

Handleiding schrijven webteksten

(aangepast 29-10-2013)

Teksten voor het beeldscherm moeten aan andere eisen voldoen dan teksten die op papier worden afgedrukt. Waarom? Simpelweg omdat lezen via het beeldscherm als minder prettig wordt ervaren dan lezen vanaf papier. Beeldschermlezers 'zappen', dat wil zeggen dat ze snel willen lezen waar ze naar zoeken. Vinden ze dat niet, dan klikken ze ongeduldig door naar een volgende pagina. Dit 'scannen' van de pagina, zoals het ook wel wordt genoemd, lijkt op de manier waarop veel mensen de voorpagina van een krant lezen. Slechts 20% van de lezers leest een pagina woord voor woord. Het is daarom van belang dat de boodschap in webteksten kort en bondig wordt geformuleerd.

De beeldschermlezer doorkruist de pagina op zoek naar de gewenste informatie. Het is daarom belangrijk om de tekst op te splitsen in relatief kleine tekstblokken, met veel tussenkopjes. Deze tussenkopjes geven dan informatie over de onderliggende tekstblokken. Koppen en tekstblokken vormen op die manier een indicatie van de inhoud en de opbouw van de tekst.

Probeer gebruik te maken van verwijzingen binnen en naar teksten. Het is niet nodig om, als er ergens meer informatie te vinden is over het onderwerp, deze informatie nog een keer te vermelden. Door naar deze (extra) informatie te verwijzen (bijvoorbeeld door middel van een link), zorg je ervoor dat teksten overzichtelijk blijven. De lezer leest de boodschap en klikt zelf -indien gewenst- naar meer informatie.

Stappenplan opbouw webteksten

1. Bepaal doel en doelgroep. Wat wil je bereiken met je tekst? Onder welk menu valt de tekst?
2. Welke randvoorwaarden stelt de website? Houd rekening met de velden waar je tekst in geplaatst moet worden. Dat wil bijvoorbeeld zeggen dat je 'lead' of 'intro' niet langer mag zijn dan 50 woorden. Houd hiermee vooraf rekening bij de opbouw van je tekst.
3. Welke informatie wordt in de tekst opgenomen? Internet biedt voldoende mogelijkheden om mensen door te linken naar meer informatie. Geef dus de belangrijke (noodzakelijke informatie), en voeg links of telefoonnummers toe waar mensen bij vragen naar toe kunnen surfen of bellen.
4. Stel een structuur op voor de tekst. Net als bij teksten op papier, ga je uit van een oprolbare structuur. Je plaatst de belangrijkste informatie bovenaan je tekst. Bepaal met behulp van de W-vragen (wie, wat, waar, waarom, wanneer, en hoe) wat de belangrijkste informatie is, en orden de tekst. Je schrijft de tekst als het ware als een nieuwsbericht. Bepaal de lengte van de tekst en houd rekening met het feit dat je links kunt invoegen om de tekst beknopt en duidelijk te houden.
5. Schrijf de kop en de lead (het inleidende stuk tekst waarin de belangrijkste informatie wordt opgenomen).
6. Schrijf de andere bouwstenen in de tekst.
7. Voeg links toe.
8. Controleer de stijl van de tekst (zie 'tips voor het schrijven van webteksten')

Tips voor het schrijven van webteksten

Papieren teksten kunnen niet zomaar worden gekopieerd naar het beeldscherm (andersom kan overigens vaak wel). Bij het schrijven van webteksten moet je nog kritischer zijn op je teksten dan bij het schrijven op papier. Tips hiervoor zijn:

- Zorg ervoor dat de zinnen niet te lang zijn. Als richtlijn kun je hierbij denken aan gemiddeld zeven woorden per zin. Op die manier maak je het de lezer makkelijker om de tekst te lezen, en is de kans groter dat de lezer doorleest, wat uiteindelijk de bedoeling is. Bedenk wel: dit is een richtlijn. Zoek niet krampachtig naar korte zinnen, maar maak combinaties van korte en lange zinnen, waardoor de tekst makkelijk te lezen is.
- Schrijf actief en probeer passieve zinnen zoveel mogelijk te vermijden. Gebruik zo min mogelijk het werkwoord 'worden'.

- Bezoekers lezen een site niet van boven naar beneden. Soms komen ze via zijingangen op de website terecht. Vermeld daarom altijd alle belangrijke gegevens in de tekst. Formuleringen als 'zoals hierboven aangegeven' en 'zoals eerder gezegd' voldoen op het beeldscherm niet.
- Vermijd afkortingen. Omdat bezoekers het scherm 'doorkruisen', is een eenmalige uitleg van een afkorting niet voldoende: je weet immers niet of de bezoeker de uitleg van de term elders in de tekst heeft gelezen. Schrijf daarom zoveel mogelijk termen voluit.
- Internet is een interactief medium. Schrijf daarom ook interactief. Spreek niet over 'men', maar over 'u of wij'. Bepaal aan de hand van doel en doelgroep hoe je de lezer wilt aanspreken.
- Vermijd het gebruik van omslachtige formuleringen. Lange zinnen voldoen vaak op papier, maar niet op het beeldscherm. Bedenk waar de lezer behoefte aan heeft en schrap overbodige informatie.
- Zorg ervoor dat er geen tik-, spel- en grammaticafouten in de tekst voorkomen. Het gebruik van een spellingscontrole is hierbij vaak niet voldoende. Lees de tekst rustig door en print de tekst eventueel uit om de tekst te controleren.
- Schrijf concreet, geef voorbeelden en vermijd (waar mogelijk en afhankelijk van de doelgroep) het gebruik van vakjargon.
- Zorg ervoor dat de alinea's niet te lang zijn. Ga bij paginabrede teksten uit van ongeveer vier tot zes regels en bij kolomteksten van acht tot twaalf regels. Vermijd scrollen door de tekst. Uit onderzoek blijkt dat mensen niet meer willen lezen dan ze in één oogopslag kunnen zien. Als je een lange tekst schrijft, dwing je de bezoeker om de tekst uit te printen. Dit geeft bezoekers vaak al een aanleiding om de site te verlaten. Horizontaal scrollen is uit den boze.
- Vermijd vakjargon. Ga bij het schrijven van je tekst uit van de bezoeker die het minst weet over het onderwerp. Een professional zoekt over het algemeen gerichter, vindt informatie makkelijker en begrijpt teksten bovendien sneller.
- Het gebruik van populair en modieus taalgebruik werkt vaak averechts. Natuurlijk vind je zelf het onderwerp 'leuk' of 'interessant'. Als dat niet zo zou zijn, zou het onderwerp waarschijnlijk niet de moeite waard zijn om op de website te plaatsen. Bedenk echter wel dat lezers deze conclusie liever zelf trekken. Een tekst waarin vijf keer het woord 'leuk' voorkomt, irriteert de lezer, of stoot deze zelfs af.
- Doelgroepen van webteksten zijn zeer gevarieerd en minder bekend dan bij teksten op papier. Bij papieren teksten weet je vaak waar of bij wie je tekst terechtkomt. Omdat internet voor iedereen toegankelijk is, weet je niet of de lezer een natuurliefhebber of professional is. Ook is de leeftijd van de bezoeker onbekend. Zorg dat je tekst de aandacht vasthoudt van alle mogelijke doelgroepen.
- Maak gebruik van duidelijke hyperlinks. Schrijf niet: 'klik hier', maar bijvoorbeeld 'informatie over onderwerp'.

Checklist

Voordat je de tekst publiceert, kun je de volgende checklist nalopen om de stijl van je tekst te controleren.

- Zijn de zinnen niet te lang?
- Zijn de alinea's niet te lang?
- Is de tekst persoonlijk genoeg?
- Bevat de tekst niet teveel lijdende vormen?
- Zijn de zinnen niet te ingewikkeld?
- Bevatten de zinnen niet teveel werkwoorden?
- Bevatten de zinnen niet teveel omslachtige formuleringen?
- Is het taalgebruik niet te populair of modieus?
- Bevatten de zinnen niet teveel abstracties?

Verder lezen?

Als je meer wilt weten over het schrijven van webteksten en alles wat daarmee te maken heeft, dan verwijzen we je door naar:

Online informatie webschrijven

<http://www.benvroom.nl/pretestenchecklistbeknopt.htm>

<http://webschrijven.pagina.nl/>

<http://communicatie.leidenuniv.nl/website/webredactie-richtlijnen/webschrijven/5-tips.html>

http://www.koesveld.net/image/E_Boek_Schrijven_voor_Google_koesveld_2010.pdf

Of zoek via google op bv 'schrijven voor het web'

Literatuur

Hendrikx, W. (2003). Schrijven voor het Beeldscherm. Derde druk. Den Haag: Sdu uitgevers

Bron:

Handleiding CMS IVN-afdelingen, webredactie IVN Nederland