

Deel 1 schrijfstijlgids

Tone of voice



Deze stijlgids bevat **tips voor de geschreven taal** die we bij de Stad Gent gebruiken op al onze kanalen. Ze helpen je om de juiste toon te vinden: persoonlijk, helder, gevat en gedurfd.

Persoonlijk	p 3
Helder	p 4
Gevat	p 6
Gedurfd	p 8

De Gentse tone of voice

Vier stemkwaliteiten beschrijven hoe we schrijven bij de Stad Gent: **persoonlijk, helder, gevat en gedurfd**. Die tone of voice past bij wie we zijn, bij het Gents karakter.

Tone of voice gaat niet over wat je zegt, maar over hoe je iets zegt. En dat maakt een wereld van verschil. Paradoxaal genoeg slaat het begrip tone of voice niet op de gesproken maar op geschreven taal. Achter je klavier kun je bewust keuzes maken. Je bent een soort dj achter het mengpaneel van de taal. Welk gevoel breng je over met je woorden? De rijkdom van de taal is eindeloos. Jij bent de dj!

Met een tone of voice bouw je een verbale identiteit op. Net zoals bij een visuele stijlgids, maar dan niet met logo's en kleuren maar met woorden. Een consistente stijl creëert **herkenning en vertrouwen** bij de lezer.

Stijl en karakter

Onze schrijfstijl heeft wortels in het **Gentse merkbeleid**. Het Gentse karakter vinden we terug in het verhaal van Gent, het merk Gent, en bestaat uit een merkessentie en 3 richtinggevende merkwaarden.

Zo klinkt onze **merkessentie**: 'Gent is een stad waar iedereen rebels mag zijn. Een stad waar wij het lef hebben om samen onze eigen koers te varen.' Samengevat in een metafoor: Gent is een vrijhaven. Deze merkessentie krijgt richting door de 3 Gentse merkwaarden: 'verbindend, andersdenkend, normverleggend'.

Verbindend:

'Gent is een stad op mensenmaat, een stad van de straat. Hier vloeit alles samen. In Gent ontmoeten we elkaar op ooghoogte en kijken we naar elkaar om. We blijven onszelf en staan open voor de ander.'

Andersdenkend:

'Gent is een stad van stroppendragers en goestedoeners. Hier is er ruimte om anders te denken en je eigen ding te doen en te maken. In Gent ben je vrij om te zijn wie je bent. We dagen uit en vinden uit.'

Normverleggend:

'We zijn een stad van verkenners en voortrekkers. Hier lopen we voor de massa uit als we dat de juiste weg vinden. In Gent durven we op ons muil te gaan. We kunnen tenslotte alleen de wereld verbeteren door het te proberen.'

Wat betekent het nu om persoonlijk, helder, gevat en gedurfd te schrijven? Je stijl schuift vanzelf mee met het doel, de doelgroep, het kanaal, het onderwerp en de rol. Toch streven we naar consistente stijlkeuzes. Hoe? Dat ontdek je in de tips en voorbeelden hieronder.

'Zonder als een echte mens te klinken kom je tegenwoordig niet ver.'

Zoey Cooper

1. PERSOONLIJK

In Gent 'ontmoeten we elkaar op ooghoogte', 'Gent is een stad op mensenmaat', zegt het merkbeleid van Gent. Dat idee van gelijkwaardigheid en menselijkheid klinkt door in onze teksten. Ook al schrijf je vanuit een overheid, maak je tekst persoonlijk. Dat wil zeggen: verplaats je in de leefwereld van je lezer en begin een dialoog.

STIJLTIPS - ZO KLINT HET PERSOONLIJK (EN DUS GENTSER)

1. Benader je lezers op ooghoogte.

- › Spreek je lezer bij voorkeur aan met 'je'.
- › Gebruik zo veel mogelijk de gereduceerde vorm 'je' (de volle vorm 'jou' drukt klemtoon of contrast uit).

2. Zorg dat het perspectief van je doelgroep zwaarder weegt dan het perspectief van de Stad Gent.

- › Gebruik meer je dan we. Schrijf meer (zeker 2/3de) je/jij/jou dan we/wij/ons/De Stad (maximaal 1/3de).
- › Spreek over onze stad. Wissel het gebruik van 'de Stad Gent' af met 'Gent' of het meer verbindende 'onze Stad' of 'jouw stad'.

VOOR: De Stad Gent voert een genderbeleid.

NA: Hoe denkt jouw stad over gender?

3. Vertaal je organisatiedoelen naar winsten, baten of voordelen voor de lezer.

- › **What's in it for me?** Probeer de lezer al vroeg in je tekst een antwoord te geven op de vraag: "Wat heb ik eraan/ What's in it for me (Whifm)?"
- › **Schrijf in persoonlijke voordelen.** Gebruik daarbij zowel emotionele als rationele argumenten.

VOOR: De Stad Gent wil verhuurders stimuleren en ondersteunen om hun huurwoning in Gent kwaliteitsvol en energiezuinig te renoveren.

NA: Wil je je woning energiezuinig renoveren om ze te verhuren? Krijg daarvoor tot 8.000 euro subsidie bij de Stad Gent.

4. Leg uit waarom je iets doet.

Namelijk in ieders belang.

VOOR: De kolonisatie is een historische realiteit die we niet kunnen terugdraaien. Een kritische en eerlijke kijk op ons verleden is van groot belang. Als Stad willen we hier ook een stuk verantwoordelijkheid opnemen.

NA: Wie in onze stad woont, moet zich altijd en overal thuis kunnen voelen. Ook jonge Gentenaars met culturele wortels in Europese ex-kolonies. Daarom 'dekoloniseert' de Stad Gent.

5. Schrijf met dialoogkracht.

Gebruik niet alleen mededelende zinnen maar ook vragen.

VOOR: De deadline voor het Cocreatiefonds is verlengd met 5 weken.

NA: Wil je een steun voor je erfgoedproject? De deadline voor het Cocreatiefonds is verlengd met 5 weken.

6. Vermijd de naamwoordstijl: vervoeg je werkwoorden.

We spreken van een naamwoordstijl als je werkwoorden systematisch links laat liggen om de handeling in je zin uit te drukken: je gebruikt de hele tijd zelfstandige naamwoorden (vaak in 'het+ infinitief'-constructies). Een vervoegd werkwoord is beter omdat dan duidelijk wordt wie de handeling uitvoert. Het effect ervan is spectaculair: plots zitten er mensen en andere levende wezens in je tekst.

VOOR: Het streven naar een verbetering van de klantenservice blijft een speerpunt.

NA: De Stad blijft de klantenservice verbeteren.

VARIATIE: NOG PERSOONLIJKER (OF NET NIET)

Persoonlijk schrijven betekent niet dat je familiair wordt of een uitdagende toon hanteert, alsof je de lezer persoonlijk zou kennen. Het betekent ook niet dat je je persoonlijke mening etaleert. We communiceren vanuit de overheid en houden het altijd professioneel en respectvol. Persoonlijk betekent dus: dicht bij de lezer. Wat we nooit doen, is klinken als de organisatie die er alles aan doet om zo ver mogelijk bij de lezer vandaan te staan. We streven er altijd naar om persoonlijk te klinken.

In specifieke contexten kan je je toon wel aanpassen door je **iets dichter of net iets verder** bij je lezer te positioneren. Als je een blog schrijft ga je wel je persoonlijke mening laten doorschemeren. Als je schrijft voor een heel jonge doelgroep kan je heel vriendschappelijk klinken. Anderzijds kan je soms wat afstand gebruiken, bijvoorbeeld in een herinneringsbrief voor een boete, kan 'u' gepaster zijn.

'Als je het niet eenvoudig kan uitleggen, snap je het zelf niet.'

Albert Einstein.

2. HELDER

'Gent is een stad van de straat', staat er in onze merkwaarden. Daarom maken we altijd een doorvertaling van beleid naar gewonemensentaal. Want laten we eerlijk zijn: het vakjargon waarmee ambtenaren de zaken voor elkaar verhelderen, is voor gewone Gentenaars gewoon Chinees. Zorg dat het publiek waarvoor je schrijft je tekst helemaal begrijpt.

STIJLTIPS - ZO KLINT HET HELDER (EN DUS GENTSER)

1. Bepaal zorgvuldig je kernboodschap.

- › Heb je meer dan één kernboodschap? Begin met wat de grootste impact op de doelgroep heeft.

2. Formuleer een heldere call to action.

- › Zeg concreet wat je verwacht van je lezer. Een goede call to action is concreet en exact.
- › Koppel een reden aan de call to action door een 'en + imperatief'-constructie. Gebruik bij instructies zo veel mogelijk de bevelende vorm.

VOOR: Meer weten over de Gentse Startersdagen?

NA: Schrijf je gratis in voor de Gentse Startersdagen en lanceer de ondernemer in jezelf.

3. Schrijf actiegericht.

- › Vermijd passiefzinnen.
- › Maak duidelijk wie de actie uitvoert.

VOOR: De totale oppervlakte en het energieverbruik worden gebruikt als maatstaf voor de economische draagkracht van bedrijven.

NA: Onze dienst berekent de economische draagkracht van je bedrijf op basis van je totale oppervlakte en je energieverbruik.

4. Maak de structuur van je tekst zichtbaar.

- › Doe dat met rubrieknummers, titels, inhoudsopgaves, tussenkopjes, bullet points, vetmarkeringen, duidelijke afgeleide alinea's en relevante links.
- › Maak gebruik van witruimte in je tekst.

5. Gebruik gewonemensentaal. Dat is de nette spreektaal die je ook in alledaagse situaties gebruikt.

- › Vervang moeilijke woorden door makkelijkere. Wil je een tekst schrijven die ook toegankelijk is voor een ruim publiek? Gebruik dan zoekeenvoudigewoorden.nl. Daar kan je zien of een bepaald woord behoort tot de woordenschat van de gevorderde gebruiker (taalniveau B2 of hoger), tot de veel gebruikte, alledaagse taal (niveau B1) of tot de woordenschat van mensen die maar een beetje Nederlands kennen (niveau A1).
- › Zet stadhuistaal om in mensentaal. Probeer niet om stiekem indruk te maken op de lezer met ambtelijk taalgebruik, zoals versteende omslachtige uitdrukkingen (langs deze weg, in de gelegenheid zijn, in werking stellen) en oubollige voorzetsels en voegwoorden (inzake, indien, betreffende, alsmede, alsook, reeds, tevens, derhalve, teneinde, voorts). Vervang ze door korte hedendaagse varianten (over, daarom, als, ook en verder). Bekijk de lijst van Wablieft [met ambtelijke termen die je beter vermijdt](#).

VOOR: We nemen een reeks preventieve maatregelen.

NA: Zo voorkomen we problemen.

6. Bewaar vakjargon voor vakgenoten.

- › Schrap onnodige technische taal en vaktermen. Vervang vaktermen door een bekender woord of een omschrijving.

VOOR: Als erkend en/of gesubsidieerd jeugdwerkinitiatief of betoelaagd experimenteel jeugdinitiatief kun je...

NA: Met je jeugdwerking kun je...

- › Leg vaktermen uit. Omschrijf eerst het begrip en gebruik daarna pas de vakterm (of omgekeerd).

VOOR: De Stad Gent heeft een aanvraag ingediend om de Feesten als immaterieel erfgoed te erkennen.

NA: Dat is een verzamelnaam voor tradities, feesten en gebruiken die we erfd van onze voorouders en vandaag nog altijd van grote waarde zijn.

VARIATIE: NOG EENVOUDIGER (OF NET NIET)

We klinken altijd helder en toegankelijk. Soms zelfs extreem toegankelijk, met name in vereenvoudigde teksten. Heldere taal is nog iets anders dan eenvoudige taal. Met heldere taal probeer je een zo breed mogelijk publiek te bereiken, terwijl eenvoudige (simpele) taal gericht is op heel **specifieke doelgroepen met lage taalvaardigheden**, bijvoorbeeld anderstaligen die Nederlands leren, Nederlandstaligen die laaggeletterd zijn, mensen met een mentale beperking of mensen met leerproblemen.

Wil je die groepen bereiken, gebruik dan bewust **vereenvoudigde taal**. In de praktijk is er niet altijd een strikt onderscheid helder taalgebruik en vereenvoudigd (of simpel) taalgebruik. De begrippen worden vaak door elkaar gebruikt. Wij maken dat onderscheid wel.

Teksten in vereenvoudigde taal voldoen aan een aantal specifieke regels. Die komen voor een groot stuk overeen met bovenstaande richtlijnen voor helder schrijven, maar gaan op bepaalde punten nog iets verder. Bijvoorbeeld:

- › Reduceer de boodschap tot de meest essentiële informatie.
- › Kies woorden die zo kort en eenvoudig mogelijk zijn.
- › Vermijd leenwoorden, vaktaalwoorden en formele woorden, en abstracte woorden (niet openbaar vervoer, maar trein of bus).
- › Schrap alle beeldspraak, metaforen, uitdrukkingen en woordspelingen.

- › Maak zinnen van 12 woorden of korter.
- › Gebruik afbeeldingen om de woorden te ondersteunen.
- › Als je communiceert met anderstaligen is het interessant om de term te gebruiken die het meest aansluit bij het Engels, bijvoorbeeld 'informatie' in plaats van 'inlichtingen', 'telefoneren' in plaats van 'bellen', 'ambulance' in plaats van 'ziekenwagen', ...

Vereenvoudigd schrijven kan weerstand oproepen bij mensen die geen problemen hebben met lezen, omdat ze die vereenvoudigingen als te simpel ervaren. In bepaalde gevallen kan het dus een goed idee zijn om twee versies te maken: een heldere versie, die bruikbaar is voor een breed publiek, en een vereenvoudigde versie, die bruikbaar is voor mensen met lage taalvaardigheden.

Eenvoudig of vereenvoudigd schrijven is maar 1 strategie om informatie toegankelijk te maken voor mensen met lage taalvaardigheden. Het kan ook een goed idee zijn om teksten te vertalen (zie Deel 2: Gentse schrijfwijzen – anderstalige producten) of om die mensen persoonlijk contact en ondersteuning aan te bieden, bijvoorbeeld aan een loket of via de telefoon.

Communicatie kan ook gericht zijn op doelgroepen met sterke taalvaardigheden. In dat geval gebruik je wat langere zinnen en wat moeilijkere woorden.

'Maak je tekst een plezier om te lezen!'

3. GEVAT

In Gent zijn we andersdenkend en normverleggend: we zijn een stad van verkenners en voortrekkers. Daarom maken we er een punt van om onze ideeën niet wollig of langdradig te verwoorden maar gevat. Gevat heeft twee betekenissen: **bondig en spitsvondig of snedig**.

Lezen vraagt een cognitieve inspanning en lezers worden vandaag gebombardeerd met boodschappen. Je lezer heeft nog wat anders te doen dan je tekst te ontcijferen. Mijd daarom langdradig proza maar hou het kernachtig. Zo wordt je tekst een plezier om te lezen, zeker als je de Gentse kwinkslag gebruikt.

STIJLTIPS - ZO KLINT HET GEVAT (EN DUS GENTSER)

1. Ga op zoek naar een verbale knipoog.

- › Woordspelingen, taalvondsten en dubbele betekenissen maken je tekst een plezier om te lezen. Zorg wel dat je woordspelingen en taalvondsten ook begrijpelijk zijn voor een breed publiek.

VOOR: Gelukkig nieuwjaar

NA: Gelukkig een nieuw jaar

- › Als een woord een dubbele betekenis heeft, moet de letterlijke betekenis ook kloppen.

VOOR: Samen voor een proper Houtdok

NA: Samen voor een proper Houtdok Hou 't dok proper!

2. Vertaal abstract beleid naar de lezerswereld.

- › Maak duidelijk hoe je het verschil maakt.

VOOR: De Stad Gent hecht groot belang aan openbare toiletten en maakt daarom werk van een plasplan.

NA: Als de nood het hoogst is, is een openbaar toilet in de buurt geen luxe. Zeker voor wie wat ouder is of jonge kinderen heeft. Het Gentse plasplan zorgde voor 185 toiletten.

3. Vervang vage proceswoorden door een concrete actie of een resultaat.

VOOR : De Stad Gent voert een hervormde algemene bedrijfsbelasting in Gent in.

NA: Ontdek de nieuwe regels voor de berekening van de algemene bedrijfsbelasting.

4. Schrap twijfelwoorden en vaagmakers die je verhaal verpesten.

- › Twijfelwoorden als willen, kunnen en trachten gebruik je enkel als je een slag onder de arm wil houden.
- › Vaagmakers zijn bedenkingen en tijdsaanduidingen als eigenlijk, in feite, nogal, enigszins, op het gebied van, vaak, momenteel, soms ... Ze zijn vaak niet nodig.

VOOR : Je kunt een brochure bekomen in de Stadswinkel.

NA: Haal de brochure op in de Stadswinkel.

5. Check je zinslengte.

Onderzoek toont aan dat zinnen van meer dan 20 woorden moeilijk te begrijpen zijn. Je kan de zinslengte van je tekst bekijken in Word of op websites als countwordsworth.com

- › Heel makkelijk te begrijpen: 1-6 woorden
- › Makkelijk te begrijpen: 7-13 woorden
- › Begrijpelijk: 14-20 woorden
- › Moeilijk te begrijpen: 20-25 woorden
- › Heel moeilijk te begrijpen: meer dan 25 woorden

6. Hak lange zinnen in stukjes.

- › Maak aparte zinnen van bijzinnen. Of schrap ze.

VOOR: Problemen in de thuissituatie kunnen bij werknemers leiden tot ontslag, wat resulteert in het verlies van waardevolle werknemers die met een duwtje in de rug wel vol enthousiasme aan het werk kunnen blijven.

NA: Problemen in de thuissituatie bij werknemers kunnen leiden tot ontslag. Zo verlies je waardevolle werknemers. Misschien hadden ze met een duwtje in de rug wel vol enthousiasme aan het werk kunnen blijven?

7. Gooi ballastwoorden overboord.

- › Schrap holle adjectieven.

VOOR: Neem deel aan de begeleide rondleiding.

NA: Neem deel aan de rondleiding.

8. Vermijd nodeloos ingewikkelde formuleringen. Wees alert voor langdradige constructies

VOOR: Het huidige model van eiwitproductie en -consumptie staat onder druk in de context van ons globale voedselsysteem.

NA: De klimaatcrisis doet ons nadenken over wat we eten.

VOOR: Sommige werknemers zullen het makkelijker hebben om bepaalde zaken te bespreken met een externe partner.

NA: Sommige werknemers praten makkelijker met een externe partner.

‘Het is niet omdat je de overheid bent, dat je tekst braaf moet klinken.’

4. GEDURFD

Eigenzinnigheid en lef hebben staan centraal in het merkbeleid van Gent. Daarom schrijven we pittig en gedurfd. Onze schrijfstijl zegt iets over hoe we uitdagingen benaderen: met lef en positivisme. Gedurfd schrijven betekent dat je eigenzinnige stijlkeuzes durft maken zonder de lezer te verliezen.

STIJLTIPS - ZO KLINT HET GEDURFD (EN DUS GENTSER)

1. Verras je lezer.

- › Daag de tekstnormen uit. Je hoeft je tekst niet altijd volgens hetzelfde patroon op te bouwen of binnen de geijkte genres te blijven
- › Open met een krachtige zin. Je hebt maar één keer de kans om een eerste indruk te maken. Grijp je lezer meteen bij de kraag.

VOOR: Gent maakt zich op voor het 5de Lichtfestival. Het populairste cultuurfestival van de stad bestaat 10 jaar.

NA: In 2011 stak kunstenaar Michael Langeder het belfort in de fik. Zelfs de brandweer vond het fantastisch.

2. Schrijf voor een publiek van eigenzinnige burgers.

- › **Durf jezelf te relativieren.** Zo toon je dat de overheid ook maar een mens is.

VOOR: Gelieve je afval mee te nemen bij het verlaten van de kringcirkels

NA: Vertrek je? Maak je cirkel proper. Vergeet de hoekjes niet.

- › **Betuttel niet maar vertrouw.** Zwaai niet met het bevoogdende vingertje maar spreek je lezer aan op zijn verantwoordelijkheid. Vertrouw de burger.

VOOR: De terrassen zijn weer open. Hou het veilig en stil.

NA: Zalig! Nog eens eentje van 't vat. Merci dat je 't ook veilig houdt en aan onze burens denkt.

- › **Schrijf vanuit samen.** Leg de nadruk op de samenhang.

VOOR: Hou steeds rekening met de coronamaatregelen.

NA: De afstandhouder wint. We kunnen dit.

- › **Gebruik storytelling.** Kleur je tekst met verhalen en anekdotes van burgers (of begin je tekst met het burgerperspectief). Je hoeft daarvoor niet altijd op zoek naar getuigen. Korte uitweidingen die het louter beschrijvende doorbreken zijn ook een milde vorm van storytelling.

VOOR: Ons telefonisch en online aanbod is anoniem.

NA: Soms praat het nu eenmaal makkelijker met iemand die je niet kent, of durf je pas echt je hart te luchten als je niet hoeft te vertellen wie je bent.

3. Schrijf toekomstgericht en optimistisch (maar hou je tekst realistisch en geloofwaardig).

- › Start met het goede nieuws. Niet met de hinderpalen of problemen. Lezers houden niet zo van onheil, maar let er ook op dat je geen goednieuwsshow opvoert.

VOOR: Beste uitbater, Het is voor iedereen een lastige periode met ongekende uitdagingen. Door het mooie weer hebben mensen behoefte om buiten te komen en te genieten. Daarom werkte de Stad Gent aan een lente- en zomerplan.

NA: Beste uitbater, Eindelijk openen de terrassen weer! Een opsteker in een periode die voor vele Gentenaars lastig is geweest. Zeker voor jou als uitbater.

- › **Let op voor negatief geladen woorden.** Wil je niet geassocieerd worden met negatieve gevoelens? Gebruik dan woorden met een positievere connotatie.

VOOR: Een lokaal moet je onderhouden, anders heb jij of diegene na jou geen lokaal meer. Gelukkig heeft de Stad Gent een karweidienst.

NA: Aan een lokaal gaat wel eens iets stuk. Maar we zijn niet allemaal even handige Harry's. Gelukkig heeft de Stad Gent een karweidienst.

- › **Vermijd negatiepartikels zoals zonder en niet.**

VOOR: Aarzel niet om ons te contacteren

NA: Contacteer ons.

4. Tussentaal en dialect? Hou het toegankelijk

We gebruiken Standaardnederlands en kiezen voor woorden en uitdrukkingen die algemeen gangbaar zijn in Vlaanderen en Nederland, of dan toch zeker in Vlaanderen (aangeduid in Van Dale met 'Standaardtaal in België'). We moeten rekening houden met een steeds groter wordende groep anderstaligen in Gent, die het Nederlands als 2de taal geleerd hebben of nog leren.

Tussentaal of Gents kunnen een goed idee zijn als je verbindend wil zijn. Zorg wel dat de boodschap toegankelijk blijft voor een breed publiek.

- › **Tussentaal:** verkleinwoorden op -ke, verbuiging van lidwoorden (ne) en adjectieven en ge, gij en u(w).

VOOR: Gents zomerplan. Bekijk hier het Gentse zomeraanbod.

NA: Zo ne zomer! Bekijk hier wat er te beleven valt.

VOOR: Laat je vaccineren

NA: Gentenaar, 't is aan u. Laat je vaccineren.

- › **Gents:** wees zuinig met dialect en zorg er altijd voor dat de campagne ook duidelijk is voor wie dat Gentse deel niet begrijpt. In Gent is die groep groter dan bijvoorbeeld in Antwerpen of West-Vlaanderen. Vul Gentse schrijfwijzen of uitdrukkingen altijd aan met een heldere boodschap als dat nodig is.

- › **Werk met testpersonen** om uit te zoeken of iedereen je boodschap begrijpt.

VOOR: Blijf de coronamaatregelen volgen

NA: Neute mag, Pleuje nie. Blijf de coronamaatregelen volgen. #samentegencorona

- › Tot slot: **durf Nederlands te gebruiken in plaats van Engelse modetermen.** Die zijn niet altijd begrijpelijk voor iedereen, en sommige mensen ergeren zich eraan. Alternatieven voor Engelse termen vind je op www.vindpunt.nl.

VARIATIE: NOG GEDURFDER (OF NET NIET)

Je kan heel spontaan (dus meer gedurfd) of heel beredeneerd (iets minder gedurfd) schrijven:

- › **Spontaan:** spreektaalig, met gebruik van tussenwerpsels, je gebruikt emotionele argumenten, emoji's, je maakt gebruik van uitroepetekens.
- › **Beredeneerd:** je tekst is logisch opgebouwd, ingedeeld in probleemstellingen en oplossingen, met tijdsaanduidingen die de zaken stapsgewijs overlopen, maakt gebruik van voegwoorden die structuur en coherentie geven (en, want, daarom, dus, als ... dan, hoewel, vervolgens) en de relatie tussen de tekstdelen aanduiden, je schuift rationele argumenten naar voor.

Hoe gedurfd schrijf je? Wanneer ga je te ver? Dat hangt van de context:

- › **Kanaal:** vertaal je een nieuwsbericht naar social? Maak het spontaner.
- › **Doelgroep:** schrijf je voor jongeren? Gebruik een stijl die meer fun is.
- › **Doel:** wil je niet alleen informeren maar ook sensibiliseren of overtuigen? Kies voor een spontane toon met emotionele argumenten in plaats van rationele.
- › **Onderwerp:** bij gevoelige onderwerpen is een ernstige toon gepaster.
- › **Rol:** neem je een rol op als handhaver van regels, of wil je mensen lokken naar een event?