



## Het schrijven van zakelijke teksten

*Wat zijn handige tips en trucs voor het schrijven van vlotte, zakelijke teksten? Aan de hand van veelvoorkomende valkuilen geven we je richtlijnen voor een deugdelijke verslaglegging. De voorbeelden geven een beeld van hoe je beter wel, en beter niet kunt schrijven in je verslag, rapport of scriptie.*

Dit document dient als handleiding met de belangrijkste tips en trucs voor het schrijven van vlotte, zakelijke teksten. Aan de hand van veelvoorkomende valkuilen geven we je richtlijnen voor een deugdelijke verslaglegging. De voorbeelden zijn soms wat overdreven geformuleerd, maar geven wel een beeld van hoe je beter wel, en beter niet kunt schrijven in je verslag.

### Subjectiviteit vs. objectiviteit

In een thesis of referaat schrijf je vaak over een door jouw gekozen onderwerp of aangekaart probleem. Toch moet jouw verslag zo objectief mogelijk zijn. Dat is lastig, want soms schrijf je een tekst over jouw eigen werk(gever) of klant. Dit vraagt dan ook duidelijke keuzes voor zinstructuren en woordgebruik. En dat vergt soms wat gepuzzel!

#### Valkuilen

- ✗ Het schrijven van expliciet verwoorde emoties, subjectieve/persoonlijke belangen, 'reclameteksten';
- ✗ Gebruik van persoonlijk voornaamwoorden *ik* en *wij* in combinatie met werkwoorden met een emotionele lading zoals *denken, vinden, voelen, zien, geloven, beleven* etc.;
- ✗ Gebruik van bijvoeglijk naamwoorden met een subjectieve lading: de *vermaarde* wetenschapper, de *innovatieve* vondst, de *sublieme* resultaten; evenzo modieuze

woorden als *gaaf*, *vet*; en woorden die een abstracte hoeveelheid impliceren, zoals *gigantisch* en *mchtig*.

Lees deze zinnen maar eens:

*Gezien het urgente karakter van crisiscommunicatie, denk ik dat richtlijnen voor crisiscommunicatie in de algemene communicatiestrategie moeten worden opgenomen.*

*Vanuit mijn functie als hoofddesigner, ben ik de absolute expert om hier een goede visie op te geven.*

*Deze zomer gingen we kamperen in Frankrijk. Op een avond raakte ik in gesprek met de campingeigenaar, die er wel een heel vreemde manier van marketing op nahield. Hij vroeg mij om hem te helpen zijn marketingstrategie te herzien.*

*Het gehanteerde onderzoekmodel is de beste.*

En proef het verschil maar eens tussen zelfstandig naamwoorden als:

- *regering* of *regime*;
- *werknemer* of *arbeider*, en
- *boek* of *pil*.

Richtlijnen

- ✓ Schrijf 'buiten jezelf om':

*Gezien het urgente karakter van crisiscommunicatie, is het aan te bevelen richtlijnen voor crisiscommunicatie in de algemene communicatiestrategie op te nemen.*

*Evenals de studie van Jansen et al. (2008), sluit het gehanteerde onderzoekmodel aan bij de vraagstelling van dit onderzoek.*

- ✓ Gebruik in plaats van ik de zogenaamde 'derde persoon'-vorm: *de onderzoeker*, *de auteurs*, *zij* (mv.) in combinatie met 'neutrale' werkwoorden als *aannemen*, *veronderstellen*, *concluderen*, *vaststellen*, etc.;
- ✓ Schrijf zo anoniem mogelijk; zo schrijf je van een aangehaalde auteur alleen de achternaam, geen geslacht of voornaam;
- ✓ Zoek naar synoniemen van woorden zonder oordeel, smaak of voorkeur.

## Stijl en stijlbreuk

In een literatuuronderzoek pas je ideeën of denkwijzen van anderen toe op jouw onderwerp. Daarvoor moet je dus artikelen, internetbronnen of boeken van andere auteurs raadplegen. Teksten van anderen letterlijk overnemen in jouw verslag is plagiaat en dus verboden.

### *Valkuil*

Het is lastig om gedachtengoed van anderen te parafraseren en te verwerken in jouw eigen woorden. Iedereen heeft immers zijn of haar eigen schrijfstijl. Daarnaast is spreektaal anders dan schrijftaal. Lees deze tekst maar eens:

*Het model van Li en Bernoff (2011) zegt iets over de online betrokkenheid van groepen mensen. Het is een soort ladder. Elk stapje omhoog laat zien dat mensen meer dingen doen met social media. Zoals een berichtje op Twitter plaatsen. Daar het sociaal-technografisch profiel een integratie van persoonskenmerken en online activiteiten niet inhoudelijk zal ondersteunen, biedt het wel degelijk de fundering voor empirisch onderzoek naar een selecte groep respondenten en hun online empathie.*

Het is duidelijk dat het gedeelte *Daar...empathie* qua woordgebruik, zinslengte en -opbouw 'breekt' met de tekst daaraan voorafgaand. We noemen dit dan ook stijlbreuk.

### *Richtlijnen*

- ✓ Mijd woorden die ouderwets of ambtelijk zijn: vergelijk een *drietal* en *drie*, *thans* en *nu*, *derhalve* en *daarom*, *echter* en *maar*, etc.;
- ✓ Wees spaarzaam met spreekwoorden en gezegdes, zeker als je er geen uitleg bij geeft;
- ✓ Let op bij vertalingen van definities of tekstgedeelten uit een andere taal;
- ✓ Je verslag moet geen roman worden. Bloemrijke of literaire taal (uitweidingen, sfeeromschrijvingen etc.) kun je beter achterwege laten.

## Coherentie

Zakelijke teksten kenmerken zich door een duidelijke structuur. Hoe je scriptie of referaat opgebouwd moet worden, kun je terugvinden in de presentaties van MR. We gaan hier specifiek in op de structuur (coherentie) van zin- en tekstgedeelten.

### Valkuilen

- ✗ Vaagheid door woordgebruik of zinslengte.

*Dit hoofdstuk behandelt het probleem dat met deze thesis verholpen moet worden.*

*Zoals eerder aangegeven in dit onderzoek zijn onderzoeker en respondenten, na eerst een uitleg over de testprocedure en het doel van het onderzoek, op locatie samengekomen om de interviews af te nemen, waarmee de dataverzameling kon starten en er een voorzichtig begin kon worden gemaakt met de analyse.*

*Het onderzoek lijkt te laten zien dat de respondenten het niet echt eens zijn met het beleid.*

- ✗ Ontbreken van duidelijke antecedenten (naar wie of wat wordt verwezen);

*De resultaten laten zien dat de respondenten voorkeur hebben voor community management, maar ze zijn niet overtuigend [de resultaten of de respondenten?].*

### Richtlijnen

- ✗ Schrijf actief. Vergelijk maar eens *Zij zouden hebben willen onderzoeken* met *Zij onderzochten*. Door een actieve schrijfstijl te hanteren ben je meer 'to the point';
- ✗ Beperk het gebruik van komma's en bijzinnen (tangconstructies). Zinnen in zakelijke teksten zijn zelden langer dan drie regels;
- ✗ Pas signaalwoorden toe voor de koppeling van zinnen of zinsdelen. Een tegenstelling markeer je met woorden als *maar* of *toch*, een samenstelling door *en*, een voorbeeld door *zoals*, *zo*, *bijvoorbeeld*, etc.;
- ✗ Mijd 'lege' termen als *zo'n beetje*, *dingen*, *het een en ander*, etc.

### Correctheid

Tot slot staan we stil bij de manier van schrijven over onderzoeksresultaten of conclusies. In zakelijke teksten zijn nuanceringen en reflectie noodzakelijk. Je geeft immers een interpretatie van de resultaten en een visie of advies voor de toepassing ervan in de praktijk; het is niet gezegd dat dit dé waarheid is.

In je tekst moet je die reflectie op het onderzochte expliciet naar voren laten komen. *Maar*: je moet datgene dat je stelt niet onderuit halen of té voorzichtig brengen! Het

gaat er dus om hierin een balans te vinden. Je kunt hiervoor gebruik maken van een paar handige taal- en tekstfoefjes.

#### *Valkuilen*

- ✗ Te stellig of juist te voorzichtig omgaan met resultaten/ gedachtengoed;

*De data laten onomstotelijk zien dat brand leadership mist in deze organisatie.*

*Uit de interviews zou mogelijk op te maken zijn dat er wellicht een beter merkbeleid gevoerd zou moeten worden.*

*Het probleem waar deze organisatie tegenaan loopt kan worden opgelost door design thinking toe te passen.*

- ✗ Slechts één bron als uitgangspunt nemen;
- ✗ Het noemen van meerdere signaalwoorden met eenzelfde betekenis;

*Het is raadzaam het merkbeleid van deze organisatie kritisch te evalueren, zoals bijvoorbeeld door het toepassen van een betekenisstructuuranalyse.*

#### *Richtlijnen*

- ✗ Wees kritisch en bekijk het onderwerp van meerdere kanten, of plaats het in verschillende contexten;
- ✗ Mijd stellige woorden of uitspraken: zeker, overduidelijk, geen discussie mogelijk, etc.

#### *Referentie(s)*

Bakker, P. (2003), Schrijven & spellen (een handleiding voor het schrijven van papers, onderzoeksverslagen, werkstukken en scripties). Uitgave Communicatiewetenschap / FMG, Universiteit van Amsterdam.

[www.taalwinkel.nl/schrijfproces/een-wetenschappelijke-schrijfstijl](http://www.taalwinkel.nl/schrijfproces/een-wetenschappelijke-schrijfstijl).

© 2017 EURIB ([www.eurib.net](http://www.eurib.net))