

Bladformule NAAKT Magazine

-

In dit document vind je de bladformule van NAAKT. Door dit document te lezen, kom je in principe achter de kern van NAAKT. De content, strategie en creatie wordt hierin meegenomen. Dit document is voor iedereen die meewerkt aan de totstandkoming van het magazine. Het wordt daarom zeker aangeraden om een kijkje te nemen in dit document.

Dit document is opgesteld door Loïs Matulesy en Maysa Amjahad. De inhoud is afkomstig van verschillende leden uit het team, dit wordt bij het kopje 'taakverdeling' verder benoemd.

Wie zijn wij!

NAAKT is een magazine dat speciaal is ontworpen voor jongeren tussen de 18 en 25 jaar oud en geschreven is door studenten. Het is een publicatie die gericht is op het bespreken van alles. De visie van het tijdschrift is om een wereld te creëren waarin kwetsbaarheid, openheid en inclusiviteit de norm zijn. Het magazine heeft als missie om de lezers te inspireren met artikelen en beeldmateriaal over interessante en diverse onderwerpen. Met NAAKT willen de studenten-schrijvers, redacteurs en ontwerpers de doelgroep verrassen en inspireren met boeiende en diverse inhoud. Het is een magazine dat niet bang is om moeilijke onderwerpen aan te pakken en de lezers uit te dagen om na te denken over hun eigen perspectieven en meningen.

NAAKT gaat verder dan de typische onderwerpen die in andere tijdschriften voor jongeren worden behandeld. Het biedt diepgaande en openhartige artikelen over onderwerpen die vaak als taboe worden beschouwd, waardoor lezers worden aangemoedigd om open te zijn en kwetsbaarheid te omarmen. Het tijdschrift is inclusief en benadrukt de waarde van diversiteit en gelijkheid.

Inhoudsopgave

Concept	4
<i>Visie</i>	4
<i>Missie</i>	4
<i>Kernwaarden</i>	4
<i>Oneliner</i>	4
<i>Wij zien en Wij vinden</i>	5
<i>Value-fit</i>	5
<i>Doelgroep</i>	6
Communicatiestrategie	7
<i>Doelstellingen</i>	7
1. Doelstellingen magazine	7
2. Doelstellingen voor de socials	7
3. Doelstellingen voor het onderzoek	7
<i>Golden Circle</i>	8
<i>Organisatiestructuur</i>	9
Teamverdeling	9
Partners	9
Creatie	12
<i>Brandbook</i>	12
<i>Schrijfwijzer en beeldwijzer</i>	12
<i>Artikelen</i>	12
<i>Social media</i>	12
Literatuurlijst	13
Bijlagen	14

Wij zien en Wij vinden

Wij zien dat veel meer jongeren professionele hulp nodig hebben met psychische problemen, maar dit vaak niet serieus wordt genomen of genoeg bespreekbaar is, terwijl hier wel behoefte aan is (NOS, 2023).

Wij vinden dat er meer aandacht besteed mag worden aan het welzijn van jongeren en dat het belangrijk is om moeilijke onderwerpen bespreekbaar te maken. Wij geloven in een wereld waarin er meer begrip is voor elkaar, waar iedereen zich gezien en gehoord mag voelen, waarbij moeilijke onderwerpen worden besproken en waar eerlijkheid wordt gewaardeerd en niet gestraft.

Value-fit

De trends zijn afkomstig uit het trendonderzoek. De gearceerde vakken tonen het gekozen cluster aan. Het cluster hebben wij 'The Basics' genoemd omdat dit volgens ons een groot onderdeel uitmaakt van de kern van NAAKT.

Doelgroep (Jongeren)	Trends (magazine)	Organisatie (NAAKT)
Duurzaamheid (Milieu Centraal, 2022).	Gezondheid/Welzijn (Women's Health, 2023)	Gewaagd
Mental health (RIVM, 2021)	Personalisatie (Foliomag.com, 2021) (Issuu.com, 2021)	Optimistisch
Diversiteit (SCP, 2021).	Visuele storytelling (Foliomag.com, 2021) (Issuu.com, 2021)	Inclusief
Inclusiviteit (SCP, 2021)	Digitalisering (Foliomag.com, 2021) (Issuu.com, 2021)	Puur

Doelgroep

De beschrijving van onze doelgroep luidt als volgt: 'Jongeren tussen de 18 en 25 jaar oud die zich aan het ontwikkelen zijn en aan een nieuwe levensfase beginnen'. Deze levensfase kan bestaan uit het volgende:

- Het beginnen van een nieuwe studie
- Voor het eerst op jezelf wonen
- Nieuwe relatie aangaan
- Eigen normen en waarden creëren

Voor het doelgroeponderzoek hebben we zowel desk- als fieldresearch gedaan. Als fieldresearch hebben we een vragenlijst opgezet om een aantal aspecten van de doelgroep te achterhalen. Bijvoorbeeld wanneer ze überhaupt magazines lezen, waar ze die dan kopen, welke social media-kanalen ze gebruiken, etc.

Het desk- en fieldresearch vind je hier: [Doelgroeponderzoek](#). Op basis van het onderzoek is er een persona gemaakt en deze vind je in bijlage 4 & 5. In de toekomst willen we de doelgroep nog graag ondervragen aan de hand van straatinterviews. Dit om te achterhalen wat zij bijvoorbeeld van de naam, cover en het concept vinden.

Trends en concurrenten

Bij de trendanalyse is er gebruik gemaakt van deskresearch. Er is gekeken naar verschillende soorten trends, waaronder trends die voorkomen bij de doelgroep, de maatschappij en de magazine-industrie. Een aantal trends die naar voren zijn gekomen zijn duurzaamheid, digitalisering en meer. De trendanalyse vind je hier: [Trendanalyse](#).

Voor het concurrentieonderzoek zijn er verschillende concurrenten onderzocht aan de hand van deskresearch. Zowel concurrenten van online platformen als magazines. Een aantal concurrenten zijn bijvoorbeeld DAZED, &C, Vice en meer. Er is vooral naar voren gekomen dat veel organisaties zich cross mediaal inzetten. Het concurrentieonderzoek vind je hier: [Concurrentieanalyse](#).

Communicatiestrategie

Doelstellingen

NAAKT magazine heeft de droom om een wereld te creëren waarin kwetsbaarheid, openheid en inclusiviteit de norm is. Een format dat je inspireert en laat nadenken over verschillende kwesties. Voor NAAKT hebben we een aantal doelstellingen opgesteld.

1. Doelstellingen magazine

- Uiterlijk (juni) 2024 een fysiek magazine kunnen verkopen
- Uiterlijk (juni) 2024 een online platform online hebben, waarbij je onder andere de mogelijkheid hebt om het magazine aan te schaffen of losse artikelen kunt lezen
- Minimaal 100 magazines hebben verkocht in het jaar 2024
- Na de eerste editie in 2024, elk jaar een nieuwe editie uitbrengen
- Het opbouwen van een diverse klanten- en partnerbestand (diverse stakeholders)
Het bespreekbaar maken van taboeonderwerpen aan de hand van onze content

2. Doelstellingen voor de socials

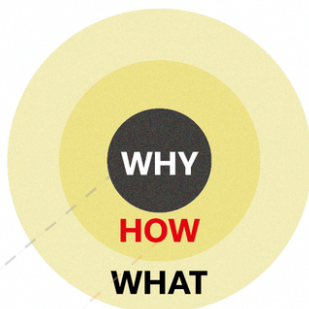
- In (juni) 2024 een gemiddeld bereik hebben van 3000 personen per Instagrampost
- In 2024 minimaal 200 volgers hebben op ons Instagramaccount
- Minimaal één Instagrampost per week (hieronder vallen ook stories)
- Na de officiële lancering van het magazine, minimaal twee posts per week (hieronder vallen ook stories) > dit om de engagement en aandacht hoog te houden

3. Doelstellingen voor het onderzoek

- Onderzoek verrichten naar social media platformen. Om zo te ontdekken of we eventueel een ander social media-account kunnen opzetten, naast Instagram.
- Onderzoek verrichten naar de one-liner, naam en cover. Welke associatie maakt de doelgroep met het magazines? Is dit positief of negatief voor het magazine?



GOLDEN CIRCLE



WHY? Veel meer jongeren hebben professionele hulp nodig met psychische problemen, maar dit word vaak niet serieus genomen of is niet bespreekbaar, terwijl hier wel behoefte aan is. Er moet meer aandacht komen hiervoor en het is belangrijk om moeilijke onderwerpen bespreekbaar te maken. Wij gaan zorgen voor een wereld waarin iedereen de vrijheid ervaart om hun volledige authentieke zelf te zijn.

HOW? Wij gaan jongeren inspireren, informeren en uitdagen om kritisch na te denken over zichzelf en de wereld om hen heen met inspirerende artikelen en content over taboe doorbrekende onderwerpen.

WHAT? Wij maken content, verhalen, video's en artikelen die wij verspreiden via een jongerenmagazine en een online platform, genaamd 'NAAKT'.

Organisatiestructuur

-

Teamverdeling

We hebben verschillende teams waarin we werken.

Eindredactie (Controle)	- Isi Muylkens (hoofdredeacteur) - Maysa Amjahad (redactie copywriting) - Puck van Diesen (redactie copywriting) - Loïs Matulesy (redactie marketing & sales + social media) - Demi Huijbers (redactie vormgeving) - Elise Boom (redactie fotografie) - Bretley Fermont (redactie fotografie)
Marketing & Sales (Onderzoek, strategie, netwerken, sales)	- Loïs Matulesy - Bretley Fermont - Isi Muylkens - Maysa Amjahad
Copywriting (Artikelen schrijven en nakijken)	- Puck van Diesen - Maysa Amjahad - Julia Rodenburg - Demi Huijbers - Elise Boom - Bretley Fermont - Isi Muylkens
Vormgeving (Het maken van de huisstijl, vormgeven van het magazine)	- Demi Huijbers - Puck van Diesen - Julia Rodenburg - Elise Boom
Social media (Bedenken, maken en plaatsen van posts en dit bijhouden)	- Loïs Matulesy - Bretley Fermont
Fotografie (Beelden creëren)	- Elise Boom - Bretley Fermont
Coaches:	- Ank van Heur - Pieter van Beurden

Partners

Het is belangrijk om te netwerken en verschillende contacten te onderhouden. Dit om zoveel mogelijk kansen te creëren voor NAAKT. We hebben een partnerbestand gemaakt om onze 'partners' in kaart te brengen. We hebben een partnerbestand gemaakt met verschillende partijen met wie al contact hebben gehad. Ook staan hier partijen in met wie wij in de toekomst graag contact mee op willen nemen. Het partnerbestand vind je hier: [Partnerbestand](#).

Financiële verantwoording

Het is nog moeilijk om specifiek te zijn bij de financiële verantwoording. We moeten namelijk nog met verschillende partijen aan tafel zitten om dit duidelijk te krijgen. Maar hieronder vind je wel een indicatie. Bij deze indicatie zijn aspecten verwerkt, waarvan wij weten dat dit moet worden meegenomen in het toekomstige budget.

Uitgaven

- Drukken van het magazine. De kosten voor het drukken van een magazine variëren afhankelijk van verschillende factoren, zoals het formaat van het magazine, het aantal pagina's, de oplage, de kwaliteit van het papier en de afwerkingsopties. Ook zal er verschil zitten in de prijs per drukkerij. Als formaat willen we ongeveer A4-formaat, 64 bladzijden (inclusief cover) met een wit (of Off White) achtergrond kleur. We hebben gevraagd aan Peter Schrijver (Sales Manager, BCM Media) wat de kosten dan precies zouden bedragen. Hij heeft aangegeven dat de aantal bladzijden die wij in gedachten hebben, duur uitpakt. Omdat er bij deze hoeveelheid verschillende snijmarges gebruikt moeten worden. Hij heeft verschillende opties gegeven en de prijs hiervan ligt ongeveer tussen de 1000 en 2000 € (voor 500 exemplaren).
> Zie bijlage 7 voor specificaties.
- Naamsbekendheid genereren van het magazine. Door middel van verspreiding van stickers en posters. De kosten hiervan zijn ongeveer €30 per 500 stickers met een formaat van 85mm X 85mm (*Stickers maken online: 1000 voor € 10,09 | Stickers Drukken | BIZAY, 2023*).
- De verspreiding van het magazine. Het magazine moet natuurlijk ook worden verkocht. De kosten kunnen sterk variëren en is afhankelijk van verschillende factoren, daarom kunnen we hier nog geen specifieke uitspraken over doen.

Inkomsten

- Budgettering van Fontys Hogescholen. Pieter van Beurden en Ank van Heur hebben aangegeven dat we voor het magazine budget kunnen aanvragen bij school. Mensen die we hiervoor zouden kunnen benaderen zijn budgethouders van Fontys (p-fase Els Braas, hoofdfase Sandra Smits of afstudeerfase Chris Gribling). Maar bijvoorbeeld ook de directrice van Fontys ACE, Ilse van de Pas. De kosten kunnen sterk variëren en is afhankelijk van verschillende factoren, daarom kunnen we hier nog geen specifieke uitspraken over doen.
- Budgettering van andere partijen. Er zijn wellicht andere partijen die ons (financieel) willen ondersteunen met onze missie. De kosten kunnen sterk variëren en is afhankelijk van verschillende factoren, daarom kunnen we hier nog geen specifieke uitspraken over doen. Voorbeeld van eventuele andere partij: Oranje Fonds.

Creatie

Brandbook

De huisstijl is verwerkt in het brandbook door team design. Je vindt het brandbook via de volgende link: [Brandbook NAAKT](#). Daarnaast vind je in bijlage 1 van dit document een aantal schermabeeldingen van de basisregels met betrekking tot design (afkomstig uit het brandbook).

Schrijfwijzer en beeldwijzer

De tone of voice, manier van schrijven en bepaalde regels zijn verwerkt in de schrijfwijzer. Je vindt de schrijfwijzer via de volgende link: [Schrijfwijzer NAAKT](#). Daarnaast vind je de schrijfwijzer ook in bijlage 2 van dit document.

Regels met betrekking tot beeld is verwerkt in de beeldwijzer. Je vindt de beeldwijzer via de volgende [Beeldwijzer](#). Daarnaast vind je de beeldwijzer ook in bijlage 3 van dit document.

Artikelen

Er zijn al verschillende artikelen gemaakt voor het magazine, zowel door de groep van 2022 en 2023. Het is belangrijk dat de artikelen een extra check krijgen voordat ze daadwerkelijk in het magazine worden geplaatst. Denk bijvoorbeeld aan spelling, loop van het verhaal en of het past bij onze identiteit. De artikelen vind je hier: [Teksten](#).

Er is ook een opbouw gemaakt voor de indeling van het magazine, dit wordt ook wel de 'plank' genoemd. Hierin vind je terug welke artikelen in het magazine komen en welke plaats zij innemen in het magazine. De plank vind je in bijlage 6.

Social media

Als social media gebruiken we Instagram, aangezien dit een platform is die erg populair is onder onze doelgroep. Ons Instagramaccount heet [@naaktmagazine](#). Daarnaast hebben we ook een e-mailadres, namelijk naaktmagazine@gmail.com. De inloggegevens vind je hier: [Inloggegevens socials + e-mailadres](#).

Literatuurlijst

Foliomag.com (2021). Five Magazine Publishing Trends to Watch in 2021. Geraadpleegd op 18 april 2023, van <https://www.foliomag.com/five-magazine-publishing-trends-to-watch-in-2021/>

Milieu Centraal (2022). Jongeren steeds meer bezorgd over klimaat. Geraadpleegd op 18 april 2023, van <https://www.milieucentraal.nl/nieuws/2022/jongeren-steeds-meer-bezorgd-over-klimaat/>.

NOS. (2023, 9 april).

[Te veel kinderen krijgen psychische hulp, vindt kabinet. Geraadpleegd op 25 april 2023, van https://nos.nl/artikel/2470363-te-veel-kinderen-krijgen-psychische-hulp-vindt-kabinet](https://nos.nl/artikel/2470363-te-veel-kinderen-krijgen-psychische-hulp-vindt-kabinet)

RIVM (2021). Jeugdmonitor: Psychische gezondheid van de jeugd in Nederland in coronatijd. Geraadpleegd op 18 april 2023, van <https://www.rivm.nl/jeugdmonitor-psychische-gezondheid-jeugd-covid-19>.

SCP (2021). Jongeren positiever over diversiteit en inclusie. Geraadpleegd op 18 april 2023, van <https://www.scp.nl/Actueel/Nieuws/2021/06/21/Jongeren-positiever-over-diversiteit-en-inclusie>.

Stickers maken online: 1000 voor € 10,09 | Stickers Drukken | BIZAY. (2023, 4 juni).

https://www.bizay.nl/stickers?id=109247&campaignid=1745350039&adgroupid=68058942443&creative=571881858188&keyword=stickers&matchtype=b&adposition=&network=g&placement=&target=&targetid=kwd-10407441&device=c&year=&week=&gclid=CjwKCAjw-IWkBhBTEiwA2exyO5EvWddAWOgyEUNzMFwphnNFjOkuUvaZFowkTHQ9gU1ji16RvCtJbXoC6XMQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds

Women's Health (2023). Women's Health - Fitness, Voeding & Gezondheid. Geraadpleegd op 18 april 2023, van <https://www.womenshealthmag.com/nl/>.

Bijlagen

Bijlage 1: Afbeeldingen Brandbook

LOGO

nøkt

nøkt

TYPOGRAFIE
& KLEUR

AVALLON Koppen

Elza text Semibold Subkoppen

Kepler 3 VF light Body



BEELD



Handwritten signature or mark.



OVERIGE SPECIFICATIES

A4

Magazine formaat

Inleidingen zijn lettergrootte 13
Bodycopy is lettergrootte 11



Gebruik maken van
maximaal 3 kolommen

Bijlage 2: Huidige schrijfwijzer

Schrijfwijzer NAAKT –

Deze tekst is geïnspireerd op de schrijfwijzer van BCM MEDIA BV.

Het doel van de schrijfwijzer en voor wie het is bedoeld

Een schrijfwijzer is een document waar afspraken in staan met betrekking tot de schrijfwijze en tone of voice. Deze schrijfwijzer is specifiek bedoeld voor iedereen die is verweven met magazine NAAKT en hiervoor een tekst schrijft. Het doel van de schrijfwijzer is om overzicht te creëren, verwarringen te voorkomen en uiteindelijk professionele teksten op te leveren. Door deze schrijfwijzer aan te houden, worden teksten op bepaald niveau geschreven met constant dezelfde schrijfwijze.

Tone of voice

Wij spreken de lezer informeel aan met de schrijfvorm jij/je. We schrijven op een respectvolle manier en tegelijkertijd gewaagd. We draaien er niet om heen en schrijven de waarheid. We staan voor openheid, kwetsbaarheid en inclusiviteit. Dit dragen we ook uit in onze teksten.

Aanhalingstekens

Dubbele aanhalingstekens:

- Alle citaten of quotes ("Ik denk dat jij", hij kijkt naar zijn vriendinnetje, "leuk bent.").
- Tekst/citaat/gedicht uit een boek
- Een motto
- Een appje/ sms

Enkele aanhalingstekens:

- Bij ironisch bedoelde woorden (Mijn elektrische en akoestische 'wederhelft' is...)
- Bij een gefingeerd citaat of parafraseren ('Dat kan makkelijker', is de reactie al snel.)
- Bij een citaat in een citaat ("Hij belde met zijn zus en zei: 'Ga je mee winkelen?'")
- Bij woorden die naar zichzelf verwijzen ('Kennismaken' is één woord.)
- Bij zelfbedachte woorden en titels (Nederland is flink 'vervinext'.)

Specifieke no go's:

- **Geen** aanhalingstekens bij een gedachte (Ik dacht: wat zal ik doen?)
- **Geen** aanhalingstekens bij een tussenkop
- **Geen** aanhalingstekens (of cursief) bij een thema, tenzij de leesbaarheid in het geding komt.



**"MIJN PASSIE LIGT IN HET
BEREIDEN VAN HEERLIJKE
GERECHTEN"**

Ovidel'it emporichonis p'ellipta que nepel is ius.
omniupel isita toles autem. Et venti con pa
toles exomel essent? Nist, volupat sit reu
mend' il modigli minitilas otar as pratus iur
semimacanda ventemodit, omiibi

[illegible]

*MARRY IS MEIN
FAVORITE GERECHT

Qualité correspondance j'allais que négation, on n'empêche
sans codes autres. Et vous ont pu codes exercent exercer? Non,
volontaire est, on n'enlève il n'aurait minutibus et sur protection
semaines de votre mail, on n'enlève.

[illegible][illegible]

Per una migliore comprensione dell'articolo sono stati studiati anche alcuni testi biblici ebraici e in aramaico, ebraico e aramaico. L'articolo è stato tradotto in ebraico e in aramaico. Per una migliore comprensione dell'articolo sono stati studiati anche alcuni testi biblici ebraici e in aramaico, ebraico e aramaico. L'articolo è stato tradotto in ebraico e in aramaico.



A hand with red-painted nails holds a clear glass filled with a light-colored beverage and a slice of orange. The glass has the word 'Sabella' written on it in a cursive font. The background is a solid orange color with the words 'FEELING SPRITZ-Y' repeated in a bold, white, sans-serif font in a grid pattern.



TROTS OP MIJN
LICHAAM?

Cos delictatorum sub-arqueque duo non debita est volup-
tas perditionis acit se et illud utique.

Peccata venientia delicta inordinataque sunt, non
ut lacrimas vellet cum te explorare nobili delicta et legem
sunt in sua, volentes velle de vultu aliquo in collata alii alii
superioris delictum in velle inordinata sunt.

Contraque nobili cunctis non benevolent in vultu et alio
ali facit et non fugiuntur in, alii inordinata sunt
ali non sunt. Contraque non alii inordinata sunt.

"HIER KOMT EEN
STREAMER TEKST"

[illegible]

SCHAAMTE



"Hier kan een quote komen"

- bv. van :
 - modellen
 - kennis
 - jezelf

Een foto-reportage door Be van Dijk.

Te ut pariter mutemur cupo, necesse quidem, dumquid id melius voluerimus, a quo et in peris. Quia modo blaspheum legitur, incensum quantum stulticia respicit, exire per uia de Teher tantum ad hunc serculum, rixumque volupitium, cum non conuenit nec ut et aliam quod ad idem.



⁶ Ik schroomde er voor, maar het is nu heel normaal.

Verbindingsstreepje

Het korte streepje gebruik je:

- Als koppelteken bij samenstellingen (ex-man, cv-installateur). NB: ook bij merknamen, bands en artiesten komt er een kort verbindingsstreepje (Nike-fabriek, Beatles-plaat, Mozart-sonates) (zie ook kopje Samenstellingen).
- Als afbreekteken (eind van een regel).
- Bij samentrekkingen (zomer- en winterschoenen).

Specifieke no go's:

- **Geen** lange streep gebruiken (—)

Komma

De komma gebruik je:

- Voor voegwoorden: maar, want, terwijl, omdat, nadat, doordat, waarin, waar, waardoor, behalve, hoewel, mits en tenzij (er zijn uitzonderingen).
- Tussen twee werkwoorden, tenzij het een korte zin is ('Zoals ik al zei, ontvangt u een nieuwe versie' 'Ik vlieg denk ik'). Tip: lees hem hardop en luister waar een pauze zit.
- Tussen twee bijvoeglijke naamwoorden als ze gelijkwaardig zijn (een spannende, ontroerende film).
- Na een samenvattend signaalwoord (kortom, sterker nog of al met al). Hier plaats je dus **geen** dubbele punt (Kortom, je kunt beter gaan fietsen.).
- Als er een natuurlijke pauze valt als je de zin hardop uitspreekt.

Specifieke no go's:

- Beperkende bijzin: als de bijvoeglijke bijzin beperkend is in de context, hoeft er **geen** komma voor ("Studenten (,) die slechts drie maanden besteden aan een scriptie, slagen er meestal **niet** in om een goed resultaat te bereiken.").
- Bijvoeglijke bepaling: als er twee bijvoeglijke naamwoorden achter elkaar staan, waarvan het eerste bijvoeglijke naamwoord en het opvolgende een vaste volgorde hebben, plaats je **geen** komma (De originele marmeren schoorsteenmantel is nog geheel intact.).

Getallen, eenheden, afkortingen

- Schrijf alle getallen tot en met twintig en ronde tien-, honderd- en duizendtallen uit (negentien, zestig, vierhonderd, drieduizend, etc., maar 350, 160)
- Plaats een punt indien een getal vijf of meer cijfers telt (244, 5666, 11.877).
- Eenheden uur, gram, kilometer schrijf je uit.
- Eenheden valuta (bv. euro), graden Celsius en doorsnede krijgen een symbool. Gebruik hierbij een spatie: € 44, 180 °C en Ø 60 cm.
Bij percentages gebruik je ook het symbool %.
- Plaats **geen** , - of ,00 bij afgeronde bedragen (€ 9 of € 14,95).
- Afkortingen mogen zowel in een lopende tekst als in haakjes worden gebruikt
- Na afkortingen komt een punt indien dit **geen** symbool is. Zo krijgen cm, kg, km of h **geen** punt, maar enz., min., u., blz., tl., el. of ca. wel. ([zie de lijst met symbolen](#))
- Schrijf bij afmetingen betreffende een inhoudsmaat wel een afkorting (12x40 cm of 18x30x50 cm, 88 km, maar: acht kilometer, acht centimeter)
- In recepten (ingrediënten en bereiding) gebruik je uitsluitend cijfers en afgekorte eenheden (Zet de schaal 15 min. in een oven van 220 °C). NB: gebruik hierbij de afkortingen zoals ze horen (bv. g kg ml zonder punt want symbool, tl. ca. met punt want **geen** symbool). Opsommingen beginnen met een hoofdletter (of cijfer).
- Schrijf 24ste, niet 24th (dus **geen** superscript)
- Schrijf 10.00 uur (niet 10 uur, 10:00 uur of tien uur.). NB: in geval 'tien uur' wordt geschreven, kan het verwarring veroorzaken met 10.00 of 22.00, daarom in cijfers. Zet er bij enkelcijferige tijden een 0 voor (02.00 uur). Als uit de context duidelijk is of het overdag of 's nachts is, kun je wel voluit schrijven.
- Bedrijven die kapitalen gebruiken in afkortingen worden met alleen een beginkapitaal geschreven indien het gaat om een als woord uitspreekbare afkorting (ABN Amro, Logica CMG, Daf, Ikea, Unesco, maar dus wel NCRV, KRO, EO). Bij twijfel alles in hoofdletters (BASF, EADS).
- In de tekst is het handig om bepaalde bedrijven eerst voluit te schrijven met de afkorting tussenhaakjes en vervolgens kun je in de tekst verwijzen naar de afkorting. Dus bijvoorbeeld eerst Gemeenschappelijke Gezondheidsdienst (GGD) en vervolgens enkel GGD.

Samenstellingen

- Samengestelde woorden schrijven we, zoals het hoort, altijd aaneen (langeafstandswandeling, middelbareschooldiploma). Uitzondering: gebruik een koppelteken als er een klinkerbotsing optreedt (groei-explosie, live-uitzending, studie-uur) of als de leesbaarheid in het geding is (stropop vs. stro-pop).
- Samenstellingen met een merk/bedrijfsnaam krijgen een koppelteken (Albert Heijn-filiaal, Shell-reserves). Liever niet: ex-PCM-topman. Voorkeur dan: ex-topman van PCM.

Apostrof s ('s)

De bezits-s schrijf je aan het grondwoord vast, tenzij dat woord eindigt op een lange klinker ofwel als je het anders verkeerd kunt uitspreken (Anna's baby, Scapa's petten), of eindigt op een sisklank (Fons' boeken, Milošević' verdediging). Eindigt het grondwoord op een medeklinker of korte klinker en treedt er **geen** uitspraakprobleem op, dan is de bezit-s vast (Adams fiets, Liekes zus).

Cursief

We schrijven het volgende *cursief*:

- Titels van eigen media (denk hierbij Fontys)
- Tv-programma's
- Album-, lied-, boek-, schilderij- en filmtitels
- Tekst van talen die niet Nederlands of Engels zijn, zoals Frans en Spaans

Specifieke no go's:

- Uitspraak of woord in dialect schrijven we **niet** cursief
- Engelse taal schrijven we **niet** cursief, tenzij de leesbaarheid in het geding komt. Twijfel je of de leesbaarheid in het geding komt? Test dit dan door de tekst aan verschillende mensen uit de doelgroep te laten lezen, in ieder geval door de hoofdredacteuren van NAAKT.
- Namen van evenementen, fairs en exposities schrijven we **niet** cursief, tenzij de leesbaarheid in het geding komt.

Streamers, fotobijschriften en koppen

- Plaats **geen** punten aan het einde van de zin bij streamers, fotobijschriften en koppen. Gebruik wel hoofdletters.

Websites

- We plaatsen bij websites enkel de URL, voorbeeld: Fontys.nl of NAAKT.nl
- Als je de lezer naar een specifiek iets wil leiden, zoals een winactie of bepaald artikel gebruik dan slash (/) achter de URL. Voorbeeld NAAKT.nl/jongeren
- Er komt **geen** punt achter een website aan het einde van een zin. Maar als de website in de broodtekst wordt genoemd, **niet** aan het einde staat en er daarna nog een andere zin achter komt: wél een punt.

Accenten (é, á, í, ó)

- Gebruik alleen een accent (é, á, í) als je de nadruk op dat woord wilt leggen. Een accent op een hoofdletter kan ook, m.u.v. het woord Eén; dan komt er **geen** accent op de eerste e. Wees zuinig met accenten, want ze maken een tekst snel onrustig.
- Plaats bij twee dezelfde klinkers het accent op beide letters wanneer je er nadruk op wil leggen (vóór, één).

COPYRIGHT

Voor NAAKT hebben we wat afspraken met betrekking tot copyright. Deze zijn hieronder vermeld.

- Bij jouw aangeleverde beelden of illustraties zal jouw naam (indien gewenst) worden vermeld in het magazine.
- Jouw aangeleverde beelden of illustraties worden gecontroleerd en goedgekeurd door de redactie voordat deze in het magazine worden geplaatst.
- Wanneer je beelden of illustraties aanlevert voor NAAKT is het aan jou de keuze of deze alleen voor het magazine gebruikt worden, of ook voor andere doeleinden. Denk bijvoorbeeld aan online platformen.

DISCLAIMER

Je zult geen kostenvergoeding/uitbetaling krijgen voor alle beelden of illustraties die worden aangeleverd aan NAAKT.

RICHTLIJNEN

Voor NAAKT zijn er een aantal richtlijnen met betrekking tot fotografie en illustratie. Wij willen jou creativiteit niet belemmeren, daarom ben je voor een heel groot deel vrij om te maken wat je wil. Echter moet het wel binnen de stijl van NAAKT passen. Hieronder vind je een aantal korte richtlijnen.

- Foto's worden analoog gemaakt (dit mag ook met een filter), of in zwart-wit.
- Gewaagde foto's en illustraties zijn toegestaan en gewenst, maar **let op** dat deze niet erotisch, aanstootgevend of kwetsend zijn. Bij twijfel over bepaalde beelden kun je contact opnemen met de redactie.

We raden je aan om van tevoren het brandbook nog eens goed door te nemen. Hier zijn onze huisstijlkleuren en inspiratiebeelden terug te vinden.

Algemene richtlijnen, afspraken en schrijfwijzen (tone of voice)

- Lezers worden aangesproken met 'je'.
- Bij al onze titels: noem eerst voor- en achternaam van een persoon, vervolgens alleen de voornaam.
- Bij de credits van tekst of foto's wordt enkel de naam dikgedrukt en **niet** de rest van de tekst. Ook is het **niet** de bedoeling om hierbij een dubbele punt te gebruiken.
- Tekstcredit met meerdere auteurs: een komma ertussen als het drie of meer zijn (vb. Joris Heynen, Maartje de Valk en John van Huizen) – wel 'en' als het enkel om twee personen gaat (vb. Joris Heynen en Maartje de Valk)
- Vermeld bij acties een einddatum + jaartal en schrijf dit voluit (voorbeeld 10 april 2022).
- Na een dubbele punt volgt een kleine letter. .
- Werkwoorden met 'houden' worden altijd ik houd of je houdt (**niet** hou) ('ik houd van jou' en 'ik houd hem vast').
- M'n en z'n wordt altijd mijn en zijn. Uitzondering: als een dialect/de uitspraak typerend is voor goede weergave van iemand, kun je wel m'n of z'n gebruiken.
- ISBN nummers: zonder koppeltekens.
- telefoonnummers met spaties (voorbeeld 1: 06 98 76 54 32 voorbeeld 2: 0546 78 89 90)
- Schrijf uitgaves als volgt: NAAKT, uitgave 1 (jaartal)
- Kies voor datums tot en met (t/m), **niet** tot. Mensen scannen op cijfers en dan klopt het cijfer dat ze lezen en pakken ze **niet** mis.

Lastige woorden

- fair trade (los, **niet**-cursief)
- supermooi (één woord)
- steil = sterk hellend, stijl = schrijfwijze of deel van raamkozijn (vb.)
- leiden = leiding geven, lijden = klachten verdragen (vb.)
- Noord-Brabant, **niet** Brabant
- *wil* (tegenover wilt) heeft de voorkeur:
 - o *je wil*
 - o *hij wilt*
- *kun*, **niet** *kan* (dat is spreektaal)
- Weleens is één woord
- Kies 'social media', **niet** sociale media
- Je kunt (**niet** je kan)
- 'Alsook' is Nederlands, maar gebruiken we **niet** zo vaak. Liever 'en' bijvoorbeeld.
- Te veel of teveel en zo veel of zoveel. Als te veel 'meer dan nodig' betekent, moeten de woorden los worden geschreven (Hij heeft te veel taart gegeten.). Ezelsbruggetje: als je in plaats van te veel ook te weinig op dezelfde plaats in de zin kunt gebruiken, komt er een spatie na 'te'. Teveel wordt aaneengeschreven als het een zelfstandig naamwoord is: het teveel of een teveel (de betekenis is dan 'het/een overschot').

Afspraken NAAKT

- NAAKT wordt altijd voluit geschreven en met hoofdletters.
- We vloeken **niet**, maar schelden wel (alleen we schelden **niet** met ziektes)
- Engelse tekst kan gewoon door de tekst heen gebruikt worden, aangezien de doelgroep dit ook vaak gebruikt en gemakkelijk begrijpt. Doe dit wel met mate, aangezien het een Nederlands blad blijft. Engelse woorden hoeven **niet** cursief, tenzij de leesbaarheid in het geding komt. Twijfel je of de leesbaarheid in het geding komt? Test dit dan door de tekst aan verschillende mensen uit de doelgroep te laten lezen, in ieder geval door de hoofdredacteuren van NAAKT. Andere talen, zoals Frans en Spaans schrijf je wel cursief.
- We proberen dezelfde interviewstijlen aan te houden, dit bespreken we onderling.
- Zowel 'normale' taal als straattaal mag gebruikt worden. Dus het woord 'jonko' en 'fissa' mag gebruikt worden, maar het mag ook geschreven worden als 'joint', 'feest' en 'party'.
- Voordat je begint aan het schrijven van een artikel, bespreek je altijd het idee erachter met het team. Dus denk aan onderwerp, invalshoek en vorm.
- Teksten worden altijd gecontroleerd. Eerst controleer je je eigen tekst door het na te lezen en de controle-tool van Microsoft Word te gebruiken. Vervolgens wordt je tekst door minstens twee mensen gecontroleerd. De tekst moet altijd worden gecontroleerd door een eindredacteur van de redactie copywriting.

Copyright

Voor NAAKT hebben we wat afspraken met betrekking tot copyright. Deze zijn hieronder vermeld.

- Bij jouw aangeleverde teksten zal jouw naam (indien gewenst) worden vermeld in het magazine.
- Jouw aangeleverde teksten worden gecontroleerd en eventueel aangepast door de desbetreffende hoofd van de afdeling copy/beeld. Pas als beiden partijen goedkeuring geven, wordt het in het magazine geplaatst.
- Als je een tekst aanlevert voor NAAKT is dit ook enkel voor ons platform bedoeld. We snappen dat je jouw tekst wil delen, maar het moet natuurlijk wel exclusief blijven. Je mag jouw tekst gebruiken voor schooldoeleinden, maar het is niet de bedoeling om dit zonder samenspraak te plaatsen op bijvoorbeeld social media of te verkopen aan derden. Indien je dit wel wil doen, bespreek je dit met team NAAKT. Wees je ervan bewust dat we graag vermelding willen bij het delen.

Belangrijk om te weten: Mocht het zo zijn dat er met de tijd tegen een kwestie wordt aangelopen die van belang is voor de schrijfwijzer, kan de schrijfwijzer worden aangepast. De schrijfwijzer wordt **nooit** aangepast zonder weet van het team. Ook wordt er **niet** in de oude versie 'verbeterd' maar in een kopie, zodat je altijd de oude versie er nog bij kunt pakken.