

Elke kerkelijke gemeente van nu heeft minstens één informatiemedium nodig. De tijd dat alle gemeenteleden eenvoudig geïnformeerd waren via mededelingen vanaf de kansel op zondag ligt achter ons.

# Help, we willen een kerkblad

## Lydia Vroegindeweyj

Mw. drs. C.D. Vroegindeweyj is directeur van de Uitgeversacademie bv, een opleidingsinstituut voor uitgeverijmedewerkers. Zij stelde voor de Protestantse Gemeente Leusden de formule van het kerkblad op en was 1,5 jaar hoofdredacteur van het blad.

Niet elk kerklid bezoekt elke zondag de eigen kerk. Bovendien is het gemeentelven vaak ook zo divers en veelvormig dat er veel te melden is. Een kerkblad is daarom een beproefd middel om informatie te delen, die alle gemeenteleden aangaat. Daarnaast is voor veel gemeenten de website inmiddels een onmisbaar medium geworden. In dit artikel nemen we u mee in de belangrijkste stappen die kunnen leiden tot een bruikbaar kerkblad.

## Werken aan een bladformule

Veel kerkbladen zijn begonnen als een eenvoudig informatieblad. Gevuld met bijvoorbeeld het preekrooster, komende collectedoelen, uitnodigingen voor leerhuizen en bijzondere activiteiten. Gevuld door de scriba of door een vrijwillige eindredacteur met alle nieuwtjes. Het nadenken over de

doelgroep was niet zo belangrijk, omdat er geen echte formule aan het blad ten grondslag lag. Deze 'bladformule' is een belangrijk instrument om te komen tot een sterk kerkblad. In de bladformule of redactionele formule wordt vastgelegd wat het karakter en de opbouw van de uitgave wordt, zonder de concrete inhoud. Hoeveel pagina's krijgt het blad? Wat wordt de volgorde van telkens terugkerende rubrieken en waar is er plaats voor vrije artikelen zonder rubriek? De formule wordt eenmalig uitgedacht en op basis daarvan wordt er een vormgeving ontwikkeld. We gaan zo verder over de formule, maar eerst moet u bedenken voor wie u het kerkblad precies wilt gaan maken.

**De eerste stap: nadenken over de doelgroep** Wie wilt u precies bereiken met het kerkblad? Het

antwoord lijkt simpel: iedereen die bij onze gemeente betrokken is. Maar zijn dat alleen de volwassenen, of komt er ook een vaste pagina voor de jeugd? Is het blad vooral bestemd voor de actieve leden en regelmatige kerkgangers? Of moet het juist ook dienen om een band te houden met de minder actieve leden om hen te inspireren? Veel tijdschriften beschrijven voor hun tijdschrift een zogeheten 'ijkpersoon' om zich op te kunnen richten bij het samenstellen van elk nummer. Deze ijkpersoon is een (fictieve) lezer van het blad, die model staat voor bepaalde interesses. De redactie vraagt zich bij elke keuze voor onderwerpen af: vindt onze ijkpersoon dit leuk om te lezen? Misschien is één ijkpersoon niet voldoende, bedenk er dan een paar. Bijvoorbeeld: ouderen (50+), jonge gezinnen, jeugd. Maar liever niet meer dan drie, anders heeft het geen functie meer.

### Hoe dik mag het blad worden?

De kosten van het drukwerk maken een belangrijk deel uit van de begroting, dus kies zorgvuldig wat er nodig is. Een blad van 16 pagina's kan ruim voldoende zijn, zeker als er ook nog een website beschikbaar is. Die 16 is overigens niet willekeurig gekozen, maar hangt samen met een handige omvang voor de drukker. Informeer daarom altijd vooraf naar de mogelijkheden en vraag offerte voor de kosten.

De omvang blijft per nummer liefst gelijk en het blad gaat verschijnen in een vaste frequentie. Eén keer per maand moet voldoende zijn om actueel te kunnen zijn en toch voldoende

binding met de lezers te krijgen.

**TIP:** een aantrekkelijk blad in kleur kan, maar kost wel geld. Bespreek met de drukker eens of het omslagvel één keer per jaar kan worden voorgedrukt in kleur met de vaste layout (logo, rastervlakken). De tekst wordt er dan per nummer in zwart ingedrukt. De binnenpagina's worden gewoon zwartwit. Dit geeft een levendiger uitstraling, maar kost niet veel extra.

### De formule bedenken: het recept voor een kerkblad

Dit is een leuke, creatieve taak, maar ook eentje die wat tijd mag kosten. Denk samen zorgvuldig na over een geschikte indeling, want die ligt daarna voor langere tijd vast. Wat komt er altijd op de voorpagina? Waar komen de kerkdiensten te staan? Komt er een vaste pagina voor de jeugdactiviteiten? Komt er in elk nummer een interview? Al deze keuzes vormen straks een prima houvast voor de redactie om per nummer de artikelen te maken. Maak zo bijvoorbeeld eerst eens een 'dummy'. Dat is een set blanco blaadjes van het afgesproken formaat en aantal pagina's. Ga hier samen een indeling op maken, bijvoorbeeld met enkele bruikbare teksten van het oude kerkblad. Let wel, het gaat hier om de inhoudelijke formule en nog niet om de vormgeving. Leg de formule vast in een tabel met de uitgangspunten per pagina of rubriek.

Blijf de lezers steeds voor ogen houden bij het 'componeren' van de formule. En bedenk ook kritisch of die leuke rubriek wel boeiend gevuld kan blijven gedurende een hele jaargang.

Voor wie wilt u het kerkblad precies gaan maken?

## Vindt onze ijkpersoon dit leuk om te lezen?

**TIP:** zet niet de hele formule klem met vaste rubrieken. Een tijdschrift ademt juist door de afwisseling van herkenbare vaste punten en de verrassende afwisseling met eenmalige artikelen.

**Van formule naar vormgeving naar schrijfinstructies** Zodra de formule is gekozen kan de vormgever aan de slag. In principe is ook die taak eenmalig: de vormgever ontwikkelt een stramien voor elke pagina. Daarvoor is wel voorbeeldkopij nodig (tekst en beeld), zodat een realistisch beeld ontstaat. De vormgever kan ook een logo ontwerpen en de vaste herkenbare elementen voor de terugkerende rubrieken. Het stramien wordt gedocumenteerd overgedragen aan de opmaker (dat kan ook iemand bij de drukker zijn). Deze kan straks per nummer de tekst in het stramien 'laten lopen' en zo het blad eenvoudig opmaken.

Als de vormgeving is goedgekeurd volgt daaruit de instructie voor de schrijvers en de eindredacteur: hoeveel tekst past er op elke pagina en in elke rubriek?

**TIP:** denk ook na over het beeldbeleid. Wat voor tekeningen of foto's worden er straks gebruikt? Denk daarbij ook aan de rechten: plaatjes van internet halen kan wel, maar is zonder afspraak over vergoeding voor de maker niet toegestaan. Een beter idee: zoek eigen fotografen in de gemeente. Bijvoorbeeld: zijn de jongeren uit te dagen om samen een pakkende serie van het gemeentelven te maken? Uit dit fotobestand is dan regelmatig te putten.

**Redactionele vrijheid en redactiestatuut** Veel tijdschriften kennen een redactiestatuut, waarin de taken en verantwoordelijkheden tussen redactie en uitgever zijn afgebakend. Deze redactionele vrijheid is een voorwaarde bij nieuwsmedia, maar misschien niet echt nodig voor een kerkblad. De bladformule kan wel een soortgelijke functie vervullen. De kerkenraad dient immers vooraf in te stemmen met de gekozen bladformule (en de begroting uiteraard). Daarna heeft de redactie de vrijheid om het blad per nummer te vullen. Verantwoording achteraf en evaluatie van de formule na een aantal nummers is dan voldoende om prettig te kunnen werken.

**Incidentele inbreng van gemeenteleden** Een blad kan ook een bindende functie hebben, bijvoorbeeld door ingezonden brieven. De ervaring leert echter dat die zelden komen. Maar inbreng van lezers is ook op een andere manier te krijgen. Een paar voorbeelden: elk gemeentelid heeft wel een favoriet kerklied. Maak daar een vast rubriekje van op de hoek van een pagina en vraag mensen naar hun favoriet en het waarom. Resultaat: een leuk artikeltje dat gegarandeerd gelezen wordt en waarschijnlijk spontaan nieuwe inbreng uitlokt. Iets dergelijk kan met een rubriek waarin telkens een gemeentelid vertelt hoe de warmte van de kerkelijke gemeente op een bijzonder moment in het leven is ervaren. Bijvoorbeeld als bemoediging voor een uitgezonden militair, of een gezin dat troost heeft ervaren in een verdrietige periode. Het pastorale team

## Maak eerst eens een ‘dummy’

kan vast op verzoek meedenken met de redactie.

### De redactionele organisatie

Een kerkblad dat spontaan voldoende goede artikelen en beeldmateriaal krijgt aangeleverd komt zelden voor. Het is dus noodzakelijk dat er een eindredacteur is die de planning bewaakt en actief kopij verzamelt. Een echt redactieteam is nog beter, met een hoofdredacteur die met een team de formule per nummer samen invult en de grotere artikelen uitzet. Nu wordt de formule het hulpmiddel om elke pagina te vullen. Niet alleen voor het komende nummer, maar ook wat verder vooruit. Een voorbeeld: stel, in elk nummer komt een interview met een initiatiefnemer in de gemeente. Zodra bekend is dat over drie maanden een jeugdwerker gaat starten is het interview voor dat nummer alvast toegewezen. Zo kan de redactie vooruit werken en is goed te bewaken voor welke onderdelen er nog kopij gezocht moet worden.

### Vrijwilligers of professionals?

Een kerkblad wordt meestal gemaakt met vrijwilligers. Het werkt goed om vaste rubrieken bij vaste redacteurs neer te leggen. Zo ontstaat wat meer eenheid in de aanpak. Niet iedereen zal op dezelfde manier schrijven, maar dat is ook niet altijd nodig. Belangrijk is dat mensen plezier hebben in hun onderdeel. Door samen te werken en met een goede instructie van de hoofd- of eindredacteur moet er ook met ‘amateurs’ goede kopij te maken zijn. Natuurlijk moeten de redactieleden

wel enig gevoel voor het schrijven van teksten hebben. Om de kwaliteit te waarborgen is het aan te bevelen een professional (uit de gemeente) als eindredacteur aan te stellen. De taak om maandelijks een compleet blad op tijd af te leveren bij de drukker is geen vrijblijvende afspraak. Een vergoeding per nummer voor deze kracht is realistisch, gezien de werkzaamheden die gedaan moeten worden, zoals eindredactie en proevencontrole.

### Nog even terug naar de doelgroep

Natuurlijk is het niet eenvoudig om elke subdoelgroep (lees: elke ijkpersoon) in elk nummer evenveel te bedienen met specifieke informatie. En dat is ook niet perse nodig. Het kan wel handig zijn om na een aantal nummers in de nieuwe formule eens terug te kijken. De redactie kan dan nagaan welke artikelen in de gemaakte nummers bij uitstek voor bepaalde doelgroepen bestemd waren. Zo voorkom je dat bepaalde groepen onbedoeld uit het oog verloren worden. En de redactie helpt bovendien de kerkenraad weer een stapje verder om samen te kunnen werken aan een goed communicatiebeleid. ■

**Voorbeelden** van recente kerkbladen van de Protestantse Gemeente Leusden waarin de formule terug te zien is zijn te vinden op <http://www.pgleusden.nl/index.php/onze-gemeente/kerkblad-en-zondagsbrieven>