

Stukken beter schrijven

Zo wordt schrijven
makkelijker en leuker!

Johannes de Geus
Natasja Loomans



VOORWOORD

Je wilt stukken beter leren schrijven, anders had je dit boek niet opengeslagen. We hebben het dan ook voor jou geschreven. Voor Pieter die vlotter wil leren schrijven, voor Maartje die beknopter wil leren formuleren en voor Ralph die vindt dat zijn offertes nog te weinig overtuigend zijn. Iedereen – secretaresse, verkoper, beleidsmedewerker, consultant, onderzoeker of directielid – mag zich tot de doelgroep rekenen.

Je krijgt niet alleen theorie, maar ook veel voorbeelden. Zo zie je het effect van een andere woordkeus, een andere indeling en een andere aanpak. En daarmee kun je de theorie gemakkelijk in praktijk brengen. Want daar gaat het tenslotte om.

Een boek over schrijven moet net zo praktisch zijn als een kookboek. Je moet ermee aan de slag kunnen zonder het van a tot z te hoeven lezen. Net als bij een kookboek moet je het kunnen openslaan op pagina's die je op dat moment nodig hebt. De inhoudsopgave en de trefwoordenlijst helpen je snel bij de gezochte informatie te komen.

Leeswijzer

Dit boek bestaat uit drie delen. In **deel 1** staan we stil bij het schrijven. We gaan in op schrijfstrategieën, het doel van het schrijven en het schrijfproces.

Ben je iemand die opziet tegen schrijven of doe je er heel lang over, begin dan met hoofdstuk 1 en neem je eigen schrijfstrategie onder de loep. Je vindt hier bijvoorbeeld tips voor de voorbereidingsfase.

In deel 1 komen ook onderwerpen aan bod als de eerste indruk, schrijven voor de lezer en schrijfstijlen. Ook als je wel eens te horen krijgt van lezers dat ze je teksten niet goed begrijpen of ze nogal wollig vinden, raden we je aan met dit deel te beginnen.

Deel 2 gaat nader in op de stukken zelf. We behandelen stukken met verschillende tekstdoelen. Je vindt hierin checklists van onderdelen die je kunt gebruiken om een

bepaald type stuk te schrijven. Vergelijk ze maar met boodschappenlijstjes. Ook tref je in dit deel informatie aan over specifieke kenmerken bij bepaalde tekstdoelen.

Wil je direct aan de slag met een nieuw stuk of schrijf je veel stukken en wil je tips om deze te verbeteren, dan is deel 2 een goed begin.

Voor schrijvers met vragen over het gebruik van social media is er **deel 3**. In dit deel vind je uitleg over veelgebruikte social media en tips. Start met dit deel als je je LinkedIn-profiel wilt verbeteren of meer wilt weten over de kansen en risico's van bijvoorbeeld Twitter.

Wij bedanken met name de volgende mensen voor hun stimulerende feedback op de vele concepten voor dit boek. Jolanda Bouman, Marianne Busard, Marike Groot, Ellen van der Hart, Vibeke Viteri, Wilma de Lange, Annelies Jekel en Marga Hooyman, bedankt!

Tot slot nemen we ons petje af voor onze cursisten, die met hun stukken en hun vragen de coauteurs zijn van dit boek.

Natasja Loomans en Johannes de Geus

INHOUD

Deel 1 STUKKEN BETER SCHRIJVEN

1	Opvattingen over schrijven	15
	Je stemming speelt de hoofdrol	15
	Schrijven is strafwerk	15
	Schrijven is simpel	16
	Schrijven is denken	17
	Schrijven moet perfect	19
	Schrijven is uitstellen	20
	Schrijven gaat me lukken	21
2	Schrijfproces	25
	Schrijven is een proces	25
	Vorbereiden	26
	Schrijven	33
	Corrigeren	34
	Laatste controle	37
3	Schrijfdoelen	39
	Wat wil je bereiken met je tekst?	39
	Inhoud en relatie	43
4	Lezergerichtheid	47
	Aandacht demonstreren	48
	Duidelijk zijn bij gevoelige onderwerpen	50
	Rekening houden met de lezer	51
	Schrijven voor papier of beeldscherm	54
5	Schrijfstijl	59
	Verzorgde spreektaal	59
	Van plakken naar knippen	59
	Van kort naar verzorgd	61
	Van passief naar actief	63
	Van interessant doen naar interessant zijn	64
	Van voorspelbaar naar afwisselend	65
	Van moeilijk naar begrijpelijk	67

6	Illustraties	69
	Foto's	70
	Tekeningen	70
	Schermafbeeldingen	71
	Tabellen en grafieken	72
	Video's en filmpjes	73
	Tips voor het combineren van tekst en illustraties	74
7	Structuur	75
	Inhoudsopgave	75
	Structuuraanduiders	76
	Inleiding	77
	Kopjes	78
	Alinea's	79
	(Management)samenvatting	82
8	Vorm	85
	Onderwerpregels van e-mails	85
	Titels van stukken	87
	Aanschrijfvormen	88
	Lay-out	90

Deel 2 STUKKEN BETER SCHRIJVEN

9	Meedelende, vastleggende of instruerende stukken	97
	Mededeling	97
	Opzegbrief	98
	Slechtnieuwsbrief	99
	Afwijzingsbrief	102
	Notulen	104
	Actielijst	106
	Wijzigingsbericht	107
	Bevestigingsbrief	109
10	Overtuigende, adviserende of activerende stukken	113
	Verzoek	113
	Sollicitatiebrief	116
	Curriculum vitae	117
	Adviesrapport	120
	Voortgangsrapportage	124
	Offerte	128
	Klachtenbrief	131
	Plan van aanpak	135
	Projectplan	138

11	Stukken die de relatie opbouwen of onderhouden	141
	Begeleidende brief	141
	Bedankbrief	144
	Condoleance	147
	Felicitatie	148

Deel 3 STUKKEN BETER GEBRUIKMAKEN VAN SOCIAL MEDIA

12	Social media plan	155
	Stap 1: eigen doel bepalen	155
	Stap 2: online doelgroep bepalen	155
	Stap 3: social media kanalen kiezen en activiteiten bepalen	156
	Social media activiteiten managen	157
13	Online eerste indruk	159
	Gebruikersnaam	159
	Profielfoto	159
	Banner: coverfoto, header-afbeelding of video	160
	Online elevator pitch: headline, bio of profieltekst	161
	Check het resultaat	162
14	LinkedIn	163
	Wat kun je ermee?	163
	Jouw LinkedIn-profiel schrijven	163
15	Twitter	169
	Zakelijk twitteren	169
	Twitter-basics voor niet-twitteraars	171
	Zoeken in twitterberichten	172
	Zelf twitteren	172
	Algemene twittertips	175
16	Facebook	179
	Facebook-pagina	179
	Facebook-posts	180
17	Chatprogramma's en chatbots	183
	Chatten	183
	Chatbots	185
18	Blogs	187
	Help anderen het nieuws van jouw kant te bekijken	187
	Geloofwaardig bloggen	188
	Zelf bloggen	189
	Reacties	190
	Archief	190

19	YouTube	191
	Stappenplan scenarioschrijven	192
20	Tips voor gebruik van social media	195
	Denk na voor je handelt	195
	Blijf professioneel, want online is alles altijd terug te vinden	195
	Maak duidelijk of je namens jezelf of namens een organisatie spreekt	196
	Toon respect: wissel van gedachten over ideeën, nooit over mensen	196
	Ken de feiten, citeer je bronnen	197
	Ga vertrouwelijk om met gevoelige informatie	197
	Nawoord	199
Bijlage 1	Checklists	201
	Meedelende, instruerende en vastleggende teksten	201
	Overtuigende, adviserende en activerende teksten	204
	Relationele teksten	208
Bijlage 2	Leesgemaktest van Flesch	211
Bijlage 3	Stoffig versus vlot taalgebruik	213
Bijlage 4	Schrijftips	217
	Tips bij de voorbereiding	217
	Tips bij het schrijven	218
	Tips bij het corrigeren en redigeren	220
	Literatuur	223
	Internet	225
	Trefwoorden	228

1

OPVATTINGEN OVER SCHRIJVEN

Je stemming speelt de hoofdrol

15

Of je nu eten kookt of een digitale camera uitzoekt, je stemming heeft grote invloed op het eindresultaat. Sta je met tegenzin in de keuken, dan is de kans groter dat je met minder smakelijk eten genoeg moet nemen. Zoek je op internet naar een leuke camera, dan is de kans op succes groter als je dat met plezier doet. Wind je je op over de trage server, dan kan het gebeuren dat je de uitleg over de camera of de beroemde 'kleine lettertjes' niet goed leest en een miskoop doet.

Zo is het ook bij schrijven. Tegenzin, haast en irritatie zijn tussen de regels door te lezen. Ook het bekende uitstelgedrag en treuzelen tijdens het schrijven maken het stuk minder leesbaar. Al met al goede redenen om eens kritisch naar je eigen stemming tijdens het schrijfproces te kijken. In dit hoofdstuk bespreken we enkele veelvoorkomende niet-efficiënte opvattingen over schrijven en een opvatting die wel efficiënt is.

Schrijven is strafwerk

Gekweld door schoolherinneringen associëren veel mensen schrijven met strafwerk. Een kind dat telkens gestraft wordt, zal op den duur manieren ontwikkelen om de straf te ontlopen. Hetzelfde effect heeft de rode pen van de meester. Veel volwassenen hebben vroeger zó vaak commentaar gekregen op hun handschrift en spelfouten dat ze schrijfklussen zijn gaan ontlopen. Wie heeft nooit moeten overschrijven als strafwerk terwijl vriendjes buiten speelden?

Wie tegen schrijven opziet, zet zijn creativiteit vooral in om de schrijfklus sneller af te krijgen. Hij kopieert, plakt en knipt er lustig op los. Kwantiteit is de enige zorg; de kwaliteit doet er minder toe. Correcties en evaluaties achteraf worden daarom nogal eens overgeslagen. De resultaten van deze schrijven-is-strafwerkopvatting zijn natuurlijk mager. Achteraf zijn allerlei verbeteracties nodig om fouten weer recht te zetten.

Commentaar geven aan deze schrijvers valt niet mee. Ze staan er niet voor open, de klus is immers af. Onbewust zeggen ze: ik wil er niet aan herinnerd worden. Dat roept alleen maar nare emoties op.

Is schrijven strafwerk voor jou? Stel jezelf dan eens de volgende vragen:

- Waarin verschillen mijn teksten van strafwerk?
- Wat zijn voor mij de consequenties van fouten in mijn teksten?
- Welke aspecten van het schrijfwerk vind ik wel leuk of uitdagend (voorbereiden, schrijven of corrigeren)?
- Hoe zou een stuk eruitzien waaraan ik als schrijver enige trots of voldoening kan ontlenen?

Als je de antwoorden eerlijk bekijkt, ontdek je vast dat er wel degelijk onderdelen van het schrijven zijn die je leuk kunt maken.

Schrijven is simpel

Aanhangers van deze mening denken dat schrijven maar één enkele vaardigheid vereist: typen. Je tikt gewoon in wat je eigenlijk zeggen wilt en klaar is Kees. Hoe simpeler, hoe beter ... is hun slogan. Ze komen meestal ver als het gaat om het vereenvoudigen van ingewikkelde problemen. Ook scoren ze hoog als het gaat om het vermijden van stress en het reduceren van spanningen in problematische werksituaties. Hun mails en hun brieven zijn makkelijk te herkennen. Er staat geen geadresseerde boven, een afzender ontbreekt wel eens en de boodschap is kort en 'gemakkelijk' geschreven. Ze gaan ervan uit dat een slimme lezer aan een half woord genoeg heeft.

Simplificeren heeft voordelen. Bij het opzetten van een boodschap is het handig om niet al te moeilijk te denken. Bij het samenvatten van ingewikkelde rapporten kan deze strategie ook helpen, net als bij het corrigeren en loslaten van geliefde, maar onleesbare stukken tekst.

De simplificeerders moeten echter onder ogen zien dat ze lezers hebben die willen snappen wat een schrijver bedoelt. Korte berichtjes lijken simpel, maar roepen ook vaak vragen op, en daar worden ze meestal minder simpel van.

Ook de schrijvers die het graag simpel houden door de correctiefase over te slaan plagen hun lezers. In dit boek vind je talloze voorbeelden van zinnen die vragen oproepen in plaats van ze te beantwoorden. De luie schrijver had even moeten corrigeren. Het loont de moeite je vooraf goed te verdiepen in de schrijfo opdracht, de vragen van de lezers en de inhoud van je boodschap.

Complexe bezigheden moet je niet alleen voorbereiden, je moet ze ook in stukken knippen voor een goed resultaat. Schrijvers die hun schrijfwerk niet indelen, doen in andere situaties vaak wél de grootste moeite om het werk in te delen in stappen. Een autorit of een zakelijk gesprek faseren ze keurig, vaak geholpen door routeplanner en secretaresse. Als ze nu eens beseffen dat schrijven een complexe bezigheid is, dan zullen ze het schrijfproces ook gaan plannen. In hoofdstuk 2 lees je meer over de indeling van het schrijfproces.

Maak je het schrijven misschien te simpel? Stel jezelf dan eens de volgende vragen:

- Voor wie schrijf ik mijn tekst?
- Wat levert het mij voor de lange termijn op als ik in mijn tekst rekening houd met de lezer?
- Wat heeft mijn lezer liever: een korte tekst of een heldere tekst?
- Hoeveel extra werk krijg ik als ik bij het schrijven de correctiefase oversla?
- Wat vind ik van teksten die simpel, maar achteraf bezien onduidelijk geschreven zijn?
- Waarom faseer ik de ene klus wel en de andere niet?

Als je de antwoorden eerlijk bekijkt, zie je vast genoeg redenen om je lezer serieus te nemen en de schrijfklus professioneel aan te pakken.

Schrijven is denken

Aanhangers van de schrijven-is-denkenopvatting formuleren onder het schrijven hun eigen gedachten over het onderwerp. Ze werken vaak associatief en dat komt een logische opbouw niet ten goede. Omdat ze in hun eigen gedachtewereld zitten, vergeten ze de lezer.

Een ander nadeel van deze strategie is dat de correctiestap veel tijd vraagt. Omdat de schrijvers zonder gedegen voorbereiding begonnen zijn, moeten ze achteraf veel in de tekst aanpassen. Vaak is ook de balans tussen te veel/te weinig informatie scheef bij dit type schrijvers.

Natuurlijk is er niets mis mee om in een goede stemming een gezellige brief of e-mail aan een goede vriend of vriendin te schrijven met deze strategie. De kans op schrijfplezier is dan erg groot.

Ook voor het schrijven van dagboeken voldoet deze opvatting prima. Het kan behoorlijk opluchten om zaken die je dwarszitten zo van je af te schrijven. Een dagboek schrijf je voor jezelf. Maar zakelijke teksten zijn bedoeld voor een breder publiek, en dan is het dus riskant om eens lekker van je af te schrijven.

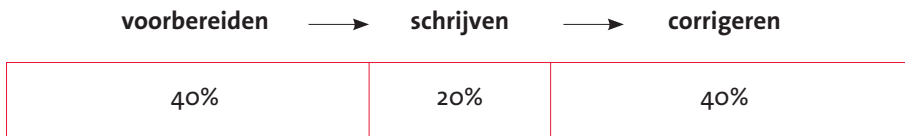
2 SCHRIJFPROCES

Dit hoofdstuk gaat over de noodzakelijke drie stappen om van niets tot een goed en leesbaar stuk te komen. Je vindt hier tips om het schrijfproces te structureren waarmee je efficiënter gaat schrijven.

25

Schrijven is een proces

Een goed stuk schrijven kost tijd en gaat niet vanzelf. Het is een kwestie van nadenken en plannen, van schrijven en herschrijven. In het schrijfproces onderscheiden we verschillende stappen:



Figuur 1 Het schrijfproces

De ervaring leert dat een goede voorbereiding zo'n 40 procent van de tijd in beslag neemt, het werkelijke schrijven 20 procent en een gedegen uitgevoerde correctiefase 40 procent. De meeste schrijvers springen af en toe terug naar een eerdere fase van het schrijfproces, bijvoorbeeld als tijdens het correctieproces blijkt dat nog niet alle informatie voorhanden is.

Om deze drie fasen van het schrijfproces efficiënt te doorlopen is het nodig dat je geconcentreerd werkt. De omgeving waarin je schrijft, is daarop van invloed. Een rustige ruimte werkt voor de meeste mensen het prettigst. Maak eventueel afspraken met collega's over 'niet storen'-tijden, sluit de deur en zet je mobiel op stil. Je gaat nu in gesprek met je lezer.

Voorbereiden

Schrijven begint met de voorbereiding. Deze valt onder te verdelen in een aantal stappen. In figuur 2 zie je welke.



Figuur 2 Voorbereidingsfase

We lichten de stappen één voor één toe.

OPDRACHT DEFINIËREN

Wie is de opdrachtgever en hoe luidt de opdracht? Ook als je je eigen opdrachtgever bent, loont het de moeite de opdracht vooraf goed te formuleren. Dat voorkomt tijdrovende bijsturingen achteraf. In de opdrachtformulering moeten in ieder geval staan:

- de opdrachtgever
- de opdrachtnemer
- de vorm van de tekst (brief, rapport, webpagina, artikel ...)
- de beoogde lezers
- het beoogde doel (wat hoopt de opdrachtgever dat de lezer gaat doen?)
- de deadline.

Voraf afspraken maken over feedbackmomenten is een slimme manier om het schrijfproces te stroomlijnen.

PLANNING MAKEN

Wat is de deadline? Hoeveel tijd gaat dit kosten? Wanneer doe ik wat? Het kost even tijd maar het heeft zin om het schrijfproces te plannen. Je werkt dan rustiger en houdt meer aandacht over voor de lezer en de boodschap. Je doet er verstandig aan om juist ook de voorbereidingsfase ruim te plannen. Die tijd win je later terug. Houd als richtlijn de bovengenoemde verdeling van 40-20-40 aan.

Een voorbeeld. Jantien werkt parttime als P&O'er in een groot bedrijf aan een artikel voor intranet over ergonomische werkplekken. Ze heeft de opdracht helder, opent haar agenda en plant de schrijfklus:

**Artikel voorbereiden: 4 uur (woensdag 4 augustus, thuis, 13-15 uur
en vrijdag 6 augustus, werk, 9-11 uur)**

Artikel schrijven: 2 uur (maandag 9 augustus, thuis, 15-17 uur)

**Artikel corrigeren: 4 uur (woensdag 11 augustus, thuis 13-15 uur
en vrijdag 13 augustus, werk, 9-11 uur)**

Deadline: 16 augustus)

Als je met z'n tweeën aan één stuk werkt, helpt de planning je heldere afspraken te maken over wie welke bijdrage levert. Zo kun je voorkomen dat een van beide schrijvers op de laatste avond voor de deadline nog aan het schrijven is of dat de correctiefase afgeraffeld wordt.

LEZERS VERKENNEN

Wie zijn mijn lezers? Wat weten ze al? Wat moeten ze met mijn tekst? Een handig trucje dat journalisten gebruiken is de lezersanalyse:

Vraag	Denk bij je antwoord aan ...
1. Wat is de voorkennis van mijn lezers?	Geen, basaal, diepgaand, verouderd, actueel ...
2. Hoe staan zij tegenover het onderwerp?	Positief, kritisch, geïnteresseerd, sceptisch, afwijzend ...
3. Wat wil ik dat ze met mijn tekst doen?	Beslissen, adviezen opvolgen, genoemde voorstellen bediscussiëren ...
4. Wat vinden ze belangrijk?	Investeren, kosten besparen, inhoud, resultaat, consensus, veiligheid, status ...

3 SCHRIJFDOELEN

Wat wil je bereiken met je tekst?

Tijdnood, stress en deadlines zorgen ervoor dat we vaak vergeten om bij ons doel stil te staan. Even achteroverleunen en een eenvoudig doel stellen schiet erbij in. Dat is jammer en niet slim. Want als je geen duidelijk doel voor ogen hebt met een stuk, hoe weet je dan of het is geslaagd?

Er is nog een reden om vooraf een helder doel te stellen: het achteraf herstellen van een verkeerde indruk kost tijd en geld - als het al mogelijk is.

VRAGEN

Neem nu even tijd om na te denken over wat je met je meest recent geschreven stuk wilde bereiken. Schrijf de titel op en beantwoord beknopt de volgende vragen.

Titel:

1. Wat wil je dat de lezer van het onderwerp weet na het lezen van je stuk?
2. Hoe ga je om met de lezer van je stuk?
3. Wat wil je dat de lezer gaat doen na het lezen van het stuk?
4. Wat wil je dat de lezer over jou weet na het lezen van het stuk?

VIER BEDOELINGEN IN EEN BOODSCHAP

Bovenstaande vragen zijn gebaseerd op een indeling van de Duitse psycholoog Friedemann Schulz von Thun. In een baanbrekende toespraak voor een groep psychologen en leidinggevendenden in 1977 stelde hij dat een communicatieboodschap altijd vier bedoelingen in zich heeft. Toegepast op het schrijven gaat het om:

- gevoel: wat de schrijver van zichzelf laat zien. Impliciet laat je veel van jezelf zien.
- inhoud: het onderwerp. Als schrijver breng je informatie over.
- relatie: hoe lezer en schrijver met elkaar omgaan. Al schrijvend definieer je de relatie die je met de lezer hebt.
- opdracht: wat de lezer moet doen na het lezen van het stuk. Je doet in je stuk een beroep op de lezer.

Deze vier bedoelingen zijn gemakkelijk te onthouden met het ezelsbruggetje 'GIRO'. Het volgende voorbeeld van Monica verduidelijkt de bovenstaande bedoelingen. Monica heeft computerproblemen en kaart dat met een mailtje aan bij de helpdesk. Ze schrijft naar Daan, een aardige, vriendelijke medewerker die ze niet tegen de haren in wil strijken. Ze denkt: 'zo bereik ik het meest bij Daan.'

1. Beste Daan,

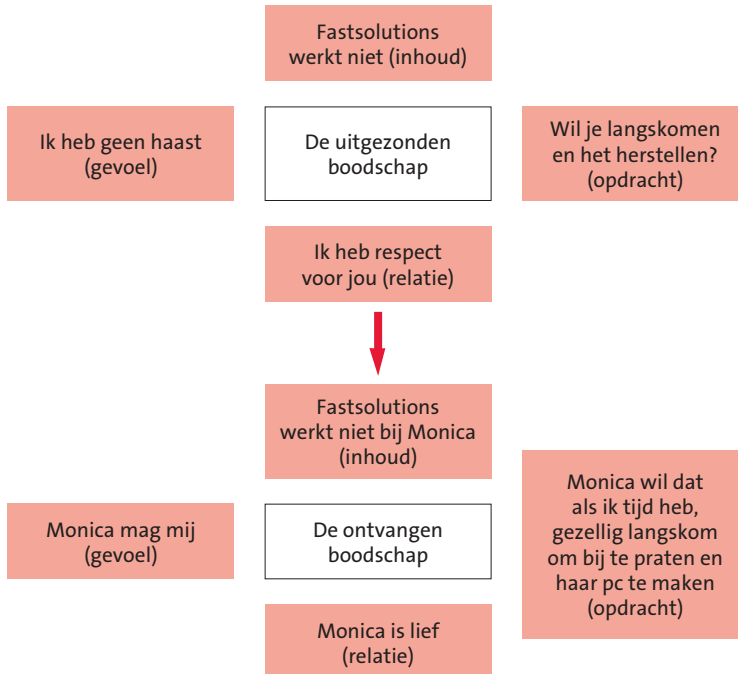
Het spijt me je te moeten melden dat ik een probleem heb met mijn pc.

Het programma Fastsolutions werkt niet. Zou je binnenkort even langs kunnen komen om het te herstellen? Bedankt, Monica

HOE MONICA DE BOODSCHAP BEDOELT

Met haar mailtje communiceert Monica op z'n minst vier bedoelingen:

- gevoel: rustig, geen haast ('je te moeten melden dat', 'zou je binnenkort')
- inhoud: pc-problemen (Fastsolutions werkt niet), ik wil graag dat je komt
- relatie: respect (het spijt me', 'zou je', 'bedankt')
- opdracht: verzoek ('zou je ... langs kunnen komen om het te herstellen?').



Figuur 5 Schema Schulz von Thun

Figuur 5 geeft schematisch de overeenkomsten en verschillen tussen de uitgezonden en de ontvangen boodschap weer.

RUIS OP DE LIJN

Als Daan Monica kent en alle randvoorwaarden gunstig zijn, zou de boodschap van Monica goed over kunnen komen. Maar er is ruis op de lijn. Daan heeft het heel druk en voelt zich alleen. Daardoor verloopt de ontvangst anders dan Monica wilde. Na drie dagen heeft ze Daan nog niet gezien. Daans ontvangst ziet er zo uit:

HOE DAAN DE BOODSCHAP ONTVANGT

- gevoel: Ik heb het gevoel dat Monica mij aardig vindt.
- inhoud: Fastsolutions van Monica werkt niet.
- relatie: Monica is lief.
- opdracht: Monica wil dat ik als ik eens een gaatje in mijn agenda heb gezellig langskom om bij te praten en haar pc te maken.

Je ziet het, één mailtje kan gemakkelijk voor misverstanden zorgen. We laten Daan nu even met rust en kijken eens hoe Monica het ook kan aanpakken. Hieronder probeert ze het op nog twee manieren:

2. Hé Daan,

Kom ff langs want die stomme computer doet het weer eens niet. Monica

3. Geachte helpdeskmedewerker,

Op dit moment functioneert Fastsolutions niet op mijn pc. Graag hoor ik op korte termijn van u welke stappen u gaat ondernemen om dit probleem te verhelpen en wanneer ik weer gebruik kan maken van dit programma. M.vr.gr. M. van Laar

Hieronder staan de verschillen tussen de drie versies van Monica's mail op een rijtje:

	Gevoel	Inhoud	Relatie	Opdracht
1.	Geen haast	Pc-problemen	Respect	Oplossen
2.	Irritatie	Pc-problemen	Ik ben jouw opdrachtgever	Oplossen
3.	Neutraal	Pc-problemen	Afstand	Oplossen