt mee. Dat gevoel wilde ik uitstralen met de serie en leg dat maar eens goed uit. Ik heb toen geregeld dat Marijn Scheeres partijposters op abrigrootte kreeg en gezegd: "Ik wil geen reclame voor welke partij dan ook, maar misschien kun je iets leuks met deze posters doen." Samen kijk je dan naar de eerste resultaten. Marijn is een fris en vrolijk type dat plezier heeft in fotograferen en die het op prijs stelt als ik met haar meedenk. Maar uiteindelijk moet ze er haar eigen draai aan kunnen geven.'

TEKST: STIEFERE KOUTERS / FOTOGRAFIE: IVO VAN DER BENT (NR. 09, 16-01-2000)



### Wat is het ultieme doel dat u wilt bereiken met fotografie?

'Dat de lezers van *Volkskrant magazine* verrast zijn en blijven kijken en lezen, omdat er een prachtig verhaal wordt verbeeld. Ik vind de cover met de foto van Marte Röling die is gemaakt door Ivo van der Bent sterk. Al die sneeuw, dat licht. Die blik deze kant op, helemaal goed. Je wordt zo het interview in gezogen.'



Een pagina uit het aantekeningenboekje van Theo Aldenaerd. Ieder idee verdient een krabbeltje.

### In hoeverre hebt u bij uw afwezigingen de lezer in het achterhoofd?

'Het klinkt arrogant, maar daar ben ik minder mee bezig dan je denkt. Het begint er toch mee dat wij, de redactie, het goed vinden. Wij bepalen de hoogte van de lat. Lezersonderzoeken laten zien dat *Volkskrant magazine* naast het zaterdagse nieuwskatern van de krant het meest gelezen onderdeel van de krant is. Zestig procent van de lezers leest het blad van kaft tot kaft. Bovendien is de waardering hoog. Dat is echt heel bijzonder.'



## Het aanstootmoment van Monique Bleeker en Joanne van Leeuwen

Ze zijn de edelsmeden van LINDA. Geef ze een intrigerende tekst en aangrijpende foto's en Monique Bleeker en Joanne van Leeuwen van Studio Room smelten ze samen tot een productie die een zeggingskracht heeft die alle elementen op zichzelf nooit kunnen bereiken.



Het borrelt en bruist achter het doorzichtige gordijn in de catacomben van een van de vestingwerken van Naarden. Een kakofonie van geluiden, geurkaarsen op een lange houten tafel, een Marokkaanse theepot, snoepjes. Welkom in de wereld die LINDA heet. Waar Joanne van Leeuwen en Monique Bleeker zich als een vis in het water voelen. Ooit brachten ze samen met Linda de Mol en Rozemarijn de Witte het blad LINDA, ter wereld. Maar hun bijzondere band ontstond meer dan een decennium geleden bij Sanoma Uitgevers toen Van Leeuwen als freelance vormgever begon bij Living, waar Bleeker als artdirector werkzaam was. Bleeker: 'Sindsdien zijn we een soort koppel. Anderen kunnen moeilijk zien wie wat heeft gemaakt, omdat we hetzelfde "handschrift" delen.

### Monique Bleeker (1965) en Joanne van Leeuwen (1966) werken vanaf 2000 als senior artdirectors bij Studio Room. Ze hebben het vormconcept bedacht van LINDA, L'HOMO, LINDA.mode / LINDA.wonen, La Vie en Rose en LIV' (inclusief artdirection) en zijn verantwoordelijk voor de artdirection van LINDA, en bijbehorende specials. In 2008 ontvingen ze de Mercur Artdirection van het jaar voor hun vormgeving van LINDA., die door de jury werd geroemd als: altijd gedurfd, nieuw en onderscheidend, zowel wat betreft beeld als typografie.

Monique Bleeker en Joanne van Leeuwen hebben samen ook de artdirection van More than Classic verzorgd en de restyling gedaan van onder andere Intermediar, KEK en FD Outlook. Ze zijn mede verantwoordelijk voor concept en artdirection van LINDA, het boek, de woonboeken Easy Living, The Natural Home en Turn this house into a home van Jan des Bouvrie.



Daardoor snappen we precies van elkaar wat we bedoelen. En dat heb je bijna nooit met iemand.'

Hoewel Van Leeuwen zich tegenwoordig vooral bezighoudt met conceptontwikkeling van bladen voor Studio Room, is LINDA nog steeds hun gedeelde grote liefde. De stapels en stapels internationale tijdschriften met gele en paarse plakkertjes die overal in hun werkkamer liggen, herinneren aan de tijd dat ze samen zochten naar het juiste concept voor het blad. 'We wilden een tijdloze vormgeving bedenken met een internationale allure', vertelt Van Leeuwen. 'Alle aansprekende voorbeelden hadden we op de grond uitgespreid. Bijvoorbeeld uit Numéro, de Franse en Duitse Vogue, W magazine, en Interview. Mooie fotoseries, bijzondere typografie. De Amerikaanse

'LINDA is volwassener en heeft ballen'



Harper's Bazaar uit de jaren negentig heeft ons enorm geïnspireerd. Een goed voorbeeld van hoe een tijdschrift zelfs na twintig jaar vormgeving nog fris en eigentijds kan ogen. Daar streven we met LINDA, ook naar.'

### Onderbuik

En dan gebeurt waar Van Leeuwen en Bleeker al bang voor waren. Ze moeten uitleggen wat ze precies bedoelen met internationale allure en een frisse eigentijdse vormgeving. Van Leeuwen: 'Dit is heel moeilijk voor ons, want wij doen alles vanuit onze onderbuik. Vanwege dit interview zijn we er met elkaar over gaan praten wat het precies is. Het gaat allemaal om stopping power. Het aanstootmoment. De lezer kijkt, stopt en kijkt nog eens. De beste manier om dat te bereiken is door fotografie, tekst en typografie zo met elkaar te combineren dat alle elementen het ritme van je blad vormen. De inhoud speelt een cruciale

rol. Je kunt geen typografie en fotografie bedenken als je niet precies weet waar je heen wilt.'

Bleeker: 'We kunnen ook puur op ons eigen gevoel afgaan, omdat wij zelf de doelgroep zijn. We weten dat iets goed is als wij het mooi vinden en er lol van hebben. Want humor is typisch LINDA. Van Leeuwen vult aan: 'LINDA is volwassen, heeft ballen en er zit altijd een knipoog in het blad. We zijn altijd op zoek naar contrasten.' En dus kom je in een themanummer over pin-ups niet alleen schaars geklede beeldschone BN'ers tegen en een fotoreportage over zonnebankbruine Amerikaanse schoonheidskoninginnetjes. Maar ook een fotoserie over mensen die een ledemaat missen. 'We zoeken dan ook in de vormgeving naar de tegenstelling tussen perfectie en imperfectie', vertelt Bleeker. 'En dus hakken we de kop af op een manier die niet gebruikelijk is. Andere bladen zouden een streepje ge-

bruiken voor de afbrekingen en zeggen dat dit echt niet kan. Maar wij zijn juist niet star. We gebruiken ook koppen die van voor tot achteren onderkast zijn. Een eindredacteur zal zeggen dat een kop altijd moet beginnen met een kapitaal. Maar daar doen wij niet aan.' Van Leeuwen lacht: 'Break the rules.' Bleeker: 'Wij snappen met elkaar heel goed wat we willen en daarom kunnen wij ons dit soort vrijheden veroorloven.'

### Hecht team

Keurig netjes een pakketje met tekst en foto's krijgen die je als artdirector en vormgever volgens een strak stramien in laat lopen. Het zou voor Bleeker en Van Leeuwen voelen alsof ze terug zijn in de Middeleeuwen. Steeds weer benadrukken ze tijdens het gesprek dat juist het hechte team het succes bepaalt van LINDA. Een team met een bijzondere chemie. Eén keer per jaar komt de hele redactie bij elkaar voor de brain-



LINDA 40 DECEMBER 2007

# LINDA.

HET VETSTE NUMMER OOIT

40

**Georgina Verbaan  
preeft Jack Wouterse**  
'Ik heb zin in mensenvlees'

**Slachter van beroep**  
'Onze varkens komen  
kwispelend binnen'

**'Wij kunnen  
geruisloos spugen'**  
Volwassen vrouwen met anorexia

**Ach, hij is toch al dood**  
Zes lekkere beesten

**eet  
smakelijk**  
OOK NAMENS BAMBI EN STAMPERTJE

LINDA zoekt altijd de contrasten op in het blad. Dus vind je in het julinummer van 2010 naast knappe pin-ups ook foto's van mensen die een ledemaat missen. En komen vrouwen met anorexia terug in het decembernummer 2010 dat in het teken staat van de kerstdis

LINDA 59 JUNI 2009

ONZE  
**pin  
up**  
MEISJES

Winston trekt het  
fok in  
deze  
jaren

Winston trekt het fok in deze jaren

Ik ben de  
vraag van  
de tabak  
bakkers

Ik ben de vraag van de tabakbakkers

LINDA 40 DECEMBER 2007

**EET  
SMAKELIJK**  
OOK NAMENS BAMBI EN STAMPERTJE

KOHJIN MET PROMENADEPOMPELAAR  
VARKENS  
WILDEK MET WIND

LINDA 40 DECEMBER 2007

**IK HEB  
ANOREXIA**  
"Wij ang's  
kunnen geruisloos spugen."

40 KILO  
ESTHER VAN DONKELAAR (21) HEEFT  
SINCE HAAR DERTIENDE ANOREXIA

TIJNDEERTS GA  
BENNEN  
ZVALLER NERK

LINDA 59 JUNI 2009

**GE  
AM  
PU  
TE  
ER  
D**

HIJ ZAY  
DEIN  
ROCKHOP  
OP DE  
MACHINE

GEEN  
PRO-  
THREE  
DIE OER  
PAST

IK HEB  
MIL  
GHEULD

DE ZELF  
ZOEK  
BLOED  
BLIJF  
KIJK





storm over de thema's van de komende jaargang. Daarna heeft hoofdredacteur Jildou van der Bijl overleg met Linda de Mol. Bleeker: 'Als Linda akkoord is gaan Jildou, chef beeld Tebele van der Meulen, chef redactie Margot Jamnisek en ik bij elkaar zitten om alles rond te maken. Soms kan een thema nog veranderen, maar het voordeel van dit systeem is dat je het hele jaar door de ideeën die in je hoofd rondspoken ergens kunt onderbrengen.'

Op het niveau van een nummer wordt de hele cyclus herhaald. Er wordt hard en vaak gelachen en als een idee niet meteen aansluit denkt iedereen mee over de juiste invalshoek. 'We hebben een fijne en open manier van brainstormen', vindt Bleeker. 'We doen een heleboel zonder echte structuur. Het maken van het blad mag nooit een invuloefening worden. Dan is de verrassing weg. Als wij een pagina openen op het scherm is dat gewoon wit, met alleen het basisstramien. Er staan niet eens kolommen in, want wij hebben geen vaste kolombreedte.'

En dus beginnen ze altijd met witte pagina's op het scherm aan het maandelijkse visitekaartje van het blad: het grote openingsinterview waarin twee bekende Nederlanders met elkaar in gesprek gaan. In een tijdsgevoel waarin kort, korter, kortst het adagium lijkt, smeren Bleeker en Van Leeuwen het interview rustig over zestien pagina's uit. Of meer zelfs als ze het nodig vinden. Tekst, eigenzinnige (studio) fotografie en vormgeving bepalen samen de kracht van de productie. Niet vreemd dus dat juist dit onderdeel van het blad het meest door concurrenten geïmiteerd is.

Ook hier denkt de artdirector vanaf het eerste moment mee over de look & feel van de productie. Zodra duidelijk is wat de uitstraling van een nummer moet worden, wordt er een moodboard gemaakt. 'Dat gebruiken we in de beeldvergadering', legt Bleeker uit. 'Je kunt zo ook stylisten en fotografen sturen, zodat iedereen weet wat de sfeer is die we zoeken.'

Maar ondanks dat overleg kan het

toch wel eens mis gaan. Bleeker: 'Ik heb wel eens foto's binnen gekregen waar ik niet blij mee was. Als wij vinden dat iets echt niet kan, dan keuren wij het af. We laten ons dan ook niet leiden door de deadline.' Van Leeuwen: 'Als je fotografie zwak is, kun je dat niet met typografie oplossen. Alle elementen moeten sterk zijn.'

**Wisselwerking**

Als de artdirector iets afkeurt wat de hoofdredacteur wel goed vindt, verschilt het volgens Bleeker per keer wat er gebeurt. 'Soms is het ook een kwestie van smaak. De ene keer zeg ik dat ik er wel mee kan leven en de andere keer zegt Jildou: "Nou, als jij er erg ongelukkig van wordt, dan moet het over." Het is een wisselwerking.'

Ook als het gaat om de bekopping laten de dames zich niet onbetuigd. Bleeker: 'Het komt voor dat we uitgaand van het beeld gaan opmaken zonder tekst. Een goede kop is essentieel in het concept, dus in dat geval verzinnen we die zelf. Soms neemt tekstredacteur



Els Rozenbroek onze suggestie over. Ik krijg ook wel eens een andere kopsuggestie binnen en dan denk ik: "Shit, als ik hier nou maar één woord had." Dan wordt het een samenspel. In het eerste nummer van onze special L'HOMO hadden we een fotoreportage met Arie Boomsma met de kop *En God schiep Arie en hij zag dat het goed was*. Dan kiezen wij ervoor om te openen met het eerste deel van de kop en het tweede deel ergens in de productie te plaatsen. Het is ook een bewuste keuze dat deze productie geen intro heeft. Arie introduceert zichzelf.'

**Helvetica**

Met de artdirection van LINDA, hebben Bleeker en Van Leeuwen een stemgeluid gedrukt op de vormgeving van Nederlandse tijdschriften. Ze waren de eerste Nederlandse ontwerpers die in een tijdschrift koppen en intro's structureel groot neerzetten in zwart of wit. Met daaromheen veel ruimte op witte of zwarte pagina's en grote beginkapitalen. Geen wonder dus dat ze in 2008 een Mercur Artdirection van

het Jaar én een Mercur voor Beste Cover ontvingen.

Hun inspiratie halen ze uitsluitend uit buitenlandse bladen. Van Leeuwen: 'Natuurlijk scheuren we nog, maar dan gaat het vooral om fotografie en inspirerende voorbeelden hoe je typografie als beeldelement kunt inzetten. Onze grote favoriet is de Helvetica die we gebruiken voor de koppen, kaderteksten en bijschriften.'

Bleeker vult aan: 'Tijdens onze zoektocht naar de juiste lettertypes voor LINDA, hebben we ook gekeken wat er gebeurt als je iets heel groot maakt. Blijft het dan overeind? Soms heeft een mooi lettertype bijvoorbeeld een heel lelijk uitroepteken. Voor de bekopping gebruiken we ook de Century en onze broodletter is de Garamond. Allemaal mooie klassieke letters. Ook in onze specials maken we daarvan gebruik. Voor L'HOMO hebben we bijvoorbeeld wel met de Helvetica en Garamond gewerkt, maar ook met de Rockwell voor de bekopping. Dat vinden wij een stoere en mannelijke letter. Typogra-

Typografie, beeld, tekst en vormgeving vormen altijd een geheel en bevatten niet zelden een knipooig naar de lezer

fisch moet je zien dat de specials bij LINDA horen, maar ze moeten ook een eigen smoel hebben.

Onze vormgeving is een groeiproces en ontwikkelt zich mee met de tijd. Je kunt ook spelen met de interlinie, spatiering en het gebruik van de letters. In de loop van de jaren zie je dat onze vormgeving strakker en krachtiger is geworden. Zo ben je voortdurend bezig jezelf te vernieuwen.' Hoewel Bleeker en Van Leeuwen ervan overtuigd zijn dat er geen perfecte opvolger voor de Helvetica is, denkt Bleeker soms toch stiekem na over een vervangend lettertype. 'Als je door zoveel bladen wordt nagedaan, ga je toch tegen beter weten in wel eens op zoek naar iets anders.'



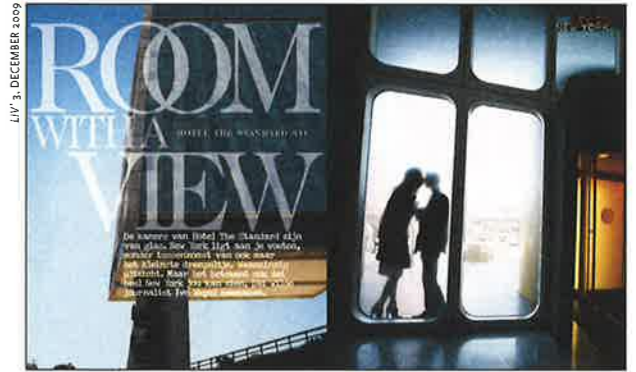
'Bij vormgeving draait het allemaal om stopping power'

Favoriete inspiratieprents van Monique Bleeker en Joanne van Leeuwen uit LINDA., MATTHIJS., LIV' en La Vie en Rose. Stuk voor stuk voorbeelden hoe ze afhankelijk van de uitstraling van de productie met typografie spelen in relatie tot tekst, beeld en de totale vormgeving

4



124



125

4



# Tien technieken voor creatief denken

Is creatief bladenmaken alleen een kwestie van 'voelsprietten', 'aangeboren talent' of 'het juiste buikgevoel'? Nou nee. Of in ieder geval: niet alleen. Creativiteit kun je leren en stimuleren. Gewoon door het te doen. Tien eenvoudige denktechnieken met voorbeelden uit de praktijk.



Techniek 1: Associeer

Techniek 2: Imiteer

Techniek 3: Combinceer

Techniek 4: Vergelijk

Techniek 5: Verbeeld

Techniek 6: Voeg toe of haal weg

Techniek 7: Kies het onverwachte

Techniek 8: Draai het om

Techniek 9: Vergroot of verklein

Techniek 10: Fake!

## 'Ik zoek niet, ik vind'

Pablo Picasso, Spaanse kunstschilder



'Een creatief persoon bevrijdt zichzelf van alle zelf opgelegde beperkingen'

Gerald G. Jampolsky, Amerikaanse psycholoog en auteur

## 'Creativiteit is aanstekelijk. Zegt het voort'

Albert Einstein, Duits/Zwitsers/Amerikaanse theoretisch natuurkundige en uitvinder



'Creativiteit is ongetwijfeld de belangrijkste van alle menselijke hulpbronnen'

Edward de Bono, Britse psycholoog, arts en bedenker van de 'Bono-methode' om creativiteit te stimuleren



'Creativiteit is uitvinden, experimenteren, groeien, risico's nemen, regels breken, fouten maken en lol hebben'

Mary Lou Cook, Amerikaanse mensenrechtenactivist

## 'Echte creativiteit begint als taal eindigt'

Arthur Koestler, Hongaars/Britse schrijver



'Creativiteit is het vermogen relaties te zien, ook als die niet bestaan'

Thomas Disch, Amerikaanse science fictionschrijver





**Techniek 1:**  
**Associeer**

Nieuwe ideeën en invalshoeken komen niet zomaar uit de lucht vallen. Ze ontstaan uit verbindingen tussen herinneringen en gedachten in je eigen hoofd. Die associatietechniek kun je bewust inzetten als je op zoek bent naar een originele invalshoek voor een tijdschriftproductie. Neem het thema mode. Hoe ontkom je aan vaste patronen van een klassieke modepagina? Zo bijvoorbeeld:

5



Mannenblad JFK laat zien hoe je een spannend miniverhaal kunt vertellen met een modereportage. Zo krijgen de pagina's in het blad een extra gelaagdheid. JFK, september 2010



128

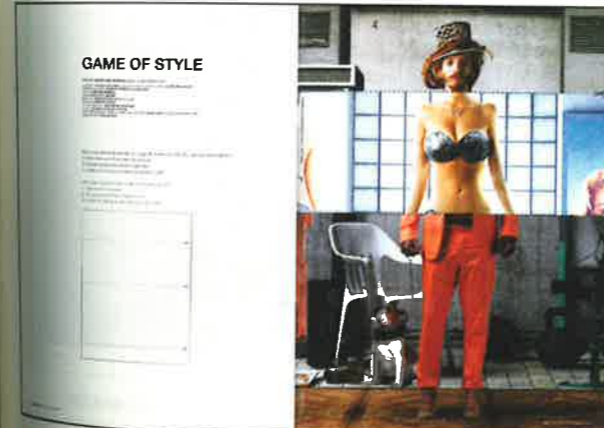


5



**Doe het zelf**

- Maak een associatiebloem. Zet het onderwerp in het midden en noteer alle ideeën die je te binnen schieten op 'bloemblaadjes' eromheen.
- Priek een bericht uit de krant of een woord uit het woordenboek en denk daarop door. Schrijf alles op wat je met dat woord associeert.
- Bedenk ideeën aan de hand van een neutrale foto.
- Maak een associatieketting. Begin met een kernwoord en bouw daarop voort, steeds aansluitend bij het laatste woord.



**Boven:** De nieuwste designschoenen vind je natuurlijk in LINDA.mode. Maar dan heel anders dan bij de concurrentie. Kunstenaar en fotograaf Denis Koval laat zien hoe je de collectie schoenen van de zomer van 2011 navouwt. LINDA.mode, voorjaar 2011

**Midden:** Het Franse mannenblad L'Optimum brengt in de vorm van een kaartspel een top 10 van typen mannen waarop vrouwen kunnen jagen. L'Optimum, juli/augustus 2010

**Onder:** WAD (We'Ar Different), een eigenzinnig Frans kwartaalblad over mode & cultuur, betreft de lezer actief bij de modereportage. 'Zoek je eigen stijl en laat je niets voorschrijven door anderen', is de boodschap die het hele magazine uitstraalt. WAD, juni/juli/augustus 2010

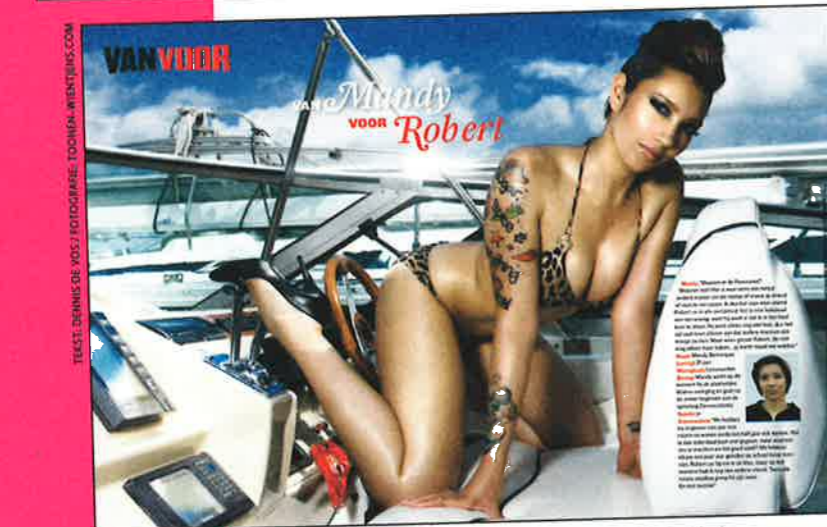
129



**Techniek 2:  
Imiteer**

Een veelgekopieerde bladenmakerswijsheid luidt: beter goed gejat dan slecht bedacht. Er is maar één spelregel: vertaal het idee op een originele manier naar je eigen doelgroep. Een imitatieklassieker is de rubriek **AnyBody** uit **Viva** waarin lezers naakt op de foto gaan en openhartig vertellen over hun lijf (saillant detail: ook **Viva** pikte het van de Britse **Marie Claire**). Een greep uit de klonen van **AnyBody**. Kijk en vergelijk.

5



**Linksboven:** Vergeleken met de **Viva**-vrouw is de **Flair**-lezeres braver, onzekerder. Daarom: wel naakt, maar geen schaamhaar. De rubriek staat niet meer in het blad. *Flair, Om het lijf*, 2009

**Rechtsboven:** Lezers geven hun lichaamsdelen een cijfer, waardoor er een totaalscore uitrolt. Altijd in lingerie, onder het mom: 'Ieder lichaam is prachtig, waarom zou u dat verbergen?' *VROUW*, bijlage *Telegraaf, Op de huid*, februari 2011

**Linksonder:** Ooit begonnen met administratief medewerker Gea die zich bijna naakt maar smaakvol liet fotograferen voor haar man Kees (*Van Gea, Voor Kees*). *Panorama* plaatste de foto over twee volle pagina's en kreeg stapels brieven van vrouwen die dat ook wilden. *Panorama, Van... Voor...*, augustus 2010

**Rechtsonder:** Het beeld in *Playboy* moet erotisch uitstralen. Een regeltje tekst volstaat. Meer informatie en foto's op de website. *Playboy, Blootgeven*, november 2010

130

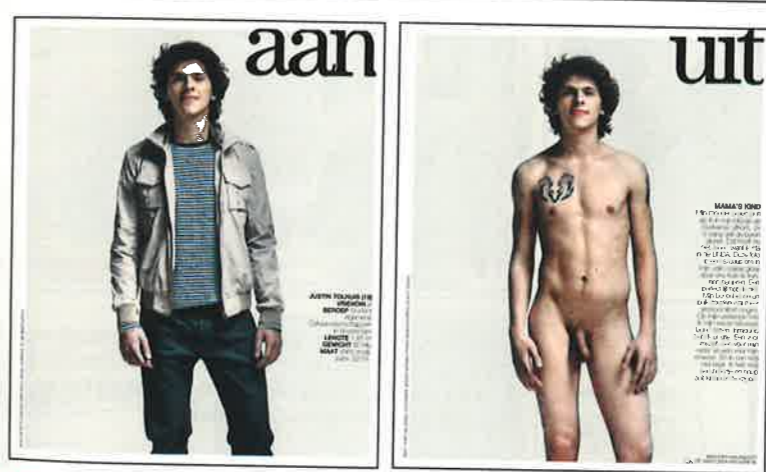
**Eigen stijl?**

Stijlrubrieken kom je in ieder blad tegen. Waar **LINDA**, in *de stijl van* inzoomt op de kledingsmaak van een bekende Nederlander, richten **Marie Claire** en **Red** zich in hun gelijknamige rubrieken op de garderobe van een modekenner. **Volkskrant magazine** heeft *Mijn stijl*, waarin iemand met een heel eigen kledingstijl wordt geportretteerd. Meiden die *Girlz!* lezen, willen niet weten hoe een ster zich kleedt, maar hoe ze er zelf zo uit kunnen zien. Dus worden ze in *Style Switch* omgetoverd tot hun favoriete celebrity. *CJF Magazine* vertoont datzelfde kunstje, maar dan onder de noemer *Stijl achterover*. *Quote* bewijst met *Man en merk* dat ook mannen ijdel zijn.

**Van twee kanten**

Veel geïmiteerd is de interviewvorm waarbij de één over de ander vertelt en andersom. In *Van twee kanten van Volkskrant magazine* praatte twee mensen elk apart over hun relatie. *Flair* doet precies hetzelfde in de rubriek *Zij/Hij*, maar dan met jongere stellen. *Margriet* gaat een stapje verder en zoekt voor *Kan deze relatie worden gered?* verhalen van mensen in relatie-crisis. Waar in de rubriek *Moeder en dochter van JAN* de hechte band voorop staat, gaat *BeautyDNA* van *ESTA* over het uiterlijk van moeder en dochter. Niet in de laatste plaats om de beautyadverteerders te pleasen. *Intermediair* vertaalt het – hoe kan het ook anders – naar werk: in *De balans* vertellen twee mensen over hun relatie en hoe die invloed heeft op hun banen.

5



**Boven:** Over rimpels, droomgewicht, kwaaltjes en sporten. In *Zin* geen bloot, dat past niet bij de (50-plus) doelgroep. *Zin, Mijn lijf*, juli 2010

**Onder:** De **LINDA**-lezer is nuchter en schaamt zich niet voor zijn of haar lichaam. De redactie kiest voor een onorthodoxe aanpak. Wat je ziet, is wat je krijgt. **LINDA**: *Aan/uit*, januari 2010

**Rechts:** Trotse vrouwen over buik, borsten en seks als je zwanger bent. Anders dan bij *Viva* maken de kandidaten zelf de foto's. Altijd van de zijkant, bloot of in ondergoed. *Ouders van Nu, Open & bloot*, oktober 2009

*Dee het zelf  
> Stap een kerk binnen en loop vijf bladen die je nog niet kent. Ook buitenlandse. Wat zou je willen overnemen? Wat past bij jouw eigen blad? Hoe kun je het idee vertalen?  
> Leek in het archief maar nummer van je tijdschrift van twee jaar geleden. Wat kun je me met medewerkers van toen? En met de mensen van toen?*

131

**OPEN & BLOOT**



**Stephanie Morsinkhof (27)** is op de foto 32 weken zwanger van haar eerste kind. Ze werkt als consulent op een uitzendbureau en woont samen met Romano Senese (46). Romano heeft een zoon uit een eerdere relatie en ook al een kleinkind.

**Bijzondere foto**  
'Mijn vriendin Lotte Bruning zit in het derde jaar van de fotovakschool en zij heeft 'm gemaakt. De foto's die ik over het algemeen zag van zwangeren vond ik erg braaf. Wij hebben geprobeerd het anders te doen.'

**Voel je je sexy nu je zwanger bent?**  
'Ik voel me zeker sexy. Ik heb ook het geluk dat ik maar zeven kilo ben aangekomen en dat die op de juiste plekken zitten.'

**Hoe staat het met je borsten?**  
'Ze zijn gegroeid, maar niet uitzonderlijk. Ik vind het fijn dat ik nog steeds niet per se een beha hoeft te dragen. Soms heb je gewoon geen zin in die randen om je borsten. Vooral nu kan dat irriteren.'

**En hoe staat het met de seks?**  
'Ik merk dat ik nu extra geniet van niet puur alleen seks, maar juist alles eromheen. De kusjes in m'n nek, het kriebelen over m'n hele lichaam. Die andere manier komt straks wel weer als mijn lichaam na de bevalling weer hersteld is.'

**OOK TROTSE!** LAAT JE ZELF BLOOT OF IN ONDERGOED VAN DE ZIJKANT FOTOGRAFEN EN MAIL ONS JE FOTO.



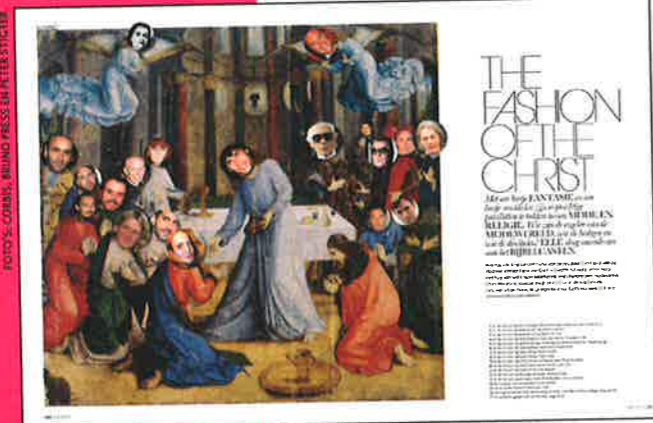
**Techniek 3:  
Combineer**

Wie twee losse associaties samenvoegt, krijgt een nóg spannender idee. 1 + 1 wordt 3. Een viertal verrijkende combinaties.

5



PRODUCTIE: THOMAS REIGMANN / FOTOGRAFIE: THOMAS REIGMANN  
ILLUSTRATIES: ANNET SCHAPPELHOEK / FOTOGRAFIE: THOMAS REIGMANN  
FOTOGRAFIE: THOMAS REIGMANN / ILLUSTRATIES: ANNET SCHAPPELHOEK



**Techniek 4:  
Vergelijk**

Als je bedenkt wat twee onderwerpen met elkaar gemeen hebben, levert dat zowel visueel als tekstueel genoeg stof op om een jaargang mee te vullen.

**Market Value(s)**



*Doe het zelf*  
Beheft je blad met een fijne blik en vergelijk het met een postpak: welke attractie, hem je een reisje? Welke zijn spannend? Welke hebben wijzen zijn er de krijgen? En zijn er ook plekken om bij de komen van alle spanning? Vergelijk je bijdracht met een palet, een tuin, een smoeprinkel of een restaurant. Wat mis je nog om de extra sjer de kalen?

5



**Boven:** Monu, tijdschrift over urbanisatie, zoekt de overeenkomsten en verschillen tussen een werk van Jan van Eyck en een promotievideo voor het Palmeiland in Dubai. Monu, nr. 12 2010

**Midden:** Lijsttrekkers en Grasduinen lijken niet samen te gaan, maar niets is minder waar. PVV-fractievoorzitter Geert Wilders vertoont opvallend veel gelijkenis met een kuifkaketoe en voormalig minister-president Balkenende heeft in zijn gedrag wel wat weg van een ezel. Grasduinen, juni 2010

**Onder:** Hier is niet de redactie van Veronica Magazine aan zet, maar vergelijken bekende Nederlanders zich zelf met hun held in de rubriek Heroes. De kunstwerken werden geveild om de Stichting KiKa te steunen. Veronica Magazine, 27 juli 2010



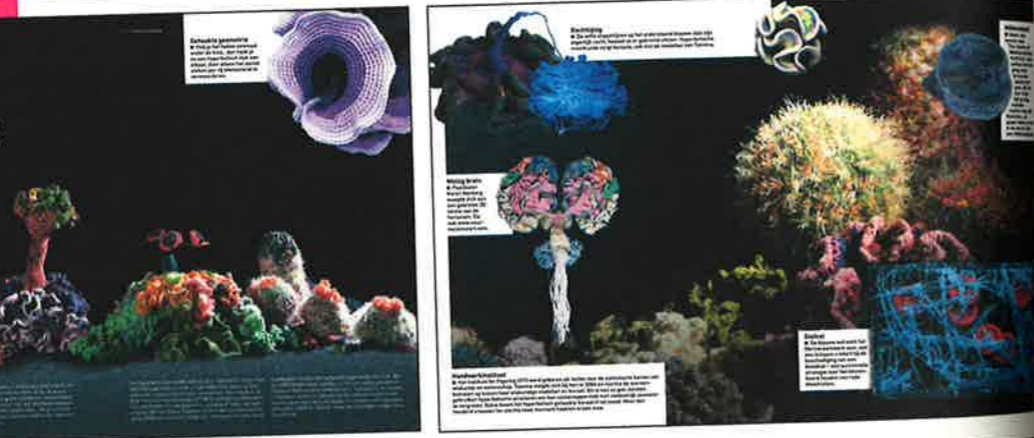
**Techniek 5:  
Verbeeld**

Het reportageprincipe *show, don't tell* gaat ook op voor bladenmaken. Waarom zou je duizend woorden schrijven als je met een beeld de kern kunt raken? Als het onderwerp zich ervoor leent, probeer het dan eens te verbeelden.

5



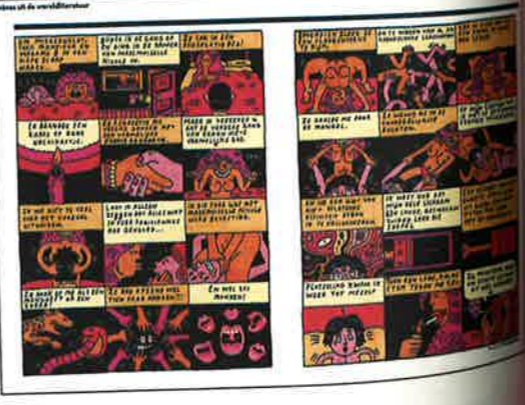
**Crea-βeta**



**Boven:** Je kunt natuurlijk vechten en smeken om een paar minuten interview-tijd met een grote ster, maar een verhaal is ook in beeld te vertellen. Welke eisen stellen de heren en dames aan de inventaris van hun kleedkamer? *DINAND.*, voorjaar 2008

**Midden:** Wat doen wetenschappers als ze zich niet verliezen in formules en statistieken? Als we *NWT Magazine* mogen geloven, slaan wiskundigen en biologen dan en masse aan het handwerken. *NWT Magazine*, nr. 3, 2010

**Onder:** De klassieker *Oom Oswald* van Roald Dahl krijgt een andere lading als een striptekenaar een van de bekendste scènes van het boek in *Hollands Diep* verbeeldt. *Hollands Diep*, december 2009/januari 2010

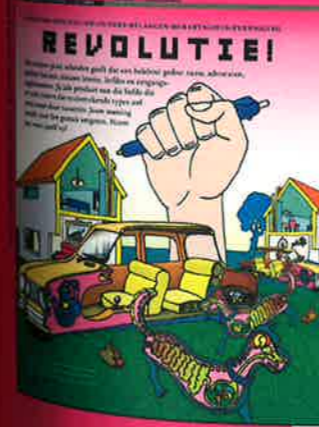
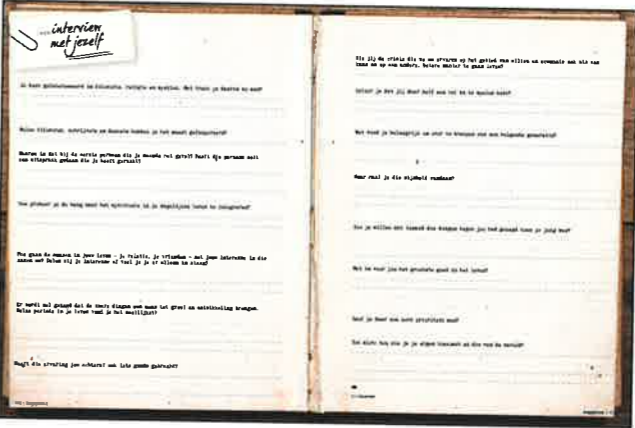
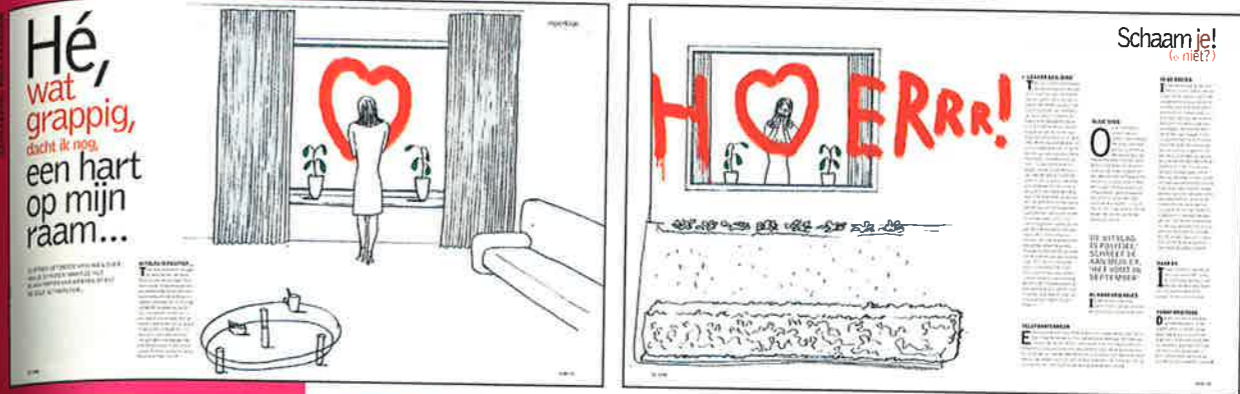


134

**Techniek 6:  
Voeg toe  
of haal weg**

Je zet de lezer net even op het verkeerde been als je een belangrijk element weghaalt of juist toevoegt aan een onderwerp. Resultaat: extra aandacht van je lezer.

5



**Boven:** Briljant gevonden van *Viva* en een perfecte samenwerking tussen de redactie en de illustrator rond het thema 'valse streken waarvan vrouwen het slachtoffer worden of die ze zelf uithalen'. *Viva*, nr. 15, 2006

**Midden:** Jezelf interviewen. Dat kan in *Happinez*. De vragen zijn al voor je gemaakt en de antwoorden zijn in het blad weggelaten. Je kunt dus helemaal zelf aan de slag en hoeft niet bang te zijn dat de interviewer doorvraagt over pikante details! *Happinez*, nr. 4, 2010

**Onder:** Misschien geen gek idee om dit door een kind opgestelde echtscheidingscontract werkelijk toe te voegen aan de officiële echtscheidingsprocedure. Gaarne te ondertekenen door beide ouders. Als ze tenminste nog geen spijt hebben van de scheiding, want dan moeten ze het contract verscheuren en elkaar kussen. *DUF 2*, 2008

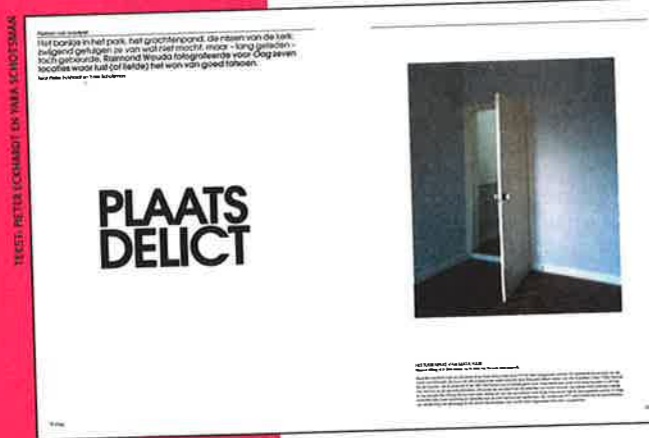
135



**Techniek 7:**  
Kies het  
onverwachte

Maak een tekst van 40 jaar geleden actueel. Prikkel de nieuwsgierigheid van een lezer met beeld en tekst die verrast en je hebt een onverwachte invalshoek.

5  
VERTAALING EN COMMENTAAR: ANDRÉ KESSELUK / ILLUSTRATIES: POLCHAIZ - SHOP AROUND



**Boven:** KIJK bestaat 40 jaar. Wat is er leuker dan in de geschiedenis te duiken en te ontdekken dat een vooruitziende journalist 40 jaar geleden helemaal nog niet zo'n gekke fantasie had? KIJK, november 2008

**Midden:** Erwin Olaf fotografeerde voor *Hollands Diep* (voor de boekenweek met als thema dieren) bekende schrijvers zoals niemand ze ooit heeft gezien. Levensrecht gefotoshopt. *Hollands Diep*, maart/april 2009

**Onder:** Gewoon een foto van een witte deur en saai visgratenparket in Oog. Niemand denkt in eerste instantie aan het vurige liefdesspel dat hier heeft plaatsgevonden tussen danseres en spion Mata Hari en haar minnaar. *Oog*, nr. 3, 2010

**Techniek 8:**  
Draai het om

Kijk eens vanuit een andere positie naar je onderwerp. Kantel het, benader het uit een tegengestelde richting, draai het om. Door een ander perspectief te kiezen, gloort een verrassende invalshoek.



**Boven:** Dankzij het extra dikker zomernummer van *J/M* weten we het nu echt zeker: jongens zijn anders dan meisjes. Aan de ene kant van het blad alles over je dochter en draai je het blad om, dan kom je alles te weten over je zoon. *Intermediair* maakte trouwens in het kader van het 40-jarig jubileum twee variaties van het jubileumnummer: een voor vrouwen en een voor mannen. (*J/M*, juli/augustus 2010, *Intermediair*, nr. 48, 2005)

**Midden:** Als de blaadjes gaan vallen, beginnen ook de bladen vaak te somberen: hoe verhelp je een winterdip? Hoe herken je een beginnende depressie? Voor wie gelukkig dreigt te worden, heeft *DUF* zeven tips om weer zo snel mogelijk in een depressie te raken. *DUF*, nr. 2, 2008

**Onder:** Het Amerikaanse strijtblad *MAD* heeft zo zijn eigen ideeën over de Amerikaanse president Obama, die bij zijn verkiezing als een verlosser van de wereld werd onthaald. Is hij nu een terrorist of een socialist? *MAD*, oktober 2010



**Techniek 9:**  
**Vergroot of verklein**

Door een detail te pakken uit een groter thema, breng je een onderwerp vaak dichterbij de lezer. Maar het tegenovergestelde, een klein onderwerp groter maken, kan ook een verrassende invalshoek opleveren.

5



TEKST: FLOOR VAN DEN HOOFD  
FOTOGRAFIE: MALOU VAN BREEVOORT



TEKST: MAU ROBERTS  
FOTOGRAFIE: BOGGER DOMINIK, RETJE BUIEL, TIEBE BOUWEN



TEKST: WIM DE JONCK / FOTO: COENIGS

**Boven:** Het grote thema erfelijkheid komt ineens tot leven als *Psychologie Magazine* het ophangt aan een redacteur. *Psychologie Magazine*, juli/augustus 2009

**Midden:** Met het thema zomer kun je alle kanten op. De invalshoek 'mensen en hun zomerhobby's' levert naast de tekst ook mooie foto's op. *FD Persoonlijk*, juli 2010

**Onder:** Bij hardlopers gaat het alleen om het rennen. Toch? Het blad *Runner's World* zet 'flunnen' op de kaart: flirten en hardlopen tegelijkertijd. *Runner's World*, september 2010

*Doe het zelf*  
 > Vergroten en verkleinen kun je ook op basis van andere tijdschriften of kranten. Welke groot artikel kun je omwerken tot een kleine rubriek en omgekeerd?  
 > Overduif. Blaas dat minuscule op tot een dossier, een actie, een evenement.

**Techniek 10:**  
**Fake!**

Een tijdschriftjournalist zuigt nooit, maar dan ook nooit, een verhaal uit zijn duim. Nou ja, tenzij je dat waarheidscontract met de lezer openlijk verscheurt. Een goed gesprek met de paashaas over Sint zal weinig misverstanden opleveren en kan nog grappig zijn ook. Fake gerust, maar doe het stijlvol, open en met mate.

5



**Boven:** Aan het maken van het blad *SINT*, dat eind 2009 voor het eerst verscheen, moet de redactie een hoop lol hebben beleefd. De gekste invalshoeken passeren de revue: Sinterklaas gaat terug naar het Turkse Myra waar hij eeuwenlang niet is geweest, solliciteren naar een baan als Zwarte Piet, de paashaas over Sint en twee diepte-interviews met Sint zelf en met de Hoofdpiet. *SINT*, november 2009

**Links:** Het blad *Rails* voerde al in 1998 een goed gesprek met 'vijf beestjes over hun beroemde baasjes'. O.a. de valkparkiet van Klaas Wilting en de goudvis van Sanne Wallis de Vries. *RAILS*, oktober 1998



**Fake, maar met mate**

*LINDA* opent het januari-nummer van 2008 met een waarschuwing voor alle blondjes: 'Neem de verhalen waar een napje bij staat niet al te serieus'. Door de e-mail die Linda krijgt van Willem Alexander (fake) en het interview met Máxima (fake) wordt wel duidelijk dat de redactie dit nummer met een vette knipoog heeft gemaakt. Toch blijft de losse verkoop ver achter vergeleken met andere nummers. Vijf jaar eerder zet *Nieuwe Revu* in schreeuwende letters 'Beatrix spreekt!' op de cover. 'Ik heb geen Turk op mijn trap' luidt het antwoord op de vraag in hoeverre het leven in een paleis haar afsluit van het multiculturele drama.

Natuurlijk heeft ze dat nooit gezegd en natuurlijk was de Rijksvoorlichtingsdienst woedend. Het fake-interview was bedoeld als protest tegen de opgelegde censuur van het koningshuis. Een goede parodie op de personality-glossy's komt in 2007 van cabaretier Youp van 't Hek met zijn eigen *YOUPI!*. De glossy staat vol lofuitingen van BN'ers over hem en een groot dubbel-interview à la *LINDA*, waarin Youp knallende ruzie krijgt met interviewer Paul Witteman. Eén grote grap, maar wel een geslaagde (en lucratieve): binnen enkele uren is de beperkte oplage van honderdduizend exemplaren volledig uitverkocht.

**Meer lezen, meer weten?**

- > Meer over invalshoeken en creatieve bladenmakers is te vinden in de boeken *Pas op, u wordt verleid* en *Het Lingeriedenken* van Rob van Vuure (2010 en 2008, uitgeverij Ambo).
- > Een echte aanrader is het boek *Het hart zit in het midden* van uitgever en creatief denker Peter van Lindonk. Volgens hem kan iedereen zichzelf trainen in associatief denken (2010, uitgeverij Balans).
- > In *Creativiteit* portretteert hoogleraar psychologie Mihaly Csikszentmihalyi negentig mensen voor wie creativiteit een cruciale rol speelt. Met tips (2008, uitgeverij Boom).
- > Minder wetenschappelijk is het boek *Creativiteit Hoe? Zo!* Van Igor Bytbeier. Hij laat zien dat iedereen creatief kan denken (2010, Lannoo).
- > Weinig tekst, maar juist veel beeld en illustraties in het boek *je 186 ideeën om je creativiteit een boost te geven* van Mandy Wheeler (2008, Spectrum).



## Op en over de rand

Bladenmakers die hun grenzen verkennen, overschrijden daarbij ook wel eens de grens van het toelaatbare. Dan moet de Raad voor de Journalistiek of de rechter eraan te pas komen, om zorgvuldig af te wegen wat het zwaarste telt: het publieke of het persoonlijke belang? Enkele spraakmakende zaken.

6

### Het Caroline van Monaco-arrest (2004)

Prinses Caroline van Monaco fietsend, wandelend, winkelend op een markt, op de skilatten, met haar kinderen of in badpak in de Monte Carlo Beach Club. Duitse rechtscolleges vinden dat het allemaal moet kunnen. De prinses is immers een publiek persoon en daarom moet ze publicatie van dit soort foto's maar gedogen. Ze pikt het niet en stapt naar het Europese Hof voor de Rechten van de Mens. Tot ieders verrassing wordt ze in het gelijk gesteld. Het Hof vindt niet alleen dat het Duits Grondwettelijk Hof haar te weinig bescherming biedt tegen inbreuk op haar portretrecht en privacy door de roddelbladen, maar stelt ook dat de foto's geen bijdrage leveren aan het publieke debat. Het zogenaamde Caroline van Monaco-arrest uit 2004 is voor het Nederlandse Koningshuis aanleiding om in 2005 een Mediacode in te voeren ter bescherming van de persoonlijke levenssfeer van de leden van het Koninklijk Huis. Wie weigert zich te houden aan de regels van deze Mediacode, is niet meer welkom bij officiële persgelegenheden. Het Caroline van Monaco-arrest blijkt een doorbraak in het portretrecht.

## Portretrecht

140

### Imam als Hollywood-crimineel (Panorama, 2009)

Imam Fawaz Jneid van de omstreden As-Soennah moskee klaagt *Panorama* aan omdat het blad in mei 2009 een afbeelding heeft geplaatst in de rubriek *Crimeweek*. Het is een bewerking van de filmposter van de Amerikaanse speelfilm *No country for old men*. De foto's van de acteurs zijn vervangen door die van de imam, Samir A. (11 jaar gevangenisstraf wegens het plegen van terroristische activiteiten) en Mohammed B. (levenslang vanwege moord op Theo van Gogh). Het opschrift is vervangen door de tekst: 'No country for moslim men'. Bijschrift: 'Zou Hollywood iets kunnen met de Nederlandse misdaad? Wij denken van wel...'. Een goorloofde parodie? Nee, stelt de rechter. Hier weegt het belang van de imam, die zich beroept op zijn portretrecht en aantasting van zijn aanzien als geestelijk leider, zwaarder dan dat van de uitgever. De imam is door zijn controversiële uitspraken over religieuze kwesties weliswaar een publiek figuur die enige aandacht van de media moet dulden, maar volgens de rechter wekt *Panorama* hier ten onrechte de suggestie dat hij zich schuldig heeft gemaakt aan terroristische misdrijven. Ook blijkt uit de publicatie niet dat *Panorama* misstanden aan de kaak wil stellen of dat het blad een bijdrage levert aan het publieke debat. De schadevergoeding beperkt zich uiteindelijk tot € 3500, omdat de imam niet aannemelijk kan maken dat hij gevaar loopt als gevolg van de publicatie. *Panorama* moet bovendien rectificeren.

### De gestolen foto's van Máxima (Privé, 2004)

In mei 2004 wordt in Argentinië de digitale camera van prinses Máxima gestolen. De Rijksvoorlichtingsdienst (RVD) doet meteen een persbericht de deur uit met de mededeling dat het kopen van deze beelden een misdrijf is en publicatie ervan een ernstige aantasting van de privacy van het koninklijk paar. De hoofdredacteur van *Privé*, Evert Santegoeds, wil zo'n buitenkansje niet aan zich voorbij laten gaan en bedenkt een list. Op de cover van het nummer van 26 mei 2004 plaatst *Privé* een foto van Máxima met de tekst: 'Alles over Máxima's gestolen foto's'. In het hoofdredactioneel schrijft Santegoeds: 'Máxima was jarig en Willem-Alexander hoefde niet lang na te denken wat hij zijn vrouw dit jaar zou geven: een nieuwe videocamera (...); de vorige was gestolen en de privébeelden die daarop stonden, kwamen via via bij ons terecht. En oh, wat had ik ze u graag laten zien.' Dan volgt een gedetailleerde beschrijving van enkele foto's. Binnenin het blad worden nog meer foto's beschreven en zie je klein de voorpagina van het Argentijnse blad *Caras* dat de foto's wel heeft gepubliceerd. *Privé* wordt meteen voor de rechter gedaagd. Het blad meent zich te mogen beroepen op het citaatrecht, maar die vlieger gaat volgens de rechter niet op. Uir het hoofdredactioneel blijkt immers dat het blad wist dat de foto op de voorpagina van *Caras* en de beschreven foto's afkomstig waren uit de gestolen camera. Het citaatrecht rechtvaardigt de publicatie van de gestolen foto's niet. De uitgever wist immers dat hij ze niet mocht publiceren. Openbaarmaking van de foto's draagt volgens de rechter op geen enkele wijze bij aan het publieke debat over een maatschappelijk relevante kwestie. Het dient in dit geval geen ander doel dan 'bevrediging van de nieuwsgierigheid van een sensatiebelust publiek'. Oordeel: de publicatie is onrechtmatig. Het blad heeft bovendien het portretrecht geschonden. De uitspraak is van belang omdat duidelijk wordt dat zelfs een beschrijving van foto's niet wordt getolereerd. Ook het citaatrecht krijgt een nuance: het tijdschrift mag de verantwoordelijkheid van publicatie niet op een ander blad afwentelen. *Privé* moet rectificeren en betaalt een schadevergoeding van € 15.000.

## Anonieme bronnen

### De arrestatie van een hoofdredacteur (AutoWeek, 2002)

In 2002 publiceert *AutoWeek* een verhaal over een illegale autorace in Hoorn. De redactie belooft de identiteit van de betrokkenen geheim te houden maar de politie eist de foto's van de race op. Eén van de raceauto's zou later namelijk betrokken zijn geweest bij een ramkraak op een geldautomaat waarbij een getuige wordt bedreigd met een vuurwapen. Uitgever Sanoma weigert in eerste instantie, maar geeft het verzet op als hoofdredacteur Tonie Broekhuijsen gearresteerd wordt. Toch laat Sanoma het er niet bij zitten en stapt naar het Europese Hof voor de Rechten van de Mens. Dat geeft het blad acht jaar later alsnog gelijk. Het Hof is van mening dat Nederland de vrijheid van meningsuiting heeft beperkt door *AutoWeek* te dwingen de foto's af te staan. Daarmee is de journalistieke vrijheid geschonden, omdat journalisten soms anonieme bronnen nodig hebben. Volgens het Hof kan de politie alleen materiaal opeisen na tussenkomst van een onafhankelijke rechter en niet omdat de Officier van Justitie dat eist. Daarvan was in dit geval geen sprake. De Staat moet Sanoma € 35.000 betalen voor de gemaakte kosten.

141



### Vermijd rectificatie!

Sanderijn van Gorp en Michelle van der Werf van *JuridischeZaken@Nu* waren jarenlang het juridische geweten van uitgeverij Sanoma.

### 10 tips uit hun eigen praktijk.

- Tip 1:** Documenteer vraag- of telefoongesprekken. Maak aantekeningen of (geluids)opnamen en zorg bij belangrijke gesprekken voor een extra toehoorder.
- Tip 2:** Check je bronnen. In het bijzonder hun betrouwbaarheid en laat ze zondig hun uittalingen schriftelijk vastleggen in een verklaring.
- Tip 3:** Citeer je bronnen zorgvuldig.
- Tip 4:** Zorg naast anonieme bronnen voor informatiebronnen die je bekend kunt maken.
- Tip 5:** Leef het recht op hoor- en wederhoor goed na. Vraag betrokkenen altijd om een reactie.
- Tip 6:** Bewaar, documenteer en controleer alles goed. Je moet kunnen bewijzen dat je al beschikte over het bronnenmateriaal voor publicatie. Check alles, ook als het gaat om uittalingen van je bronnen.
- Tip 7:** Hoe ernstiger de beschuldigingen aan een persoon, hoe uitgebreider en vollediger het onderzoek moet zijn.
- Tip 8:** Onwaarheden zijn per definitie onrechtmatig. Maar let op: ook als iets waar is, kan publicatie ervan onrechtmatig zijn. Het plaatsen van vraagtekens of vermelding van 'het gerucht gaat', pleit je niet vrij.
- Tip 9:** Bekijk bij publicatie van foto's of de geportretteerde mogelijk een redelijk belang zou kunnen hebben om zich tegen publicatie te verzetten. Kijk uit met minderjarige.
- Tip 10:** Wees kritisch op de uiteindelijke opmaak en koppen. Een schreeuwerige kop kan een op zichzelf rechtmatig artikel teniet doen.



## Faken

De geheime rede van premier Balkenende (*Opinio*, 2008)  
 'De geheime rede van Balkenende', kopt *Opinio* in 2008. Het toenmalige opinieblad drukt een tekst af die voormalig minister-president Balkenende zou hebben uitgesproken tijdens een geheim CDA-overleg. Hij zou daar hebben gezegd dat niet de radicale islam een probleem is, maar dat het grootste probleem de islam zelf is. De oud-premier spant een kort geding aan waarbij de Staat der Nederlanden eist dat de publicatie wordt gestaakt en dat *Opinio* rectificiert. Maar volgens de rechter is hier overduidelijk sprake 'van een verzinsel dat op karikaturale wijze (het gebrek aan) polemiek omtrent het christendom en de islam aan de orde stelt en uitlokt'. Publicatie in een aantal landelijke dagbladen maakt dit nog eens extra duidelijk aan het publiek, voor het geval dat al zou kunnen denken dat van een waarheidsgetrouw verslag sprake is. Het belang van rectificatie vervalt hiermee volgens de rechter. Die voegt er ook nog aan toe dat Balkenende zich een kritische bejegening als minister-president en leider van het CDA moet laten welgevalen. Het daaropvolgende beroep sterft een zachte dood, omdat de uitgever van het blad in juni 2008 failliet gaat.

Caroline Tensen en haar minnaar (*Story*, 2004)  
 Roddelblad *Story* weet het zeker: Caroline Tensen doet het met haar buurman. Het blad pakt in 2004 flink uit met een schreeuwende kop op de cover: 'Verliefde Caroline maakt huwelijk kapot' en een fotospread van Tensen met haar kinderen. In het artikel is te lezen dat haar minnaar zijn vrouw en vier kinderen op straat heeft gezet voor een relatie met de populaire presentatrice. Die is zierend en spant meteen een kort geding aan waarin ze eist dat alle nummers direct uit de schappen worden gehaald. Dat gebeurt niet, maar op straffe van een dwangsom van € 100.000 moet *Story* in het volgende nummer over de gehele breedte van de voorpagina in zwarte kapitalen tegen een witte achtergrond de tekst 'Rectificatie Caroline Tensen' plaatsen. Ook moet het blad een schadevergoeding van € 25.000 betalen, hoewel de rechter er rekening mee houdt dat Tensen als bekende Nederlander ruimschoots de gelegenheid heeft om haar verhaal ook in andere media te doen. Hij noemt de inhoud van het artikel zeer grievend, misleidend en daarmee onrechtmatig. Tensen beroept zich ook met succes op haar portretrecht en de rechter oordeelt dat publicatie van de foto met haar kinderen een schending van haar recht op privacy is.

## Smaad

142

## Uitlokken

De 'nieuwsgeilheid' van roddelbladen (*Panorama*, 1997)  
 Een medewerkster van *Panorama* biedt in 1997 het weekblad *Privé* nepfoto's aan waarop kroonprins Willem Alexander te zien zou zijn met twee Duitse vriendinnen. In *Trouw* zegt hoofdredacteur Arjan Börger dat hier sprake is van serieuze onderzoeksjournalistiek en dat de redactie de 'nieuwsgeilheid' van roddelbladen aan de kaak wil stellen. 'Een tip als deze hoor je te allen tijde te checken en dat heeft *Privé* verzuimd.' Een flink deel van de oplage is al gedrukt als duidelijk wordt dat de foto's nep zijn, maar de uitgever kan verspreiding ervan nog voorkomen. Wilma Nanninga, hoofdredacteur van *Privé*, bestrijdt in *Trouw* dat ze haar huiswerk niet goed heeft gedaan. 'We hebben meteen iemand naar Lech gestuurd, waar de prins op vakantie was. Daardoor zijn we er ook op tijd achter gekomen dat het verhaal niet klopte.' Nanninga vindt het prima dat *Panorama* iets wil aantonen, maar stelt dat het blad de dag daarna ook had kunnen bellen. 'Dan was het punt ook eens en veroordeelt *Panorama* tot het betalen van een schadevergoeding van ruim 100.000 gulden aan *Privé* als compensatie voor de geleden schade.'

## Onthullen

Jacki wordt gehackt (*Revu*, 2009)  
 Eind 2009 publiceert *Revu* een themanummer onder de coverkop 'Verboden'. Het blad plaatst een artikel met de kop *Yes, we're in* waarin het blad uit de doeken doet dat het eenvoudig is om de privé-mailbox van voormalig staatssecretaris van Defensie Jack de Vries te kraken. Hoofdredacteur Alto Erdogan heeft een hacker de opdracht gegeven om aan te tonen dat de mailboxen van bestuurders slecht beveiligd zijn en dat er zo ook zakelijke correspondentie op straat kan komen te liggen. Een backup programma dat wordt geïnstalleerd op de computer van De Vries stuurt alle binnenkomende mail direct door naar de hacker. De Vries doet aangifte van computervrededreuk en de kwestie leidt tot een strafzaak. De rechter vindt de beveiliging van mailboxen van bewindslieden een algemeen belang en is van mening dat strafvervolging inbreuk maakt op de vrijheid van meningsuiting. Hij is het niet eens met de Officier van Justitie die aanvoert dat het blad ook op een andere manier de kwestie aan de orde had kunnen stellen. Een verhaal over het binnendringen in een fictieve mailbox heeft volgens de rechter minder journalistieke waarde en dus ook minder gevolgen dan het daadwerkelijk binnendringen van mailboxen van bewindslieden. Op dit punt wordt Erdogan ontslagen van rechtsvervolging. Hoewel met de hackpoging het journalistieke doel bereikt was, heeft Nieuwe *Revu* de mails ook bekeken en laten doorsturen. Dat vindt de rechter een grove schending van de privacy van de betrokkene waarmee geen algemeen publiek belang is gediend. Omdat Erdogan als hoofdredacteur verantwoordelijk is voor de redactie wordt hij hiervoor veroordeeld tot een boete van € 450.

## De grenzen van journalistieke vrijheid

Vuilnisbaktenjournalistiek van Jan Dijkgraaf (*Binnenhof*, 2010)  
 Het is volgens Alexander Pechtold (D66) een fraai staaltje vuilnisbaktenjournalistiek van de makers van *Binnenhof*. Het eenmalige glossy gossip magazine dat in mei 2010 verschijnt met het etiket 'van de makers van *Weekend* en *HP/De Tijd*', duikt diep in het privéleven van politici en schuwt de roddels niet. Het blad toont in een fotoserie de inhoud van de vuilnisbak van Pechtold met daarop prominent een (negatieve) zwangerschapstest. Hoewel dit 'nieuws' volgens juristen onrechtmatig is verkregen, niets toevoegt aan het publieke debat en volledig los staat van zijn publieke functie, stapt Pechtold niet naar de rechter. In een open brief in *De Volkskrant* roept de politicus journalisten op om zelf de grenzen van journalistieke vrijheid te definiëren, want hij wil niet in een land wonen waarin verantwoordelijkheden worden afgeworpen ten gunste van amusement en sensatiezucht. Hoofdredacteurs Marc van der Linden (*Weekend*) en Jan Dijkgraaf (*HP/De Tijd*) reageren verschillend. Van der Linden steekt de hand in eigen boezem en twittert dat de foto's op en misschien wel over het randje zijn, maar Dijkgraaf zegt alleen dat *Binnenhof* toch maar mooi een hoop euro's heeft opgeleverd. In het jubileumnummer van *HP/De Tijd* van september 2010 schrijft redacteur Matt Dings dat Dijkgraaf *Binnenhof* aan de redactie verkocht als een parodie op een roddelblad, maar dat het achteraf 'kwelijke nepjournalistiek' bleek te zijn. 'Daar ging onze reputatie.' Tijd om hem ter verantwoording te roepen heeft de redactie niet, want Dijkgraaf verlaat het blad daarna snel.

### Meer weten, meer lezen

- Bijna alle uitspraken over strafrecht en burgerlijk recht van de Hoge Raad en andere rechterlijke colleges worden gepubliceerd in het tijdschrift *Nederlandse jurisprudentie*. Sneller en bovendien gratis is de website [www.rechtspraak.nl](http://www.rechtspraak.nl). Wie op onderwerp zoekt, kan de hele zaak downloaden.
- Alle uitspraken van de Raad voor de Journalistiek zijn te vinden via [www.rvdj.nl](http://www.rvdj.nl) waar ook te zoeken is op journalistieke werkwijzen, zoals embargo, hoor en wederhoor, inzage vooraf etc.
- Het Persvrijheidsfonds is in november 2007 opgericht door de NVJ met als doel journalisten te ondersteunen die verwickeld zijn in 'juridische procedures met een principiële karakter'. Op de site [www.persvrijheidsfonds.nl](http://www.persvrijheidsfonds.nl) is te lezen welke zaken het fonds heeft ondersteund.
- Wie nog dieper in het recht wil duiken, kan terecht op de site van het Instituut voor Informatierecht: [www.ivir.nl](http://www.ivir.nl). Dit onderzoeksinstituut is verbonden aan de Faculteit Rechtsgeleerdheid van de Universiteit van Amsterdam en houdt zich bezig met juridische aspecten van de productie, opslag, verspreiding en het gebruik van informatie.

143