

taal telt

Praktische gids voor effectief
taalgebruik bij e-learning

Fieneke Jochemsen
Kimberley Versluis-Ras



e-learning
training

even voorstellen..

Wij zijn E-learning Training

Wij houden ons dagelijks bezig met het ontwikkelen van e-learning voor allerlei organisaties. Iedere organisatie heeft een unieke doelgroep, waarvan het belangrijk is dat zij de kennis en vaardigheden leren die zij nodig hebben op de werkvloer. Binnen elke organisatie is dit anders en daarom maken wij e-learning op maat. Alhoewel iedere e-learning die wij ontwikkelen wat dat betreft uniek is, is één ding altijd hetzelfde: de e-learning zorgt voor de gewenste kennisoverdracht.

Om effectief kennis over te dragen aan de doelgroep, is het belangrijk dat de e-learning didactisch goed in elkaar zit. Samen met ons onderwijskundig team brainstormen we over, onder andere, passende werkvormen en besteden we aandacht aan hoe we de kennis visueel en auditief over brengen.

Als de inhoudelijke tekst eenmaal staat, bouwen we de e-learning in Articulate Storyline. Dit visueel vormgeven doen we heel bewust. Zo ontwikkelen we een look and feel die aansluit bij de huisstijl van de organisatie en zorgen we dat de vormgeving het leren bevordert in plaats van belemmert.

Heb jij interesse in e-learning op maat, of wil je zelf e-learning leren maken? Kom eens langs bij ons op kantoor in Den Haag, of neem contact met ons op!

Ga jij zelf een e-learning bouwen? Lees dan vooral deze whitepaper! We geven je namelijk een praktische gids voor effectief taalgebruik bij e-learning.

Veel leesplezier!

Fieneke Jochemsen

Learning Consultant,
taalkundige



Kimberley Versluis-Ras

Learning Consultant,
onderwijskundige

introdunctie

waarom die aandacht voor taal?

Online leren brengt ons mogelijkheden die we eerder niet hadden: leren door middel van animaties, interactieve video's en ander bewegend beeldmateriaal. Daardoor zou je kunnen denken dat taal inmiddels van ondergeschikt belang is bij e-learning. We hebben nu immers zoveel manieren om kennis over te dragen. Dan speelt tekst toch niet net zo'n belangrijke rol als in een handboek of artikel het geval is?

Niets is minder waar. De overdracht van kennis vindt plaats door communicatie, dus die moet zo helder mogelijk zijn. Taal is cruciaal, juist bij e-learning, door de beperkingen van digitale communicatie.

Bij een klassikale offline training kan de docent de deelnemers wél zien en hun leerproces monitoren. Een ervaren trainer ziet meteen of zijn boodschap aankomt. Ziet hij vragende blikken in de zaal? Dan kan hij meteen ingrijpen. Hij kan het tempo aanpassen, vragen stellen en vragen beantwoorden.

Bij een zelfstandig te volgen online training mis je deze non-verbale communicatie tussen docent en cursist. Er is bij e-learning meestal geen sprake van face-to-face contact. Daarom is de verbale communicatie, oftewel het taalgebruik, bij online leren des te belangrijker. Je hebt als ontwerper van een module geen mogelijkheid om je instructie te herformuleren. Het moet in één keer goed zijn. Dat vraagt om extra aandacht voor het taalgebruik en het maken van zorgvuldige keuzes.

Het doel van dit whitepaper is om jou tips te geven hoe je taalgebruik op een juiste manier kunt inzetten voor goede online kennisoverdracht. In dit whitepaper:

- leer je dat je doelgroep bepalend is voor je taalgebruik;
- leer je hoe je een begrijpelijke en leesbare e-learning schrijft;
- krijg je tips voor verzorgd en consistent taalgebruik.

inhoud

introdactie: waarom die aandacht voor taal?	2
wie is mijn doelgroep?	4
correct taalgebruik	8
een begrijpelijke en makkelijk leesbare tekst	12
de kracht van consistentie	14
laat een ander je tekst lezen	15
samenvatting: alle taaltips voor e-learning op een rij	16
handige websites	17
literatuur	18

wie is mijn doelgroep?

Voordat je begint met het schrijven van de tekst voor een e-learning bepaal je wie je lezer is. Je tekst kan volgens de regels helemaal in orde zijn, maar als je tekst niet afgestemd is op de doelgroep dan bereik je geen resultaten of minder resultaten dan je zou willen.

Doelgroepanalyse

Maar hoe weet je dan wie je doelgroep is? Daarvoor kun je de doelgroep analyseren. Zo krijg je een goed beeld van je lezer. Dit helpt in het beslissen welke informatie je wil delen en welke stijl je de tekst schrijft. Een aantal vragen die je zou kunnen stellen zijn (Taalwinkel, z.d.):

- Wie is de lezer?
- Wat is de voorkennis van de lezer?
- Wat wil de lezer?
- Wat vindt de lezer?
- Wat kan de lezer?

Taalniveau

Er zijn 6 verschillende taalniveaus (Meijer & Noijons, 2008). In de tabel hieronder lees je een korte beschrijving per niveau en geven we een voorbeeld.

Niveau	Wat is het?	Voorbeelden (Heij & Visser, 2006)
A1	Heel eenvoudig. Alleen algemene en concrete begrippen. Ook bekend als Jip-en-Janneke taal. Maximaal 7 woorden per zin.	Ik ben morgen jarig. Ik word 17 jaar. Kom je ook?
A2	Eenvoudig. Veelvoorkomende woorden en uitdrukkingen. Maximaal 10 woorden per zin.	U moet weer gaan werken. Dat is belangrijk voor u. Het CWI kan u daarbij helpen. Samen met u zoeken we werk dat bij u past.
B1	Versimpeld. Weinig uitdrukkingen en abstracte begrippen. Gemiddeld 10 tot 15 woorden per zin.	U denkt erover te stoppen met roken. Deze folder helpt u daarbij. In deze folder staan adviezen om te stoppen met roken. Ook staan er oefeningen in die u kunnen helpen bij het stoppen.
B2	Begrijpelijk. Abstracte begrippen. Wordt er iets specifiek besproken waar weinig begrip van is? Dan is het al erg lastig om deze tekst te volgen. Gemiddeld 15 tot 20 woorden per zin.	Eenmaal per jaar ontvang je een jaaropgave. Daar staat op wat je in het voorafgaande fiscale jaar in totaal verdiend hebt. Je hebt de jaaropgave onder andere nodig bij het invullen van je belastingaangifte. We sturen de jaaropgave eind februari, begin maart naar het huisadres dat bij ons bekend is.

doelgroep

C1	Moeilijk. Specifiek taalgebruik, jargon. Zinnen kunnen langer zijn dan 20 woorden.	Een hypotheek kiezen betekent keuzes maken die een grote en langdurige invloed kunnen hebben op uw financiële situatie. De financiering van uw huis moet goed afgestemd zijn op uw situatie nu en in de toekomst. Daarom hebben wij vele soorten hypotheek in huis. Zoekt u een tweede hypotheek? Dan is het goed om te weten dat u al onze hypotheekvormen ook als tweede hypotheek kunt gebruiken.
C2	Zeer moeilijk. Wetenschappelijk taalgebruik. Zinnen kunnen langer zijn dan 28 woorden.	De huidige methoden die voor CRC-screening en -surveillance gebruikt worden, zijn óf zeer belastend (colonoscopie) voor de patiënt óf weinig accuraat (fecesoccultbloedtest, bariumdubbelcontrastonderzoek, sigmoïdoscopie). Vanuit diagnostisch oogpunt komt colonoscopie hiervoor in aanmerking. Echter, naast het feit dat de Nederlandse endoscopische capaciteit zal ontworpen indien colonoscopie hiervoor gebruikt wordt, zal de lage patiëntenacceptatie van colonoscopie de deelnamebereidheid beperken.

Teksten op taalniveau B1 worden door de overgrote meerderheid van de bevolking begrepen en gewaardeerd (CommunicatieRijk, z.d.). Dus of je nu hoog- of laagopgeleid bent, we vinden het fijn om teksten op B1-niveau te lezen. Zeker in een e-learning. Van een scherm lezen is namelijk al moeilijk genoeg.

Het blijft wel belangrijk om de doelgroep in het achterhoofd te houden. Maak je een e-learning voor een advocatenkantoor? Dan zal de woordkeuze anders zijn dan wanneer je een e-learning maakt voor de postbodes van PostNL. Maar ook als je een e-learning schrijft voor hoogopgeleide medewerkers is het fijn om te mikken op B1-niveau. Deze teksten lees je namelijk makkelijker en sneller.

doelgroep

Kenmerken B1

De kenmerken van een tekst die op B1 niveau zijn geschreven zijn:

- korte, duidelijke zinnen (10 tot 15 woorden per zin)
- veelvoorkomende woorden die iedereen kent
- actieve schrijfstijl met voorbeelden
- duidelijke titel en tussenkoppen

Houd deze richtlijnen dus in het achterhoofd bij het schrijven van een tekst. Zeker als je lekker aan het schrijven bent en als een speer gaat. Want hoe kritisch ben je dan op je schrijfstijl? Lees tijdens en na het schrijven je tekst regelmatig door. Je ziet dan sneller of je zinnen misschien te lang zijn. Of dat je te moeilijke woorden gebruikt. Vind je het lastig om andere woorden te bedenken? Kijk eens op [Zoek eenvoudige woorden](#).

Terminologie

Naast het taalniveau is het belangrijk dat je vooraf bedenkt wat de kennis van de deelnemer is over de terminologie. Als je vaktaal of jargon gebruikt, begrijpen alle deelnemers dan meteen wat je bedoelt? Voor de zekerheid kun je beter alle termen eenmaal uitleggen. Je kunt er bijvoorbeeld ook voor kiezen elke term klikbaar te maken. Zodra je op de term klikt verschijnt een korte uitleg. Dit is vooral handig als je voor een gemixte doelgroep schrijft. De deelnemer kan zo zelf bepalen of hij de uitleg wel of niet bekijkt.

Schrijf je daarentegen een tekst voor een e-learning voor vakspecialisten? Dan zou het misschien een beetje vreemd zijn om alle terminologieën uit te leggen. Je weet van zo'n doelgroep zeker dat ze het jargon beheersen.

Tone of voice

Om écht het verschil te maken met jouw e-learning is het belangrijk dat je de goede toon aanslaat. De manier waarop een organisatie communiceert in het algemeen, of specifiek hoe de schriftelijke communicatie eruitziet, wordt de tone of voice van die organisatie genoemd. Het is de stem van je bedrijf, die herkenbaar en in de basis altijd hetzelfde is. De tone of voice is afgestemd op je doelgroep en je merkidentiteit. Ben je een statige organisatie, of juist lekker informeel? Dat heeft veel invloed op je schrijfstijl. Denk eens aan Coolblue: zij communiceren op een zeer herkenbare manier met een specifiek soort humor. Heb je de bestelbussen weleens voorbij zien rijden? Hierop staat de tekst: 'Bus. Klopt.' Dit is een typisch Coolblue-achtige manier van communiceren die je herkent op de website en zelfs in de vacatures. Niet voor elk bedrijf zou zo'n lollige manier van communiceren passen.

Werk je voor een grote organisatie? Dan zal je vaak instructies meekrijgen bij het schrijven van een tekst voor een e-learning. In andere gevallen zal je zelf na moeten denken hoe jij je schrijfstijl laat aansluiten bij de identiteit van je organisatie en doelgroep.

correct taalgebruik

‘Wat maakt die -d of -t nou uit. Je begrijpt toch wat ik bedoel?’ Deze uitspraak verwoordt een herkenbare ergernis voor veel mensen. Het belangrijkste van een tekst is dat de boodschap goed overkomt. Wat maakt een spelfoutje hier en daar nou uit?

Nou, toch best wat!

De invloed van taalfouten

Misschien beïnvloedt een tikfoutje de kennisoverdracht bij een cursist niet heel drastisch, maar een verzorgde tekst aanbieden is wel belangrijk. Fouten in je grammatica of spelling komen slordig en onprofessioneel over. Zo maak je geen goede indruk op de cursist. Als je het te bont maakt, gaat de cursist misschien twijfelen aan de expertise van de makers en de betrouwbaarheid van de cursus.

Daarnaast kan een rommelige zinsopbouw of een spelfout wel degelijk het tekstbegrip verminderen. Een ontspoorde zin moet je vaak wel een paar lezen voor je snapt wat er wordt bedoeld – als je er als lezer überhaupt al uitkomt. Een subtieler voorbeeld van incorrect taalgebruik zijn verkeerd geplaatste spaties. Ook die kunnen leiden tot verminderd tekstbegrip. Een spatie verandert zo de betekenis van een woord. Wat denk je van ‘dames()hakken voor 5 euro’ of ‘naakt()modeltekenen’? Nu is de kans groot dat je hier meteen weet wat er bedoeld wordt. Maar wat nou als je een ‘oudekaaskroket’ aangeboden krijgt (hm, lekker!) of een ‘oude kaaskroket’ (laat maar). Of neem een krantenkop met het woord ‘losgeld’: ‘Bank weigert los()geld’. Ook mét context is het nog moeilijk uit te vogelen of die spatie nu wel of niet bedoeld is.

Taalfouten maken je tekst dus minder leesbaar. De lezer moet langer nadenken over wat je bedoelt, of erger: je wordt verkeerd begrepen.

Hoe moet het dan wel?

Correct taalgebruik is dus het aanpassen van je taal aan ‘de norm’. Al is dat makkelijker gezegd dan gedaan. Want hoe weet je wat de norm is? En wie bepaalt die? Grof gezegd is er een aantal instanties die het in Nederland voor het zeggen hebben wat taalkwesties betreft.

De Nederlandse Taalunie is het instituut dat in opdracht van de Nederlandse en Vlaamse overheid beleid op het gebied van taal ontwikkelt en uitvoert. Een bekend product van de Taalunie is het Groene Boekje, waarin de officiële spelling van het Nederlands is vastgelegd. Ook op het gebied van grammatica, leestekens en woordgebruik heeft de Taalunie leidraden gepubliceerd. Die zijn allemaal terug te vinden op de website [Taaladvies.net](https://taaladvies.net).

Taaladvies

Een antwoord op vele concrete vragen over taal en spelling

[Startpagina](#) [Nieuw](#) [Aardrijkskundige namen](#) [Taalkundige termen](#) [Naslagwerken](#) [Instanties](#) [Over Taaladvies.net](#)

Taalunieversum » Taaladvies

Tip: kijk voor de spelling van woorden op Woordenlijst.org.

Stel een vraag

Stel een [taalvraag](#) over het Nederlands, bijvoorbeeld over spelling, grammatica of woordgebruik, aan de taaladviseurs van Taaladvies.net.

Nieuw

De [nieuwste adviezen](#) op Taaladvies.net.

Aardrijkskundige namen

Nederlandse namen voor [landen en steden](#).

Taalkundige termen

Definities van veelvoorkomende [taalkundige termen](#).

Alfabetisch

[0-9](#) [A](#) [B](#) [C](#) [D](#) [E](#) [F](#) [G](#) [H](#) [I](#) [J](#) [K](#) [L](#) [M](#) [N](#) [O](#) [P](#) [Q](#) [R](#) [S](#) [T](#) [U](#) [V](#) [W](#) [X](#) [Y](#) [Z](#)

Thematisch

Hoofdrubriek

- » [conventies](#) (123)
- » [grammatica](#) (439)
- » [informatieve vragen](#) (14)
- » [spelling](#) (537)
- » [tekst en conversatie](#) (29)
- » [uitspraak](#) (56)
- » [woordgebruik](#) (1094)

Subrubriek

Leesteken

- » [aanhalingstekens](#) (8)
- » [beletseltekens](#) (2)
- » [dubbele punt](#) (1)
- » [gedachtestreepje](#) (1)
- » [haakjes](#) (3)
- » [komma](#) (25)
- » [punt](#) (10)
- » [puntkomma](#) (2)
- » [schuine streep](#) (2)

De [taaladviesdienst van Genootschap Onze Taal](#) biedt ook vaak uitkomst en geeft praktische, genuanceerde adviezen. De adviezen van Onze Taal geven aan wat de officiële standaard is, maar ook eventuele veelvoorkomende en verdedigbare alternatieven. Zo kun je zelf een afweging maken voor wat in jouw tekst het beste past.

Schrijf je vaker teksten en wil je investeren in een goed handboek? Dan raden we de [Schrijfwijzer](#) van Jan Renkema aan. Dit klassieke werk geeft niet alleen antwoord op heikele spellingkwesties, maar ook op meer algemene vragen waar iedere schrijver mee worstelt. Hoe zorg je dat de lezer niet afhaakt? Hoe maak je een zin overzichtelijk?

taal gebruik

Houd rekening met interne richtlijnen

Richtlijnen zoals in het Groene Boekje of de Schrijfwijzer zijn echter niet de enige normen die je kunt volgen. Veel grote organisaties hebben vaak een interne schrijfwijzer. Daarin staan richtlijnen voor alle communicatie vanuit het bedrijf. Vaak besteedt zo'n schrijfwijzer ook aandacht aan de gewenste spelling van bijvoorbeeld producten en functietitels. Soms wijken die expliciet af van de standaardspelling. Een duidelijk voorbeeld hiervan is hollandsnieuwe, die zijn bedrijfsnaam met een kleine letter begint. De hele huisstijl is daarop aangepast, zoals je ziet op de website. Concurrent T-Mobile doet precies het omgekeerde: die gebruikt vaker hoofdletters dan je in standaardtaalgebruik ziet.

10 jaar hollands
jaar nieuwe.

sim only

telefoons

opwaarderen

klantenservice

INLOGGEN >

**hollandsnieuwe
bestaat 10 jaar!**

nu 10.000 MB/MIN/SMS
voor maar 10,-



**feest
deals!**

- ✓ alleen deze maand feestdeals!
- ✓ tot €92 korting op de Samsung Galaxy A52 4G
- ✓ geen aansluitkosten t.w.v. €20

ALLE FEESTDEALS >

✓ scherp geprijsd ✓ combivoordeel voor Ziggo Internet klanten ✓ betaal nooit meer dan je verwacht ✓ betrouwbaar 4G netwerk van Vodafone

sim only



sim only abonnementen >

over sim only >

verlengen >

telefoons



aanbiedingen >

alle telefoons >

verlengen >

klantenservice



stel hier je vraag



nummerbehoud >

toestel instellen >

10

WAKE-UP WEKEN

Switch naar Thuis Internet + TV

[STAP NU OVER](#)[MEER INFORMATIE](#)

*Overstapvoordeel: tijdelijk geen activatiekosten t.w.v. € 30. Deze actie geldt t/m zondag 27 juni 2021.



Mobiel



Internet & TV



Mobiel, Internet & TV



Klantenservice

Interne richtlijnen zijn er vaak niet alleen voor spelling, maar ook voor woordkeuze. Welke terminologie is binnen de organisatie gebruikelijk of gewenst? Zo krijgen alle medewerkers van levensmiddelenbezorger Picnic de instructie om hun bestelbusjes 'autootjes' te noemen. Zo'n term is niet algemeen gangbaar, maar is zorgvuldig gekozen door de communicatie-afdeling. Het moet in dat geval aansluiten bij de identiteit van het bedrijf.

Kortom, er zijn verschillende normen die je kunt aanhouden. Zolang je dat beredeneerd doet en ergens bewust voor kiest, dan kan er weinig fout gaan.

Aan het einde van dit whitepaper vind je een lijstje met handige websites. Daaronder staan ook een aantal naslagwerken voor spelling en taaladvies bij lastige kwesties.

een begrijpelijke en makkelijk leesbare tekst

Schrijf actief, persoonlijk en bondig

Als deelnemers voelen dat je informatie persoonlijk en relevant is, blijven ze langer geïnteresseerd en gemotiveerd (Articulate, 2015). Spreek de lezer aan als individu. Kies liever voor 'jij/je' dan voor 'wij', 'jullie' of het helemaal niet persoonlijke 'de cursist'. Als een tekst voor jou bedoeld is, dan lees je liever niet over jezelf in de derde persoon.

Je benadert je deelnemer dus als een bekende. Schrijf dan ook niet te formeel. Kies bijvoorbeeld 'ook' in plaats van 'tevens', 'ik hou' in plaats van 'ik houd' en 'zo'n apparaat' in plaats van 'zo een apparaat'. Als je feedback schrijft, sla dan ook een vriendelijke toon aan. Je deelnemer leest vast liever 'Helaas' of 'Jammer' dan een stijf 'Incorrect' boven zijn foute antwoord.

Gebruik verder zoveel mogelijk actieve zinnen. De deelnemer voelt zich sneller aangesproken door het actieve 'Je moet de toets binnen 30 minuten maken' dan door het passieve 'De toets moet binnen 30 minuten worden gemaakt'. In een actieve zin voert het onderwerp een actie uit. Dat leest makkelijker dan een passieve zin, waarin het onderwerp de actie ondergaat. Dat is niet alleen persoonlijker, maar levert over het algemeen ook bondigere zinnen op.

En bondige zinnen, dat is wat je wilt in een e-learning. Lezen van een scherm is moeilijk om lang vol te houden. Houd je tekst dus beknopt. In plaats van te zeggen 'Kies hieronder een antwoordoptie door erop te klikken, voordat je op de knop met OK drukt', kun je ook gaan voor: 'Kies een antwoord en klik op OK.'

Schep samenhang door signaalwoorden

Als je kort en bondig schrijft, kan het gebeuren dat een tekst gefragmenteerd raakt. Je knipt netjes je lange zinnen op, maar daardoor ontstaat er een opeenvolging van korte zinnetjes. Dan is het soms lastig zoeken naar de samenhang. Hoe zorg je dat lezers de rode draad blijven zien?

Een van de manieren om coherentie aan te brengen in je tekst is het gebruik van signaalwoorden. Dit zijn voegwoorden, bijwoorden en woordgroepen die stukjes tekst met elkaar verbinden, zonder bij te dragen aan de letterlijke betekenis ervan.

leesbare tekst

Ze kunnen bijvoorbeeld een opsomming aanduiden ('en', 'ook'), een oorzaak-gevolgrelatie ('omdat', 'daarom', 'dus'), een doel-middelrelatie ('zodat', 'daarvoor') of een tegenstelling ('maar', 'toch').

Uit verschillende onderzoeken blijkt dat een tekst mét signaalwoorden sneller gelezen en beter begrepen wordt (Land, Sanders, Lentz & Bergh, 2002; Haberlandt, 1982; Sanders, Land & Mulder, 2007). Ook al heb je dit soort voegwoorden of bijwoorden niet nodig om een grammaticaal correcte zin te maken, het kunnen krachtige aanwijzingen zijn voor de lezer over de samenhang tussen zinnen. Neem de volgende tekst: 'Het was glad op de weg. Hij bleef thuis. Zijn baas werd boos.'

Je kunt als lezer wel inschatten wat de samenhang tussen deze drie zinnen is, maar het wordt je een stuk makkelijker gemaakt als er signaalwoorden ('dus', 'daarom') aan toegevoegd worden: 'Het was glad op de weg, dus hij bleef thuis. Daarom werd zijn baas boos.'

Breng structuur aan door opmaak

Een tekst is makkelijker te verwerken als je er structuur in aan brengt voor de lezer. In een traditionele tekst gebeurt dat door alinea's te scheiden met witregels en door tussenkopjes aan te brengen.

Ook in e-learning zijn dat goede hulpmiddelen voor de lezer, maar er is meer nodig. Om de deelnemer door de tekst te leiden kun je kernwoorden markeren, bijvoorbeeld door deze **dik te drukken**. Dan zie je in één oogopslag waar de tekst op de slide over gaat.

Een andere tip voor een heldere opmaak betreft de interacties in een e-learning. Bij een interactie verwacht je als ontwikkelaar een handeling van de deelnemer, zoals het indienen van een vraag of het bekijken van een animatie. Om de deelnemer alert te maken op deze verwachte handeling, loont het om instructies een afwijkende opmaak te geven. Cursiveer bijvoorbeeld alle instructiezinnen ('Klik hier', 'Selecteer het juiste antwoord', etc.).

Vragen en antwoorden

Als je je deelnemers bevroegt, is het goed formuleren van de vraag en antwoordopties een must. Ook als het niet gaat om een toets, maar om een vrijblijvende interactie tussendoor. Het kan namelijk erg demotiverend werken als vragen onbegrijpelijk zijn. Volg deze adviezen op voor prettige vragen:

- Formuleer zowel de vraag als de antwoordopties zo beknopt en simpel mogelijk.
- Zorg dat de antwoordopties niet te veel van elkaar verschillen in woordgebruik, lengte en grammatica.
- Vermijd het gebruik van ontkennende termen zoveel mogelijk ('Welk van onderstaande zaken is niet/geen ...').
- Zijn ontkennende termen onvermijdelijk? Markeer deze dan duidelijk (bv NIET, niet of niet).

de kracht van consistentie

Op welk niveau of voor welke doelgroep je ook schrijft, consistentie is key! Met consistent zijn bedoelen we dat je één lijn kiest in de manier waarop je schrijft en deze lijn aanhoudt.

Aanspreekvorm

Allereerst is het belangrijk om consistent te zijn in de aanspreekvorm die je gebruikt. Je kiest een aanspreekvorm die past bij je doelgroep. Meestal zal dat het vriendelijke en persoonlijke 'je' zijn. Gebruik de verschillende aanspreekvormen ('je', 'u', 'jullie', 'wij') in elk geval niet door elkaar, dat is verwarrend. Als je kiest voor een bepaalde aanspreekvorm, dan laat je deze door de hele module terugkomen.

Terminologie

Gebruik door de e-learning heen dezelfde terminologie voor je concepten. Stel dat je in een e-learning afwisselend de termen 'jaargeprekregeling', 'jaargeprekstandaard' en 'jaargeprekhandleiding' tegenkomt. Is dat dan elke keer hetzelfde ding? Als je hier niet expliciet over bent, kan het voor verwarring zorgen bij de deelnemers. Kies voor zo'n concept één term en haal er niet elke keer nieuwe woorden bij.

Opmaak

Wees daarnaast ook consistent in de opmaak. Varieer niet met verschillende soorten kopjes, tussenkopjes en titels maar kies hierin één lijn en houd die consequent aan. Het is handig om vooraf al na te denken over de opmaak van je tekst. Wat voor koppen gebruik je? Hoe zien je instructiezinnen eruit? Plaats je bijschriften bij afbeeldingen of niet? Bepaal vooraf je lijn en houd je daaraan.

Variatie

Je hebt nu gelezen waar je allemaal op moet letten en consequent in moet zijn. Maar varieer ook! Klinkt dit tegenstrijdig? Hiermee bedoelen we dat je kunt variëren in zinslengte en zinsopbouw. Je maakt je tekst hiermee aantrekkelijker en leuker om te lezen. Niet alle zinnen

laat een ander je tekst lezen

Tot slot een waardevol advies dat altijd opgaat bij het schrijven van teksten: laat een ander je tekst lezen en feedback geven. Dit kan door meerdere mensen, eventueel in meerdere rondes, maar zorg op z'n minst voor één paar andere ogen.

Als schrijver sta je vaak te dicht op de inhoud om rare sprongen in de structuur en taalfouten eruit te halen. Een fris perspectief van iemand die niet al uren aan het cursusontwerp heeft gewerkt, is heel waardevol. Wat voor jou een logische denkstap is, kan voor een ander onbegrijpelijk zijn. En dubbele woorden waar jij overheen leest, pikt een ander er zo uit.

Kies voor je tekstreview bij voorkeur iemand met goede taal- en schrijfvaardigheden en neem zijn of haar advies ter harte!

samenvatting: alle taaltips voor e-learning op een rij

Ken je doelgroep

- ☒ Kies een taalniveau op basis van je doelgroep
- ☒ Kies een tone of voice die past bij je doelgroep en organisatie

Correct taalgebruik

- ☒ Houd je aan algemene taalnormen en interne richtlijnen
- ☒ Maak goed gebruik van adviesbanken en naslagwerken

Begrijpelijk en leesbaar schrijven

- ☒ Schrijf actief, persoonlijk en bondig
- ☒ Schep samenhang door signaalwoorden
- ☒ Breng structuur aan door opmaak
- ☒ Besteed extra aandacht aan de formulering van vragen en antwoorden

De kracht van consistentie

- ☒ Wees consistent in aanspreekvormen en terminologie
- ☒ Wees consistent in opmaak
- ☒ Maar varieer in zinslengte en -opbouw

En tot slot ...

- ☒ Laat een ander je tekst lezen

[Download hier](#) de checklist met deze tips. Als geheugensteuntje voor jezelf of om te delen!

handige websites

Correct taalgebruik

[Taaladviesdienst van Onze Taal](#)

Vind het antwoord op diverse taalvragen. Een dienst van Genootschap Onze Taal.

[Taaladvies.net](#)

Vind het antwoord op diverse taalvragen. Een product van de Nederlandse Taalunie.

[woordenlijst](#)

Woordenlijst en leidraad voor Nederlandse spelling. Een product van de Nederlandse Taalunie.

[Schrijfwijzer](#)

Gezaghebbend schrijfkompas voor tekstkwaliteit. Door hoogleraar Jan Renkema. Op papier en digitaal, betaald.

[Beter spellen](#)

Werkwoordspelling, hoofdletters, spatiegebruik, leestekens, stijlfouten en meer. Met bekende twijfelgevallen: hen/hun, dat/wat en als/dan.

Eenvoudige taal

[Is het b1?](#)

Check of een woord B1 is en vind alternatieven.

[Zoek eenvoudige woorden](#)

Vind alternatieven voor moeilijke woorden, op B1- of A2-niveau.

[Leesniveaunl | Accessibility.nl](#)

De Accessibility Leesniveaunl Tool geeft op basis van een ingevoerde tekst een indicatie van het niveau van de leesbaarheid. 10 gratis checks per dag.

literatuur

Articulate (2015). E-learning for Beginners. <https://community.articulate.com/e-books/e-learning-for-beginners>

CommunicatieRijk (z.d.). Taalniveau B1. <https://www.communicatierijk.nl/vakkennis/rijkswebsites/aanbevolen-richtlijnen/taalniveau-b1>

Meijer, D. & Noijons, J. (2008) Gemeenschappelijk Europees Referentiekader voor Moderne Vreemde Talen: Leren, onderwijzen en beoordelen. Nederlandse Taalunie.

Haberlandt, K. (1982). Reader expectations in text comprehension. Language and Comprehension (pp. 239–249). In: Advances in Psychology, 9, 239–249.

Heij, K. & Visser, W. (2006). Schrijven in eenvoudig Nederlands. Sdu uitgevers.

Land, J., Sanders, T., Lentz, L., & Bergh, H. (2002). Coherentie en identificatie in studieboeken. Een empirisch onderzoek naar tekstbegrip en tekstwaardering op het vmbo. Tijdschrift Voor Taalbeheersing, 24(4), 281–302.

Sanders, T., Land, J., & Mulder, G. (2007). Linguistic markers of coherence improve text comprehension in functional contexts. Information Design Journal, 15(3), 219–235.

Taalwinkel (z.d.). Schrijfproces: Functie, doel en doelgroep bepalen van je tekst. <https://www.taalwinkel.nl/functie-doel-en-doelgroep-bepalen/>