

Commentaar op onderdelen van het boek **Communicatie Handboek** van Drs. W.J. Michels

In diverse communicatieopleidingen wordt gebruik gemaakt van de publicatie Communicatie Handboek van de hand van drs W.J. Michels, uitgave van Wolters-Noordhoff (1^{ste} druk 2001, ISBN 90 01 58717 8)

Het hoofdstuk over grafische technieken in deze uitgave is om meerdere redenen buitengewoon slecht.

Er is vooral sprake van een (voor een lesboek) ontoelaatbaar grote reeks aan feitelijke onjuistheden. Tevens zijn er tal van didactische onjuistheden en ook een vrij grote reeks van onzorgvuldigheden en inconsistenties. Daarnaast zitten er ook onduidelijkheden in die voortkomen uit onzorgvuldige of kromme formuleringen, alsmede heel veel taalkundige fouten.

In onderstaand puntsgewijze het commentaar is de paragraafindeling en paginanummering gevolgd van de eerste druk uit 2001.

Algemeen In een lesboek worden concreet of absoluut geformuleerde/benoemde onderwerpen door lezers/cursisten ‘voor waar’ aangenomen; begrijpelijk en terecht.
Als een feit of concreet benoemd aspect slechts een indicatieve functie heeft, moet dit uit de tekst duidelijk blijken.

pag. 296

1^{ste}

levert het reclamebureau de opgemaakte tekst [etc.]

tekstblok
éénna-
laatste
regel

Waarom hier sprake is van een *reclamebureau* is volslagen onduidelijk en bovendien absoluut onjuist; het ligt méér voor de hand dat in de hier beschreven situatie geschreven wordt over de *vormgever of de prepress-afdeling*

Cromalin

Dit is 95% van de werkelijkheid.

Er zou moeten en mogen staan: Dit is *vrijwel overeenkomstig* de werkelijkheid.

Digitale
proef

Reactie als hiervoor bij ‘Cromalin’.

pag. 295

§ 12.6

Realiseren van drukwerk

Het is een vrij ondoorzichtig vakgebied. Door de vele technische termen, maar ook door de onduidelijke kostenstructuur.

Didactisch bezien is dit (*als het feitelijk al juist zou zijn*) zo ongeveer de slechtst denkbare introductie van het vakgebied Grafische Technieken.

Nu wordt de (overigens onjuiste) opmerking van de ondoorzichtigheid van structuur en kosten in de bedrijfstak ogenschijnlijk bevestigd, terwijl het juist de primaire taak van een docent is om een ogenschijnlijke ondoorzichtigheid op te heffen.

Feitelijk is het zelfs een vakgebied dat traditioneel scheidingen kent in bedrijfstypen, die overeenkomen met de scheidingen in de fasen in het grafisch proces, zowel in het verleden als in het heden.

Met name communicatiefunctionarissen zijn dikwijls nauw betrokken bij grafische projecten en hebben (of moeten hebben) een behoorlijke invloed op enkele fasen in dat proces en sturen of coördineren dat proces. Er is dus juist alle reden om een eventuele onduidelijkheid of ondoorzichtigheid te verhelderen, maar daarvoor zijn de gekozen introductiezinnen eerder een belemmering dan een uitnodiging tot kennisname.

-
- pag. 295 *[....] wordt de pagina opgemaakt.*
§ 12.6.1 Dit suggereert dat prepress een activiteit is die van toepassing is in drukwerk waarbij ‘iets’ pagina’s kent. Prepress is echter de verzamelnaam voor activiteiten in de drukwerkvoorbereiding, die zowel betrekking heeft op tekst, als op illustratie, als op de gezamenlijke vormgeving (opmaak of layout) van het geheel, ongeacht de vorm of het type drukwerk en bijvoorbeeld ook ongeacht de gebruikte druktechniek.
-
- pag. 296 *Een laserproof in kleur is vergelijkbaar met een kleurenprint.*
§ 12.6.1
Laserproof Tamelijk onduidelijk, want er staat nergens wat bedoeld wordt met een ‘kleurenprint’. Ook uit de vervolgtekst blijkt niet wat nu exact bedoeld wordt. Een ‘kleuren-laserproof’ geeft een behoorlijk beeld over de kleuren; in elk geval over de plaats van kleurgebruik; in zuiverheid van PMS-kleuren (o.a. bij kritisch gebruik rond huisstijlelementen) wil wel eens een kleine afwijking voorkomen, alsmede bij de correcte weergave van kleurtinten. Bijv. een tint door 30% van PMS 214 is in een laserproof niet te onderscheiden van 100% PMS 211, maar dat is technisch ook vrijwel onmogelijk; een tint zal in druk ook dikwijls lichter zijn dan in een laserproof, al was het maar omdat drukinkt transparant is en toner uit een laserprinter niet; dat is dekkend. Dat heeft dus effect op elke weergave van kleur in een laserproof i.v.m. drukwerk!
-
- Fullcolour** *Bij fullcolour drukwerk zijn de kleuren opgebouwd uit vier basiskleuren: [etc.]*
- Een correcte formulering luidt:
Bij fullcolour-drukwerk worden alle kleuren waargenomen, maar wordt echter slechts gedrukt in de vier proceskleuren [etc.]
Het is onjuist en onduidelijk om hier het woord ‘opbouwen’ te gebruiken; wat evt. wordt ‘opgebouwd’ is de waarneming door het menselijk oog.
Het is eveneens onjuist om hier te spreken over ‘basiskleuren’; dat begrip slaat op de 13 basiskleuren die (op basis van m.n. pigmentstructuur en effecten) ten grondslag liggen aan het PMS-systeem. De vier kleuren drukinkt die over de hele wereld ten grondslag liggen aan de fullcolour-druktechnieken (en aan de in de voorbereiding daarvan voorafgaande kleurscheiding) heten ‘proceskleuren’.
-
- Per kleur maakt een lithograaf een kleurengescheiden film.*
- Een correcte formulering luidt:
De prepress-medewerker verwerkt illustratiemateriaal; in de laatste fase van de verwerking wordt voor fullcolour-drukwerk elke illustratie gescheiden in de systeemkleuren, zodat voor elk van deze proceskleuren een aparte film als voorbereiding voor een drukvorm ontstaat. Het maken van deze kleurengescheiden films was tot voor kort het specialistisch terrein van de lithograaf.
-
- De taakomschrijving van de lithograaf heeft in feite betrekking op de prepress-medewerker; dit is echter een ontwikkeling in de sector, door de ontwikkelingen in de grafische technieken. In ons deel van de wereld is de taak van de lithograaf nagenoeg vervallen en geheel opgenomen in het werk van de prepress-afdelingen.
-
- Cromalin** Zie de opmerkingen hiervoor bij **Algemeen** en bij **Laserproof**.

Digitale proef Er zijn veel meer methoden om een digitale proef te maken. In veel gevallen zal een proef als *pdf-file* worden aangeboden; deze wordt dan niet door de prepress of drukker op papier gezet, maar door de opdrachtgever in diens eigen werkomgeving; de correcte kleurweergave is dan geheel afhankelijk van de kwaliteit van de kleurafdrukmogelijkheden van diens printer. Een stap beter wordt het als gewerkt wordt met zgn. *Certified pdf*-opties, waarbij kleurweergave door kallibratie (afstemming en justering tussen opmaakapparaat (beeldscherm) en afdrukapparaat (printer) veel beter is. Ook andere leveranciers uit de (foto-)grafische sector leveren kleurproefsystemen. Digitale proeven kunnen ook op papier gebracht worden via professionele *inkjet*-printers; deze professionele apparaten kunnen ook op andere papierformaten afdrukken (wel tot A0). de inkt in dit systeem zijn net als drukinkt transparant; de weergave is dikwijls voortreffelijk en soms niet van druk te onderscheiden. Deels betreft dit een ontwikkeling die ontstaan is na de verschijning van het Communicatie Handboek van Michels.

Vervolgens In de alinea die begint met '*Vervolgens gaat de drukker aan de slag [etc.]*' De tweede optie is in de onjuiste volgorde; correcte luidt deze:

- De drukker krijgt data of films, maakt een ozalid, maakt platen en gaat dan drukken.

pag. 297 **Checklist beoordeling proef**

Tabel 12.1 In deze Checklist staan 9 aandachtspunten die in een proef (van welke soort dan ook) allang niet meer aan de orde behoren te zijn! De in dit hoofdstuk weergegeven checklist maakt het grafisch proces niet duidelijk (en ook niet dat de opsteller van deze checklist begrip heeft voor het grafisch proces), terwijl de communicatiefunctionaris vooral tot taak heeft om het grafisch proces te beheersen en de uitvoering te bewaken!

- het *Lettertype* moet allang voor de proeffase beoordeeld zijn; de leesbaarheid wordt beïnvloed door de typografische instructie en beoordeeld in de ontwerpfase en is niet aan de orde in de proef!
- de *Route door de tekst / Is de volgorde logisch?* moet in de kopijfase beoordeeld worden en is niet aan de orde in de proef!
- Bij *Uitstraling* met de vraag '*Is de juiste papierkeuze gemaakt?*' is dit vrijwel nooit te beoordelen in 'de proef'; hooguit in de vrijwel nooit toegepaste 'drukproef' die op oplagepapier wordt gemaakt; deze keuze vindt plaats vooraan in de voorbereiding; de papierkeuze kan invloed hebben op de vormgeving, maar in de proeffase is de voorbereiding al lang voltooid; dit is dus niet aan de orde in een proef!
- Bij *Foto's* met de vraag '*Zijn de foto's scherp en helder?*' is dit in de fase van de proef allang gepasseerd en mag nu niet meer aan de orde zijn!
- Bij *Fotobijschriften* met de vraag '*Onderscheiden de bijschriften zich van de gewone tekst?*' is dit in de fase van de proef allang gepasseerd; dit wordt beïnvloed door de typografische instructie en beoordeeld in de ontwerpfase en is niet aan de orde in de proef!
- Bij *Tekst* met de vraag '*Kunnen er woorden of zinnen geschrapt worden?*' is dit in de fase van de proef allang gepasseerd; de redactionele kwaliteit van de tekst wordt beoordeeld vóórdat deze aan een vormgever of prepress-afdeling wordt aangeboden en is niet meer aan de orde in de proef!
- Bij *Regels wit* met de vraag '*Zijn er voldoende regels wit, zodat er rust op de bladzijde*

ontstaat? is dit in de fase van de proef allang gepasseerd; witregels zijn een redactionele ‘structuuraanduiders’, maar de redactionele kwaliteit van de tekst wordt beoordeeld vóórdat deze aan een vormgever of prepress-afdeling wordt aangeboden en is niet meer aan de orde in de proef!

- Bij *Basisinformatie* met de vraag ‘*Zijn de adresgegevens juist vermeld?*’ is dit in de fase van de proef allang gepasseerd; dit wordt beoordeeld vóórdat de kopij aan een vormgever of prepress-afdeling wordt aangeboden en is niet meer aan de orde in de proef!
 - Bij *Colofon* met de vraag ‘*Is er een colofon met ontwerper [etc.]?*’ is dit in de fase van de proef allang gepasseerd; dit wordt beoordeeld vóórdat de kopij aan een vormgever of prepress-afdeling wordt aangeboden en is niet meer aan de orde in de proef!
-

pag. 297 / 298
§ 12.6.2
Het principe van offset wordt hier enigszins kort door de bocht en onhandig weergegeven, terwijl het aspect ‘water’ en de afstoting van water en inkt, van geen enkel belang is voor de communicatiefunctionaris.
Niettemin ontbreekt een aspect dat de communicatiefunctionaris/drukwerkbegeleider wel waar kan nemen: doordat in offset een extra beeldoverdracht plaatsvindt (op het rubberdoek) is alleen in offset de drukvorm (en evt. dus ook de film) niet spiegelbeeldig maar gewoon ‘leesbaar’, dit in tegenstelling tot hoogdruk en diepdruk.

pag. 298
Tabel 12.2
Voor en nadelen offset
De opmerking in de kolom ‘**Nadelen**’ dat offset minder geschikt is voor het drukken van kwalitatief hoogwaardige illustraties is absoluut onjuist en staat haaks op de werkelijkheid; offset is juist de beste techniek daarvoor, hetgeen onder meer verklaart waarom offset de meest gebruikte druktechniek is; meer dan 85% van alles dat gedrukt wordt gaat in offset, vooral vanwege de goede illustratieweergave, die vele malen beter is dan de mogelijkheden in hoogdruk, diepdruk of zeefdruk!

Toepassingen offset

In het overzicht van toepassingen wordt als 4^e optie ‘verpakkingen’ genoemd; om een beter beeld van de veelvuldige mogelijkheden van offset te bieden, verdient het aanbeveling om bij de optie ‘verpakkingen’ ook te melden, zowel op papier, karton, plastic als metaal’.

pag. 298
§ 12.6.3
Tabel 12.3
Zeefdruk
Voor en nadelen zeefdruk
De opmerking in de kolom ‘**Voordelen**’ dat zeefdruk ‘bruikbaar is voor vrijwel alle harde materialen’ is onjuist en staat haaks op de werkelijkheid als we alleen al in gedachten nemen hoeveel linnen tassen, T-shirts, spandoeken, banieren, vlaggen e.d. in zeefdruk worden gedrukt.
De opmerking in de kolom ‘**Nadelen**’ dat zeefdruk ‘niet geschikt is voor platte tekst’ wordt duidelijker als gesteld wordt dat zeefdruk niet geschikt is voor tekstweergave in de gangbare leescorpsen (tussen ± 5 en 16 punt).
De opmerking in de kolom ‘**Nadelen**’ dat zeefdruk ‘niet geschikt is voor reproductie van foto’s’ is onjuist en staat haaks op de werkelijkheid als we alleen al in gedachten nemen hoeveel affiches en bijv. ook CD’s bedrukt worden in zeefdruk. Men zou kunnen stellen dat zeefdruk economisch niet geschikt is voor reproductie van foto’s in fijne rasters en grote oplagen.

pag. 299 *[...]Alles wat na druk zichtbaar moet zijn op het papier, ligt verhoogd.[...]*

§ 12.6.4 De aanduiding verhoogd heeft betrekking op de drukvorm.

Hoogdruk Deze zin moet gelezen worden als:

[...]Alles dat in druk zichtbaar moet worden op het papier, heeft in de drukvorm een verhoogd reliëf.[...]

[...] Wanneer er meer kleuren nodig zijn, gaat het vel papier voor elke kleur opnieuw door de pers.[...]

Deze buitengewoon onhandige formulering, op deze plaats in deze tekst (en hier ook voor het eerst genoemd) suggereert dat dit aspect (*voor elke kleur opnieuw door de drukpers*) specifiek voor Hoogdruk van toepassing is.

Het is echter geldig voor elke druktechniek.

Bovendien zelfs met dien verstande en nog beter te formuleren ‘dat het papier voor elke kleur met een aparte drukvorm in contact komt’. Dit betekent namelijk niet dat het papier daarvoor opnieuw de drukpers in gaat, want dikwijls zijn deze meerdere drukvormen achter elkaar in één drukpers samengebouwd; bijvoorbeeld bij diepdruk kan dit zelfs niet anders!

[...]In hoogdruk vervaardigd drukwerk is herkenbaar aan en licht reliëf in de achterkant van het papier en een heel dun, uiterst scherp en extra vet inktrandje om de letters[...]

Deze formulering is alleen van toepassing op slecht gemaakt hoogdruk-werk!

- Het reliëf is niet alleen aan de achterkant zichtbaar, maar ook aan de voorzijde (papier is nu eenmaal te dun om dat onderscheid te kunnen verwerken), maar het komt alleen voor als de drukvorm iets te hoog is gesteld; soms echter wordt dit nu juist beoogd en dat kan dan alleen in hoogdruk.
- Het ‘heel dunne, uiterst scherpe en extra vette inktrandje om de letters’ is normaliter zonder sterk vergrootglas niet waarneembaar en in goed hoogdruk-werk ook volstrekt niet van enige invloed op de kwaliteit en de uitstraling van het drukwerk of de leesbaarheid van de tekst. Daarentegen kan het juist in offset (zichtbaar) voorkomen, als gevolg van een minder goede beheersing van de balans tussen inkt en water.

Toepassing van hoogdruk

In het overzicht wordt familiedrukwerk terecht genoemd (geboortekaartjes, trouwkaarten en rouwbrieven)

De genoemde voorbeelden ‘formulieren’ en ‘enveloppen’ worden vrijwel zonder uitzondering allemaal gewoon in offset gedrukt en horen in deze opsomming niet voor te komen!

Flexodruk

De eerste zin van deze alinea is helderder geformuleerd als:

Flexodruk is ook een manier van hoogdruk; de drukvorm is dan niet stijf (metaal of harde kunststof) maar flexibel (soepele kunststof).

Deze techniek wordt veel gebruikt voor het drukken van inpakpapieren, zakjes voor verse groenten, fruit, brood e.d, plastic boodschappentassen. Het voordeel is dat we ook andere materialen dan papier kunnen bedrukken (verpakkingsmaterialen als karton zoals pakken voor melk en frisdranken), kunststoffen (stickers) en dozen.

pag. 299 § 12.6.5 Diepdruk	<p><i>[...]Bij diepdruk ligt alles wat op het papier zichtbaar moet zijn, dieper dan het oppervlak van de drukvorm.[...]</i></p> <p>De aanduiding ‘dieper’ heeft betrekking op het beeld in de drukvorm. Deze zin moet gelezen worden als: <i>[...]Alles dat in druk zichtbaar moet worden op het papier, heeft in de drukvorm een verlaagd (dieper liggend) reliëf. [...]</i></p>
	<hr/> <p><i>[...] Een rol met dikke inkt vult deze dieper gelegen delen.[...]</i></p> <p>De aanduiding ‘dikke inkt’ is geheel onjuist. De inkten voor deze techniek (‘diepdruk-inkten’) zijn daarentegen juist bijzonder dun en zeer vloeibaar. De inkt die in de dieper liggende delen van de drukvorm aanwezig is, wordt door het passerende papier alsof dit een spons is, in een fractie van een seconde uit de drukvorm gezogen. Dit zou met dikke inkt niet mogelijk zijn.</p>
Tabel 12.5	<p>Voor- en nadelen diepdruk</p> <p>De aanduiding in de kolom Voordelen ‘Geschikt voor grote oplagen’ zou vanuit de didactische functie en beoogde duidelijkheid sterker aangezet moeten worden. Het kan het beste gelezen worden als: ‘Alléén geschikt voor zeer grote oplagen’. Dit kan beter begrepen worden, ook zonder dat vooraf gedefinieerd wordt wat een ‘grote oplage’ is.</p> <p>De aanduiding in de kolom Nadelen ‘Niet geschikt voor kleine oplagen’ zou vanuit de didactische functie en beoogde duidelijkheid sterker aangezet moeten worden. Het kan het beste gelezen worden als: ‘Niet geschikt voor kleine en middelgrote oplagen’.</p> <p>In de kolom Nadelen dient voor een beter begrip bijv. toegevoegd te worden: ‘Niet geschikt voor drukwerk waarin actualiteit van belang is’ (omdat de drukvormproductie daarvoor veel te veel tijd neemt).</p>
pag. 300 § 12.4.5 vervolg Diepdruk	<p>Toepassingen diepdruk</p> <p>Om de benodigde duidelijkheid te verschaffen is een nadrukkelijker en onderscheidender presentatie van voorbeelden nodig, zoals bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none">• publiekstijdschriften met zeer grote oplagen• postordercatalogi met zeer grote oplagen• huis-aan-huisfolders met zeer grote oplage voor landelijke dekking• inpakpapier (voor massagebruik in winkelketens e.d.)• verpakkingsfolie (voor massagebruik als voorverpakte levensmiddelen en drogisterijartikelen: koffiepakken, soepzakjes, kaas- en vleeswaarverpakking, voorverpakt snoepgoed, verzorgingsartikelen etc)• weekbladen (alleen van toepassing bij gezinsbladen in fullcolour met zeer grote oplagen)
pag. 300 § 12.6.6 Digitaal drukken	<p><i>[...] Het maken van films is niet meer nodig[...]</i></p> <p>Deze opmerking maakt van een druktechniek nog niet ‘digitaal drukken’. Ook voor het offsetdrukken worden al jaren steeds minder films gebruikt; men vervaardigd de offsetdrukvorm dan door belichting rechtstreeks vanuit de prepressgegevens en noemt dit <i>computer-to-plate</i>, afgekort CTP.</p>

[...]Computers sturen rechtstreeks de drukpers aan[...]

Onder deze omstandigheden is sprake van ‘digitaal drukken’.

Deze techniek is nu zeer snel in ontwikkeling en in opmars.

De eerste digitale drukpersen werkten op manieren die vergelijkbaar zijn met een laserprinter. De moderne digitale drukpersen werken echter met meer op inkt gelijkende vloeistoffen en kunnen meer papierformaten aan.

Deze techniek is nu nog vooral in gebruik voor kleinere oplagen hoogwaardig drukwerk; *printing-on-demand* komt daarmee veel dichterbij, maar is in grotere oplagen nog niet een economisch aantrekkelijke optie.

Opmerking Na de paragrafen over achtereenvolgens

- Offsetdruk,
- Zeefdruk,
- Hoogdruk,
- Diepdruk en
- Digitaal drukken

ligt het voor de hand iets uit te leggen over vellendruk en rollendruk (rotatiedruk).

Dit aspect ontbreekt in deze publicatie, terwijl het juist een onderwerp is waarmee de drukwerkbegeleidende communicatiefunctionaris wèl te maken heeft en dat van invloed is op onderdelen van de drukwerkbegeleiding, met name in de drukwerkvoorbereiding.

pag. 300

§ 12.6.7

Afwerken

In het stuk over opties van Afwerking wordt bij de derde optie geschreven over ‘*lumbecken of lijmen*’ waarmee gesuggereerd wordt dat lumbecken iets anders is dan lijmen. Lumbecken is echter een bindwijze waarbij ook gelijmd wordt, maar de ruggen van de te verlijmen katernen vooraf worden opgefreesd om deze te verruwen en zo een betere inwerking van de lijm en dus betere hechting te verkrijgen en de ‘binding’ te handhaven, ook als het boek vlak open ligt.

De 4^e optie heet **afwerken** binnen het hoofdstuk ‘Afwerken’.

Deze optie dient naar analogie van het gebruik in de grafische sector genoemd te worden ‘veredeling’.

De 6^e optie van Afwerken heet ‘Aflleveren’.

Nu is aflleveren een belangrijk aspect van de voltooiingsfase.

Maar wat hier beschreven wordt heeft inhoudelijk niets met aflleveren te maken als een fysiek proces.

Deze tekst heeft echter te maken met **Afrekenen** en behandelt verschillen tussen offerte-aanvraag, opdrachtbevestiging en facturering.

Het is een zodanig belangrijk stuk dat dit een eigen plaats in het Communicatie Handboek verdient en niet weggewerkt behoort te worden in het hoofdstuk ‘Afwerken’.

Bovendien bevat de tekst van de tweede zin onduidelijkheden die onbegrip bevorderen.

Aan de orde is dat veruit de meeste grafische bedrijven voor hun werkzaamheden en leveringen gebruik maken van de collectieve Leveringsvoorwaarden voor de Grafische Industrie, zoals deze zijn opgesteld door de branchvereniging KVGO.

Dáár heeft de drukwerkbegeleidende communicatie-functionaris mee te maken.

De zin: *[...]Daarbij is het gebruikelijk dat de drukker 10% meer of minder mag leveren dan het gevraagde aantal.[...]* is een niet-correcte weergave van de werkelijkheid.

In art. 13 Afwijkingen, lid 4 van deze KVGGO Leveringsvoorwaarden staat:

4 Meer- of minderleveringen ten opzichte van het overeengekomen aantal zijn toegestaan indien zij niet meer of minder bedragen dan de volgende percentages:

– oplage tot 20.000 eenheden: 10%

– oplage van 20.000 en meer: 5%

Ten aanzien van meer- of minderleveringen van verpakkingsdrukwerk, etiketten en kettingformulieren is evenwel steeds een percentage van 10% toegestaan. Het meerdere of het minder geleverde aantal wordt in rekening gebracht, respectievelijk verrekend.

pag. 301
§ 12.6.8
**Offerte-
aanvraag**

Deze paragraaf meldt *wèl* wat in een offerte van een drukker opgenomen moet zijn, maar besteedt *géén* aandacht aan welke aspcten in een **offerte-aanvraag** van een communicatiefunctionaris áán een drukkerij opgenomen dient te zijn, terwijl de communicatiefunctionaris vanuit zijn of haar eigen aanvraag en briefing het grafisch proces intern en extern stuurt.

De gegeven opsomming van aandachtspunten bij een offerte verdient taalkundig geen schoonheidsprijs.

- bij de eerste optie verduidelijkt een dubbele punt (:) na het woord ‘aangeleverd’ de zin aanzienlijk;
- bij de optie ‘het formaat’ is de toelichting op de sub-optie ‘plano’ geheel onjuist, want een opgevouwen brochure is nog steeds niet plano; het begrip plano staat gewoon voor plat vel, dus onafgewerkt, ongevouwen of anderszins afgewerkt.
- bij de optie ‘het formaat’ is de toelichting op de sub-optie ‘afgewerkt’ geheel onduidelijk, want de opmerking ‘dit is bepalend voor de drukker’ geeft de drukwerkbegeleidende communicatiefunctionaris geen idee wat nu van wie verwacht moet worden.
- een optie voor ‘zetten’ of tekstverwerking ontbreekt.

pag. 301
**Papier-
formaten**

Het hier in een kader samengestelde overzicht suggereert door zijn beknopte weergave een duidelijkheid en zekerheid die echter niet wordt geboden!

Van de genoemde papierformaten A0 t/m A6 zijn de afmetingen tot in millimeters internationaal exact vastgesteld.

De door omschrijvende ‘trefwoorden’ aangegeven formaten zijn vrijblijvende en indicatieve aanduidingen, maar géén algemeen erkende (formaat-)aanduidingen.

pag. 301
**Beoordeling
offertes**

Het overzicht op de tweede helft van deze pagina is af en toe onhandig geformuleerd.

De 2^e optie gaat over de beschikbaarheid van ‘**de meest geschikte druktechniek**’.

Dit aspect is echter niet realistisch om twee redenen:

- de keuze van de druktechniek is behoudens uitzonderingen niet aan de communicatiefunctionaris;
- de overheersing van offset als druktechniek waarin nagenoeg alles gedrukt kan worden (>85%), maakt een keuze overbodig; de wens voor een andere druktechniek is zodanig productspecifiek en herkenbaar, dat de communicatiefunctionaris normaliter in staat is daar zèlf een passende drukker bij uit te zoeken.

-
- pag. 301
PMS
- Belangrijk is dat u bij de offerte de PMS-nummers doorgeeft[...]*
Het betreft hier niet de offerte, maar de offerte-aanvraag !
-
- pag. 303
Kernbegrip pen
- In de lijst *Kernbegrippen* staan enkele onduidelijkheden, danwel zaken die niet eerder in het boek aan de orde waren.
- **bloktekst**: tekst met uitgevulde regels
Op pag. 293 staat (onder Figuur 12.3) een uitleg onder het tussenkopje ‘Uitvullen’
Er wordt gemeld: ‘Dit kan op verschillende manieren, centreren, rechts of links.’ Het echte uitvullen wordt hierbij echter niet genoemd; dit is de vorm waarbij een tekst zowel links als rechts een kantlijn heeft.
 - **bulletin**: omschreven als ‘bedrijfspublicatie van beperkte omvang over een actueel onderwerp’; deze omschrijving heeft echter betrekking op een ‘Nieuwsbrief’; een bulletin is vooral een *periodieke* publicatie. En niet zozeer van een ‘bedrijf’, maar breder, van een ‘organisatie’.
 - **colofon**; dit kan (of behoort) ook gegevens te bevatten over de vormgeving, de ontwerper van het omslag, de herkomst van illustraties, het lettertype en bijv. de papiersoort en de oplage.
 - **dummy**: omschreven als ‘een voorbeeld van het uiteindelijke resultaat’; een dummy bevat echter géén opgemaakte inhoud, maar biedt alleen zicht op formaat en omvang van het uiteindelijke resultaat; het is in principe gemaakt van blanco oplagepapier.
 - **fullcolour**: in de omschrijving is het woord ‘bestaande’ beter te vervangen door ‘opgebouwd’.
 - **gramgewicht**: deze aanduiding heeft *niet* zoals hier staat te maken met de dikte van het papier, maar met het gewicht, dat weergegeven wordt in grammen per vierkante meter. Nu is zwaarder papier meestal ook wel dikker, maar dat hoeft niet! De dikte van papier wordt op een andere manier aangegeven; deze dikte kan (bij gelijkblijvend gewicht) nog beïnvloed worden door een opdikkingsfactor.
-
- pag. 304
Kernbegrip pen
(vervolg)
- **Litho**: de hier weergegeven (discutabele) beschrijving geeft aan dat het van toepassing is op offset en diepdruk; het is echter ook van toepassing bij hoogdruk en bij digitale drukprocessen en soms ook bij zeefdruk!
 - **Ozalid**: deze proefvorm is niet een fotokopieproef, maar gebaseerd op het principe van de ‘lichtdruk’ (de oude maar nog steeds toegepaste manier waarop men technische en bouwtekeningen reproduceert).
 - **PMS**: het zinsdeel ‘*met name gebruikt voor steunkleuren*’ is een onterechte en veel te grote beperking: PMS-nummers zijn van toepassing in alle gevallen waarin niet gewerkt wordt met de 4 proceskleuren.
 - **Retoucheren**: is niet het bijwerken van een ‘afdruk’, maar het bijwerken van òfwel een opnamemodel, òfwel van een tussenvorm (bijv. een film).
 - **Spatiëren**: is niet het ‘extra wit tussen de letters’ maar het geven van ‘meer òf minder wit tussen woorden of letters; men spreekt duidelijker ook vaak over ‘aanspatiëren’ en over ‘afspatiëren’.
 - **Typografie**: is hier omschreven als de verdeling van tekst over de pagina. Alleen al door het zo te formuleren ontbreekt het proces van het kiezen van een lettertype dat past bij de boodschap. Het is zoals Michels het omschrijft vooral echter een véél te beperkte aanduiding.
Typografie heeft twee kanten:
 1. het is de kunst van het letterontwerp en tegelijk ook

-
2. de kunst van het ordenen van drukmateriaal in overeenstemming met een bepaald doel; van zodanig de letters rangschikken, de ruimte verdelen en het schrift beheersen, als nodig is om de lezer de tekst zo goed mogelijk te laten begrijpen. (*citaat van S. Morisson*)
- **Uitvullen**: deze omschrijving is weer niet duidelijk en niet compleet: het gaat bij 'uitvullen' om een gelijke linker- en rechterkantlijn.
Zie ook de opmerking m.b.t. 'blokttekst' op pag. 303.
 - **Vrije of Engelse regelval**: alhoewel deze twee begrippen iets verschillends aanduiden, worden ze tegenwoordig vaak als synoniemen ervaren. Het verschil wordt echter wèl uitgelegd op pag. 293 !
 - **Zeefdruk**: zeefdrukgaas is voor commerciële druktoepassing niet textiel, maar alleen van kunststof en soms van metaal.
-

Ook bij het eerdere hoofdstuk 12.5 'Teksten corrigeren en testen' is nog wel een opmerking te maken.

pag. 291
2^e alinea
corrigeren

In de grafische wereld spreekt men nooit over de 'NEN-tekens' zoals Michels hier doet en suggereert. Het algemene gangbare begrip is 'correctietekens'. Het Nederlands Normalisatie Instituut heeft ze evenmin bedacht. Het NNI heeft ze slechts geregistreerd en vastgelegd in een norm, dat werd het normblad NEN 632. Deze correctietekens komen (internationaal) voort uit (goede) gebruiken in de grafische sector en zijn een voorbeeld van eenduidige begripsoverdracht door normering.

4^e alinea
Typografie

Bij de in de 2^e zin genoemde belangrijke aspecten ontbreekt de **lettergrootte**.

pag. 292
Lettersoort

Lettersoort betreft inderdaad de verschijningsvorm van een lettertype. Daarin zijn echter meer mogelijkheden dan de 3 die hier door Michels worden genoemd. Deze hebben namelijk niet alleen betrekking op gewicht (dikte), op stand en op type (kapitaal e.d.), maar wat hier ontbreekt is de onderverdeling naar ontwerpvorm, dat minimaal te onderscheiden is in met schreef of zonder schreef, maar meer nog in:

- met driehoekige schreef
- met horizontale schreef
- met rechthoekige schreef
- schreefloos
- gebroken letters
- verbonden schrift
- fantasieletters

pag. 293
2^e alinea

Leesbaarheid testen
De formule van de Methode Flesh heet niet *Reading Easy*, maar *Reading Ease*.