

Vijftien tips voor lezersvriendelijk schrijven

Zet bij je tekst alleen foto's waar mensen op staan

Werk het liefst met foto's van echte mensen die samen iets doen. Herkenbare, niet te gelikte, echte foto's. Alle stockfoto's en alle foto's waar geen mensen op staan, gaan eruit.

Hou rekening met het blikverloop van je lezer

Zet de belangrijkste en grootste foto's eerder bovenaan en links. Laat de mensen op je foto's naar je tekst kijken. Dan ziet die er voor je lezer ook interessanter uit. En geef elke foto een foto-onderschrift. Dat mag wat meer zijn dan een bijschrift: vlecht er gerust meer informatie in die je hele verhaal intrigerender maakt.

Vertel altijd het belangrijkste eerst

En eerst, dat is waar de lezer het eerst naar kijkt: je foto, je kopregel, tussenkopjes. Bouw ook je hele leestekst op van belangrijk naar minder belangrijk. En zet de essentie van elke alinea in de eerste zin. Geef in de rest van de alinea een toelichting of meer details bij de informatie uit de eerste zin. Je lezers moeten die toelichting kunnen overslaan zonder essentiële informatie te missen. Zo schrijven journalisten ook hun artikels voor de krant: het belangrijkste eerst.

Bouw je tekst op van kort naar lang

Zorg dat je eerste alinea de kortste is van allemaal. Pas als je lezer die interessant vindt, gaat hij ook langere alinea's lezen. Maak die korte eerste alinea dus interessant. Val met de deur in huis. Daarvoor is het misschien handig als je je eerste alinea gewoon schrapt?

Dien je verhaal op in zapklare brokjes

Zorg voor de scanbaarheid van je tekst voor zapklare brokjes: korte alinea's met witregels tussen, een kaderstukje met een kopje boven, een PS. Voorzie je korte alinea's regelmatig van een tussenkopje. Zet een citaat midden in je tekst. Kranten beginnen lange stukken soms met een bullet list: drie rode bolletjes met daarachter in telegramstijl de belangrijkste informatie uit het artikel.

Laat je tekst 'ademen'

Het is een vreemde paradox: Hoe meer lettertjes er op een blad of op een scherm staan, hoe minder mensen ervan lezen. Hoe meer wit er op een blad of op een scherm staan, hoe meer mensen er lezen. Maak je marges en kantlijnen breed genoeg. Zet genoeg wit tussen je alinea's. Wit doet ademen. Wit geeft structuur. 'Wit is altijd schoon.'

Maak sterke koppen

Kijk hoe journalisten dat doen. Zij maken nieuwskoppen in plaats van reclameslogans. Die koppen starten meestal met een onderwerp – het liefst een mens – en dan een vervoegd werkwoord in de tegenwoordige tijd. De kop kan ook een citaat zijn, tussen opvallende aanhalingstekens. En er staat geen punt achter. (Koppen met een punt erachter: daaraan herken je reclaimedrukwerk. Zo'n punt – 'Punt uit!' – is een stopteken en dus een reden om niet verder te lezen.)

Vertel je verhaal in 1-2-3'tjes

Maak van al je opsommingen 1-2-3'tjes en je lezer krijgt hapklare brokjes voorgeschoteld. Het kortste woord komt eerst, het langste woord laatst: 'Liberté, égalité, fraternité'. En als je ook de betekenis laat 'groeien', dan is het helemaal goed: 'Ga, loop, vlég!' Lezers haken vaak af als een opsomming langer dan drie tellen duurt.

- Ook bullet lists werken het best als 1-2-3'tjes.
- Ook in bullet lists staat het kortste puntje eerst.
- Ook van bullet lists blijft het laatste punt vaak het langst hangen: Du pain, du vin, du Boursin. Van kort naar lang, van zwak naar sterk.

Kies voor leesbare letters

Leest je lezer je tekst op papier? Zet je leestekst dan in schreefletters (met voetjes en andere horizontale dwarsstreepjes). Die lezen gemakkelijker, en vooral laten die er alles journalistieker – en dus minder als reclamedrukwerk – uitzien. Je krant, je favoriete tijdschrift, drukwerk waar je voor betaalt: alle informatieve teksten zijn gezet in schreefletters. Alleen de reclame staat schreefloos. De eenvoudigste manier om teksten geloofwaardiger te maken: ze zetten in schreefletters.

Leest je lezer je tekst op een pc-scherm? Kies dan voor een schermletter. Meestal is die schreefloos, zoals Verdana of Calibri die speciaal ontworpen zijn om goed leesbaar te zijn op een pc-scherm of tablet. Drie schreefletters die toch geschikt zijn voor schermtekst, zijn Georgia, Cambria en Constantia.

Schrijf zoals je praat

Schrijf het zoals je het je lezer zou vertellen aan de telefoon. Gebruik alleen spreektaalwoorden die je thuis aan tafel ook gebruikt. Praat met je lezer. Beantwoord zijn vragen. Maak er een dialoog van.

Kies voor positieve woorden

Vermijd negatieve woorden als 'niet' of 'geen'. In plaats van: 'Aarzel niet om me te bellen', staat er beter: 'Bel me gerust op.' Met positieve woorden ademt je hele tekst gemakkelijker een positieve sfeer.

Kijk vooral uit voor 'prikkelwoordwoorden':

- ☹ U moet
- ☹ Betalen
- ☹ Kosten
- ☹ Klacht
- ☹ Probleem
- ☹ Fout
- ☹ Vergissing
- ☹ Moeilijkheid
- ☹ Incident
- ☹ Jammer genoeg

Kies voor korte zinnen die zin geven

Vraag je bij gewone mededelende zinnen eens af: kan ik daar iets anders mee doen? Vraagzinnen, onvolledige zinnen, citaten en aansporingen trekken veel meer aandacht dan een gewone volzin.

Denk aan je lezer

Zorg dat je lezer centraal staat, niet jijzelf of je organisatie. Vertaal productkenmerken in voordelen voor je lezer. Laat in je tekst zo vlug mogelijk het woord *u* of *je* vallen: dat zijn de woorden waarmee de lezer zich persoonlijk aangesproken voelt. Spreek in je boodschap meer over de lezer dan over jezelf. Het aantal keren *u*, *uw* of *je* mag zeker twee keer hoger liggen dan *ik*, *wij*, *ons* of *onze*.

Vervang drie puntjes en uitroepetekens door een punt

Beletseltekens (drie puntjes) en uitroepetekens hebben soms wat het effect van 'lachen om je eigen moppen'. En een uitroepeteke achter een zin staat zo schreeuwerig. Maak er een punt van, en vanzelf klinkt je dialoog met je lezer een stuk vriendelijker. Behalve als je echt zin hebt om eens stevig te roepen. Slaap er dan eerst nog een nachtje over vóór je je tekst verstuurt. En vervang dan tóch nog je uitroepetekens door punten.

Doe de Elsschotproef

Is je tekst helemaal klaar? Herlees hem eens. En vraag je af wat je allemaal kunt schrappen zonder betekenis te verliezen. Misschien staan er loze woorden in? 'Een aantal'? 'Dan ook'? 'Dus'? 'Eigenlijk'? 'Het is een feit dat'? 'In de toekomst'? 'In het verleden'? 'In feite'? 'Met name'? Staan die woorden daar iets te doen? Schrap ook woorden als *hebben*, *zijn*, *worden*, *zullen*, *kunnen* en *willen*. Hun zeggingskracht is meestal nul komma nul. Het zijn werkwoorden die niet 'werken'. Kies liever voor dynamische, specifieke werkwoorden.

Do's en don'ts voor teksten met plakfactor

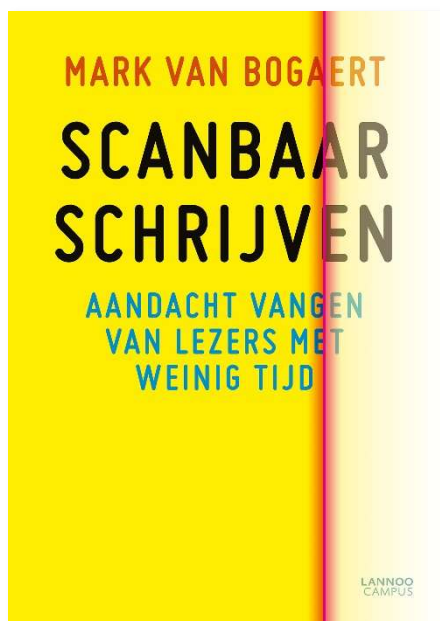
Hoe kijkt uw lezer? Hoe leest uw kijker? En hoe trekt u uw lezer met weinig tijd toch uw tekst in?

In dit boek vindt u de basisregels om een tekst professioneler en lezersvriendelijker vorm te geven, ook met een eenvoudig tekstverwerkingsprogramma als Word.

U ziet eerst hoe kranten het de lezer zo gemakkelijk mogelijk maken. En dan hoe u de KRANT-methode (Koppen, Reliëf, Accenten, Navigatiestructuur en Tekstblokjes) toepast op uw eigen teksten: van memo tot cv, van e-mail tot vergaderverslag, van webtekst tot persbericht.

Scanbaar schrijven leert u te kiezen voor een geschikt lettertype, voor goede illustraties, voor blikvangers met plakfactor. En uiteindelijk voor het comfort van uw lezer.

- + **Een vernieuwende visie op schrijven**
- + **Met voorbeelden van eyetracking waar u van opkijkt**
- + **Met handige tips en checklists voor uw eigen teksten**



Voor iedereen die teksten schrijft die rechtstreeks naar de lezer gaan (zonder dat er een professioneel vormgever aan te pas komt), voor scholen, bedrijven, overheid, verenigingen.

Uitermate geschikt voor leraars, docenten, studenten en iedereen die wel eens een tekst schrijft of presentatie geeft.

De auteur won de prestigieuze Gouden Veer en een boekenkast vol andere prijzen.

Mark Van Bogaert is zelfstandig tekstschrijver en schrijftrainer. Voor bedrijven en socialprofitorganisaties maakt hij teksten voor (e-)mailings, magazines en websites. Al 25 jaar doet hij tests met verschillende tekstversies om te onderzoeken wat de meeste reacties oplevert.

VAN DEZELFDE AUTEUR

Met woorden verleiden

isbn 987 94 014 1063 2 | € 31,99



Mark Van Bogaert

Scanbaar schrijven

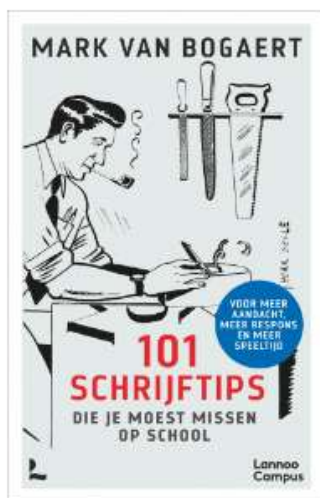
Aandacht vangen van
lezers met weinig tijd

€ 27,99 | september 2023
Vijfde, geactualiseerde en
uitgebreide editie
Paperback met flappen
Zwart/wit | 170 x 240 mm
232 blz | NUR 810
ISBN 978 90 014 1852 2

Kies een categorie

Zoek op auteur, trefwoord, titel

Home > Economie & management > 101 schrijftips die je moest missen op school



Boek inkijken



Product details

Afwerking: Paperback
Aantal pagina's: 184
Afmetingen: 215x140
Verschijningsdatum: 27/09/2022
EAN: 9789401482400
Nur-code:
Communicatiekunde algemeen
Uitgever: LannooCampus
Druk: 1

101 schrijftips die je moest missen op school

Voor meer aandacht, meer respons én meer speeltijd

Mark Van Bogaert

Slim - Tegendraads - Grensverleggend

Begin een zin nooit met 'En'!

Vergeet in een opsomming de puntkomma's niet!

Schrijf niet twee keer 'ook' in één alinea!

Hebt u dat ook op school geleerd? Dan start uw ontwenningsskuur nu.

In dit boekje krijgt u schrijftips met positieve woorden. Eerder tips dan verkrampde regels die streng openen met 'nooit', 'niet' of 'geen'. Schrijftips met meer vraagtekens dan uitroepetekens. Met meer groene dan rode balpen.

Nieuwe 21e-eeuwse schrijftips ook, gebaseerd op resultaten van A/B-tests, op geregistreeerde oogbewegingen van lezers en op hoe mensen online scannen en lezen.

De oude schoolregeltjes mogen loslaten, werkt bevrijdend. Of zelfs emanciperend. Schrijven kan heel plezierig zijn.

Boeken van dezelfde auteur(s)



Scanbaar
schrijven
Mark Van Bogaert



Met woorden
verleiden
Mark Van Bogaert

Morgen in je brievenbus?

'101 schrijftips' komt op 26,99 euro, gratis verzending en illustraties van Herr Seele inbegrepen. Gewoon even je postadres en eventuele factuurgegevens sturen naar mark.vanbogaert@skynet.be en dat komt in orde.