



Handout tekstvorm & opmaak

Tekstsoort

Voordat je een stuk gaat schrijven met je held, context en droom, bepaal je in welke vorm je het gaat gieten. Het wordt voor de lezer het meest interessant als je verschillende vormen afwisselt op je verschillende communicatiekanalen. Hieronder worden per vorm de belangrijkste kenmerken genoemd met tips over op welk je kanaal een vorm het beste kunt inzetten.

Nieuwtje

- Kort
- De 5 W's: wie, wat, waar, wanneer, waarom
- Nieuws voorop, dus schrijf opvolgbaar (als een stuk te lang is, haalt de redactie van een krant er gewoon het onderste gedeelte af!)
- Waar te gebruiken:
 - Homepage website
 - Persbericht (zie handout Persbericht)
 - Sociale media



Reportage

- Beschrijf je zintuigen (wat voel, zie, hoor, ruik je?)
- Mix met context
- Voer je held uitvoerig op
- Waar te gebruiken:
 - Nieuwsbrief
 - Website, maar niet op de homepage
 - Aankondiging op sociale media met link naar website



Achtergrondverhaal

- Context voorop
- De held zet je verhaal kracht bij, maar is min of meer inwisselbaar
- Gebruik van deskundigen, cijfers, data
- Waar te gebruiken:
 - Website, maar niet op de homepage
 - Folder
 - Aankondiging op sociale media met link naar website



Interview

- De held wordt geïnterviewd
- Kies een specifiek onderwerp binnen je thema of project
- Sterke intro, vul het aan met context in tussenstukjes
- Vergeet de biografie van je held niet!



- Waar te gebruiken:
 - Nieuwsbrief (ingekort)
 - Website, quote op de homepage met link naar gehele interview
 - Quote uit het interview op sociale media, met link naar gehele interview

Column

- Nodig anderen – de held - uit om een column te schrijven, of schrijf hem zelf
- Column vertelt een mening
- Werk vanuit een aanleiding of anekdote en breng van daaruit de diepere boodschap over
- Benadruk je eigen schrijfstijl (grappig, ironisch, zakelijk)
- Waar te gebruiken:
 - Nieuwsbrief
 - Website, quote op de homepage met link naar gehele column
 - Quote op sociale media, met link naar gehele column



Opmaak

Om je artikel leesbaar te maken, gebruik je een bepaalde opmaak. Je wilt de lezer niet één lap tekst voorschotelen, want de kans dat hij dat leest is heel klein. Wat je wilt, is een scanbaar stuk maken. Lezers scannen eerst het hele plaatje en bepalen dan of ze het artikel helemaal gaan lezen, of slechts wat fragmenten. Daarom wil je je stuk dus ook als het ware in fragmenten aanbieden. Hoe aantrekkelijker de fragmenten, hoe meer kans dat je lezer het hele stuk leest. De volgende keren dat je de krant, een website of een tijdschrift doorbladert, let dan zelf ook eens op de opmaak, hoe je zelf de pagina's scant en laat je inspireren! Hier alvast wat **handvatten** die je kunt inzetten voor de opmaak van je stuk:

- **Headline** Dit is de kop van je stuk, hij is groot en valt dus op
- **Subkoppen** Plaats deze om nieuwe onderwerpen aan te kondigen, deze zijn wat kleiner
- **Foto's + onderschrift** De foto illustreert je artikel, de foto trekt de lezer het verhaal in
- **Quotes isoleren** Mooie, belangrijke, gevoelige uitspraken die je held doet, zet je tussen aanhalingstekens en plaats je her en der in je stuk. Je kunt ze opvallender opmaken
- **Kaders** Om je verhaal meer context te geven of om een zijpad te kunnen nemen, zonder dat in de lopende tekst te hoeven doen, plaats je een kader. Hierin kun je data kwijt, meer achtergrond over een specifiek punt in je stuk, of een biografie over je held
- **Tweets** Misschien heeft je held, of hebben fans van je held wel mooie, leuke tweets gepost die je bovenaan of her en der in je stuk kwijt kunt in plaats van de quotes
- **(Hyper) links** Vergeet in een blog of nieuwsbrief niet te hyperlinken. Je lezer wil misschien wel even kijken naar de website of facebookpagina van de school die je laat bouwen, of zelf in contact komen met je held via Twitter of andere sociale media.
- **Lengte van je stuk benoemen** Lange stukken schrikken af. Het is aardig en slim om bovenaan je artikel aan te geven hoe lang het duurt om je artikel te lezen als service voor de lezer

Succes!

