

Schrijftips voor een bedrijfskrant

De bedoeling van een bedrijfskrant is dat ze wordt gelezen door de personeelsleden, maar ook door de partners van de instelling. En daarvoor moet ze vlot geschreven zijn.

Een aangepast formaat, een goede lay-out en mooie illustraties maken de bedrijfskrant nog aantrekkelijker en vlotter leesbaar.

Maar er is meer nodig. De artikels moeten ook goed geschreven en begrijpelijk zijn voor de meeste lezers. Welnu, niet iedereen heeft een vlotte pen. Een bericht wordt soms niet begrepen omwille van een schrijffout.

In deze beknopte praktische gids vindt u een aantal richtlijnen over de vorm waarin u uw artikel moet gieten.

Structuur

De ideale structuur van een artikel is als volgt opgebouwd:

- Eerst **een titel**: deze moet informatief, pakkend zijn en de nieuwsgierigheid prikkelen. Het is beter eerst het artikel te schrijven en er dan een titel op te klevlen.
- Boven de titel mag een **boventitel** worden geplaatst die bedoeld is om een rubriektitel of het algemene domein van het artikel te preciseren. Afhankelijk van de lengte van het artikel zal deze boventitel al dan niet worden gebruikt.
- Daaronder volgt **het corpus van het artikel**.
In principe worden in een bedrijfskrant korte artikeltjes gepubliceerd.
Hierna vindt u een schatting van het aantal tekens voor een publicatie op een A4-formaat:
 1. tel voor ½ bladzijde in lay-out met 1 foto ongeveer 1 500 tekens, spaties inbegrepen;
 2. tel voor 1 bladzijde in lay-out met veel foto's ook 1 500 tekens, spaties inbegrepen;
 3. tel voor 1 bladzijde in lay-out met weinig foto's, ongeveer 3 000 tekens, spaties inbegrepen.Deze cijfers zijn enkel een indicatie. Vraag ook raad aan de grafisch vormgever die de maquette van uw bedrijfskrant ontwerpt.
- Als uw artikel langer is dan een halve pagina, kan het ook **tussentitels** bevatten. Deze titels zijn heel belangrijk voor de verstaanbaarheid van het artikel en om de interesse van de lezer weer op te wekken.
Beslaat uw artikel geen halve pagina, dan zijn ze niet nodig.

Stijltips

- De **aanpak** is essentieel. De inleiding moet zo goed mogelijk de 5 journalistieke vragen beantwoorden: Wie? Wat? Waar? Hoe? Waarom?
Bijv. *De Directie van de opleiding (DSE) hield op 12 juni laatstleden haar traditionele teambuilding. Vijftig personeelsleden namen in het provinciaal domein van Chevetogne*

deel aan een sporezoektocht in groepjes van vijf. Deze activiteit was voor de leden van de verschillende diensten van DSE een ideale gelegenheid om elkaar beter te leren kennen.

Wat de lay-out betreft, kan deze 'inleiding' – in het journalistieke jargon 'lead' genaamd – opvallen door een vette of cursieve letterstijl.

- Wat de **tijden van het werkwoord** betreft, gaat de voorkeur uit naar de onvoltooid verleden tijd of de voltooid tegenwoordige tijd om gebeurtenissen te beschrijven. Soms wordt ook de onvoltooid tegenwoordige tijd gebruikt, waardoor de beschreven gebeurtenissen levendig worden voorgesteld.
- Aarzel niet om de mensen in uw artikel aan het woord te laten. Gebruik regelmatig **citaten** om het verhaal tot leven te brengen en te verpersoonlijken. In geval van een **interview** plaatst u datgene voorop dat zo goed mogelijk het hoofdpersonage of het onderwerp van het artikel illustreert.
- **Afkortingen** worden de eerste keer best omschreven.
Bijv. *Algemene directie van de ondersteuning en het beheer (DGS).*

Te vermijden

- **Lange zinnen.** Een journalistiek artikel moet doeltreffend zijn. Aan de samenhang en helderheid dient veel belang te worden gehecht. De zinnen mogen niet meer dan 15 woorden bevatten om verstaanbaar te blijven.
- **Te veel inversies.** De volgorde 'onderwerp-persoonsvorm-bepalingen' wordt best zoveel mogelijk gerespecteerd. Een inversie brengt wel wat variatie aan, maar het moet wel binnen de perken blijven.
- **Te veel zelfstandige naamwoorden** (lidwoorden, aanwijzende, bezittelijke voornaamwoorden, enz.) **of synoniemen.**
- **Te veel hoofdletters.** Overdrijf niet met hoofdletters. De eerste letter van het eerste woord van een zin, eigennamen en het eerste lid van de benaming van een eenheid worden met een hoofdletter geschreven.
Goed voorbeeld: *De Algemene directie gerechtelijke politie heeft een belangrijke nota verspreid.*
- **Het jargon.** Vermijd termen die minder goed gekend zijn door het publiek. Definieer de term desnoods op een eenvoudige en duidelijke manier, zodat alle lezers kunnen volgen.
- **Clichés en zeer vaak gebruikte vaste uitdrukkingen.**
Bijv. *Brugge, het Venetië van het noorden.*
- **Onlogische woordvolgorde**, dit wil zeggen elk woord dat of elke woordgroep die tussen twee samenhangende of naast elkaar geplaatste woorden komt te staan, zoals tussen het onderwerp en het werkwoord.
Bijv. *Mijn vader, zo sterk als een beer, heeft ...*
- **Passieve vormen.** De voorkeur gaat uit naar de actieve vorm.
Bijv. *Steven maakt een doelpunt* en niet *het doelpunt werd gemaakt door Steven.*
- **Onpersoonlijke stijl.**
Bijv. Excessief gebruik van 'men'.
- Te veel **abstracte woorden** die elkaar opvolgen.
Bijv. *van ...van ...van ...*

Korte zinnen, consequente interpunctie en eenvoudige woordenschat zijn de succesfactoren voor een heldere en vlotte tekst.

Lees ook com@pol 'De sleutels van de leesbaarheid'.