



Schrijven voor het web 1

WAT IS HET VERSCHIL TUSSEN SCHRIJVEN VOOR HET WEB EN VOOR PAPIER?

- **Hyperlink**
de essentie van internet is de hyperlink: het doorverwijzen naar andere pagina's/plekken op het web. De tekst kan in brokstukken worden opgediend
- **Lezen vanaf het beeldscherm**
Je zit niet lekker in een stoel, het leest minder gemakkelijk (trillend scherm). Dus aan de auteur de taak het prettig leesbaar te maken (zie bv. www.msnbc.com -> grote foto, groot corps/letter of <http://www.eco-web.com/cgi-local/sfc?a=index/country/index.html&b=index/country/nl.html>)
- **Multimediaal**
Audio, grafieken, video, interactiviteit, quizen, peilingen
Of: Video: 220 volt netwerk (www.nrc.nl/internet/artikel/1063097867758.html)
Of: Philips Matchcast met Yahoo (<http://fifaworldcup.yahoo.com/02/en/t/s/mc.html>)
- **24 uur per dag publiceren**
Nieuws hoeft geen dag te wachten (elk moment van de dag, real time)
- **Nazoeken/archivering**
Internet als een grote bibliotheek, dat stelt ook eisen aan de inrichting van je website (zie de populaire startpagina's: www.startpagina.nl, direct zoeken mogelijk)
- **Personalisering**
Op maat bediend met nieuws en berichtgeving, naar eigen inzicht in te richten
www.yahoo.com en www.oneworld.nl
- **Ander format**
webpagina's zijn geen krantenpagina's (www.telegraaf.nl)
- **Interactiviteit/directe reactie**
Lezers worden direct betrokken bij wat je doet, hun feedback is ook weer te gebruiken. (<http://www.maroc.nl/islam/forums/showthread.php?threadid=105663>)
En lezers zien direct resultaat als ze iets doen
Zie bijv. Grafieken Stop Aids Now:
<http://www.stopaidsnow.nl/aidsindewereld/wereld00.html> of
http://www.nytimes.com/packages/html/politics/2004_ELECTIONGUIDE_GRAPHIC/index_SWINGSTATESWV.html?th
- **Geen beperking in lengte (scrollen...)**
is tegelijkertijd een nadeel (als je nooit een punt kan zetten). Vermijd scrollen.



Schrijven voor het web 2

BEDENK VOOR JE GAAT SCHRIJVEN:

Vraag: ‘Hoe lezen gebruikers op internet?’

Antwoord: ‘Ze lezen niet’ (stelt **Jakob Nielsen**, een van de goeroe’s als het gaat om schrijven voor het web c.q. lezen vanaf een beeldscherm.)

“People rarely read Web pages word by word; instead, **they scan the page**, picking out individual words and sentences. In a **recent study** John Morke and I found that 79 percent of our test users always scanned any new page they came across; only 16 percent read word-by-word.” (onderzoek 1997)

Mensen lezen bovendien 20-30 procent langzamer dan vanaf papier. Het oog is gefixeerd op het hart van een venster.

Dat stelt eisen aan de pagina’s die je presenteert. De lezer is ongeduldig (het web heeft miljoenen pagina’s om uit te kiezen!). De gebruikers ‘snellen koppen’. De gemiddelde gebruiker leest van een artikel alleen de kop en de intro, de rest wordt uitgeprint en gaat de tas in (tenzij iemand zeer specifieke belangstelling heeft voor een onderwerp).

Doelgroep:

Wie is de doelgroep waarvoor je schrijft? / Wie wil je bereiken?

ALGEMEEN, JOURNALISTIEKE PRINCIPES

- **De 5 W's, hoe en de bron** (wie, wat, waar, wanneer en waarom, hoe en de bron).

[EU verscherpt sancties tegen Birma](#)

De Europese Unie [WIE] verscherpt de sancties tegen Birma [WAT] omdat de militaire junta onvoldoende hervormingen doorvoert [WAAROM].

De Europese ministers van Buitenlandse Zaken [BRON] hebben daarom in Luxemburg [WAAR] besloten om nog meer beperkingen te stellen aan investeringen in Birmese overheidsbedrijven [HOE]. Ook worden de inreisbeperkingen voor Birmese functionarissen uitgebreid. Daarentegen hebben de ministers nog niet besloten tot een boycot van internationale leningen aan Birma. De Europese Unie vindt onder meer dat het huisarrest van de Birmese oppositieleider Aung San Suu Kyi moet worden opgeheven, en dat de oppositiepartij NLD meer vrijheden moet krijgen.

[WANNEER is duidelijk (moment van schrijven), maar soms is het goed erbij te zetten dat het [maandag] is besloten.] Gebruik geen 'vandaag'.

- **Maak actieve zinnen**

Begin met onderwerp en gezegde. Vermijd lijdende vormen: 'De sancties tegen de Birmese junta worden door de lidstaten van de EU verscherpt'.

Maar wel bijv: 'Maxima genomineerd voor Dom Bontje Trofee'. Hier is het 'Lijdend' voorwerp belangrijker dan het 'Onderwerp'

- **Begin met het belangrijkste:** wat?, wanneer? wie?,

- **Gebruik werkwoorden in de sterkste vorm**

Eenvoudige tegenwoordige of verleden tijd.

- **Gebruik krachtige woorden** aan het begin (en einde) van zinnen en paragrafen.

Bijv: (Eerste alinea na een lead in een nieuwsbericht)

'Vruchtbare grond is schaars in het dichtbevolkte Kenia. Slechts 20 procent van het land is geschikt voor landbouw, de rest is savannegrond. Het grootste deel van de bebouwbare grond is in handen van blanke grootgrondbezitters, rijke Kenianen en corrupte politici.'

HET SCHRIJVEN VAN TEKSTEN VOOR HET BEELDSCHERM

- **Formuleer kort en beknopt, feitelijk en concreet;**

Gebruik niet meer woorden dan nodig. Kom direct ter zake.

Fout: 'Van de moderne werknemer wordt verwacht dat hij of zij zijn of haar interne en externe arbeidswaarde continu op peil houdt door permanent te schaven aan een flexibele instelling, kerncompetenties, en 'portable employability'.

- **Vermijd lange lappen tekst;**

Plaats een lange lap tekst als één alinea op de webpagina, en de lezer is weg (hij/zij ziet één massief blok letters waarin hij niets kan onderscheiden). Schrap ballast. Daar waar je een komma wil plaatsen, kan vaak een punt staan.

<http://www.businessweek.com/1997/18/b35251.htm>

Goed voorbeeld: <http://www.evertvermeer.nl/>. Alleen zou hier datering van de berichten gepast zijn.

- **Maak teksten scanbaar;**

Gebruikers scannen de tekst, ze schieten er met hun oog overheen. Ze moeten dus in een oogopslag zien wat belangrijk is. Breng lucht aan tussen de paragrafen, zinnen etc. Ze zien in het algemeen heel weinig: vooral het midden van het scherm. De belangrijkste informatie:

- een actieve, informatieve titel (afhankelijk van type bericht)
- korte alinea's met witregels
- informatieve tussenkopjes
- puntsgewijze opsommingen

(kijk eens naar het verschil op bv <http://www.minocw.nl/koersbve/nota1/hfd2a.html> en

<http://www.planet.nl/planet/show/id=62967/contentid=511220/sc=eacaf6> en

http://news.bbc.co.uk/2/hi/south_asia/3733760.stm

Goed voorbeeld (van onder mee opsomming):

<http://www.vbdo.nl/index.php?nl/visie/strategie> Een extra witregel in de alinea's maakt het nog beter. Koppen vet duidelijker dan cursief

- **Sleutelwoorden van artikelen vetdrukken;**

Maak direct duidelijk wat belangrijk is.

- Maak duidelijke, actieve kop en feitelijke intro

De lezer wil direct weten wat hier te halen valt

Goed voorbeeld:

http://www.rodekruis.nl/nieuws/nieuws.phtml?nieuws_id=294&PHPSESSID=4e535f2709d19bd4794b68c7b3749357

- Wees zuinig met bijvoeglijke naamwoorden, hulpwerkwoorden en leestekens

Die leiden van de inhoud en de betekenis van het zelfstandig naamwoord af. Ieder overbodig woord leidt af, houdt op en maakt de rest minder belangrijk.

- Aanbrengen van tussenkopjes;

Geeft structuur en overzicht aan. Maak de tussenkopjes feitelijk, niet literair!

http://www.bothends.org/about/fr_about.html

- Het gebruik van bulleted lists;

Geeft structuur en overzicht. Makkelijk en snel leesbaar.

<http://www.vso.nl/VSOProgrammas/index.asp?loadpage=Uitzendvarianten%5BBACKSLASH%5DBusiness%20Partnership>

Of <http://www.iac-agro.nl/>

- Het behandelen van maximaal 1 thema per paragraaf;

Lezen vanaf het scherm is moeilijker, dus houd het eenvoudig en eenduidig.

- Vermijd tangconstructies;

‘De vorig jaar reeds in opspraak geraakte vrouw is opgepakt door de als niet zachtzinnig bekend staande politie.’

- Kijk goed naar lettertype van je website:

Tip: Sommige deskundigen zeggen bijvoorbeeld over de geprezen verdana-letter:

‘De verdana-letter laat het scherm flink dichtslippen omdat hij groot is en de regels bijna tegen elkaar plakt. Dat maakt het lastig de regels met de ogen te volgen. Met een kleine letter en een grote interlinie gaat dat veel gemakkelijker. Omdat een grote letter zoveel ruimte vreet, past er weinig tekst op één scherm, wat het overzicht beperkt.’

(internetexpert Ben Vroom)



Schrijven voor het web 6

- Houd voor ogen wat de gebruiker wil weten;

Het is een open deur, maar gaat erg vaak fout: houd het onderscheid in de gaten tussen wat jij (of jouw organisatie) belangrijk vindt en wat de lezer belangrijk vindt;

- Hanteer voor de inhoud van de teksten het **piramide model**: begin de tekst met de conclusie en bouw het thema dan langzaam uit. Bij de krant kun je de conclusie nog wel eens op het laatst weggeven, niet zo op een website.

- Vermijd (veel) lange moeilijke woorden;

Voorbeelden:

<http://www.cordaid.nl/index.asp?mID=5698> (mooie overzichtelijke website, kort nieuws, duidelijk gerangschikt.

<http://www.fairfood.org> (goed gerubriceerd, overzichtelijk)



Schrijven voor het web 7

Alternatieve vormen van brengen van informatie

Tekst is één vorm van het overbrengen van informatie

Zeg het eens met een foto!

www.msnbc.com

Door een quiz te laten doen (vraag/antwoord, en zo kennis over te brengen)

www.volkskrant.nl

Door opsomming van 'elementen'

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/3733124.stm>

FAQ's – Veelgestelde vragen over

http://www.oneworld.nl/wtocampagne/p_faq_ns.asp?strRubricName=WTO%3A+het+ABC+van+%2E%2E%2E%2E

Met video/audio

<http://news.bbc.co.uk>

Met interactieve grafieken

<http://www.abc.net.au/olympics/2004/interactive/swimming.htm>



Schrijven voor het web 8

Verder lezen:

Webwijzer

geeft antwoord op alle vragen over het schrijven voor internet en intranet.

Door Eric Tiggeler en Rob de Doeve

Ca € 22,00

Schrijven voor het Web

een praktische handleiding

Door Geert Poort

Ca. € 18,75

Schrijven voor het beeldscherm

Internet, Content Management Systemen

Door W. Hendriks

Ca. €18,50

Wijzer op het web / druk 2

naar een effectieve inhoud van uw website

Door Rob Punselie

€ 28,75

Websites die werken

succesfactoren, beleid en uitvoering van webcommunicatie

Door Rob Punselie

€ 30,55

Handboek Website Usability

over over het gebruiksgemak van websites.

Door Peter Kassenaar en Oskar van Rijswijk

€ 44,50

Schrijfwijzer

al meer dan twintig jaar het meest gebruikte adviesboek over de Nederlandse taal.

J. Renkema

Ca. € 29,75

Het Groene Boekje (Woordenlijst der Nederlandse Taal)

de enige officiële Woordenlijst

Ca. € 20,00.