

SCHRIJVEN MET IMPACT

ANN DE RON

SCHRIJVEN

MET

*Bereik als onderzoeker,
expert of adviseur
lezers buiten je vakgebied*

IMPACT



ACADEMIA
PRESS

Uitgeverij Academia Press
Ampla House
Coupure Rechts 88
9000 Gent
België

www.academiapress.be

Uitgeverij Academia Press maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij,
de boeken- en multimediativisie van Uitgeverij Lannoo nv.

ISBN 978 94 014 5903 7
D/2019/45/69
NUR 810

Ann De Ron
Schrijven met impact. Bereik als onderzoeker,
expert of adviseur lezers buiten je vakgebied
Gent, Academia Press, 2019, 160 p.

Eerste druk, 2019

www.fishgrowfeet.com

Vormgeving: Peer De Maeyer

© Ann De Ron & Uitgeverij Lannoo nv, Tielt

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd
en/of openbaar gemaakt door middel van druk,
fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook,
zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

INHOUD

Overkoepelende uitdaging

Overtuig je lezers: je krijgt hun aandacht niet cadeau 7

Smaakmaker

Tips voor een populariserend artikel 11

Samenvatting

In negen stappen naar een doeltreffende tekst 14

VOORBEREIDEN

STAP 1 - Doelpubliek

Kies en ken je lezers 19

STAP 2 - Kernboodschap

Scherp je thema aan tot een genuanceerde en pakkende zin 27

STAP 3 - Materiaalsprokkel

Verzamel tekstelementen en illustraties om je lezer te boeien 45

ONTWERPEN

STAP 4 - Tekststructuur

Puzzel een tekstplan in elkaar met de kernboodschap vooraan 61

Zet je tekst op zijn kop 61

Overweeg een spanningsboog 69

Boetseer opening, midden en slot 74

Mijd typische fouten 84

SCHRIJVEN

STAP 5 - Uitwerken

Typ alinea's volgens je tekstplan 95

STAP 6 - Jargon

Verkies je boodschap overbrengen boven woorden aanleren 103

AFWERKEN

STAP 7 - Scanbaar

Investeer tijd in de titel en de andere aandachtstrekkers 113

STAP 8 - Schrijfstijl

Check hoe het luidop klinkt 131

AFTOETSEN

STAP 9 - Nalezen

Vraag feedback aan een lezer, niet aan je vakgenoot 147

Geruststelling

De stappen worden een automatisme 150

Workshops & coaching

Als je feedback op maat wilt 151

Dank

voor alle feedback en voorbeelden van workshopdeelnemers 155

Aanbevelingen

Wat lezers zeggen 157

OVERKOEPELENDE UITDAGING

Overtuig je lezers: je krijgt hun aandacht niet cadeau



Je lezer heeft allerlei andere dingen aan zijn hoofd. Zorg dat je tekst het aantrekkelijkst is.

Stel je voor: je krijgt een tekst onder ogen die niet over jouw vakgebied gaat. Wat zorgt ervoor dat jij die wilt lezen? De tekst moet begrijpelijk zijn, maar dat is verre van voldoende, toch?

Misschien denk je net als veel van mijn cursisten dat je grootste zorg bij populariserend schrijven bestaat uit oplossingen vinden voor jargon. Dat klopt niet, of toch maar ten dele.

Schrijven voor lezers die niet thuis zijn in jouw expertise is meer dan moeilijke woorden verklaren en wat achtergrondinformatie geven. Want je lezers zitten niet per se op jouw tekst te wachten. Je moet ze overtuigen om te lezen. En zelfs als ze om je tekst hebben gevraagd, zoals bij een beleidsadvies of

rapport, is het in jouw belang dat ze er de boodschap uithalen die jij het belangrijkste vindt.

> **Jargon is niet je grootste zorg.** <

Natuurlijk, je kunt schrijven en je leest de literatuur. Als je onderzoeker bent, is publiceren zelfs een essentieel onderdeel van je vak. Alleen, als je de regels voor academisch schrijven toepast in een tekst voor niet-vakgenoten, bereik je precies het tegenovergestelde effect van wat je wilt: niemand zal je tekst lezen. Of als ze al iets lezen, trekken ze er hun eigen conclusies uit, die niet automatisch overeenkomen met de jouwe.

Schrijven voor een ruim publiek is een andere discipline, waarin andere regels gelden. Populairwetenschappelijke teksten hebben geen strakke structuurtitels en er komt geen wetenschappelijke proeflezer aan te pas, maar ze moeten wel voldoen aan strikte voorwaarden. Die voorwaarden zijn anders dan die voor teksten op academisch niveau. Vaak botsen ze er zelfs mee.

Peter Burger stelt in zijn *Handboek stijl* kwaliteiten van academische teksten tegenover kwaliteiten van teksten voor buitenstaanders. Iets aangepast zien die er zo uit:

KWALITEIT VAN ACADEMISCHE TEKSTEN	KWALITEIT VAN TEKSTEN VOOR BUITENSTAANDERS
abstract	concreet
volledig	representatieve gevallen
voorzichtig + nauwkeurig	zeker + grote lijnen
controleerbaar	aantrekkelijk

Streven naar een combinatie is zinloos: je schrijft óf een academische publicatie óf een populairwetenschappelijke tekst. Het is onzin om een wetenschappelijke tekst te beoordelen volgens de criteria van een gepopulariseerde tekst, en omgekeerd geldt dat evenzeer.

Als je populariseert, gaan dingen verloren. Maar de tekst wint voor leken wel aan leesbaarheid en aantrekkelijkheid.

Het gevaar bestaat dat populariseren leidt tot ongenueanceerdheid of onjuistheden. Juist daarom is het zo interessant dat je zelf het heft in handen neemt en de 'vertaalslag' niet of niet uitsluitend overlaat aan anderen. Je kiest zelf welke concessies je doet, welke vergelijkingen je nog net aanvaardbaar vindt. Je gaat zelf de uitdaging aan om je drang naar voorzichtigheid, nuancering en nauwkeurigheid te verzoenen met de behoefte van de lezer aan duidelijkheid en aantrekkelijkheid.

Dat is verre van makkelijk. Maar het is de enige manier om niet-vakgenoten te bereiken.

Je hebt twee mogelijkheden: (1) Ofwel schrijf je je tekst helemaal zelf. (2) Ofwel werk je constructief samen met journalisten, eindredacteuren, communicatiespecialisten, copywriters en (wetenschaps)journalisten. In beide gevallen hoop ik dat dit boek je vertrouwen geeft om de uitdaging aan te gaan.

SMAAKMAKER

Tips voor een populariserend artikel

Is de tekstsoort die je voor ogen hebt een artikel voor een niet-academisch tijdschrift of website? Onderstaande tips stelde ik op voor de deelnemers aan de Vlaamse PhD Cup. Zij krijgen de opdracht hun academisch onderzoek te formuleren voor een specifieke krant of populairwetenschappelijk blad. De tips bevatten de essentie van de negen stappen uit het boek en ze helpen je snel op weg.

Lees enkele artikelen over jouw vakgebied voor de lezers die jij wilt bereiken

Welke voorkennis veronderstelt de auteur van deze lezers? Hoe wekt de tekst hun interesse? Dat laatste is essentieel: lezers bladeren of scannen, ze lezen niet alles.

Start vanuit een blanco bestand

Maak geen bewerking van een academische publicatie. Die bevestigt je in je vertrouwde manier van schrijven voor een publiek van mede-onderzoekers. Nu schrijf je voor een ander soort lezers.

Bedenk dat je de aandacht van je lezer moet trekken

In hoeverre is je onderzoeksresultaat boeiend voor deze lezers? Wat is de relevantie voor hun leven of werk? Is er een verband met de actualiteit? Wat zijn de toepassingen, de ethische implicaties?

Giet wat je de lezers wilt vertellen in één zin

Dit is je kernboodschap: één concrete stelling of één concrete vraag. Ja, maar één. Geen zeven ideeën in één tekst! Je kernboodschap bevat geen jargon en trekt de aandacht van je lezers.

Test die zin uit op iemand uit je doelpubliek

Begrijpt die persoon je zin? En nog belangrijker: boeit je zin? Kies iemand die meedogenloos eerlijk tegen je is. Brainstorm met je testlezer en herzie, indien nodig, je zin.

Bouw je tekst op rondom deze zin

Plaats je kernboodschap vooraan in de tekst en vertel van daaruit verder. Je volgt dus een omgekeerde opbouw dan in een academische tekst, waar je de conclusie vooral achteraan uitwerkt.

Neem de tijd om te schaven aan een pakkende titel en opening

Maak je titel kort en aantrekkelijk, zonder jargon. Beperk je eerste vetgedrukte zinnen tot maximaal drie à vier regels en zorg dat ze je kernboodschap bevatten.

Open je hoofdtekst op een aantrekkelijke manier

Start met een voorbeeld (een anekdote, een vraag aan je lezer, een verwijzing naar de actualiteit ...) en koppel dat aan je kernboodschap. Neem die als rode draad en vraag je telkens af wat je lezers er nu over willen weten.

Schrijf als mens voor mensen

Schrijf in dagelijkse en concrete taal, zoals je het verhaal mondeling zou vertellen aan je testlezer. Natuurlijk verschilt geschreven taal van gesproken taal, maar minder dan je denkt.

Laat vaktermen zo veel mogelijk weg

Je wilt een boodschap overbrengen, geen woorden aanleren. Begeleid of vervang onmisbaar jargon door een zo simpel mogelijke verklaring, een beeld, een concreet voorbeeld, een vergelijking.

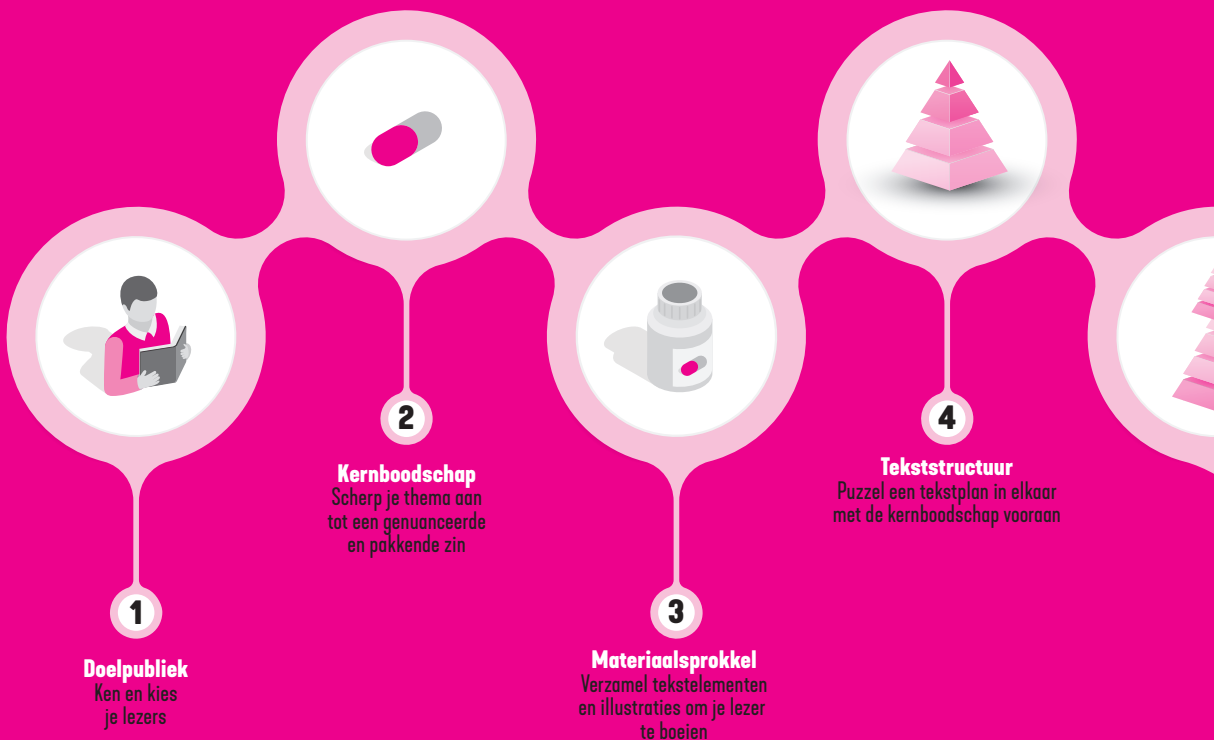
Succes.

Ann

SAMENVATTING

In negen stappen naar een doeltreffende tekst

Met deze stappen krijg je vat op je schrijfproces en vermijd je typische valkuilen die in een laat stadium moeilijk te corrigeren zijn.





5

Uitschrijven

Typ alinea's volgens je tekstplan



6

Jargon

Verkies je boodschap overbrengen boven woorden aanleren



7

Scanbaar

Investeer tijd in de titel en de andere aandachtstrekkers



8

Schrijfstijl

Check hoe het luidop klinkt

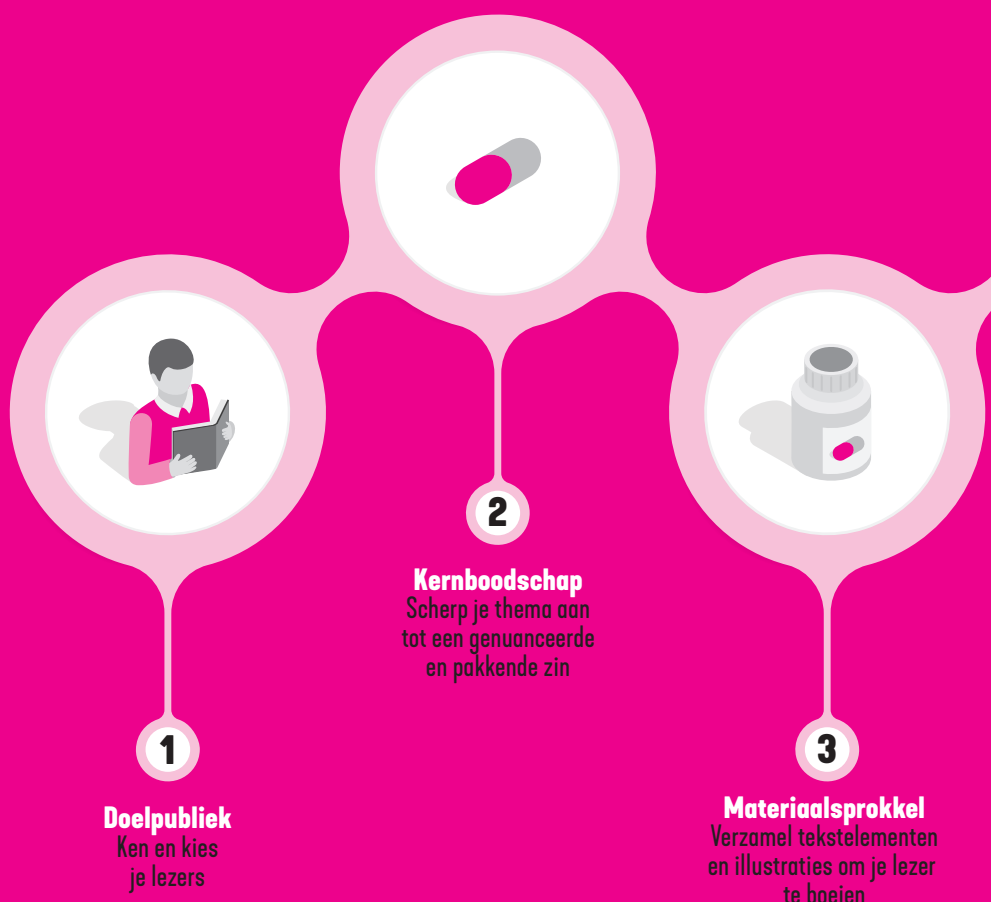


9

Nalezen

Vraag feedback aan een lezer, niet aan je vakgenoot

VOORBEREIDEN



STAP 1 - Doelpubliek

Kies en ken je lezers

19

Het grote publiek bestaat niet

19

Kies je lezers en zorg voor een verspreidingskanaal

20

Leef je in je lezers in

20

Schat voorkennis en abstractievermogen in

22

Weet wat je lezers willen

23

STAP 1

DOELPUBLIEK

Kies en ken je lezers



Het grote publiek bestaat niet

Je wilt dus een tekst schrijven voor het grote publiek? Vooral niet doen. Natuurlijk wil je zo veel mogelijk mensen bereiken. Paradoxaal genoeg kun je dat het beste doen door juist niet voor iedereen tegelijk te willen schrijven.

Iedereen, dat betekent zowel je anderstalige buurman, de lokale politicus als de hoogleraar in een totaal andere discipline dan de jouwe. Het is onmogelijk een tekst te schrijven die voor al deze mensen geschikt is. Door je tekst aan te passen aan iedereen, is hij geschikt voor niemand. Natuurlijk kun je meerdere teksten schrijven die elk afgestemd zijn op een nauwkeurig afgebakende lezersgroep.

Schrijf ook niet ‘voor alle geïnteresseerden’. Als schrijver is het jouw taak om mensen te interesseren voor je tekst. En dat begint met de vraag: wíé wil je interesseren?

Kies je lezers en zorg voor een verspreidingskanaal

Voor wie is je boodschap relevant? Wat wil je zelf bereiken? Welke lezers zijn daarvoor het meest geschikt? Te veel schrijvers gaan hier al de mist in: ze denken niet genoeg na over hun lezers. De valkuil is dat je schrijft voor mensen die op jou lijken, en dat is deze keer nu eens niet de bedoeling.

Kies een lezersgroep die je ook daadwerkelijk kunt bereiken. Zorg dat je tekst niet op de plank blijft liggen omdat je geen kanaal hebt om hem te verspreiden.

Schrijf je tekst voor het doelpubliek van een blogsite, tijdschrift, krant of website met een aanzienlijke achterban die voor jou relevant is. Check welke mailinglijsten je organisatie heeft om journalisten, beleidsmakers of andere relevante stakeholders te bereiken en kies hen als doelpubliek.

Leef je in je lezers in

Nadat je je lezers hebt uitgekozen, komt het erop aan dat je je inleeft in hoe ze zijn:

- Hoe staat het met hun voorkennis en abstractievermogen?
- Wat willen ze? Wat zou hen overtuigen om je tekst te lezen?

Beeld je heel specifiek hun omstandigheden in:

- Hoeveel tijd hebben ze voor je tekst?
- Wanneer en waar lezen ze je tekst?
- Is je onderwerp in de actualiteit geweest?
- Welke mening of vooroordelen hebben ze over je boodschap?
- Hebben ze bepaalde verwachtingen? Willen ze bijvoorbeeld die afvalverbrandingsoven niet in hun achtertuin en hopen ze dat jij daarvoor de nodige argumenten levert? Moeten ze straks iets doen, een beslissing nemen, iemand overtuigen?