

Tilburg University

Dat lossen we samen op

Renkema, J.

Published in:
Management & Bestuur

Publication date:
2001

[Link to publication in Tilburg University Research Portal](#)

Citation for published version (APA):
Renkema, J. (2001). Dat lossen we samen op. *Management & Bestuur*, aug. 2001, 16-16.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Dat lossen we samen op

Jan Renkema

T
taal

Al meer dan 2000 jaar krijgen schrijvers het advies om in de inleiding van hun tekst extra aandacht te besteden aan hun lezers. Een inleiding heeft een driedelig doel: de lezer moet aandachtig, meegaand en welwillend worden.

De aandacht is gauw getrokken met een anekdote of een situatieschets of een bijzondere uitspraak. (Het probleem van de schrijver en de lezer is een rookprobleem.) Maar de aandacht is ook zo weer weg. Dus moet er iets gebeuren om de lezer mee te trekken.

Zorg dus als schrijver dat de lezers zo spoedig mogelijk weten welk voordeel hun het lezen van de tekst biedt. (Binnen drie minuten ziet u hoe u onbewust de lezer kunt dwingen om kuchend uw tekst te verlaten.) En zorg dan ook dat de lezer tijdens het lezen niet de hakken in het zand zet. (Geef eerst een voorbeeld dat lekker weg leest, en pas daarna een voorbeeld met een rookgordijn van woorden.)

De twee voorbeelden hieronder zijn geanonimiseerd. Op de man spelen is minder prettig dan met een tekst spelen. Voor een goed begrip van de volgende passage wat achtergrondinformatie. Een groot bedrijf met enige omzetzorgen heeft een aparte afdeling om de meer dan achthonderd verkopers te ondersteunen met gegevens over potentiële klanten, informatie over productontwikkeling, enz. De afdeling vindt dat er te weinig gebruik wordt gemaakt van haar expertise, en besluit alle verkopers aan te schrijven. De brief begint zo:

U wordt benaderd door een bedrijf om te praten over een projectvoorstel. Natuurlijk heeft u snel 'ja' gezegd en de afspraak gemaakt. Op dat moment realiseert u zich dat u eigenlijk weinig of

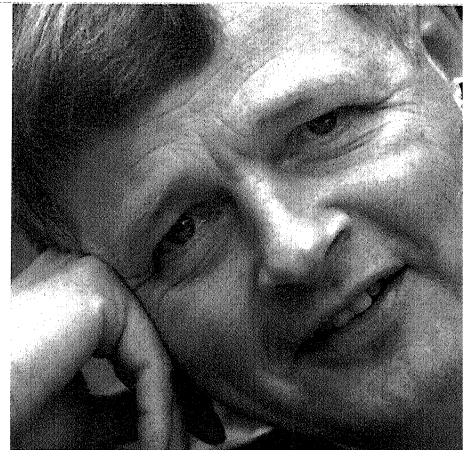
niets van uw prospect af weet. Daar is snel iets aan te doen: u belt met het Kennis en Onderzoek Centrum. Het KOC is een professionele organisatie waarin een team van veertig specialisten garant staat voor een uitgelezen antwoord op al uw vragen om informatie.

Een afdeling op een ministerie wil haar medewerkers in het veld stimuleren om gezamenlijk een antwoord te vinden op zeer negatieve kritiek in de pers over de van overheidswege verplichte controles. De notitie begint als volgt:

De negatieve pers die de controles binnen ons werkteerrein de afgelopen jaren, mede naar aanleiding van inspectierapporten, hebben gekregen heeft ook binnen onze afdeling OC veel discussie losgemaakt over de kwaliteit van de controle. In dit stuk wordt aangegeven hoe de verbetering van de kwaliteit van de controle door het OC ter hand wordt genomen.

In beide gevallen verbaasden de auteurs zich over gebrek aan respons. De verkopers reageerden niet of nauwelijks. De ambtelijke medewerkers vulden de bijgevoegde vragenlijst niet in.

In beide gevallen is de verbazing wereldvreemd. Hoe komen de auteurs erbij om zo te beginnen? Waarom hebben ze niet door dat ze – volstrekt overbodig – een kloof creëren tussen schrijver en lezer? Het bedrijf wil een betere klantbehandeling, het ministerie wil verbetering van de controles. Maar in beide gevallen stelt de schrijvende afdeling zich op tegenover de collega's. De verkopers irriteren zich dan des te sneller over de suggestie dat ze te weinig kennis van zaken hebben. En de ambtenaren worden des te



eerder boos over het gebrek aan inspraak.

Er is toch een gezamenlijk probleem! Een van de pijlers van de retorica is het creëren van wat we nu een wij-gevoel noemen. U, lezer, en ik, schrijver, moeten samen een probleem oplossen: een verslechterende concurrentiepositie, een slecht imago. Wij als bedrijf of instelling, dus u en ik, hebben beiden belang bij een oplossing.

Waarom is er niemand in zo'n groot bedrijf of op zo'n ministerie die Quintilianus leest of gewoon zijn gezond verstand gebruikt en redeneert vanuit de (belaagde) lezer? Vreemd toch, de kennis over inleidingen is al 2000 jaar oud, en nog slagen schrijvers er niet in om die kennis in praktijk te brengen. Maar er is een verklaring. Deze teksten zijn niet geschreven door schrijvers maar door afdelingspenvoerders. Iedereen kan wat toetsen indrukken om weer te geven wat er zoal in het hoofd omgaat, maar niet iedereen krijgt de lezers aandachtig, meegaand en welwillend. ■

Prof. dr. J. Renkema doceert tekstwetenschap aan de Katholieke Universiteit Brabant en is bijzonder hoogleraar taalverzorging. Hij is tevens auteur van onder andere de Schrijfwijzer.