_inhoud

samenvatting 4
voorwoord 6
8 inleiding
10 opdrachtomschrijving
Twente Student Review 12
planning 18
20 voorfase
32 conceptfase
contact met drukker 78
promotie 80
96 editie 2
106 evaluatie
in de media 108
slotwoord 112
114 colofon

1. samenvatting

Fris, vernieuwend, eindelijk geen stoffig oubollig wetenschappelijk tijdschrift, hip, jong, strak, ambitieus, ‘om over na te denken’, uitdagend, glossy.

De opdracht is om het blad Twente Student Review (TSR) vorm en bekendheid te geven, en tot een huisstijl te komen. De uitdaging zal komen te liggen in het ontwikkelen van een professionele, wetenschappelijke, in het oog springende vormgeving. Hierbinnen ben ik verantwoordelijk gesteld voor de promotie, de website, het contact met de drukker, de vormgeving van het interview, short essay, cover, inhoudsopgave, scope en editorial. Daarnaast heeft eenieder zijn/haar eigen verantwoordelijkheid gekregen om grafieken en tabellen op te leuken naar de stijl van het bijbehorende artikel. De grafische redactie bestaat uit 4 personen.

Om erachter te komen waar de doelgroep, hoofdzakelijk studenten aan de Universiteit Twente, zich mee bezig houdt, waar hun interesses liggen en wat hen aanspreekt, is er doelgroeponderzoek uitgevoerd. Hierbij is gekeken naar magazines en kranten die veelvuldig op de universiteit (projectkamers, pauzeruimtes, bij studieverenigingen) en in studentenhuizen te vinden zijn, zijn: UT-nieuws, NRC Next, magazines studieverenigingen, Sum, Nobiles, Top-gear, Viva, Items (voornamelijk bij de creatieve studies), Autoweek, Quote, Quoto en FHM. Het feit dat deze tijdschriften her-en-der in de studentenomgevingen te vinden zijn, geeft aan studenten de moeite nemen om de desbetreffende bladen uit de rekken te pakken / te kopen en mee te nemen. Dit geeft een kleine indruk wat studenten zoal aanspreekt.

Daarnaast is de markt onderzocht en is er tevens gekeken naar de concurrentie. Deze laatste, denk aan de Sum en Nobiles, zijn niet echt een concurrent, maar vanwege hun doelgroep dient er toch rekening mee gehouden te worden. Dit om de TSR van deze ‘concurrenten’ te kunnen laten onderscheiden.

Uit de voortgekomen gegevens en na een kleine trendanalyse is de grafische redactie individueel aan de slag gegaan met de ontwikkeling van een vormgeving voor een dummy-artikel. Dit is een artikel wat representatief is voor een artikel wat gepubliceerd zou kunnen worden in de TSR.

Door middel van een trial&error proces zijn bepaalde elementen doorontwikkeld of afgevallen. Het gevaar hierbij schuilt voor een compromisontwerp. Toen de grote lijnen eenmaal duidelijk waren, konden de eerste artikelen worden vormgegeven. Dit betekent niet dat het ontwikkellingsproces van de huisstijl afgelopen is. Gedurende het opmaken van het blad, zijn er constant aanpassingen geweest, tot in de kleinste details. Vanaf het moment dat de eerste editie naar de drukker gaat, is de stijl van het blad vrijwel definitief. Vrijwel definitief, dat wil zeggen dat er na een evaluatie nog ruimte is voor kleine aanpassingen.

Deze aanpassingen zijn vooral komen te zitten in het verbeteren van de consistentie, het gebruik van grotere marges, verbeteren van de kwaliteit van afbeeldingen en beter te letten op ‘overdesign’.

De betreffende evaluatie is op de volgende manieren uitgevoerd: het blad is nog eens uitvoerig door de gehele TSR, dus grafische redactie, wetenschappelijke redactie, uitgever en peers, doorgenomen en zijn de opmerkingen op een rijtje gezet. Daarnaast zijn er mensen uit de doelgroep aangesproken wat hun mening is over, oa. de vormgeving van de TSR. Dit is voornamelijk gebeurd tijdens de promotieperiode gedurende het uitdelen van het blad. Er is gevraagd naar hun eerste indruk, en voor de mensen die het blad reeds in bezit hadden en doorgekeken/gelezen hebben is gevraagd wat ze van de vormgeving vinden. De meest voorkomende trefwoorden hierin zijn: fris, vernieuwend, eindelijk geen stoffig oubollig wetenschappelijk tijdschrift, hip, jong, strak, ambitieus, ‘om over na te denken’, uitdagend, glossy. De negatieve trefwoorden: overdesign, glossy.

Alle evaluatieresultaten zijn meegenomen naar de vormgeving van editie 2.

Het promotiemateriaal is gebaseerd op 2 kernwoorden: overzichtelijk en duidelijk. Dit is doorgevoerd in folder, een poster voor naamsbekendheid en werving, en een poster voor de aankondiging van de uitreiking van de eerste editie.

2. voorwoord

Ik wil graag de volgende mensen bedanken voor hun bijdrage aan de totstandkoming van dit verslag:

Universiteit Twente

Projectbegeleiders:
Prof. Arthur O. Eger;
Frerik van Beijnum;

Grafische redactie Twente Student Review;
Uitgever Twente Student Review;
Personen met een kritische blik naar het blad Twente Student Review.

Dit verslag dient tevens als naslagwerk voor (toekomstige) leden van de grafische redactie van de Twente Student Review.

3. inleiding

Aangezien de grafische redactie uit vier personen bestaat, is dit verslag hoofdzakelijk vanuit mijn eigen optiek beschreven.

Voor u ligt het verslag van mijn bacheloropdracht, een vormgevingsopdracht bij het nieuw opgezette wetenschappelijke tijdschrift Twente Student Review. Zoals de naam al aangeeft is Twente Student Review een blad voor studenten, alsook door studenten. Het is een initiatief opgezet door zes studenten aan de Universiteit Twente, afkomstig uit verschillende studies. Nadat zij bijna een jaar bezig zijn geweest met de voorbereidingen, werd het tijd om het blad daadwerkelijk vorm te gaan geven. Aan mij werd gevraagd of ik interesse had om de lay-out te ontwerpen, alsook andere huisstijlelementen. Samen met drie andere studenten werd de grafische redactie gevormd. Voor ons alle vier was dit project relatief nieuw, en we zijn erg enthousiast van start gegaan.

Aangezien de grafische redactie uit vier personen bestaat, is dit verslag hoofdzakelijk vanuit mijn eigen optiek beschreven. Indien aangegeven, is werk van mederedactieleden toegevoegd om het ontwerpproces te verduidelijken en om mijn eigen werk en visie mee te kunnen vergelijken.

Om tot een goed ontwerp te kunnen komen zijn er een aantal dingen van groot belang. Wat wordt de doelgroep en hoe zit deze in elkaar? Wat zijn de trends? Wat doet de concurrentie? En voornamelijk, wat is het doel?

In dit geval gaat het om een lay-out en huisstijlontwikkeling. Gezien bovengenoemde vragen, is deze manier van vormgeven niet veel anders dan bij een industrieel productontwerp.

In de eerste fase, de voorfase, wordt het vooronderzoek verricht. Hierin is gekeken wat de opdrachtgever wil, wat de doelgroep inhoudt, wat de markt is/wordt, wat er aan concurrentie bestaat, en wat de hoofddoelen van het product moeten worden. Aan de hand van deze gegevens is er een ‘go’ beslissing genomen en is er meteen een goed beeld naar voren gekomen in welke richting er naar inspiratie gezocht moet worden.

In de tweede fase, de ontwerpfase, heeft ieder groepslid zijn/haar visie, naar aanleiding van de voorfase, verwerkt tot concepthuisstijlen. Dit is een proces van convergerend en divergerend ontwerpen. Het gevaar bestaat nog altijd voor compromisontwerpen, aangezien een dergelijk ontwerpproject voor eenieder van de groep nieuw is, en dus ieder al gauw een deel van zijn/haar idee terug wil zien in het eindontwerp. De concepten, gebaseerd op een dummy-artikel, varieerden van ‘hip’ tot klassiek, van minimalistisch tot gewaagd (tegen de regels van het grafisch ontwerpen in).

Gedurende het conceptontwerpproces zijn de ‘vaste’ stijlelementen steeds verder vastgelegd en doorontwikkeld. Zodoende is de derde fase geleidelijk van start gegaan, de detailleringfase. Aan het einde van deze fase, is er een masterpage ontstaan. Dit is een lege lay-out, waarbinnen de uiteindelijke artikelen geplaatst moeten worden. Ook hierna wordt er nog steeds aan de stijl geschaafd. Dit gebeurt constant gedurende het opmaken van de eerste editie. Hierdoor is de eerste editie in feite prototype en eindproduct tegelijkertijd.

Niet alleen het tijdschrift, maar ook zaken er omheen vereisen aandacht. Dit betreft onder meer promotie, contact met de drukker, en de evaluatie. Deze laatste, de evaluatie, ondersteunt de uitspraak dat de eerste editie tevens als prototype dient. Evaluatieresultaten van de eerste editie kunnen namelijk meegenomen worden naar de tweede editie, om aldaar het ontwerp nog een beetje bij te schaven.

4. opdracht-omschrijving

De opdracht is om het blad Twente Student Review vorm en bekendheid te geven, en tot een huisstijl te komen. De uitdaging zit in het ontwikkelen van een professionele, wetenschappelijke, en in het oog springende vormgeving. Wanneer deze vormgeving is ontwikkeld komt er de verantwoordelijkheid voor het plaatsen van de artikelen en plaatjes in deze vormgeving.

In hoofdstuk 7 zal de opdracht gedetailleerder worden beschreven.

5. Twente Student Review

De TSR biedt studenten de kans een actieve rol te spelen bij het creëren van het beoogde onderwijsklimaat op de UT.

Situatie op de UT vóór TSR

"De Universiteit Twente richt zich (...) op onderwijs van excellente kwaliteit, op onderzoek van erkend internationaal niveau (...) en op hiervan afgeleide valorisatie-activiteiten die de economische en sociale ontwikkeling van haar omgeving (...) stimuleren."
(Uit: Instellingsplan 2005-2010, Universiteit Twente, maart 2005)
"... dat wij welbewust streven naar verbindingen tussen de drie UT-domeinen, maar dat die verbindingen in onderzoek en onderwijs nog flink kunnen worden uitgebouwd, en dat het academisch debat over die relaties ook wel een flinke impuls kan gebruiken."
(Uit: Verwondernotitie, Dr. A.H. Flierman, voorzitter College van Bestuur, december 2005)

Zowel het onderwijs als het onderzoek op de UT zijn van hoge kwaliteit. De UT is een ondernemende universiteit met grote ambities. Zoals in het instellingsplan wordt beschreven wil de UT de nadruk leggen op onderwijs van goede kwaliteit. Studenten moeten worden gemotiveerd om excellente prestaties te leveren en zich te verbreden in hun studie. Bij veel studenten overheerst nog een 'zesjes-cultuur', studenten zoeken hun uitdagingen vaak buiten de studie en richten zich op studentenactivisme. Uitmuntende studenten zoeken hun toevlucht in het volgen van een tweede studie om hun energie kwijt te kunnen. Verdieping binnen de studie is helaas vaak niet aan de orde.

In de verwondernotitie wordt al gesteld dat de verbinding tussen onderwijs en onderzoek een impuls kan gebruiken. Door studenten actiever kennis te laten maken met het onderzoek dat op de eigen faculteit plaatsvindt, worden studenten voor wetenschappelijk onderzoek geënthousiasmeerd.

De UT onderscheidt zich van andere universiteiten door verschillende disciplines te combineren. Studies combineren veelal maatschappelijke en technische aspecten en vertonen een multidisciplinair karakter. Het opdoen van kennis uit en ontwikkelingen in andere vakgebieden is essentieel voor het creëren van een brede academicus.

Om een bijdrage te leveren aan deze onderwijskundige uitdagingen wordt het concept 'Twente Student Review' gepresenteerd: een universiteitsbreed publicatieblad. De TSR biedt studenten de kans een actieve rol te spelen bij het creëren van het beoogde onderwijsklimaat op de UT. Hoe de TSR hier een rol in kan spelen wordt in de volgende paragrafen duidelijk gemaakt.

TSR

De TSR kan bijdragen aan het verbeteren van het studieklimaat op de Universiteit Twente. Het blad kan studenten namelijk motiveren om meer uit zichzelf en hun studie te halen. Studenten kunnen tijdens het uitvoeren van een project geprikkeld worden om dieper op de aangeboden stof in te gaan, omdat ze weten dat goed werk uiteindelijk tot een publicatie in de TSR kan leiden.

Daarnaast is het de bedoeling dat de TSR studenten in de gelegenheid brengt om kennis te maken met andere studierichtingen. Het is de bedoeling dat in de TSR artikelen worden gepubliceerd voortkomend uit iedere studierichting. Deze artikelen moeten bovendien toegankelijk zijn voor alle studenten op de Universiteit Twente. Op deze manier kunnen studenten niet alleen artikelen lezen uit hun eigen vakgebied, maar ook uit andere vakgebieden.

Het laatste doel van de TSR is het vormen van een brug tussen onderwijs en onderzoek. Door de artikelen in het publicatieblad kunnen ook eerste- en tweedejaars studenten, die in de huidige situatie tamelijk ver van het onderzoek staan, met hoogwaardig en interessant onderzoek van mede-studenten in contact komen.

Missie

De missie van de Twente Student Review is drieledig. Ten eerste, het bieden van een platform voor het publiceren van excellent werk door ambitieuze Bachelor- en Masterstudenten. Ten tweede, het vormen van een brug tussen wetenschappelijk onderzoek en hoger onderwijs. Ten derde, het weergeven van de volle breedte van het wetenschappelijk onderzoek dat plaatsvindt op de Universiteit Twente. Dit alles zal studenten uitdagen deel te nemen aan academisch onderzoek en te excelleren in zowel de inhoud als de presentatie van hun werk.

Invulling van de missie: tijdschrift

De kern van het 'Twente Student Review' concept wordt gevormd door de uitgave van een vierjaarlijks, peer-reviewed publicatieblad voor en door studenten van de Universiteit Twente. Hierin kunnen kwalitatief hoogwaardige artikelen, uit iedere studiefase en toegankelijk voor alle studenten van iedere studierichting, worden gepubliceerd.

Het publicatieblad draagt bij aan de verbreding van het gezichtsveld van studenten. Het blad kan, in volstrekte harmonie met het reeds bestaande en succesvolle major-minor model, een paradigmaverschuiving teweeg brengen. Door de artikelen in het publicatieblad kunnen ook bachelorstudenten, die in de huidige situatie tamelijk ver van het onderzoek staan, met hoogwaardig en interessant onderzoek in contact komen. Het werk van andere studenten, bijvoorbeeld afstudeerders, geeft een goede blik op dat wat uiteindelijk mogelijk is binnen de universiteit. Daarnaast kunnen studenten zich beter oriënteren op wat ze in hun verdere carrière willen doen, maar ook welke invulling ze aan een minor willen geven.

Studenten worden geprikkeld om dieper op de aangeboden stof in te gaan. Het blad is een stimulans voor het afleveren van goede prestaties op studiegebied.
Naast de beoogde effecten in de missie heeft het tijdschrift tevens enkele positieve neveneffecten:

- Promotie UT als excellente onderwijsinstelling:

Een blad waarin de meest interessante onderzoeken verricht door studenten worden gepubliceerd kan bij uitstek worden gebruikt als promotiemateriaal. Voorlichtingsbureau's zouden dus een TSR af kunnen nemen om aankomende studenten te laten lezen. Dit biedt hun een concreter beeld van wat er op de Universiteit Twente gebeurt.
Het blad zal op drie manieren leiden tot een imagoverbetering van de Universiteit Twente, Ten eerste zullen publicaties van een hoog niveau het imago van de universiteit als uitstekende onderwijsinstelling ten goede komen. Daarnaast zal de UT betere en gemotiveerdere studenten aantrekken als de UT een excellent studieklimaat uitstraalt. Het laatste punt is dat studenten die in het blad publiceren trots zullen zijn op hetgeen ze hebben bereikt en daardoor ook op de opleiding, waardoor ze een sterkere band voelen met de universiteit.

- *Verbreden competenties studenten:*

Door het blad krijgen studenten meer ervaring met het schrijven van artikelen en het voor een groot publiek toegankelijk maken van hun resultaten. Publiceren is in de huidige wetenschappelijke wereld pure noodzaak. Hoe eerder studenten hiermee in aanraking komen, hoe beter. De universiteit zal daardoor in de toekomst studenten kunnen afleveren die beter zijn voorbereid op een wetenschappelijke carrière.

Format Twente Student Review

- Een inhoudsopgave, scope en colofon;
- Een editorial: één pagina;
- Een ingezonden brieven gedeelte: één tot twee pagina's ;
- Een interview of column met of van iemand die deel uitmaakt van de Universiteit Twente: twee pagina's;
- Twaalf artikelen:,tot zes pagina's; en
- Een overzicht van (studenten)symposia en andere interessante studieactiviteiten in het komende kwartiel: twee tot drie pagina's.

De TSR stelt zich tot doel om een blad te zijn voor studenten van alle studierichtingen. Dit betekent dat de keuze van de artikelen voor een groot deel evenredig over de verschillende opleidingen moet zijn verdeeld.
Boven de verschillende artikelen staat duidelijk vermeld uit welke wetenschappelijke sector ze afkomstig zijn. Het wordt voor een lezer zo direct duidelijk wat hij of zij kan verwachten. Hierbij wordt ruwweg de verdeling van de verschillende faculteiten aangehouden, maar met Engelse benaming:

- Medicine and Engineering (voor TG, BMT);
- Behavioural Sciences (voor PSY, EDMM, TCW, PSTS);
- Engineering (voor CiT, WB, IO, CT, EL);
- Public Administration and Business (voor BSK, TBK, BK, GZW, ES);
- Mathematics & Computer Science (voor INF, BiT, TEL, TW, EL); en
- Natural Sciences (voor TN, AT & CT).

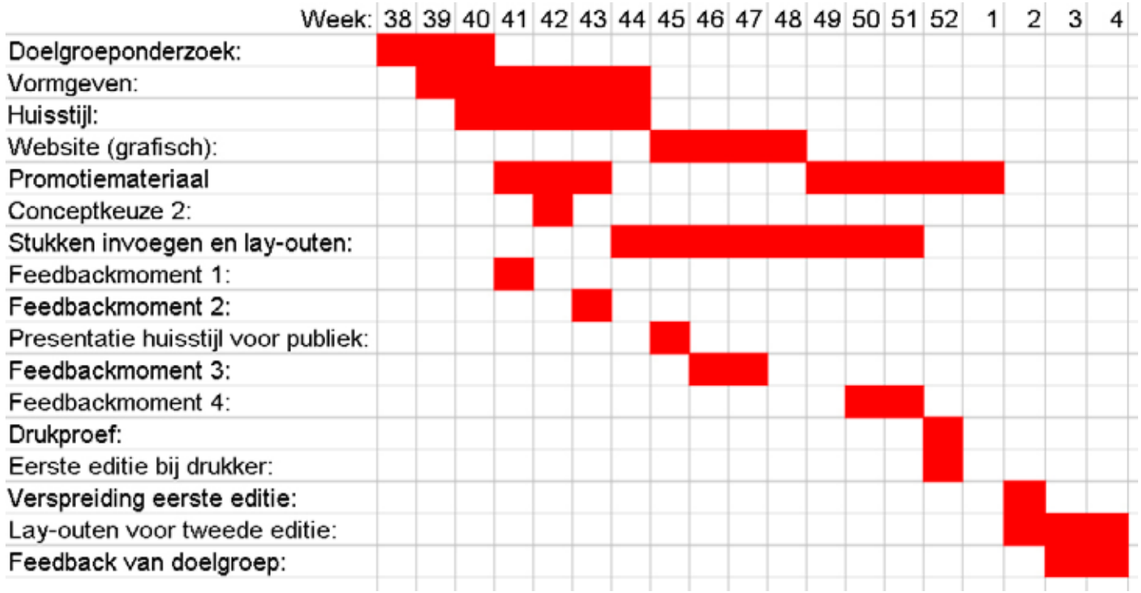
Van elke sector zullen twee artikelen per tijdschrift worden gepubliceerd, om de diversiteit van het blad te waarborgen.

(El-Dardiry, van Beijnum, Janssen, van der Neut, Meijering & Bijkerk, 2006, p6-8)

6. planning

Gedurende het TSR project fungeert de planning als leidraad voor de ontwikkeling van het tijdschrift. Het is daarbij vatbaar voor aanpassingen. Er is echter één harde deadline die niet verschoven mag worden: het moment dat de eerste editie naar de drukker gaat.

(onder) De projectplanning van de grafische redactie.



7. onderzoeksfase

7.1 Opstarten

Na enkele kennismakingsgesprekken met de projectleiders, is duidelijk geworden wat de rol van de grafische redactie gaat worden in het TSR project. De grafische redactie bestaat uit 4 personen, ieder met nog eigen visies en ideeën. Na een proces van divergerend en convergerend ontwerpen zal uiteindelijk de huisstijl moeten ontstaan. Voornamelijk een trial&error proces. Binnen de grafische redactie is er de afspraak gemaakt om grotendeels individueel aan de slag te gaan. Dit zodat ieder zijn eigen idee kan uitwerken zonder beïnvloed te worden door een ander. Eens of meerdere keren per week zijn er gestructureerde bijeenkomsten om elkaars werk te beoordelen en op basis van het verkregen commentaar verder te gaan.

Naast het ontwerpen van de lay-out zijn er andere taken te verdelen: promotie, notulen, masterpages, verbeteren illustraties, contact met de drukker, grafisch gedeelte website en voorzitterschap.

De verdeling is als volgt:
- Evan Settelaar: Promotiemateriaal, contact met de drukker, grafisch gedeelte website (op lange termijn);
- Rick Schotman: Promotiemateriaal, masterpages;
- Reiny Zwakenberg: Voorzitter;
- Renske Herder: Algemeen;

De taak van het notuleren wordt gerouleerd. Het verbeteren van illustraties wordt door iedereen zelf gedaan en wordt, indien nodig, bijgestaan door Renske.

Bij de gestructureerde bijeenkomsten zal er een afgevaardige vanuit de uitgever aanwezig zijn om de gehele organisatie op de hoogte te kunnen houden van de vorderingen, en tevens voor het geven van meer feedback richting de grafische redactie.

7.2 Doelstelling

Het doel van TSR is om een tijdschrift te ontwikkelen, te promoten en te verspreiden over de doelgroep. Dit is reeds uiteengezet in hoofdstuk 5.

Mijn doel hierin is om de huisstijl van het magazine te ontwerpen en de vormgeving van promotiemiddelen te verzorgen. Dit alles op een manier die de doelgroep aanspreekt en tegelijkertijd de inhoud representatief weergeeft. De lay-out moet vervolgens voor de doelgroep een lange tijd uitdagend blijven. Tevens moet het blad bekendheid krijgen bij de doelgroep en moet de achterliggende gedachte van TSR gaan ‘leven’.

De gezamenlijke doelstelling is dat op termijn studenten vanzelf stukken gaan insturen met de vraag of het gepubliceerd mag worden. Dit is tevens een indicatie dat het magazine de doelgroep heeft bereikt en aanspreekt.

Om erachter te komen hoe deze doelstellingen gerealiseerd kunnen worden, dienen de doelgroep en de markt onderzocht te worden. Dit wordt uiteengezet in de volgende paragrafen van dit hoofdstuk.

ODE:
Wetenschappelijk, mooie plaatjes, geen uitgevulde tekst. Beetje inconsequente lay-out.

Business Week:
Voelt roddelblad-achtig aan, mede door het goedkope papier.

Time:
Druk vormgegeven, roddelblad-achtig, dun papier.

Harvard business review:
Een erg specialistische blad, met een opmerkelijk frisse opmaak voor een wetenschappelijk tijdschrift. Past om deze reden goed bij TSR. Veel witruimtes en aansprekende illustraties.

7.3 Marktonderzoek

Het bekijken van deze tijdschriften geeft een aardig beeld van wat verschillende ontwerpers doen om het tijdschrift bij een doelgroep aan te laten sluiten. In dit geval waren het allen wetenschappelijke tijdschriften.

Voor de grafische redactie was het goed om te kijken hoe andere tijdschriften met een wetenschappelijke inhoud omgaan. Hierdoor kon al een kleine ontwerproute worden uitgestippeld: welke elementen we goed bij TSR en de doelgroep vonden passen en welke juist niet.

Verkeerskunde:
Gebruikt een overview. Gebruikt tevens kadertjes om dingen op te laten vallen.

Product:
Een weinig uitdagende lay-out, ziet er onrustig uit. Ziet er wel wetenschappelijk uit. Kleine marges.

Science:
Een breed wetenschappelijk tijdschrift wat veel status heeft verworven. Het heeft een mooie voorkant, eenvoudig en toont lef. Binnenkant toont veel tekst en geen witruimte. Het ziet eruit als een studieboek.

Delft Integraal:
Wetenschappelijk, maar erg frivool. Niet uitdagend om te lezen. Doelgroep lijkt eind VWO te zijn.

Natuurwetenschap & techniek:
Een populair wetenschappelijk tijdschrift, een kant die TSR graag op wil. Goed vergelijkingsmateriaal dus. Het bevat vaak afbeeldingen over een halve pagina, met de abstract eronder. Opgeleukte grafiekjes. Het bevat veel verschillende manieren van vormgeven, waardoor het af en toe een beetje rommelig oogt.

7.4 Concurrentie

Concurrentie voor TSR is er niet echt, aangezien TSR de eerste in z'n soort is op de universiteiten en hogescholen in Nederland. Andere gratis tijdschriften die nagenoeg op dezelfde doelgroep mikken binnen het terrein van TSR, zijn de Nobiles en de SUM. Dit betekent voor TSR dat hiermee rekening gehouden moet worden in de vormgeving, zodat TSR zich van deze twee kan onderscheiden.

Items:
Mooie vormgeving, verschillende druktechnieken in de kaft. De inhoud is echter moeilijk leesbaar en je bent er snel de weg in kwijt. De vormgevingselementen zijn interessant voor TSR om eens naar te kijken en inspiratie op te doen, echter tot op een zekere hoogte.

7.5 Vormgevingsbeleid (Doelgroep en gebruikers)

7.5.1 Voor wie is het tijdschrift bestemd?

Om een samenhangend geheel te verkrijgen is het noodzakelijk een keuze te maken voor één specifieke doelgroep. Een gevaar dat anders wordt gelopen is dat het tijdschrift voor niemand interessant is. Deze doelgroep is al redelijk uiteengezet in hoofdstuk 5.

Kort samengevat komt het neer op de volgende groepen (in volgorde van belangrijkheid):

- Studenten aan de Universiteit Twente (zowel internationale als nationale):
De TSR kan bijdragen aan het verbeteren van het studieklimaat op de Universiteit Twente. Het blad kan studenten namelijk motiveren om meer uit zichzelf en hun studie te halen. Studenten kunnen tijdens het uitvoeren van een project geprikkeld worden om dieper op de aangeboden stof in te gaan, omdat ze weten dat goed werk uiteindelijk tot een publicatie in de TSR kan leiden. Ook kunnen zij geïnspireerd, gemotiveerd en betrokken raken door gepubliceerd werk van medestudenten uit juist de eigen studie.

Daarnaast is het de bedoeling dat de TSR studenten in de gelegenheid brengt om kennis te maken met andere studierichtingen. Op deze manier kunnen studenten niet alleen artikelen lezen uit hun eigen vakgebied, maar ook uit andere vakgebieden.

Ten slotte het vormen van een brug tussen onderwijs en onderzoek. Door de artikelen in het publicatieblad kunnen ook eerste- en tweedejaars studenten, die in de huidige situatie tamelijk ver van het onderzoek staan, met hoogwaardig en interessant onderzoek van mede-studenten in contact komen.

- Internationale studenten
Door de Engelse taalvoering, is de TSR ook toegankelijk voor internationale studenten aan de Universiteit Twente.

- Alumni
Door de TSR en haar abonnementen-mogelijkheid, kunnen alumni op de hoogte worden gehouden van wat er zoal aan onderzoek op de Universiteit Twente wordt uitgevoerd.

- Docenten
Docenten kunnen op de hoogte gehouden worden van wat er zoal op de Universiteit Twente aan onderzoek wordt uitgevoerd. Tevens om meer betrokken te kunnen raken bij onderzoek buiten hun eigen faculteit.

- Aankomende studenten
Aankomende studenten kunnen een beeld krijgen wat er zoal aan onderzoek wordt gedaan op de Universiteit Twente.

- Bedrijfsleven
Deze groep kan door de studenten zelf aangesproken worden doordat ze snel hun (gepubliceerde) onderzoek (beknopt) kunnen tonen aan het bedrijfsleven.

7.5.2 Hoe kan de vormgeving een rol spelen in het bereiken van de doelgroep?

De vormgeving zal een belangrijke rol spelen in het bereiken van de, in 7.5.1 genoemde, doelgroep en om vervolgens deze doelgroep vast te houden. De uitdaging zal komen te liggen op het creëren van een vormgeving

(linker pagina) Een kleine trendanalyse. Wat er als eerste opvalt is het kleurgebruik. De producten mogen gezien worden! Wat er als tweede opvalt is de aandacht voor details. De Spyker zit bijvoorbeeld boordevol referenties naar het oude vliegtuigverleden. De Apple iPod lijkt miniem, maar de ware details zitten binnenin. Het colbertjasje oogt van buiten klassiek, maar intussen heeft het een knalrode voering.

Verfijnde vormgeving, zelfs een beetje fragiel, minimalistisch en tegelijkertijd veel aandacht voor details, gedurfd, vernieuwend, modern.

die aansluit op de inhoud en tegelijkertijd de doelgroep uitnodigt het tijdschrift te pakken, het door te bladeren en het te lezen. Met een uitdagende vormgeving moet de doelgroep vast gehouden worden, en dus blijvend geboeid worden.

Aangezien de inhoud van wetenschappelijke aard is op een academisch niveau, zal het geheel uit het saaie ‘ouwe lullen’ imago getrokken moeten worden. Dit is iets wat uit het marktonderzoek/ concurrentieonderzoek sterk naar voren is gekomen.

7.5.3 Wat spreekt de doelgroep aan?

Om te weten te komen wat de doelgroep bezig houdt, is het zinvol om (mede)studenten te volgen in hun interesses. Wat hen aanspreekt zal hetgeen zijn wat zij mooi en/of interessant vinden om naar te kijken en/of te lezen.

In dit projectkader is het het nuttigst om eerst te kijken naar tijdschriften en andere media die (voornamelijk) gericht zijn op hoofddoelgroep: studenten. Wat vinden zij prettig om (uit eigen initiatief) te lezen / te bekijken? Of wat juist niet? Magazines en kranten die veelvuldig op de universiteit (projectkamers, pauzeruimtes, bij studieverenigingen) en in studentenhuizen te vinden zijn, zijn: UT-nieuws, NRC Next, magazines studieverenigingen, Sum, Nobiles, Top-gear, Viva, Items (voornamelijk bij de creatieve studies), Autoweek, Quote, Quoto, FHM.

Het feit dat deze tijdschriften her-en-der in de studentenomgevingen te vinden zijn, geeft aan studenten de moeite nemen om de desbetreffende bladen uit de rekken te pakken / te kopen en mee te nemen. Dit geeft een kleine indruk wat studenten zoal aanspreekt.

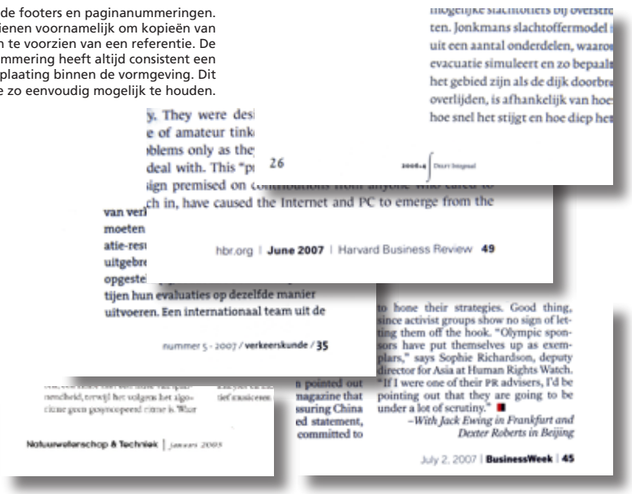
Trends:
Wat wordt er op dit moment beschouwd als hip, ‘stylish’ oubollig, etc.? Is het nuttig om de huidige vormgevingstrends te volgen in het ontwerp of juist hiertegen te verzetten? Sluiten deze aan bij de doelgroep? Om deze vragen te beantwoorden moet er onderzoek worden gedaan naar de huidige vormgevingstrends. Dit kan over een vrij breed gebied, van magazines tot de automobielindustrie. Een kleine trendanalyse is te zien op de linkerpagina.

De genoemde trendanalyse kan teven fungeren als moodboard tijdens het vormgevingsproces.

(rechts) Onderschriften zijn overal zeer kort en bondig. Veelal zijn ze in een kader geplaatst en in een afwijkend lettertype van de doorlopende tekst. Verwijzingen vanuit de doorlopende tekst naar de figuren is, verrassend genoeg, zelden te vinden.

(rechts en onder) Het gebruik van quotes geeft de lezer een extra ingang naar de tekst. Daarnaast is het een aandachttrekker voor mensen die het blad doorbladeren

(rechts) Verschillende footers en paginanummeringen. De footers dienen voornamelijk om kopieën van de artikelen te voorzien van een referentie. De paginanummering heeft altijd consistent een voorspelbare vaste plaating binnen de vormgeving. Dit om de navigatie zo eenvoudig mogelijk te houden.



7.6 Productanalyse

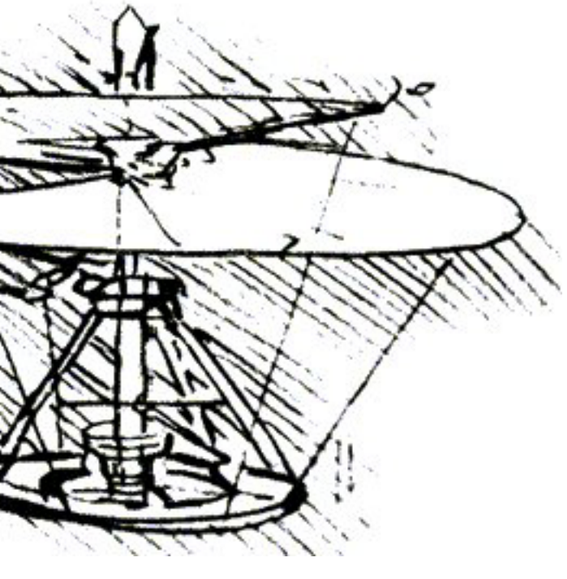
Hoe pakken andere magazines bepaalde elementen aan en wat is het effect daarvan? Hierbij moet gedacht worden aan headers en footers, quotes, onderschriften, uitlijning, koppen etc.

Een korte beeldanalyse ven verschillende wetenschappelijk georiënteerde tijdschriften:

(links) In veel tijdschriften is een beginkapitaal als stijlelement te vinden. Het ene blad gebruikt nog grotere dan de andere, soms zelfs tot 10 regels aan grootte.

(rechts) Verschillende manieren waarop tijdschriften hun rubrieken mee aangeven. Dit gebeurt veelal consistent op dezelfde plaatsing om de navigatie te verduidelijken.

8. conceptfase



Toegankelijk, fris, ambitie, uitdagend, vernieuwend, onderscheidend.

8.1 Visie

Aangezien de inhoud van het blad wetenschappelijk getint is, bestaat de kans dat slechts een handjevol studenten zich aangesproken zal voelen tot het blad. Een aansprekende vormgeving vergroot de kans dat een grotere groep lezers aangetrokken zal worden. Veel wetenschappelijke tijdschriften zijn niet aansprekend voor een brede doelgroep. De uitdaging wordt om een goede balans te vinden tussen de wetenschappelijke inhoud en een populaire vormgeving.

Om mijn visie het snelst in kaart te brengen, heb ik de volgende steekwoorden opgeschreven: toegankelijk, fris, ambitieus, uitdagend, vernieuwend en onderscheidend.

Wat ik in de eerste plaats wil bereiken met de vormgeving is toegankelijkheid. Als mensen het blad ergens zien liggen, al dan niet in uitdeelbakken, moeten ze door de cover besluiten het blad te pakken en in te zien, te lezen en/of mee te nemen.

De toegankelijkheid wil ik voornamelijk bereiken met een *Dutch design* uitstraling, dus met een rustig ogende tekstopmaak en dito afbeeldingen. Het gebruik van witruimte is hierin een vaak een bepalende factor. De beoogde toegankelijkheid biedt tevens veel ruimte voor creativiteit en speelruimte in de regels van het grafisch vormgeven.

Het steekwoord ‘fris’ komt voort uit het feit dat wetenschappelijke tijdschriften vaak een nogal stoffig en oubollig overkomen en imago hebben. Aangezien de TSR zich hoofdzakelijk richt op studenten, moet de vormgeving van de wetenschappelijke inhoud ook passen bij deze doelgroep. Een frisse vormgeving moet het imago van wetenschappelijke tijdschriften uit het stof halen. Het steekwoord ‘vernieuwend’ sluit hier bij aan.

Ambitie. De TSR moet de ambitie van studenten kunnen overbrengen. Niet enkel uit de inhoud, maar tevens vanuit de vormgeving. TSR is voor en door studenten. Wanneer bijvoorbeeld ouders of het bedrijfsleven het blad zien liggen, moeten ze de indruk krijgen dat studenten echt iets willen bereiken en vernieuwing en verbetering kunnen brengen.

Uitdagend. De TSR moet de student iedere keer weer kunnen verrassen met haar vormgeving. Dit kan door de lat iedere editie weer hoger te leggen. Als de lezer eenmaal gewend is geraakt aan de basisvormgeving, kan de grafische redactie steeds meer gaan spelen met de vaste elementen.

Onderscheidend. Wat ook uit het marktonderzoek naar voren is gekomen, is dat de TSR niet een échte concurrent heeft. Wel zijn er andere magazines die zich ook richten op studenten, waar wel degelijk rekening mee gehouden moet worden. Daarnaast moet de TSR niet overkomen als ‘nog zo’n standaardblaadje’, maar moet het zich kunnen plaatsen als een nieuw soort tijdschrift.

8.2 Ik, andere magazines en TSR

Magazines die ik inspirerend vind voor TSR:

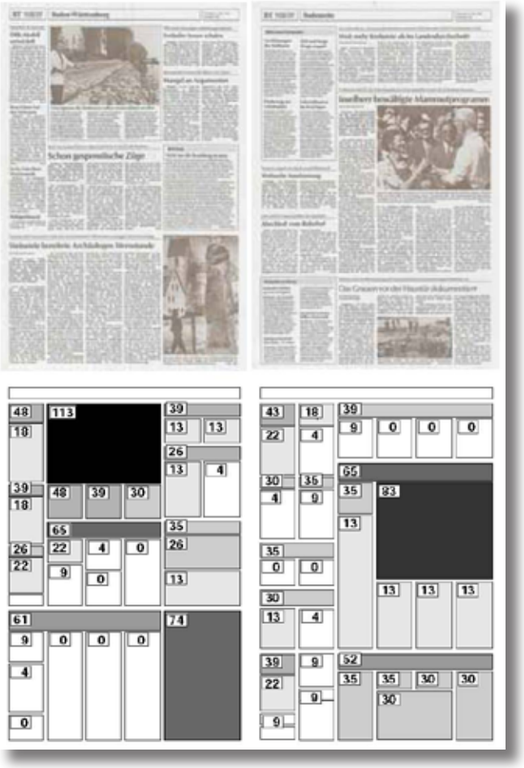
- Rails
Een magazine wat iedere editie weer uitdaagt om te lezen. Iedere editie is er iemand anders die de vormgeving verzorgt, waardoor de vormgeving elke keer weer verrast. Ik kan het lef van de ontwerpers erg waarderen. Rails bevat slechts een paar huisstijlelementen, maar het blijft wel steeds herkenbaar.

- Items
Items probeert zoveel mogelijk uit de techniek te halen. Iets wat altijd weer terug te zien is in de druktechnieken van de omslag. Ieder artikel heeft ook een eigen stijl. Vaak ook doordat ieder artikel een andere ontwerper heeft. Het blad heeft niet zozeer een huisstijl door vaste elementen in het blad, maar meer door het blad als geheel. Gedurfd, noem ik het. Qua leesbaarheid is het echter verschrikkelijk.

- Elle
Elle is een modemagazine met veel wit. Het Zwitserse design geeft veel mogelijkheden voor de vormgeving, dat ook telkens weer volop wordt benut. Het laatste jaar hebben ze een restyling gedaan waardoor het (helaas) allemaal wat genuanceerder is geworden.

- BNO - vormberichten
Dutch Design. Oogt fris en elementair. Verrassend hoe de artikelen toch altijd weer uitdagend kunnen overkomen terwijl ze, qua lay-out, steeds erg op elkaar lijken. Het blad houdt zich keurig aan de regels van de grafische vormgeving, zonder saai over te komen.

- Quote
Een nette glossy. Het blad ligt goed in de handen en bevat veel aansprekende illustraties en quotes om de lezer in het verhaal te trekken.



8.3 Theorie

8.3.1 Leesgedrag

Onderzoek van Norbert Küpper naar het leesgedrag van mensen.

Regels:

Principiële opmerkingen
- Lezen betekent werken. Door de vormgeving van de krant moet dit werk voor de lezer vergemakkelijkt worden.
- De pagina mag niet worden volgepropt, omdat hij dan onoverzichtelijk wordt.
- De lezer moet elke dag een duidelijk gestructureerd en overzichtelijk product ontvangen.
- De lezer oriënteert zich om te beginnen via foto's en titels. Daarom is het van bijzonder groot belang om hier een duidelijke plaatsing en indeling aan te brengen.
- Elke pagina zou een duidelijk zwaartepunt moeten hebben. Dat kan een foto zijn of een titel.
- Door het duidelijk aangeven van een zwaartepunt wordt de instap in de pagina voor de lezer makkelijker.

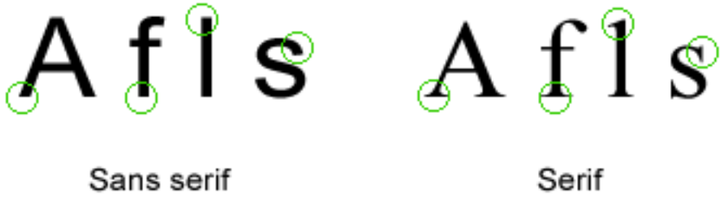
Foto's
- Een pagina zonder foto's moet afgewezen worden, omdat de lezer daarin geen instappunt wordt aangeboden.
- Foto's mogen nooit als opvulling worden gebruikt, omdat de lezer zich juist aan de hand van foto's oriënteert en deze meestal het eerst bekijkt.
- Decoratieve foto's, die niet bij een artikel behoren, moeten in een kader worden geplaatst, zodat de lezer ze niet aan een artikel koppelt.
- Foto's die bij een artikel behoren moeten samen met de tekst een blok vormen: opmaak in het blok.
- Foto's moeten niet in een hoek bij elkaar staan. Het is beter om ze over de pagina te verdelen.
- Foto's mogen wel over de vouw komen, voorzover er geen bezwaren bij het afdrukken zijn.

Korte artikelen
- Korte artikelen of mededelingen worden door de lezers zeer intensief doorgenomen. Ze moeten in kolommen of kaders worden samengevat.
- Korte artikelen mogen nooit aan een lange bijdrage worden geplakt, omdat daardoor een verkeerde combinatie van de inhoud kan ontstaan.

Titels
- De titel moet helder en duidelijk worden geformuleerd. De lezer moet weten, welk thema in de bijdrage wordt behandeld.
- Liever een relatief lange titel dan een korte, die niets zegt.
- De titel moet niet te zeer worden uitgebreid. Het is niet zinvol, bovenste regels en onderregels te gebruiken.

Basistekst
- De inleiding mag niet te lang zijn. Het thema moet daarin worden aangeduid, zonder dat er sprake is van een samenvatting.
- Hoe langer een bijdrage is, hoe onwaarschijnlijker het wordt dat deze tot het einde worden gelezen.
- Het is voor de lezer een normale zaak om middenin een tekst met lezen te stoppen.
- De belangrijkste thema's in een artikel moeten aan het begin staan. De waarschijnlijkheid dat het artikel wordt gelezen neemt af met de lengte ervan.

Lange artikelen
- Lange artikelen dienen te worden onderverdeeld met tussentitels.



- Lange artikelen moeten worden ingeleid door een grote foto die de aandacht van de lezer trekt.
- Lange artikelen worden gelezen, indien een aantal factoren aanwezig zijn:
    - een foto als blikvanger,
    - goed geschreven titels,
    - basistekst door middel van tussentitels onderverdelen,
    - interessant onderwerp.
- Lange artikelen worden niet gelezen, indien de volgende factoren aanwezig zijn:
    - geen foto,
    - onduidelijk geformuleerde titel,
    - basistekst zonder tussentitels,
    - oninteressant onderwerp.
- Lange artikelen kunnen in verschillende korte worden opgesplitst, die ieder voor zich een titel krijgen.

Plaatsing
- De plaatsing van een artikel op een pagina is niet van beslissende betekenis. De lezer vindt uit zich zelf de thema's die hem interesseren.
- Lezers die de krant van voren naar achterlezen, kijken meestal eerst naar de linker pagina.
- Lezers, die de krant van achteren naar voren lezen, kijken meestal eerst naar de rechter pagina.
- Artikelen zonder foto aan de kop van de pagina worden soms ondanks de goede plaatsing niet gelezen.
- Artikelen met foto onderaan de pagina kunnen een hoge leesfrequentie bereiken.

(Norbert Küpper, 1990)

8.3.2 Lettertypes

Schreef versus schreefloos:

Over dit onderwerp zijn er uiteenlopende resultaten te vinden van diverse onderzoeken. Onderzoekers zijn het niet altijd met elkaar eens betreft de uitkomst.

Serifs are used to guide the horizontal "flow" of the eyes; The lack of serifs is said to contribute to a vertical stress in sans serifs, which is supposed to compete with the horizontal flow of reading (De Lange et al., 1993).

What ever their origin, serifs have been around for so long that perceived legibility is very likely to have been affected by familiarity - readers tend to rate as more legible the typefaces they are most used to (Tinker, 1963 ; Zachrisson, 1965).

The simple Gestalt created by spaces between words would be enough to bind letters into 'wholes'. Furthermore, other features such as character ascenders and descenders should have a much greater effect on word recognition than serifs (Poulton, 1965).

It is often claimed that reading large amounts of body text set in sans serif causes fatigue, but there is no evidence to support this, as measuring fatigue has not been a concern in the vast majority of legibility research comparing serif and sans serif typefaces.

Furthermore, "no satisfactory objective method of measurement has been devised. Subjective assessments of fatigue are subject to modification by a great many factors which may be totally unrelated to the experimental situation" (Reynolds, 1979, p313).

Bij lange teksten is er een beduidend grotere voorkeur te merken voor schreefletters dan voor schreeflozen. Voorbeelden zijn dikke studieboeken en romans. Volgens een eerder genoemd onderzoek is dit min of meer te verklaren doordat schreven een constante lijn bieden en een houvast voor het oog waardoor het lezen minder vermoeiend is voor het oog. Een ander onderzoek verklaart het aan gewenning.

Helaas ontkrachten de verschillende onderzoeken elkaar, waardoor het moeilijk is om een harde voorkeur aan te wijzen. Schreefletters verdienen echter toch mijn voorkeur in de TSR, aangezien ik nauwelijks onderzoek kan vinden waarom schreefloze letters beter zouden zijn om te lezen. Tevens werd er vanuit de (wetenschappelijke) redactie een beduidende voorkeur gegeven aan schreefletters, vanwege de genoemde voordelen.

Enkel op het web verdienen schreeflozen beduidend de voorkeur, zeker bij kleine corpsen verloren, omdat de fijne gedeelten van de letters door de beeldschermpixels niet scherp genoeg worden weergegeven.

Ten slotte moet gedacht worden aan de vuistregel: maximaal 60 tekens per regel om het lezen zo ontspannen mogelijk te houden.

Om stijlredenen is dit verslag in een schreefloos lettertype uitgevoerd. Optimale leesbaarheid is bij het ontwerp van dit verslag geen harde eis geweest. Daarnaast sluit het op deze manier beter aan bij de ontwikkeling van mijn eigen huisstijl, waaronder mijn portfolio-website.

8.3.3 Consistentie

Consistentie is het creëren van een eenheid in en tussen de verschillende grafische elementen. De lezer herkent en onthoudt hierdoor sneller wat de functie-elementen zijn, zoals koppen, titels, onderschriften, quotes, paginanummering, etc. Dit vergemakkelijkt het scannen van de lezer en daardoor de navigatie. Het versterkt tevens wat de relatie is tussen de grafische elementen, waardoor (een indruk van) ‘rommel’ en ‘ruis’ wordt verminderd.

Consistentie behoort ook doorgevoerd te worden in lettertypes, uitlijning, groottes en stijl. De mate waarin dit gebeurt hangt af van wat de ontwerper er mee wil bereiken. Bijvoorbeeld in het tijdschrift *Items* is deze vorm van consistentie ver te zoeken.

8.3.4 Visuele hiërarchie

Belangrijk is om de nadruk te leggen op de belangrijkste elementen binnen een pagina. Een benadrukt element moet een duidelijke betekenis hebben. Hulpmiddelen hiervoor zijn grootte, kleur, font (-grootte/-stijl). Aangezien niet alles op een pagina even belangrijk is, moeten bepaalde elementen ‘winnen’. Het is dus zaak om goed na te denken over de volgorde van belangrijkheid. Zie ook paragraaf 8.3.1.

8.3.5 Simplicity

Een elegant ontwerp gebruikt enkel de benodigde elementen. Uit de vormgeving moet meteen duidelijk zijn wat de functies van de elementen zijn (illustratie, titel, navigatie, etc.). Simplicity maakt latere toevoegingen en aanpassingen makkelijker.

8.3.6 Volgen of afwijken?

Het is belangrijk om de ontwerpregels te kennen om tot een goed ontwerp te kunnen komen. Er kan echter ook gekozen worden om bewust deze regels niet toe te passen, en zo tot een verrassend ontwerp te komen. Hierbij geldt nog steeds dat de ontwerpregels bekend moeten zijn bij de ontwerper.

Het vormgevingsproces van de verschillende tijdschriftonderdelen (...) verliep parallel, waardoor er uit de verschillende onderdelen onderling vormgevingsideeën konden worden uitgewisseld.

(onder en linksonder) Ontwerpen van Bureau Communicatie Universiteit Twente voor een nuleditie van Twente Student Review. Door de gehele TSR-organisatie is dit ontwerp met weinig enthousiasme ontvangen ontvangen: het ziet er 'typisch UT' uit, is niet uitdagend genoeg, ziet er te braaf uit en past niet bij de doelgroep.

8.4 Werkwijze

In de conceptvormingsfase heeft eenieder zijn/haar eigen visie kunnen uiten: divergerend ontwerpen. Door middel van gezamenlijke 'trial-and-error sessies', zijn de concepten besproken en geanalyseerd: convergerend ontwerpen. Dit alles heeft geleid tot een afwisselend divergerend en convergerend ontwerpproces.

Het gevaar bij een groepsontwerp blijft echter het ontstaan van compromisontwerpen. In dit geval in vergrote mate, aangezien voor vrijwel eenieder van de grafische redactie, dit een geheel nieuw soort ontwerpproject is. Iedereen wil daarom al gauw een deel van zijn/haar eigen ideeën in het totaalontwerp terugzien.

8.5 Vormgeving

Het vormgevingsproces doorloopt een lange route. Allereerst moet er een consensus worden bereikt over de vormgeving van de verschillende functie-elementen. Hieruit vloeit geleidelijk de huisstijl. Dit is een proces wat de gehele eerste editie zal duren en uiteindelijk doorvloeit in het vormgevingsproces van de tweede editie, na de eerste editie geëvalueerd te hebben.

In de volgende paragrafen zal beschreven worden hoe mijn visie zich vertaalt tot een vormgeving. Door de geleidelijke totstandkoming van een huisstijl, zullen er elementen van mijn vormgeving verdwijnen en zullen er elementen van anderen bij komen. Daarbij heb ik telkens mijn eigen visie erop los kunnen laten om zo tot een ontwerp te komen waar ik zelf achter sta.

Het vormgevingsproces van de verschillende tijdschriftonderdelen (inhoudsopgave, artikelen, logo, etc.) verliep parallel, waardoor er uit de verschillende onderdelen onderling vormgevingsideeën konden worden uitgewisseld.

(gehele pagina) De eerste ontwerpen van een dummy-artikel. Het geheel oogt erg braaf en weerspiegelt nog niet mijn visie. Bepaalde elementen die interessant werden bevonden: de quotes springen goed in het oog en bevinden zich op een goede positie om de lezer het verhaal in te trekken. Ook de overdreven beginkapitaal werd als (positief) herkenbaar stijlelement gezien. De verschillende elementen zijn één geheel geworden, waardoor er geen losstaande objecten of *ruis* ontstaat.

(gehele pagina) Een tweede reeks ontwerpen waarbij een aantal elementen op een andere manier zijn uitgevoerd. De paginanummering is op een overdreven manier opgemaakt, en de quotes zijn achter de tekst verwerkt. Deze ontwerpen vertonen iets meer lef, maar komen niet toegankelijk over. De overdreven paginanummering werd als een positief stijlelement ontvangen.

8.5.1 Conceptvorming (dummy)artikel

Met een dummy-artikel heeft de grafische redactie een begin kunnen maken met de ontwikkeling van een lay-out. Een dummy-artikel is een tekst, vergelijkbaar met een voor TSR representatieve publicatie.

(gehele pagina)
Het eerste concept-dummyartikel van Rick.

(onder) De vorige concepten (p.48) werden niet door iedereen even enthousiast ontvangen. De quotes werden als onrustig ervaren en afleidend. De plaatjes met paginanummering werden juist wel goed ontvangen. Over de symmetrie waren de meningen ook verdeeld, met name omdat het erg horizontaal georienteerd is, terwijl de conceptartikelen juist veel verticale lijnen bevatten.
Hiertoe zijn een aantal aanpassingen verricht in het concept. Zo is het dynamischer gemaakt om de symmetrie te doorbreken. De quotes heb ik laten staan, omdat ik van mening ben dat deze een waardevolle bijdrage leven aan de functie van de inhoudsopgave.

(rechts) Mijn eerste concept voor de inhoudsopgave. Aangezien de cover geen tekst bevat over de inhoud (zie 8.5.5), is dit in de inhoudsopgave verwerkt in de vorm van quotes. De plaatjes zijn, net als bij de cover, uitvergrote detailfoto's van het onderwerp van het bijbehorende artikel. Onder deze plaatjes staat een korte beschrijving van het artikel.

(rechts) Volgens hetzelfde concept als het ontwerp er boven, maar met meer hiërarchiemogelijkheden in de verschillende artikelvormen.

8.5.2 Conceptvorming inhoudsopgave

De vormgeving van de inhoudsopgave is tegelijkertijd gestart als de vormgeving van de dummy-artikelen. Bij het vormgeven van de inhoudsopgave is het grootste deel van mijn stijlidee ontstaan.

Enkele hoofdkenmerken naar aanleiding van het vormgeven van de inhoudsopgave:

- Afbeeldingen: de afbeeldingen voorafgaand aan een artikel (in de inhoudsopgave en cover) enigszins abstract houden om de lezer te prikkelen met een klein stukje van het onderwerp, dus door niet meteen alles weg te geven. Dit gecombineerd met een klein onderschrift en/of een aansprekende quote uit het bijbehorende artikel.

- Quotes: door gebruik te maken van aansprekende en/of nieuwsgierigheid opwekkende quotes, kan een lezer worden overgehaald om een artikel te gaan lezen of bekijken.

- Kleurgebruik: door gebruik te maken van frisse kleuren, krijgt het blad meteen een frisse indruk. Dit helpt de potentiële lezer meteen een indruk te krijgen dat het niet om een oubollig, stoffig wetenschappelijk tijdschrift gaat.

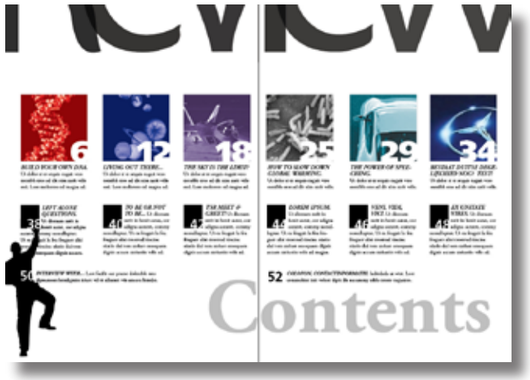
- Typografie: door te spelen met de typografie kan een pagina aanzienlijke meer gaan 'leven'. Letters vormen hierbij dus niet enkel tekst, maar tevens beeld.

- Hiërarchie: net als bij typografie, kan er door met de hiërarchie te spelen meer 'leven' verkregen worden in de vormgeving en kan er tevens een groter verrassingseffect gecreëerd worden. Denk aan grote paginanummering, grote beginkapitalen, etc.

(rechts) Een verder gevorderd concept. Voor de huisstijl is besloten om iedere faculteit een eigen kleur toe te kennen. Deze kleur zal te vinden zijn in een balk aan de rand van iedere bladspiegel. Gelinkt aan dezelfde kleuren in de inhoudsopgave, moet dit de navigatie vergemakkelijken. Op de manier zoals het rechts is gebeurd, geeft het een niet-verfijnde indruk.

(onder) De uiteindelijke inhoudsopgave zoals gebruikt in editie 1. Dit eindontwerp is gemaakt door Rick. Na de evaluatie is gebleken dat dit eindontwerp niet uit de verf is gekomen zoals gehoopt.

(rechts) De toepassing van de kleuren is nu gedaan met behulp van een verkleuring van de afbeeldingen naar de gewenste faculteitskleur. Dit geeft een nettere indruk dan bij het bovenstaande concept. De quotes zijn vervangen door een deel van het TSR logo. Zonder zowel quotes als het TSR logo was de spread niet evenwichtig verdeeld.

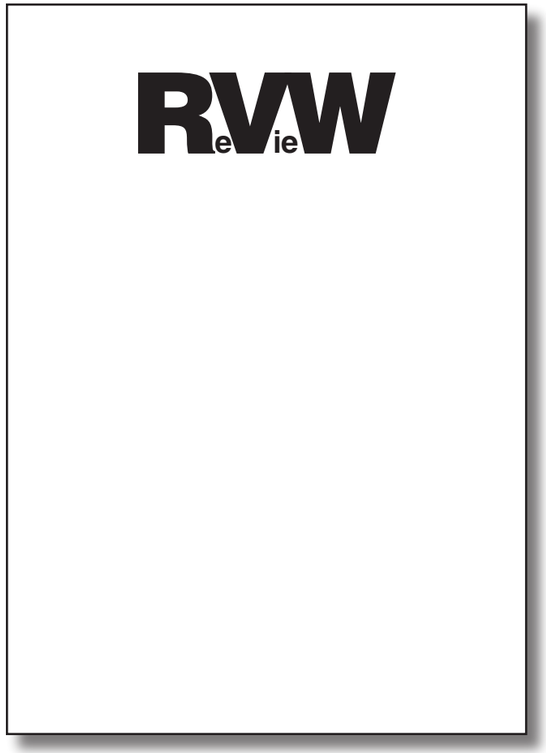


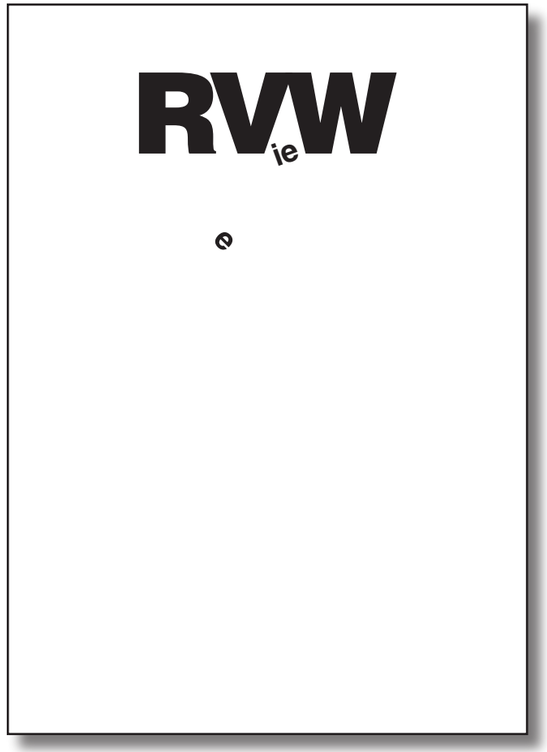
8.5.3 Conceptvorming logo's

Voor het logo wil ik van de naam een beeldmerk maken. Dit betekent dat het lettertype en de typografie het beeld zullen bepalen.

Op de linkerpaginapagina heb ik dit geprobeerd met schreefletters. De eerste indruk die ik hierbij krijg is dat ze vrij traditioneel ogen. Het heeft iets van een krantenlogo. Enkel bij het logo linksonder herken ik dit niet terug.

Aan de rechterzijde is gebruik gemaakt van schreefloze letters. Deze logo's geven naar mijn mening een modernere en frissere indruk. Om deze reden verdienen deze logo's mijn voorkeur, aangezien TSR niet in het rijtje moet vallen van stoffige, oubollige wetenschappelijke tijdschriften.

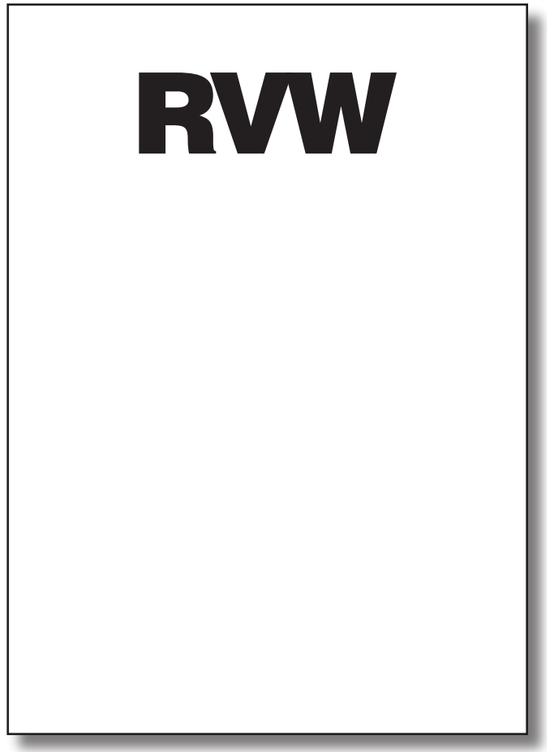




Op deze en de linkerpagina is één van de logo-ideeën uitgewerkt tot een coverconcept.

Het idee is om het beeld van *ReVieW* om te laten vormen tot *RVW*. Dit is een proces van drie edities.

Twente Student is weggelaten, zodat mensen het blad ‘de Review’ gaan noemen in plaats van ‘Twente Student Review’. Dit om het gemakkelijker en beter te laten klinken.



(links) Logovoorstel van Rick. De Griekse kleine letter rho staat voor de ‘r’ van Review. De andere achtergrond is dat dit Griekse symbool veel voor komt in de wetenschap.

(boven)
Logo- en covervoorstel van Reiny

BInnen de TSR is uiteindelijk gekozen voor het logo van Renske. Dit logo geeft de meeste dynamiek en speelsheid weer en heeft hierdoor het meeste in zich om een frisse uitstraling over te brengen naar de doelgroep.

(boven)
Logovoorstellen van Renske

(algemeen) Geheel:

- Hoog kijkgehalte (positief);
- Speels;
- Aansprekend;
- Geen uitstraling van een wetenschappelijk tijdschrift;
- Intensief kleurgebruik;
- Gaaf;
- Relaxte vormgeving
- Overzichtelijk;
- Kleuridee gaaf;
- Fris;
- Vet.

8.5.4 Tussentijdse evaluatie

Halverwege het proces van conceptvorming is een opzet gemaakt om aan de doelgroep en mensen binnen de TSR voor te leggen. Dit aantal betrof een groep van 20 tot 30 personen.

De voorgelegde pagina's en commentaren zijn in deze paragraaf te lezen/zien.

Aan de hand van deze verkregen informatie zijn de ideeën- en de conceptvorming bijgestuurd.

(links) Voorpagina:

- Overzichtelijk en aansprekend;
- Gaaf;
- Mooie voorpagina, maar de tekst onderin is verwarrend. Deze tekst verder uit elkaar zetten zal helpen, of door deze apart op achterkant te zetten ;
- Wellicht het logo van de universiteit Twente terug laten komen in het puntje van de *i*?;
- Cursieve letters niet mooi;
- Het oogt alsof er veel verschillende lettertypes zijn gebruikt;
- Hou rekening met de kleuren van het logo bij een andere kleur achtergrond;
- Logo heeft iets frivools, mooi. Hou echter rekening met de inhoud en de doelgroep;
- Niet duidelijk waar de schildpad op slaat. Wellicht duidelijke met een paginanummer of titel erbij;
- Positief over kleurgebruik;
- Een enkeling vond het te kil, dus had graag meer kleur gezien;
- Meningen over het vele wit zijn verdeeld;
- Kopjes moeten opvallender, eventueel met paginanummers erbij;
- Issuenummer staat niet vermeld;

(links) Inhoudsopgave:

- Te speels;
- Getallen dwars door elkaar heen is vervelend. In een opslag moet je jou ding kunnen vinden;
- Plaatjes te speels en passen niet bij de doelgroep;
- Pastelkleuren niet mooi;
- Te leeg;
- Oplossing tegen chaotische inhoudsopgave: alle zwarte blokjes op 1 pagina en de rest op de andere pagina;
- Verschillende manier van aangeven bladzijde is leuk, maar waarom is niet duidelijk (zwart betekent een artikel, en licht betekent iets anders?);
- Terug laten komen van het review-logo is leuk, maar wees consistent (logo wijkt af van het logo op de cover: de *w* valt in de inhoudsopgave niet over de e en op de voorpagina wel, het puntje op de *i* staat in het logo op de cover veel hoger);
- Rommelig in verhouding met de rest;
- Werd het minst enthousiast ontvangen;
- Onduidelijk;
- Onsamenhangend: losse onderdelen die onsamenhangend geplaatst zijn;
- Paginanummering is onlogisch;
- Hiërarchie mist: geen verschil tussen grote en kleine, belangrijke en minder-belangrijke artikelen;
- Zorg voor een complete inhoudsopgave;
- Stijl wijkt af van de rest van het blad;
- Niet duidelijk dat het de inhoudsopgave is;

(links) Pagina 27/28:

- Lettertype van de tekst oogt kleiner dan de andere pagina's;
- De lay-out op het zwarte vlak is niet spannend;
- De overview is moeilijk leesbaar door gebruikte lettertype;
- Het plaatje links-onderin doortrekken over het gehele zwarte vlak;
- De titel staat een beetje los van de rest;
- Zwarte vlak opzich is mooi;
- Schreefloos lettertype gebruiken voor de titels;
- Auteur prominenter vermelden;
- Tekst op het zwarte vlak is moeilijk leesbaar;
- Titels evt in gekleurde balkjes zetten;

(links) Pagina 29/30:

- Weinig spanning in de lay-out;
- Anticlimax ten opzichte van de pagina ervoor, dwz. dat de spanning in de pagina's 27 en 28 sterk wordt opgebouwd, en in 29/30 ineens wegvalt;
- Veel tekst;
- Weinig marges aan de zijkanten;
- Meer plaatjes of plaatjes anders positioneren om de tekstblokken te breken;
- Lettertype oogt rustig;
- Regelhoogtes zijn verschillend;
- Plaatjes zijn een beetje soft;
- Meer variëren met de plaatsing van plaatjes en quotes;
- Bijschriften voor plaatjes ontbreken;
- Plaatjes liefst zo dicht mogelijk bij het relevante stukje tekst plaatsen;
- Header en/of footer mist;
- Tussenkopjes mogen opvallender;
- Gelaagdheid aanbrengen in de tussenkopjes (bij hoofdstukken met paragrafen enz.)

(links) Pagina 31/32:

- Oranje vlak oogt mooi;
- Mooi dat de kleur van het plaatje bij het oranje vlak past;
- Marge aan de linkerkant erg klein;
- Aandact wordt getrokken naar de references ipv de tekst;
- Rechthoekjes in de inhoudsopgave ook gebruiken aan het eind van de tekst (ipv het vierkantje);
- De verschillende plaatsingen van de pagina-nummers is lastig bij het zoeken (plaatsing consequent houden;
- Oranje is overheersend;

(gehele pagina 61) Artikel:

- Mooi en overzichtelijk;
- Bladzijde aanduiding leuk;
- Auteursfoto leuk, geeft een connectie met het artikel mee;
- Het zwarte blokje aan het einde geeft een serieuze indruk en ziet er goed uit;
- Ziet er serieus en uitnodigend uit;
- Meer variatie gewenst wat betreft het plaatsen van de plaatjes, nooit 2 pagina's op elkaar laten lijken;
- Quotes positief;
- Afbeeldingen mogen absoluut niet ontbreken;
- Strak;
- Einde artikel (pagina 31/32) past niet bij begin (pagina 27/28) van het artikel;
- Kolombreedte is niet hetzelfde;
- Probeer uit te vullen, kijken wat het oplevert;
- Lettertype niet altijd even aansprekend;
- Consistentie in de figuurnummering mist;
- Referenties misschien los van het artikel ergens achterin het tijdschrift zetten, verwijzen is voldoende;
- Begin met een kleur en eindigen met een kleur is goed;
- Een beetje saai;
- Quotes niet helemaal duidelijk ('inleidende stukjes of wat is het?').

8.5.5 Vormgeving artikelen

Interview

Mijn idee voor het interview is om een abstracte opening te creëren met aan het eind het gezicht achter het verhaal. De opening zal een silhouet bevatten van de geïnterviewde in een pose die voor hem/haar kenmerkend is. Vaak is het verrassend hoe herkenbaar silhouetten kunnen zijn.

Op deze en de linkerpagina zijn diverse ontwerpen te zien om te experimenteren met typografie en de verschillende stijlelementen. Wat ik persoonlijk erg sterk vind overkomen, zijn de zwart-wit ontwerpen met een steunkleur. In dit geval oranje als steunkleur.

De grote paginanummering komt nog uit de periode dat iedereen erg enthousiast was over dit idee, waarna ik dit heb doorgevoerd in mijn ontwerpen.

In een later stadium is dit idee, om practische redenen, verworpen.

In een brainstormsessie, naar aanleiding van de evaluatie in 8.5.4, is oa. het idee ontstaan van een klein balkje aan zowel de linkerzijde als de rechterzijde van elke bladspiegel (reeds genoemd in paragraaf 8.5.2, pagina 48). Hierin zal een verwijzing komen naar de faculteit waar het artikel van afkomstig is. De balkjes zullen per faculteit een vaste kleur aangewezen krijgen, zodat herkenning en navigatie van de artikelen op een termijn van twee edities vereenvoudigd wordt. Faculteiten: MB=rood, CTW=oranje, EWI=blauw, TNW=groen, GW=paars. Overige: TSR=zwart, Interview=roze.

Het andere ontstane idee is om de kolomverdeling van een bladspiegel vast te leggen in drie tekstkolommen en één kolom voor aanvullende informatie.

(gehele pagina) Enkele foto's van Henk Procee tijdens Studium Generale. De foto's zijn door mijzelf genomen met een Canon EOS 350D in RAW modus. Dit houdt in dat de digitale fotobestanden volledig zijn te bewerken zonder aanpassingen door de camera.

(rechts) Dit concept sluit niet aan bij het idee van silhouet->foto, een idee waar iedereen erg enthousiast over was. In dit geval komt het silhouet overbodig en storend over. Eventueel zou de foto in zwart-wit uitgevoerd kunnen worden, met daarin bepaalde elementen in de roze steunkleur, bijvoorbeeld het boekje of de persoon

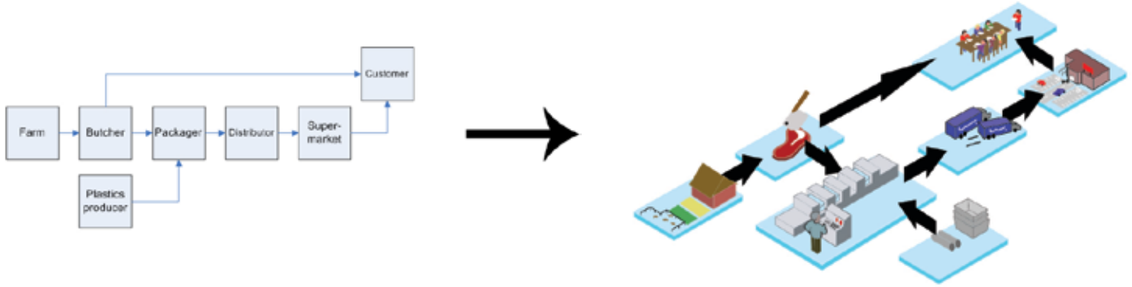
(rechts en rechtsonder) De ontwerpen zoals ik ze in de eerste TSR editie had willen zien. Als steunkleur is gekozen voor roze. Steekwoorden zijn toegevoegd om de kernpunten en kenmerken van de geïnterviewde, prof. dr. Henk Procee, weer te geven. Deze woorden zijn met een lichte inktbezetting, door middel van transparantie, verwerkt om niet teveel om aandacht te 'schreeuwen'. Uiteindelijk bleek dit na het drukken niet transparant genoeg, waardoor het gehele beeld te 'hard' en onrustig overkomt. In de kleurenbalk op de rechterpagina is niet meer de rubrieknaam *Interview with...* verwerkt aangezien dit reeds langs de middenbalk is verwerkt. Op de afsluitingspagina is tevens de kleurenbalk weggehaald, aangezien de rubrieknaam op deze pagina de rubriekkleur reeds draagt.

Short essay

De rubriek *short essay* bevat een artikel dat korter en laagdrempeliger is dan de rest van de artikelen.

Doordat het een andere rubriek is, mag de vormgeving zich onderscheiden van de lange artikelen. Om consistentieredenen moet het echter wel de vaste elementen bevatten van de lange artikelen.

Zoals in het verloop van deze conceptvorming te zien is, wordt de grote paginanummering vervangen door een kleine paginanummering geplaatst in de kleine kleurenbalkjes aan de linker en rechterzijde van elke bladspiegel. Het idee van de grote paginanummering werd wel erg gaaf gevonden, maar is om praktische redenen, op last van de redactie, gereduceerd naar enkel de openingsspread. De redactie vond het té aanwezig en niet praktisch voor een snelle navigatie.

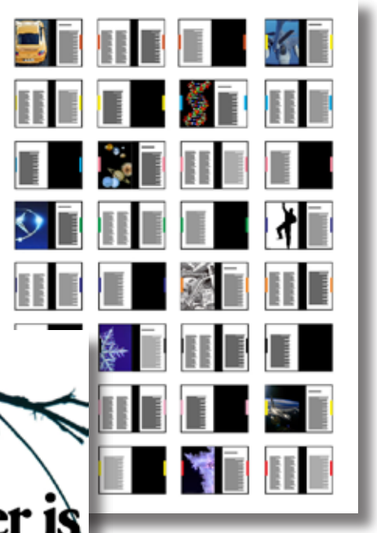


Zoals vermeld in paragraaf 7.1 is het tevens de taak van de grafische redactie om afbeeldingen te verbeteren en tabellen op te leuken en/of aan te laten sluiten op de stijl van het artikel. Boven is een voorbeeld te zien van een opgeleukt blokschema door mij; links het aangeleverde blokschema, rechts de opgeleukte versie.

(rechts) Het Ebay logo is in een vectorformaat ingevoegd (*.ai of *.eps) om zo een pixelachtige afbeelding te voorkomen. De titel is hier anders opgemaakt dan het concept op pagina 68. Dit is het gevolg geweest van het probleem dat de titel op vorige opmaak werd gezien als *First steps in talking* en *Business Information Technology.* Daarnaast kleine aanpassingen zoals het weghalen van het puntje op de *i* van *talking,* en een andere opmaak van de ondertitel.

(rechts) De afbeelding met de betaalpasjes was eigenlijk te klein, en zou bij een uitvergroting een pixelachtig plaatje worden. Door de functie *onscherp masker* in Photoshop en door te spelen met de transparantie in InDesign, is dit minder opvallend gemaakt.

(links) Hier is een klein moodboard te zien. Dit geeft een sfeerindruk van de winterse natuur zoals ik het bij TSR zou vinden passen.



8.5.6 Vormgeving Cover

Doordat het blad vier maal per jaar wordt uitgebracht, is vrij snel het idee ontstaan om dit te verbinden aan de vier seizoenen. De cover van de eerste editie zal dus een winterse sfeer moeten uitstralen. Dit kan op verschillende manieren worden bereikt: door oa. de kleurstelling, lettertypes, reliëf, afbeeldingen etc. Gekozen is om dit te bereiken met afbeeldingen en kleurstelling. Specifieke winterse lettertypes passen niet echt bij de inhoud van het blad, en zullen er al gauw knullig uitzien. Een reliëf is wellicht iets voor op de lange termijn, gezien de hogere kosten.

De ontwerpen:
Mijn idee was om een abstracte cover neer te zetten in een bepaald thema. Dit abstracte wil ik bereiken door het gebruik van macrofoto's of door een sterk uitvergrote detailfoto. Dit om de cover voor de lezer spannender te maken. Naast het logo, een afbeelding en editienummer staat er niets op de cover.

De kleurstelling is overwegend blauw en wit. Blauw staat oa. voor het kille/koelte en is ook veelvuldig in het moodboard te vinden.

Op last van de redactie is het letterlijke winteridee uieindelijk overboord gegooid, en moest er een inhoudsgecorreleerde cover komen. Het winterthema is nog wel doorgevoerd in de kleurstelling.

(deze pagina) Ontwerpen voor de achterzijde van de cover.

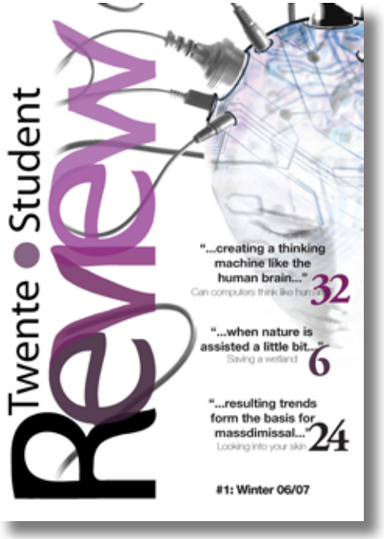
(rechts en uiterst rechts) Coverontwerpen met het winterthema.

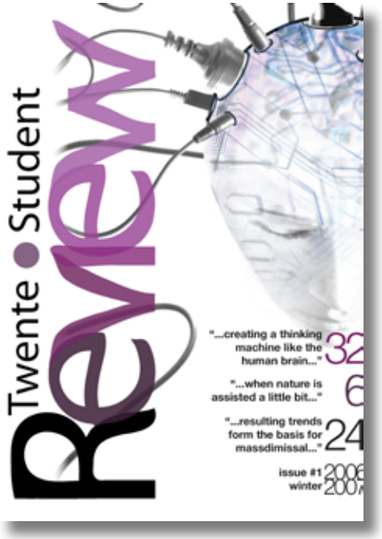
(onder) Het lettertype van de paginanummering is veranderd naar een schreefloze en anders opgemaakt ten opzichte van de tekst. Het enige bezwaar op dit ontwerp is dat de afvloeiende paginanummering niet mooi gevonden werd.

De uiteindelijke cover bestaat uit een betekenisvolle voor- en achterkant, die aan elkaar gecorreleerd is. Daarnaast bevat de voorkant een aantal quotes uit de artikelen met bijbehorende paginanummering, en bevat het een editienummer. De achterkant van de omslag is het tegenovergestelde van de voorkant. Deze achterkant bevat het TSR logo in spiegelbeeld om de tegengesteldheid, ten opzichte van de voorkant, van de naastliggende afbeelding te benadrukken. De afbeelding is een walnoot, gelijkend aan de hersenen van een mens. In dit geval zo sec mogelijk gefotografeerd, waarbij het geheel staat voor de vrije gedachten en wil van een individu. De voorkant kan zowel slaan op kunstmatige intelligentie (een artikel in deze editie over AI) als op een mens waarvan de gedachten beïnvloed worden.

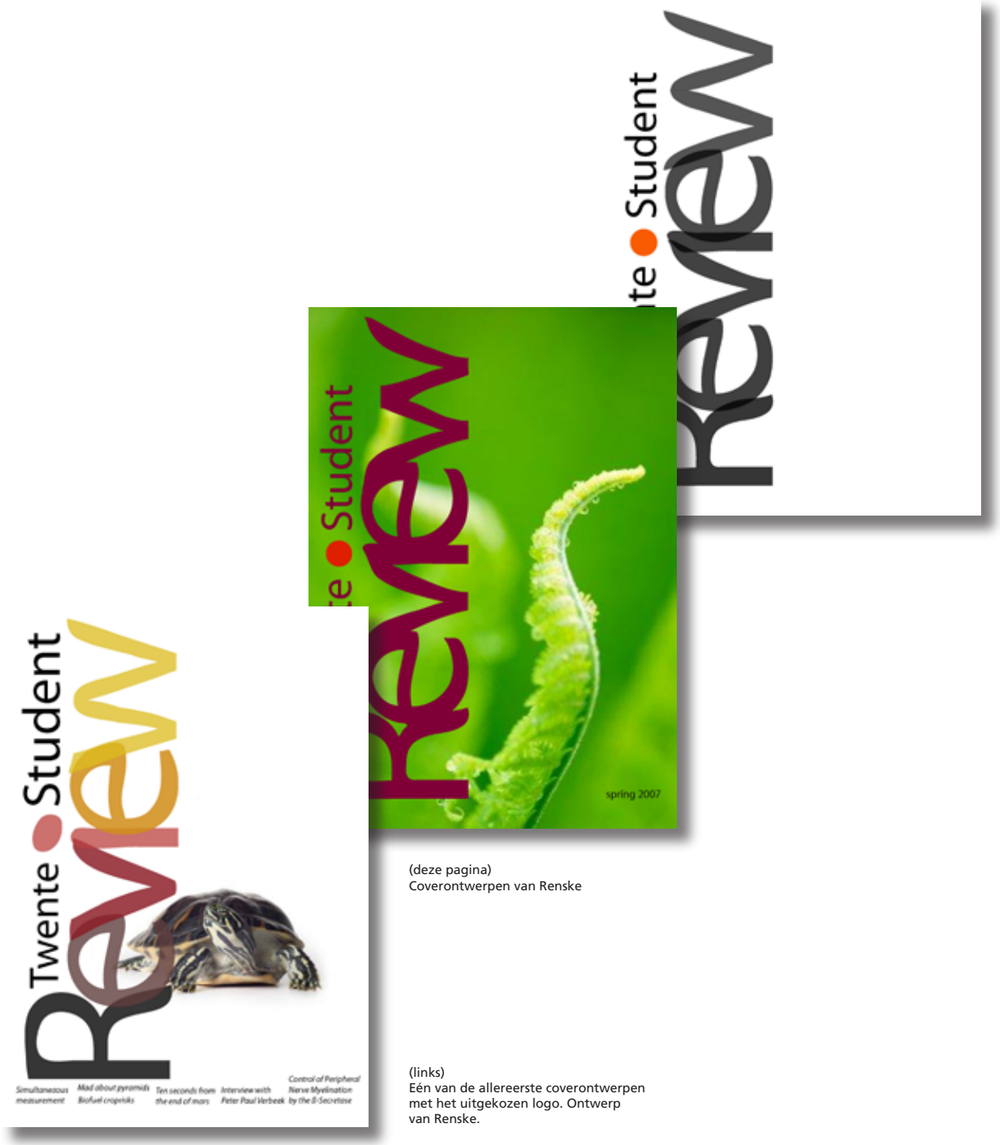
De rugtekst is geplaatst op de bovenste helft van de rug, met de onderlijn van de tekst naar links, conform het overgrote deel van de meeste andere tijdschriften. Tevens is deze rugtekst op gelijke hoogte gezet met het woord *Student* in het coverlogo, om het geheel nét iets netter te maken.

(rechts) De paarse en winterse kleurstelling is doorgevoerd in het logo en de coverafbeelding. Vanuit de redactie is er alsnog de eis gekomen dat er een korte inhoudsbeschrijving op de cover moest komen. De afbeelding werd erg goed bevonden, evenals de manier waarop de tekst op de cover is opgemaakt. Het enige puntje van bezwaar is het schreeflettertype van de paginanummering. Deze vond men niet bij de rest van de cover passen.





(deze pagina)
Coverontwerpen van Reiny



(deze pagina)
Coverontwerpen van Renske

(links)
Eén van de allereerste coverontwerpen met het uitgekozen logo. Ontwerp van Renske.

8.5.7 Vormgeving editorial

Zoals vermeld in paragraaf 8.5.5, correspondeert de rubriekkleur van TSR-pagina's met de kleur zwart. In lijn met het ontwerp van het Short Essay (p. 67-69), is de zwarte kleur op een aanwezige manier toegepast.

De editorial tekst is opgemaakt in het formaat van een brief. De gedachte hierachter is dat het daarmee een groter persoonlijk tintje meekrijgt: een menselijk gezicht achter TSR.

9. contact met drukker

Het is opgevallen dat bij het drukken niet alle kleuren exact konden worden verwerkt, waardoor er ongewenste afwijkingen zijn ontstaan.

Gedurende het vormgevingsproces van de eerste editie is er een regelmatig contact onderhouden met de drukker, via een tussenpersoon. Dit met name om complicaties in een vroeg stadium al aan te kunnen geven. In de tweede plaats om de mogelijkheden en vereisten te bespreken en in de laatste plaats voor de eindcontrole.

Vereisten:

- Aanlevering in .PDF, met export-instellingen van de drukkerij;
- Afbeeldingen en opmaak in CMYK, de drukkleuren;
- Afbeeldingen in 300dpi, de drukresolutie;
- Bleed (afloop) van minimaal 3mm aan alle zijden van een pagina.

Waar op te letten:

- Voldoende marges aan de randen;
- Tekst op een achtergrond;
- Zwart (C,M,Y,K : 0%,0%,0%,100%) en ‘superzwart’ (C,M,Y,K : 40%,40%,40%,100%);
- Inktbezetting nergens groter dan 300%
- De middenvouw;

9.1 Proefdruk

Voor de proefdruk zijn er een aantal opgemaakte artikelen en experimentele onderdelen aangeleverd bij de tussenpersoon van de drukker. Dit is in zeer beperkte mate gebeurd vanwege de hoge kosten die hieraan verbonden zijn. Aangeleverd zijn 2 artikelen en een testblad met kleuren en letters.

Bij de artikelen kon beoordeeld worden wat de verschillen zijn van scherm en gedrukt exemplaar. Het is opgevallen dat bij het drukken niet alle kleuren exact konden worden verwerkt, waardoor er ongewenste afwijkingen zijn ontstaan. Een kleine aanpassing van de kleurstelling in Adobe Photoshop heeft dit veelal kunnen oplossen. Tevens komen kleuren er bij het drukken gesatureerder uit te zien, waardoor een hardere indruk kan ontstaan dan oorspronkelijk bedoeld. Dit met name bij het gebruik van transparanties.

Bij het aangeleverde testblad zijn een aantal kleurvakken opgemaakt met daarin tekst. Dit is om te zien wat de gevolgen zijn van een tekst op een gekleurd vak. Van tevoren heeft de drukker namelijk aangegeven dat letters hierdoor kunnen wegvallen. Vanaf een puntsgrootte van 8 blijkt dit geen problemen op te leveren. Bij ‘superzwart’ is er echter een verhoogd risico op het dichtvloeien van letters, aangezien er een grote hoeveelheid van 4 soorten inkten wordt gebruikt en de drukapparatuur hierbij zo nauwkeurig mogelijk dient te worden afgesteld.

(links) Het aangeleverde testblad met kleuren en letters in gekleurde vlakken.

10. promotie

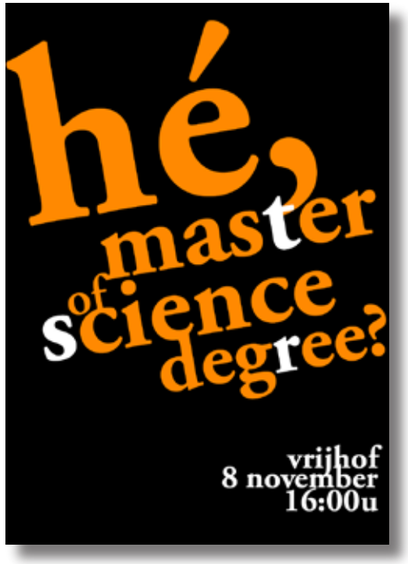
Voor de eerste editie zijn er twee promotiefases.

De eerste fase vindt plaats ruim vóór de presentatie van de eerste editie en heeft als doel dat mensen bekend worden met de doelstellingen die Twente Student Review wil bereiken en naar aanleiding daarvan willen publiceren.

Deze taak is besteed aan mij.

Mijn visie op dit gebied luidt: onderscheidend en duidelijk. Ik wil met conventionele promotiemiddelen zo duidelijk mogelijk een boodschap overbrengen.

(uiterst rechts en rechts) Enkele dingen die hierbij opvallen is dat veel posters enorm veel tekst bevatten. In feite zelfs zoveel tekst, dat vaak de boodschap wegvalt. Voornamelijk posters die op posterzuilen zijn geplakt hebben hier onder te lijden aangezien ze vaak snel voorbij gefietst worden.



Poster

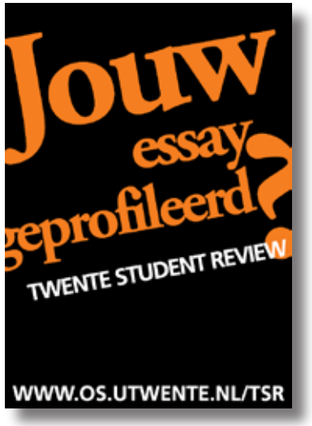
De poster zal ondersteund worden met een folder in dezelfde stijl. Deze folder zal gedetailleerde informatie bevatten, waardoor de poster gereduceerd kan worden tot enkel de essentie.

Voor de stijl is er gekozen om nog niets van de huisstijl van de eerste editie weg te geven. Dit om het verrassingseffect van de eerste editie te vergroten. Nadeel is echter dat mensen van deze TSR-stijl moeten overschakelen naar de uiteindelijke huisstijl. Deze poster valt dus in een tijdelijke huisstijl.

De eerste concepten:

(alle afbeeldingen)
Formaat: A2
Locaties: Posterzuilen UT-terrein en prikborden/
posterplaatsen binnen UT-gebouwen.

‘Hé, wanneer heb jij voor het laatst écht iets geleerd?’



Over de stijl was iedereen het unaniem eens dat we deze stijl willen gebruiken in de eerste promotiecampagne. Aangezien nergens anders in de omgeving van Enschede de combinatie van oranje met overwegend zwart te bekennen is, is het relatief eenvoudig om de herkenbaarheid hiervan in andere vormen te uiten, gerelateerd aan deze twee posters. Het idee is daarbij om tevens kleinere posters (formaat: A3/A4)te maken met enkel de tekst ‘hé,’ in dezelfde stijl.

De poster met de tekst ‘hé, wanneer heb jij voor het laatst écht iets geleerd?’ werd het best bevonden. Deze posters zijn bedoeld om zoveel mogelijk mensen bewust te maken van het feit dat de TSR er daadwerkelijk aankomt en ze daarbij uit te nodigen voor een interesseborrel. Zoals eerder vermeld zal de poster ondersteund worden met een gedetailleerde folder.

In de aanlooptijd van deze posters is er al enige media-aandacht geweest van TSR in de UT-nieuws en zijn studenten geënquêteerd over dit concept. Hierdoor is er al enige bekendheid met de TSR en kunnen mensen de subtiel benadrukte letters ‘TSR’ zien als verwijzing naar de Twente Student Review.

Het promotiedoel van deze campagne wordt niet veel later omgezet naar het aantrekken van mensen om te willen publiceren in de TSR. Daarnaast nog steeds om mensen er van bewust te maken dat de TSR er daadwerkelijk aankomt. Dit heeft geresulteerd in de volgende drie concepten:

‘Jouw onderzoek ter publicatie?’

De keuze van de groep is gevallen op de poster met de tekst ‘Jouw onderzoek ter publicatie?’. Deze poster geeft het doel het meest duidelijk weer. Het gebruikte lettertype is tevens het lettertype wat in de TSR wordt gebruikt ((Adobe) Garamond Pro).

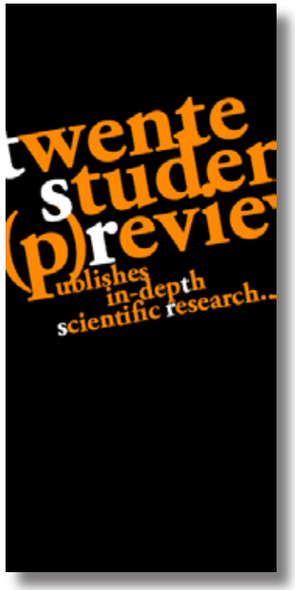
De poster knalt er uit tussen onringende posters. Met name op posterzuilen wordt er optimaal gebruik gemaakt van het feit dat de poster zeer weinig tekst bevat, en daardoor in één oogopslag duidelijk is.

Folder

De folder is een aanvulling op de poster. Deze bevat gedetailleerde (wervende) informatie over TSR, de doelen ervan, en de mogelijkheid tot publicatie. Om aan te sluiten op de poster zal de folder in dezelfde stijl opgemaakt worden.

Het eerste concept:

(rechts)
Enkele foto's van folderplaatsen op de Universiteit Twente.



(linksboven) Buitenkant folder

(linksonder) Binnenkant folder

(links) Voorkant folder, dubbelgevouwen

De folder bestaat uit een 3-dubbel gevouwen (200g.) A-4 papier. Om aansluiting te vinden bij de poster is dezelfde stijl en typografie gebruikt. Het voordeel hiervan is dat de folder de poster aanvult, waardoor de informatie op de poster vrij minimaal kan blijven. Het nadeel komt voort uit het feit dat deze stijl slechts tijdelijk is, waardoor de folder en de eerste TSR editie moeilijk aan elkaar te correleren zijn.

(links) Folder gelegen op een folderplaats

Gelegen op een folderplaats, wordt duidelijk dat deze zich goed weet te onderscheiden van de omliggende folders. Dit komt met name omdat de stijl erg afwijkt van de rest. Hierdoor hoop ik dat mensen eerder de moeite zullen nemen om de folder te bekijken en/of door te lezen.

Poster (2)

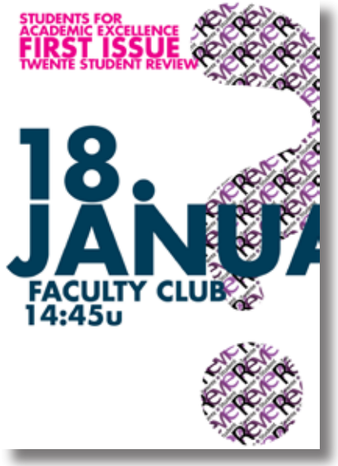
De tweede promotiefase is bedoeld om mensen er van bewust te maken dat de eerste TSR zeer binnenkort zal verschijnen. Dit door promotie te maken voor de onthulling.

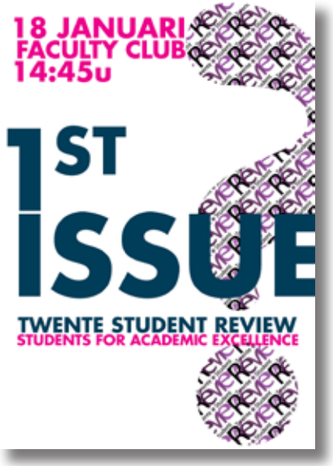
In deze fase wordt er een klein tipje van de sluier gelicht, een hint hoe de stijl zal worden.

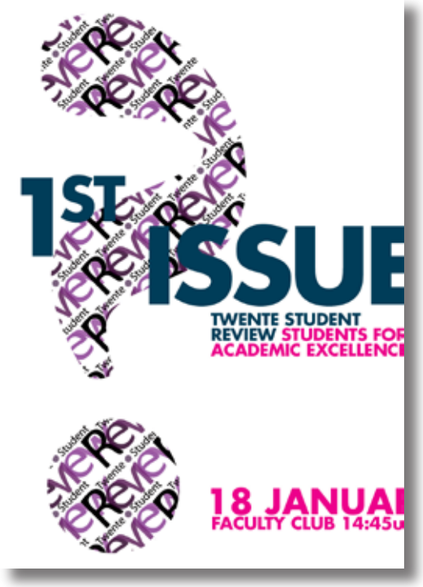
Enkele concepten:

De paarstinten refereren naar de kleurstelling van de eerste TSR editie. In de eerste drie concepten is het logo verwerkt tot de vorm van een vraagteken. Dit moet een vragende indruk opwekken, echter waarbij het antwoord in het vraagteken zit verwerkt. TSR zou als het ware een antwoord kunnen zijn op de vragen.

De laatste twee concepten zijn veel directer gericht op de eerste editie, en geven (te) veel weg van de eerste editie. Deze concepten zijn weliswaar duidelijker dan de eerste drie, maar laten ook minder aan de verbeelding over.







Gekozen is voor de bovenste twee concepten. Deze twee posters hebben beide het vraagteken, met de eerder genoemde achterliggende gedachte. De rechter poster werd het mooist bevonden, maar de linker poster het duidelijkst. Uiteindelijk is er voor de linkerposter gekozen vanwege de laatstgenoemde reden.

11. editie 2

Fris, vernieuwend, eindelijk geen stoffig oubollig wetenschappelijk tijdschrift, hip, jong, strak, ambitieus, ‘om over na te denken’, uitdagend, glossy.

11.1 Evaluatie vormgeving editie 1

Alvorens met de vormgeving van de tweede editie aan de slag te kunnen, is het zinvol om de vormgeving van de eerste editie te evalueren. Wat vindt de doelgroep er van? Wat vindt TSR er van? Is het doel van de grafische redactie bereikt?

De reacties bij de doelgroep liepen uiteen:

Positief:
Fris, vernieuwend, eindelijk geen stoffig oubollig wetenschappelijk tijdschrift, hip, jong, strak, ambitieus, ‘om over na te denken’, uitdagend, glossy.

Negatief:
Overdesign, glossy.

Opvallend is dat ‘glossy’ zowel positief als negatief werd gezien. De ene vond het niet bij de inhoud passen, de andere vond het juist erg aansprekend. Het puntje ‘overdesign’ is nog eens goed bekeken. Er zijn inderdaad een aantal puntjes uit de eerste editie die niet helemaal uit de verf zijn gekomen, of die niet werden begrepen.

Binnen de grafische redactie, de redactie en enkele externen is het uiteindelijke resultaat nog eens nader bekeken. De verbeterpuntjes worden vervolgens meegenomen naar het vormgevingsproces van de tweede editie.

De commentaren per artikel in editie 1:

- Cover: geen;

- Pagina 2 en 3: veel zwart, logo dubbelop, afbeelding linksonder op pagina 3 is pixelig;

- Inhoudsopgave: afbeeldingen van de verwijzingen naar de pagina’s 6 en 38 zijn onscherp.

- Artikel *Saving a wetland*: Witte rand om het oranje balkje (p.6), tekst van de abstract mag kleiner, kleine marge bij het auteursstukje, kleine marge bij tabel (p.9), quote is erg groot (p.11), lettergrootte in de overview is groot (p.12), paginanummering dubbelop (p.6 en 13).

- Artikel *Coping strategies in online communities*: Tekst van de abstract mag kleiner, begin van de naam van de auteur valt niet (consistent) in lijn met de tekstkolom, paginanummering dubbelop (p.15 en 19), lettertype van de quote niet consistent, tekstregels vallen niet gelijk, kleine marges bij het auteursstukje, kolomverdeling niet consistent (p.18 en 19), lettergrootte in de overview is groot.

- Interview with ...: Plaatsing van de auteursnaam niet consistent, inleiding te breed, silhouet een beetje pixelig, lettertype van de quote niet consistent, steekwoorden en rubrieknaam érg aanwezig.

- Artikel *Looking into your skin*: Paginanummering dubbelop (p.24), begin van de naam van de auteur valt niet (consistent) in lijn met de tekstkolom, veel pixelige/wazige plaatjes, aangename grootte en letterafstand in de quote (p.27), kleine marges (p.26), onlogische afbeeldingvolgorde (p.28 en 29), tekstregels vallen niet gelijk, tekst in de overview te breed.

Artikel *Can computers think like humans?*: Tekst in de abstract te breed, kolomverdeling niet consistent, uitgevulde tekst (niet consistent), uitlijning referentiekolommen valt niet mooi.

- Short essay: *First steps in talking Business Information Technology*: figuuronderschriften liever schreefloos, regels vallen niet gelijk, tekst in overview te breed, lettergrootte van de quote is groot, pixelige afbeelding (p.41).

- Artikel *Sustainable software implementations*: Schreeflettertype in de titel geeft een inconsistente indruk, tekst over de auteur is niet consistent opgemaakt, paginanummering dubbelop (p.43), regels vallen niet gelijk, inconsistente kolomindeling, kleine marges, overgang van tabellen naar tekst verwarrend (p.46), inspringen in referenties niet consistent.

- Letters: Onduidelijk wat het begin van een brief is.

- Pagina 50 en 51: Witte achtergrond van de foto bij de Graphical editors niet helemaal wit.

Conclusies:

- Meer consistentie in de opmaak. Dit maakt het geheel net iets netter;
- Lettergrootte van de quotes kleiner en de letterafstand ervan groter;
- Paginanummering niet dubbelop doen. De grote paginanummers werden hierdoor niet begrepen.
- Grotere marges bij de vouw;
- Beter letten op de kwaliteit van afbeeldingen;
- Let op overdesign;
- Lettergrootte van de abstract en de overview kleiner;
- Let op de breedte van de abstract, inleiding en overview;
- Tekstregels aan elkaar gelijk laten vallen;
- Figuuronderschriften schreefloos;

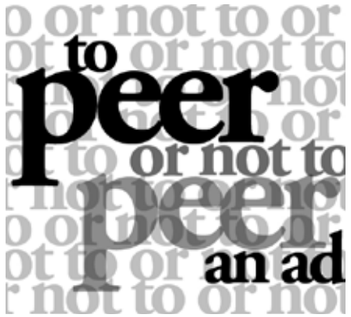
11.2 Conceptvorming editie 2

11.2.1 Herkenbaarheid versus consistentie

Regelmatig zijn er binnen de grafische redactie en tussen de redactie discussies geweest over de verhouding van herkenbaarheid tot consistentie. Zelf ben ik van mening dat herkenbaarheid zich uit door een bepaalde stijl aan te nemen en een bepaalde sfeer uit te stralen. Dit gebeurt in mindere mate door een consistente plaatsing van elementen op een pagina. Bepaalde elementen behoren een vaste plaats de hebben (denk: paginanummering, vanwege navigatie). Echter met veel vaste elementen kan naar mijn mening meer gespeeld worden, bijvoorbeeld eventuele beginkapitalen, plaatsing van de auteursnaam, kolomindelingen, figuurplaatsing, plaatsing van quotes, lettertypes van titels. ea. Eenheid door verscheidenheid, zolang het past binnen de sfeer en stijl. In de tweede editie zal hier meer mee gespeeld worden.

11.2.2 Vormgeving editie 2

De volgende taken zijn aan mij toebedeeld: vormgeving van een lang artikel over peer-recommended web ads, vormgeving van een kort artikel over een nieuwe vorm van kinderspeelgoed, vernieuwen van de vormgeving van editorial en masthead (colofon en scope), het vectoriseren van afbeeldingen, en een vernieuwing van de masterpage.



Artikel (1)

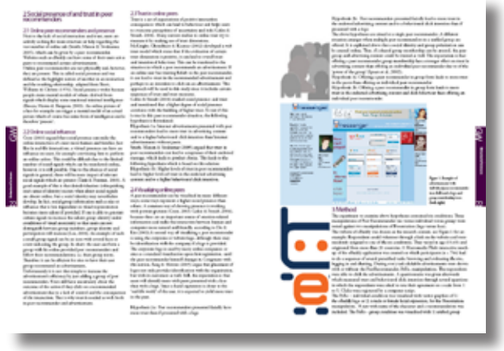
Na de afronding van editie 1, werden de Illustrator afbeeldingen door zowel de redactie als de grafische redactie als een erg kenmerkend stijlelement bevonden. Er is dan ook besloten om er in editie 2 mee door te gaan en dit stijlelement te versterken.

Links zijn vormstudies gedaan om te spelen met typografie in de titel.

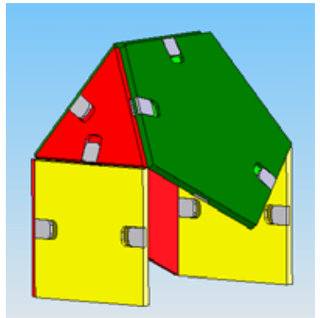
De afbeeldingen rechts vormen samen een concept voor het gehele artikel.

Zoals in 8.5.5 is vastgelegd voor de kleurenbalkjes, correspondeert de kleur paars met de faculteit GW.

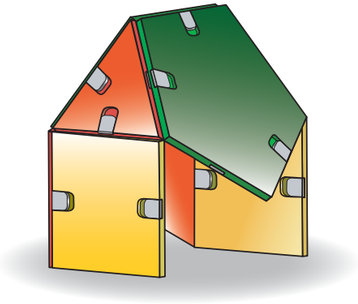
Alle afbeeldingen in dit artikel zijn in Illustrator (opnieuw) opgemaakt en opgeslagen in *.ai formaat (vector). De afbeelding op de openingsspread is (in vectorformaat) gekocht op http://www.istockphoto.com/.



(onder) Aangeleverde afbeelding (screenshot uit SolidWorks) in *.bmp formaat.



(onder) Afbeelding verbeterd in Illustrator en opgeslagen in *.ai formaat (verctor).



(rechts) Het eerste idee is om vormelementen van het productontwerp terug te laten komen in de vormgeving van het artikel. Dit wordt bereikt met de oranje vlakken.

Artikel (2): short essay

Het artikel op deze pagina is afkomstig van de faculteit CTW. Vandaar dat als herkenningspunt de corresponderende kleur oranje is toegepast op de vormgeving van het artikel.

(links) Na geschoven te hebben met de indeling, is de opening van dit artikel naar een rechterpagina verplaatst. Hier is gekeken naar een andere opmaak.

(rechts) In deze definitieve opmaak is de harde oranje balk op de openingspagina verzacht, om op deze manier ook een tekstkolom kwijt te kunnen op de plaats waar in de andere concepten de oranje balk het lezen van de desbetreffende tekstkolom zou verstoren.

(uiterst rechts) Het eerste idee van het terug laten komen van de vormgeving van het productontwerp, is nu op een andere manier verwerkt, namelijk in de plaatsing van de figuren in de oranje balk.

(rechts) Minieme wijzigingen ten opzichte van editie 1. De afbeeldingen onder de brief zijn vervangen door afbeeldingen die een lente-achtige sfeer geven. Tevens zijn de afbeeldingen onder de (intussen gevectoriseerde) paperclip vervangen door afbeeldingen uit artikelen van editie 2. Ten slotte is het logo in de nieuwe editiekleur omgezet.

Scope, colofon en editorial

Op deze pagina zijn 2 concepten te zien van de scope, colofon en editorial voor editie 2. Editie 1 gaf een duidelijke winterse sfeer weer, welke ook in editie 2 in een lentevariant gewenst is.

(rechts) De kleur zwart uit editie 1 is ietwat subtieler omgezet in de editiekleur groen. Daarnaast is het logo van de Universiteit Twente toegevoegd en later tevens het logo van Elsevier. Ten slotte is de benaming van de pagina-naam 'scope & colofon' gewijzigd in de officiëlere benaming 'masthead'.

12. evaluatie project

Evaluatie vanuit de uitgever naar de grafische redactie

De grafische redactie functioneert in opdracht van de uitgever, binnen de geschetste randvoorwoorden is een lay-out opgezet. De grafische redactie bestaat uit Reiny Zwakenberg (voorzitter), Evan Settelaar, Rick Schotman en Renske Herder. Een van de grafisch redacteuren benut de werkzaamheden bij de TSR tevens voor het uitvoeren van een bacheloropdracht. Dit heeft geen complicaties opgeleverd. Begin december is er een evaluatie gehouden met de grafische redactie. Hieruit kwamen de volgende punten naar voren.

Motivatie:

Een belangrijk aspect bij de werkzaamheden bij TSR is de motivatie van studenten. We hebben onderzocht wat de drijfveren zijn voor studenten om deel te nemen aan deze redactie en of er nog ruimte is voor studenten om zich te ontwikkelen

De grafische redactie vindt dat ze veel vrijheid heeft. Bij het ontwerpen was men bang om in een strak stramien van randvoorwaarden terecht te komen. Uiteindelijk zijn er masterpages ontworpen die "echt wel hip" zijn en waarbinnen men ook nog de vrijheid heeft om te experimenteren. Sommigen vinden dat er na aanleiding van deze evaluatie nog wel meer geëxperimenteerd kan worden om het blad zo steeds weer spannend en interessant te houden. Deze experimenten hebben met name betrekking op kleine details in de opmaak en het verwerken van door auteurs aangeleverde figuren.
De uitdaging in het werk was het grootst op het moment dat de masterpages gecreëerd moesten worden. Binnen de redactie bestaat een verschil van mening op het gebied van de uitdaging in de toekomst. Er is een angst dat men steeds hetzelfde kunstje gaat herhalen, aan de andere kant wordt gesteld dat je jezelf uit moet dagen om van elk artikel weer iets nieuws te maken

Communicatie en samenwerking:

De grafische redactie is van mening dat de vergaderingen een goede basis vormen voor het werk van een week, men leert veel van dit overleg. Een ander algemeen punt met betrekking tot de vergaderingen is dat men van elkaar verwacht dat er meer onderlinge kritiek wordt geleverd, dit levert namelijk de grote leermomenten op.
Over het algemeen vindt men de samenwerking steeds beter worden. Voor sommigen was het werken met vreemden een belangrijk obstakel in de samenwerking. Daarnaast wordt opgemerkt dat men steeds minder met alleen zijn eigen onderdeel van het tijdschrift bezig is. Elk lid benadrukt dat zij graag de andere medewerkers van TSR en de andere grafisch redacteuren beter zouden willen leren kennen. Vanuit de studieverenigingen is het een ervaringsfeit dat dit belangrijk is voor het functioneren van commissies en de vereniging.

(van Beijnum & Bijkerk, 2006, p7-8)

13. in de media

Eerste Twente Student Review

Rector Henk Zijm nam vorige week donderdag het eerste exemplaar van de Twente Student Review (TSR) in ontvangst, een Engelstalig wetenschappelijk tijdschrift met bijdragen van studenten. `We zijn benieuwd naar het effect van de eerste editie', aldus Frerik van Beijnum, één van de initiatiefnemers.

Met TSR willen de initiatiefnemers een bijdrage leveren aan de academische ontwikkeling van studenten. Hoewel het eerste nummer veelbelovend is, begint het nu pas echt, denkt Van Beijnum. `Eind maart moet de volgende verschijnen en gezien de hoeveelheid materiaal moet dat goedkomen. Op termijn willen we dat studenten er echt in willen komen. We moeten nu keihard doorpakken.'

Ze hebben al veel reacties gehad, vertelt hij. `Het Technisch Weekblad heeft het gerecenseerd en hoewel we het nog niet gezien hebben, zeiden ze dat het een positief stukje wordt. Maar ook de Volkskrant en de Twentsche Courant Tubantia overwegen het op te pakken.' Rector Henk Zijm stelde dat TSR op meer gebieden van betekenis kan zijn dan alleen academische vorming. Omdat het blad volledig Engelstalig is, draagt het ook bij aan internationalisering. Het brede scala aan verschillende onderwerpen zou bovendien de door Zijm zo vurig bepleite multidisciplinariteit in onderzoek in de hand werken.

Eén van de auteurs, Wouter de Hamer, schreef een artikel over het Bigi Pan wetland in Suriname. Hij is tevreden met het resultaat. `Ja, zeker als je kijkt naar de eerste versie die ik had ingeleverd. Daar kreeg ik nog het nodige commentaar op. Soms is dat vervelend ja, maar het is wel heel leerzaam en daar was het me ook om te doen. Bij civiele techniek hebben we dit eigenlijk nog niet echt hoeven doen, dat komt pas in de master. Het was dus ook goed voor mijn eigen ontwikkeling.'

Vindt hij het een eer? `Nou, ik ben er wel trots op. Maar dit is natuurlijk een eerste nummer; het blad heeft nog geen gevestigde naam. Het zal dus afhangen van de vraag of ze op dezelfde manier door kunnen gaan.'

Het eerste nummer wordt aandachtig doorgenomen. (Foto: Gijs van Ouwerkerk)

(links)
UT-Nieuws, 25 januari 2007

Tijdschrift voor en door studenten

‘Twente Student Review’ is een nieuw Engelstalig kwartaalblad gamaakt door studenten van de Universiteit Twente. De redactie claimt dat het daarmee de enige in zijn soort binnen Europa is.
De vijfkoppige redactie daagt studenten uit een artikel te schrijven over eigen onderzoek en zich als lezer te verdiepen in vakgebieden van medestudenten. De artikelen worden in een ‘peer review’ vóór publicatie beoordeeld door andere studenten.

Enkele onderwerpen uit de eerste editie: een filosofische beschouwing over kunstmatige intelligentie, implemantatie van software bij een multinational, hydrologisch karakteriseren van een moeras en foto-akoestische beeldvorming in biomedisch onderzoek.
De Twente Student Review is een verzorgd ogende glossy die wordt uitgebracht in samenwerking met de universiteit. Het blad wordt gratis onder UT-studenten verspreid in een oplage

van vijfduizend stuks; buitenstaanders kunnen een abonnement nemen. De eerste drie nummers worden uitgebracht als deel van een pilot-project. **(ht)**

(rechts)
Technisch Weekblad, 20 januari 2007

Twents wetenschappelijk studententijdschrift

ENSCHEDE - Nederland is een nieuw wetenschappelijk tijdschrift rijker: de Twente Student Review. Donderdag wordt het blad officieel ten doop gehouden. Volgens de makers is het enig in zijn soort in Europa.

De Engelstalige artikelen zijn in eerste instantie bedoeld voor alle studenten van de UT. In de eerste editie komen onderwerpen aan bod als kunstmatige intelligentie, de implementatie van software bij een multinational, watermanagement van Surinaamse moerasgebieden en e-business. Twente Student Review is een initiatief van een paar studenten, vanuit een idealistisch motief. ‘We willen het academisch klimaat op de UT bevorderen, studenten intellectueel uitdagen’, zegt voorzitter Frerik van Beijnum.
Bij de totstandkoming van het blad zijn 50 vrijwilligers betrokken. Van Beijnum hoopt dat steeds meer UT-studenten zelf een interessant artikel schrijven over hun eigen onderzoek. De bijdragen worden door medestudenten becommentarieerd, voordat ze worden gepubliceerd. ‘Achterliggende gedachte is dat studenten op die manier leren van elkaar. ‘
Het blad verschijnt elk kwartaal in een oplage van 5000 exemplaren en wordt gratis verspreid op de universiteit. De kosten (tussen 2 en 3 euro per stuk) worden betaald door de UT.
Na drie proefafleveringen wordt gekeken of het blad wordt voortgezet. ‘Mogelijk gaan we werken met betaalde abonnementen. Verder denken we adverteerders te kunnen interesseren’, aldus Van Beijnum.

(rechts)
TC Tubantia, 13 januari 2007

(pagina 109)
NRC, 10 maart 2007

STUDENTEN WILLEN DE BESTE ONDERZOEKERS VOOR DE KLAS

Help mij uitblinken!

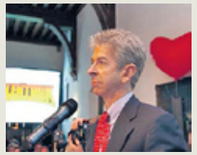
Talent genoeg onder studenten bleek op de manifestatie TalentRijk. Weg dus met de zesjescultuur.
Dorrit van Dalen

Kunnen studenten van nu straks de oplossingen bedenken voor klimaatverandering, vergrijzing en wat ons nog meer boven het hoofd hangt? Na alle klachten over het onderwijssysteem zou je eraan kunnen twijfelen. Maar volgens studentenbonden is dat niet terecht. Talent genoeg en bovendien: studenten worden juist geïnspireerd door vragen uit de maatschappij. Ze willen alleen beter onderwijs.
Dat was althans de boodschap van de Landelijke Studenten Vakbond (LSVb), het Interstedelijke Studenten Overleg (ISO) en de vereniging van Universiteiten VSNU vorige week op de gezamenlijke manifestatie ‘TalentRijk’. Tijdens die bijeenkomst in Den Haag overhandigden ze de nieuwe minister van Onderwijs Ronald Plasterk – die glimlachend en met een verwijzing naar zijn vorige baan sprak van ‘onze studenten’ – drie hartenkreten: meer persoonlijke aandacht voor studenten, meer ruimte voor doorstroming in de wetenschap en de beste onderzoekers voor de klas.
“Als student ben je extra gemotiveerd als je ‘voor het echt’ ideeën kunt ontwikkelen in plaats van dat het alleen om een theoretische exercitie gaat”, zegt Rutger de Graaf. Hij doet promotieonderzoek op het gebied van waterhuishouding aan de TU-Delft en werkt daarbij nauw samen met een ingenieursbureau en een Hoogheemraadschap.

VERZILTING Marc Wilbrink onderzoekt als student van de Hogoschool Zeeland mogelijkheden in de verbouw van gewassen die bestand zijn tegen verzilting van grond, zoals lamsoor en zeekraal. “Veel praktischer en goedkoper dan landbouwgrond spoelen met zoet water”, zegt hij. Hij kan zich niet eens voorstellen dat hij dat onderzoek zou doen zonder overleg met boeren én verkopers.
Maatschappelijke problemen? Ze staan er klaar voor, de studenten, en ze willen uitblinken. Maar universiteiten moeten wel meer doen om de mogelijkheden van studenten te ontwikkelen. Studenten willen meer ‘contacturen’ met bevlogen docenten, meer keuzemogelijkheden in studietrajecten, meer mogelijkheden om door te stromen naar de wetenschap of onderzoeksbanen daarbuiten. “Maak studies maar zwaarder, niet alleen in honoursprogramma’s”, zeiden studenten tijdens de manifestatie.
“En laat studenten goede wetenschap meemaken”, zegt LSVb voorzitter Irene van den Broek.
“Meer onderzoek in het onderwijs, dat inspireert.”
Mark Overmars, wetenschappelijk directeur van het centrum voor Information en Computing Sciences van de Universiteit Utrecht geeft toe: “Eigenlijk wil je ze allemaal bieden wat natuurkundestudenten hebben: onderwijs in kleine groepjes. Maar hoewel elke universiteit het iets anders regelt, levert onderwijs voor honderd studenten altijd meer op dan voor tien.”
Universiteiten moeten op de kosten letten, want per student krijgen ze van de overheid de helft van wat ze twintig jaar geleden kregen. “Het gevolg is dat het niveau van studies omlaag wordt gebracht, dat gebeurt geregeld”, zegt Koen Verberne, vijfdejaars filosofie en antropologie en adviseur over studentzaken bij het bestuur van de faculteit filosofie in Nijmegen. “Dat doet een faculteit om voldoende studenten op tijd hun studiepunten te laten halen, want op dat rendement worden ze afgerekend.” Irene van de Broek voegt toe dat “nogal eens derdejaars voor een klas van tweedejaars staan, niet alleen voor werkcolleges maar ook voor hoorcolleges. Dat is niet goed.”
Faculteiten zij soms gedwongen om de beste onderzoekers vooral in te zetten voor onderzoeksprojecten die meer geld in het laatje brengen dan onderwijs. Vandaar de roep om de beste onderzoekers voor de klas.
Dat het niveau van universitair onderwijs zou dalen noemt VSNU-voorzitter Sijbolt Noorda “een broodje-aap verhaal. Ik heb nog nooit een visitatierapport gezien dat dat aantoont”. Maar ook de VSNU pleit voor een “uitdagender studieklimaat” en voor meer maatwerk. Net op tijd, hoopt student Koen Verberne, want hij ziet dat het juist moeilijker wordt om bijvoorbeeld twee studies naast elkaar te doen. “Als je daardoor een werkgroep bij het ene vak niet helemaal kunt volgen, kun je meestal afspreken dat je iets anders erbij doet voor dat vak. Maar aanwezigheid bij werkgroepen en colleges wordt steeds meer verplicht gesteld, opnieuw door die preoccupatie met het rendement.”

TIJDSCHRIFT Intussen maakten studenten aan de Universiteit Twente hun studieklimaat uitdagender door een wetenschappelijk tijdschrift voor en door studenten op te richten, het eerste in Europa. Het tweede nummer verschijnt in maart. De Student Review publiceert artikelen van bachelor en master studenten, op basis van goede scripties. “Dit leek ons iets dat we zelf konden doen tegen de zesjescultuur”, zegt uitgever en student technische natuurkunde Frerik van Beijnum. “Het geeft de mogelijk om trots te zijn op je scriptie. Wat studenten naast hun studie doen is meestal bestuurlijk of organisatorisch en zelden gericht op de verdieping van het eigen vak. Dat laatste willen we stimuleren.”
De studentenmonitor van het ministerie van OCW had gelijk. Die schreef in 2004 al dat “in Nederland langzaam een klimaat begint te ontstaan waarin presteren boven de middelmaat wordt geaccepteerd.”

**** Tijdens de manifestatie TalentRijk presenteerden studenten hun eigen onderzoeken (links). Daar was ook de nieuwe onderwijsminister Ronald Plasterk (onder). Boven: Het eerste Europese door studenten (Universiteit Twentw) gemaakte wetenschappelijke tijdschrift. Zie ook: www.os.utwente.nl/tsr***



14. slotwoord

Ik heb deze ontwerpopdracht als zeer leerzaam ervaren. Doordat de grafische redactie uit vier personen bestaat, heb ik ook veel inzicht gekregen in de visie en werkwijze van andere ontwerpers. Door het vak Grafische Vormgeving, gedoceerd door Gerard Unger, ben ik erg geïnteresseerd geraakt in het grafische ontwerpgebied. Dit vak was echter slechts een opstapje.

Geïnspireerd door de lessen van Gerard Unger, heb ik bij TSR heb ik veel van de opgedane kennis in de praktijk kunnen brengen en meer van het vak grafische vormgeving kunnen proeven.

Al met al ben ik uitermate tevreden met hetgeen wat de grafische redactie heeft voortgebracht en wat ik zelf heb gemaakt en geleerd. Deze ervaringen zullen in de toekomst zeer zeker van pas komen en worden verbreed!

15. colofon

Ontwerp, opmaak en fotografie:
Evan Settelaar

Gebruikte fonts:
Frutiger (tekst)
Helvetica (cover)

Gebruikte software:
Adobe Photoshop CS2
Adobe InDesign CS2
Adobe Illustrator CS2
Microsoft Word 2002
Microsoft Excel 2002

Oplage:
4

Contact:
Evan Settelaar
Wethouder Nijhuisstraat 230
7545 NP Enschede
e-mail: v.e.settelaar@student.utwente.nl
telefoon: 06-30334154

Gebruikte literatuur:

De Lange, R. W., Esterhuizen, H. L., Beatty, D. (1993). Performance differences between Times and Helvetica in a reading task. *Electronic Publishing*, 6(3), 241-248.

El-Dardiry, R., van Beijnum, F., Janssen, J., van der Neut, S., Meijering, J., Bijkerk., T. (2006). *Plan van Aanpak Twente Student Review.*

Küpper, N. (1990). Onderzoek naar het leesgedrag bij het kranten lezen. *Kijkregistratie*. Retrieved 23 september, 2006, from http://www.editorial-design.com/leseforschung/Kijkregistratie.pdf

Poulton, E.C. (1965). Letter differentiation and rate of comprehension in reading. *Journal of Applied Psychology*, 49(5), 358-362.

Rayner, K. & Pollatsek, A.. (1989). *The Psychology of Reading*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall Inc. pp. 113-187.

Reynolds, L. (1979). Legibility studies: Their relevance to present-day documentation methods. *Journal of Documentation,* 35(4), 307-340.

Spencer, H. (1968). *The Visible Word.* London: Lund Humphries.