

1

Informatie selecteren en structureren

“What is written without effort is in general read without pleasure.”

Samuel Johnson (1709-1784)

Een goede tekst begint met een goede voorbereiding. Een van de belangrijkste klussen daarbij is het verzamelen en structureren van de informatie voor je tekst. In dit hoofdstuk komen deze twee klussen aan bod. In paragraaf 1.1 leer je eerst hoe je een onderwerp in kaart brengt. Hierbij komen het doel van de tekst, de lezers en de eerste tekstideeën aan bod. In paragraaf 1.2 staat vervolgens het zoeken naar geschikte informatie centraal.

Heb je eenmaal geschikte informatiebronnen gevonden, dan kun je aan de slag met het ordenen van de informatie voor je tekst. Hieruit komt uiteindelijk de innerlijke of inhoudelijke structuur van je tekst tevoorschijn. Hoe dat in zijn werk gaat, lees je in paragraaf 1.3. Paragraaf 1.4 behandelt vervolgens de innerlijke structuur (tekstschema) van een veelvoorkomende tekstsoort, namelijk het rapport. Paragraaf 1.5 beschrijft hoe structuurschema's je kunnen helpen tijdens het schrijfproces.

1.1 Onderwerp in kaart brengen

Voor je een tekst gaat schrijven, begin je met het vaststellen van een onderwerp. Dit klinkt logisch, maar het heeft meer voeten in de aarde dan je misschien op het eerste gezicht denkt. Je zult je onderwerp kritisch moeten analyseren voordat je definitief kunt vaststellen wat er allemaal bij komt kijken. Dit analyseren van het onderwerp doe je op basis van het doel en de lezers van je tekst.

1.1.1 Je doel vaststellen

Met het doel van de tekst bedoelen we hier je eigen doel en je tekstdoel. Je eigen doel is het doel dat jij met je tekst wilt bereiken bij jouw lezers. Formuleer dit doel in je eigen woorden. Deze formulering moet aan twee eisen voldoen.

In de eerste plaats is het een vereiste dat je het doel bondig formuleert. Je moet in een aantal zinnen (twee tot drie) voor jezelf kunnen formuleren wat je met jouw tekst wilt bereiken. Lukt dit je niet, dan zijn er twee mogelijke problemen. Het eerste probleem is dat je jezelf een te hoog doel of te veel doelen hebt gesteld. Je zult je dan moeten afvragen of je je doelen niet moet bijstellen. Het tweede probleem

is dat je het doel van je tekst nog niet helder voor ogen hebt. Veel lange formuleringen zijn het gevolg van ‘niet precies weten wat je wilt zeggen’.

In de tweede plaats moet je doel concreet geformuleerd zijn. Met concreet wordt hier bedoeld: het moet achteraf controleerbaar zijn of je je doel hebt bereikt. Vergelijk bijvoorbeeld eens de onderstaande twee formuleringen.

1. Na het lezen van de brochure weten lezers meer van het aangifteformulier.
2. Na het lezen van de brochure weten lezers hoe ze een aangifteformulier moeten invullen en retourneren. Daarnaast weten ze wanneer ze het formulier moeten inleveren en wanneer ze een reactie kunnen verwachten.

De eerste formulering is te vaag. Het is lastig achteraf vast te stellen of de schrijver zijn doel heeft bereikt. De tweede formulering stelt een aantal concrete doelen die je achteraf zou kunnen controleren. Het is namelijk mogelijk om te controleren of de lezers inderdaad hun aangifteformulier correct hebben ingevuld en ingeleverd.

Zodra je vastgesteld hebt wat je eigen doel is, kun je een tekstdoel kiezen. Zo'n tekstdoel is een globaal doel dat je met een zakelijke tekst kunt bereiken. Hieronder zijn de vier belangrijkste zakelijke tekstdoelen weergegeven met enkele voorbeeldteksten.

Tekstdoel	Voorbeelden
Informeren Instrueren Overtuigen Activeren	Studieboek, jaaroverzicht, onderzoeksrapport, memo Gebruiksaanwijzing, studieboek, kookboek Adviesrapport, recensie Reclame-uiting, informatieaanvraag

Voordat je een tekst gaat schrijven, moet je bepalen welk tekstdoel jij wilt bereiken bij je lezers. Om een bepaald einddoel te bereiken, moet je vaak eerst tussendoelen bereiken. Om bijvoorbeeld iemand te *instrueren* hoe hij een appeltaart moet bakken, moet je hem eerst *informer* over de ingrediënten die hij in huis moet halen. Het is belangrijk om altijd je einddoel voor ogen te houden. Dit helpt je alleen die informatie in je tekst op te nemen, die nodig is voor het bereiken van je doel. Je zorgt er daarmee voor dat er geen irrelevante informatie in je tekst staat. Je eigen doel en je tekstdoel vormen samen het eindpunt van je tekst. Je moet na het zetten van de laatste punt in je tekst kunnen zeggen dat je beide doelen hebt bereikt.

1.1.2 De lezers inschatten

Om je onderwerp in kaart te brengen moet je weten voor wie je de tekst schrijft. Zo kun je onderscheid maken tussen een jong en een oud lezerspubliek, maar ook tussen vakspecialisten of leken, mannen of vrouwen, hoog- of laagopgeleiden enzovoort.

Als je weet wie je lezers zijn, kun je nader analyseren wat de *eigenschappen*, *kennis* en *behoeften* van die lezers zijn door jezelf daar vragen over te stellen. In het kader hieronder vind je een aantal voorbeeldvragen bij deze drie categorieën. Deze lijst is niet uitputtend. Daarnaast zullen er ook vragen in staan die niet op jouw tekst van toepassing zijn. Om het jezelf later in het schrijfproces gemakke-

lijk te maken, is het belangrijk zo veel mogelijk over je lezers te weten te komen. Probeer dan ook zo veel mogelijk vragen te bedenken.

Voorbeeldvragen lezerspubliek

Categorie	Voorbeeldvragen
Eigenschappen	Wat is het beroep van mijn lezers? Hoe oud zijn ze? Hoeveel verdienen ze? Welke politieke voorkeur hebben ze? Zijn mijn lezers overwegend mannen of vrouwen? Welke sport beoefenen ze?
Kennis	Wat weten mijn lezers al over het onderwerp van de tekst? Welke opleiding hebben mijn lezers genoten? Wat is hun beroep? Welke tijdschriften en kranten leest mijn publiek? Welke hobby's en interesses hebben ze?
Behoeften	Wat willen mijn lezers weten? Waarvoor hebben ze informatie nodig? Hoeveel tijd en energie willen ze aan de informatie besteden?

Als je dit voor het eerst doet, kom je erachter dat niet elke vraag even gemakkelijk te beantwoorden is. Dit is vooral het geval als je lezerspubliek erg *heterogeen* is. Dit betekent dat je tekst veel verschillende soorten lezers heeft. Als je lezerspubliek bijvoorbeeld bestaat uit zowel vakspecialisten als leken, dan kun je de eerste voorbeeldvraag in de categorie *kennis* (zie de tabel hierboven) moeilijk eenduidig beantwoorden. Het is dan lastig een beeld te krijgen van je lezerspubliek. Dit maakt het meestal moeilijker om met je tekst aan te sluiten bij je lezers.





Tegenover heterogeen staat *homogeen*. Je spreekt van een homogene groep als je lezers in veel kenmerken gelijk aan elkaar zijn. Zo is het lezerspubliek van het *Basisboek taal* dat je nu leest vrij homogeen. De kans is groot dat het allemaal studenten zijn die dit boek lezen voor hun studie. Op veel relevante vragen zullen de antwoorden voor die groep gelijk zijn.

Een handige manier om je lezerspubliek in kaart te brengen, is het maken van een *persona*. Persona's worden veel gebruikt bij het schrijven van instructieve teksten zoals gebruiksaanwijzingen, maar ook bij het testen van de gebruiksvriendelijkheid van bijvoorbeeld websites.

Een persona is het profiel van een persoon die alle eigenschappen, kennis en behoeften van jouw lezerspubliek vertegenwoordigt. Door persona's te gebruiken, heb je een concreet en persoonlijk beeld van je lezerspubliek. Dit vergemakkelijkt het schrijfproces.

Bij het samenstellen van een persona ga je zo concreet mogelijk te werk. Je gebruikt nog steeds de bovenstaande vragen, maar je vult ze aan door er een echte persoonlijkheid met een eigen verhaal van te maken. Dit betekent ook dat je persona een naam krijgt en dat je een foto toevoegt. Zo kun je je een goede voorstelling maken van je lezer.

Voorbeeld persona

Kivio Users				
	The researcher	The Sysadmin	The OSS developer	The CS student
				
Name	Alexander Weiß	Donald M. Berry	Kristian Larsson	Eric Neville
Age	30	30	26	24
Location	Germany	US	Sweden	France
Social Life	Alexander lives with his girl-friend in a flat in Hamburg.	Donald lives with his wife and 1-year old daughter in a house in Portland.	Kristian shares an apartment with two friends in Stockholm. His girl-friend lives in Uppsala. They see each other every weekend.	Eric lives with his parents in a small city close to Lyon. He visits the university there. Often, he stays at his friend's apartment for playing PC games and programming.
Work Life	He works at centre for environmental systems research and designs plans for replaceable energies in a EU-funded project.	He is a lead system administrator in a huge network solutions company in Portland.	A software developer with a dayjob in a medium-sized software company. Works on KDE in his spare time.	He is a student of computer science. Besides university, he performs small programming jobs for people in his neighbourhood.

Bron: www.allesovercontentmanagement.nl, 2012

Je kunt je persona zo uitgebreid maken als je wilt. Het voorbeeld hierboven geeft vier vrij beknopte profielen. Er zijn ook profielen die een complete achtergrond geven van het professionele en sociale leven van de persona met bijvoorbeeld hobby's, veelbezochte winkels en favoriete vakantie-invaling.

Je doelgroep als één of enkele personen voorstellen, maakt het gemakkelijker je tekst lezergericht te formuleren. Je kunt je voor elk tekstonderdeel afvragen of jouw lezer (Henk, 37 jaar, twee kinderen, vakantie in de Duitse Alpen, gek op wielrennen en classic rock, werkzaam als afdelingschef in een bloembakkenfabriek) de tekst begrijpelijk en aantrekkelijk vindt.

1.1.3 Het onderwerp afbakenen

Het is van belang je onderwerp af te bakenen, zodat alles wat je schrijft voldoende en geschikt is. Het voorbeeld in het kader hieronder schetst hoe informatie belemmerend kan zijn voor een lezer met een specifiek doel. Zoals we bij de analyse van de lezer hebben gezien, heeft de lezer een bepaalde behoefte. Het is jouw taak als schrijver om in die behoefte te voorzien.

Denk je eens in dat je een tweedehands auto wilt kopen. Het is de eerste keer dat je een auto koopt en je hebt geen kennis op dit gebied. Het heeft je interesse ook nooit echt gehad. Je gaat op zoek naar informatie. Op internet kom je een website tegen waarop tientallen pagina's gevuld zijn met alles wat over auto's te weten valt. Van de ontstaans-geschiedenis tot de werking van verschillende motoren, en van verschillende klassieke sportauto's tot de prijzen van de nieuwste bedrijfswagens.

Op de site staat ook een koopwijzer voor tweedehands auto's. In deze wijzer wordt uitgelegd waar je op moet letten bij de aankoop van een tweedehands auto. Precies de informatie die jij nodig hebt. Om bij deze informatie te komen, verplicht de maker van de website je om eerst alle andere informatie door te nemen. Wat doe je? Lees je alle informatie of klik je snel verder?

De kans dat je alle informatie van de website uit het voorbeeld leest, is natuurlijk klein. Als je je niet interesseert voor auto's, zul je er niet snel alles over willen weten. Dit principe geldt ook voor de teksten die je zelf schrijft. Jouw lezer wil niet alles weten. Hij wil alleen dat weten wat hij nodig heeft.

Voordat je begint met schrijven, moet je dan ook eerst je onderwerp afbakenen. Daarvoor kun je verschillende methoden gebruiken. Hieronder bespreken we de zogeheten *mindmap*, die je helpt om een onderwerp in kaart te brengen.

1.1.4 Van ideeën naar mindmap

Een mindmap is een overzicht van ideeën en gedachten op papier. In het midden van een vel papier zet je het hoofdonderwerp of thema van je tekst. Daaromheen noteer je alle zaken die jij associeert met dit onderwerp en waarvan jij denkt dat ze nodig zijn voor je tekst. Het is daarbij belangrijk dat je nog geen oordeel geeft over de ideeën die je hebt. Alle ideeën zijn toegestaan, ongeacht of je ze goed of slecht vindt. De schifting van goede en slechte ideeën vindt later plaats.

Mindmaps zijn geschikt als je alleen werkt én als je met een groep samenwerkt aan een tekst. In het eerste geval is de mindmap vooral een manier van denken. Door je gedachten op papier te zetten, kom je op nieuwe ideeën en mogelijkheden voor je tekstonderwerp. Als je in een groep werkt, is een mindmap bovendien een manier om te kijken welke verschillende invalshoeken en meningen er zijn over het onderwerp. Dit helpt je om al in een vroeg stadium eventuele meningsverschillen over de invulling van de tekst te herkennen.

Op de volgende pagina zie je een voorbeeld van een mindmap over woningnood onder studenten, gemaakt met het programma Visio van Microsoft.

1.2 Informatie zoeken en registreren

Je weet na het maken van een mindmap ongeveer welke kant je tekst op gaat. De volgende stap is gericht op zoek gaan naar informatie. Je kunt hiervoor bijvoorbeeld vakliteratuur lezen, deskundigen interviewen, enquêtes afnemen of internet raadplegen.

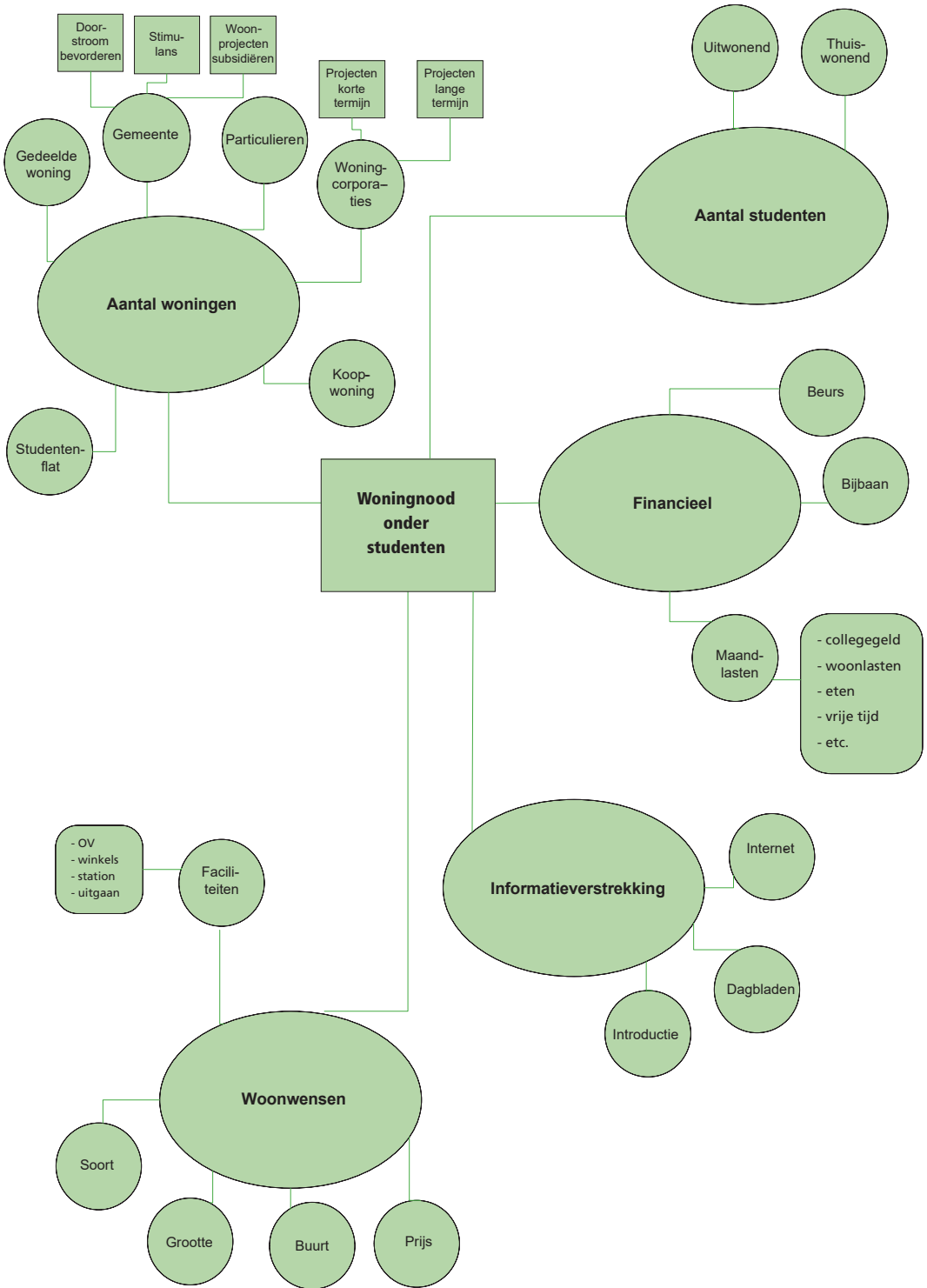
Niet elke bron is echter even geschikt voor elke zakelijke tekst. Zo is het voor onderzoeksrapporten van groot belang dat je bronnen verifieerbaar, objectief en relevant zijn. Je moet er (wetenschappelijke) gegevens uit halen om antwoord te geven op een onderzoeksvraag. Deze gegevens moeten voor de lezer na te trekken zijn en de lezer moet erop kunnen vertrouwen dat de gegevens op een objectieve wijze verkregen zijn.

1.2.1 Bronnen selecteren

Het brongebruik verschilt dus per tekst. Om simpel te beginnen: schrijf je een vriendin een e-mail waarin je haar informeert over studentenhuysvesting in de stad waar jij studeert, dan zul je vrij gemakkelijk aan relevante bronnen kunnen komen. Zo kun je een folder bij de woningcorporaties opvragen, maar ook medestudenten die op kamers wonen, vragen hoe gemakkelijk of moeilijk het is een kamer te vinden, wat zij betalen voor een kamer enzovoort.

Als jij echter voor een projectontwikkelaar een adviesrapport moet schrijven over woningnood onder studenten, dan zul je andere informatiebronnen moeten aanspreken. In dat geval voldoet een folder van een woningcorporatie niet, maar

Mindmap woningnood onder studenten



zul je een overzicht moeten hebben van de beschikbare studentenwoningen, het aantal studenten en andere gegevens die van invloed zijn op de woningnood (bijvoorbeeld huurprijzen en regelgeving voor particuliere kamerverhuurders). Je zult dan al gauw terecht komen bij onderzoeksrapporten en regelgeving van de gemeente, woningbouwcorporaties, studentenorganisaties, hogescholen en universiteiten.

Wanneer is een bron nu wel geschikt en wanneer niet? Hiervoor moet je weten wat we onder geschikt verstaan. In de eerste plaats verstaan we daaronder dat een bron *relevant* moet zijn. Over het algemeen kun je stellen dat een bron relevant is wanneer hij aan het doel van de tekst bijdraagt. Als jij de projectontwikkelaar wilt *informer* over het aantal huurhuizen in de stad, dan is een kritisch artikel uit de plaatselijke krant over te hoge prijzen van huurhuizen niet erg relevant. Een overzichtsrapport van de gemeente met daarin alle huurhuizen per wijk is daarentegen een stuk bruikbaar en draagt bij aan het bereiken van je doel.

De bron die je gebruikt, moet daarnaast in veel gevallen ook *betrouwbaar* zijn. Onder betrouwbaarheid verstaan we hier: is de informatie verifieerbaar (controleerbaar) en is zij op een objectieve manier verkregen? De mate van vereiste betrouwbaarheid hangt af van de tekstsoort die je schrijft. In het geval van je vriendin kan een aantal adviezen van medestudenten al voldoende zijn. Met deze informatie help je haar verder in haar zoektocht naar een geschikte kamer. De informatie is dus relevant. Je zou nu kunnen zeggen dat de betrouwbaarheid van deze informatie niet groot is. Wat een paar studenten zeggen, is niet erg waardevol en lastig te controleren. In dit geval heeft dat geen grote consequenties voor het doel dat je nastreeft met je tekst.

Schrijf je daarentegen een adviesrapport, zoals we hiervoor beschreven, dan wil de projectontwikkelaar zeker weten dat hij over de juiste gegevens beschikt en dat deze gegevens betrouwbaar zijn. Je kunt dus niet een paar medestudenten vragen naar de woningnood in hun stad, omdat deze informatie niet objectief is (ze zouden de woningnood bijvoorbeeld kunnen overdrijven). Daarnaast kunnen deze studenten waarschijnlijk geen totaalbeeld geven van de situatie in de stad. Ze kennen alleen hun eigen situatie en die van de studenten in hun directe omgeving. De informatie is dus irrelevant én onbetrouwbaar.

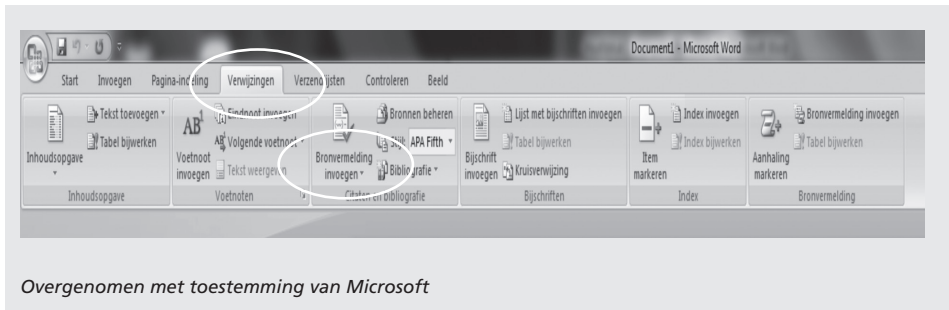
1.2.2 Bronnen registreren

Heb je geschikte bronnen gevonden en wil je ze in je tekst gebruiken, dan moet je ervoor zorgen dat je deze registreert. Het is belangrijk je goed voor te bereiden op het brongebruik in je tekst, omdat dan de inpassing ervan tijdens het schrijven niet te veel tijd kost en daardoor het schrijffproces belemmert. Daarnaast zorgt een goede voorbereiding ervoor dat je minder kans loopt een bronverwijzing te vergeten. Je kunt je voorbereiding op brongebruik op verschillende manieren treffen. We bespreken er hier twee.

Je kunt een apart document aanleggen naast je rapport, waarin je alle gebruikte bronnen registreert. Noteer van iedere bron de auteur(s), de titel, de druk, het jaartal, de plaats van uitgave en de uitgever. Van internetbronnen noteer je de auteur(s), het jaartal, de titel, de datum van raadpleging en het internetadres. Deze gegevens heb je later nodig voor je literatuurlijst.

Je kunt ook tijdens het schrijven bronnen toevoegen in Word. De laatste versies van dit tekstverwerkingsprogramma kennen een verwijzingsfunctie. Hiermee kun je tijdens het schrijven een bron toevoegen aan je tekst. Je hoeft dan geen apart document met alle gegevens aan te leggen.

Bronvermelding via Word



Uiteindelijk moet je in je tekst naar alle bronnen verwijzen die je hebt gebruikt. Je geeft daarmee de lezer de kans om die bronnen te raadplegen en je geeft de auteurs van je bronnen de credits voor hun ideeën en teksten. Vergeet je te verwijzen, dan maak je je schuldig aan plagiaat (het kopiëren van tekst of ideeën zonder toestemming en zonder te verwijzen).

Voorbeeld citaat

Dat is geen bezwaar, mits we voor ogen blijven houden dat ons denken vaak ook beïnvloed wordt door andere factoren (Emmet, 1986, 146-150).

Bron: Regouin, W. & Schamp, P. (2004). *Rapportage. Gids voor zorg, hulp- en dienstverlening*. Assen: Van Gorcum BV.

In het voorbeeld hierboven verwijzen de schrijvers naar ideeën van een andere schrijver. Dit doen zij volgens de zogenaamde APA-normen (normen van de American Psychological Association). Hierbij worden tussen haakjes de naam van de auteur en het jaartal van de publicatie weergegeven. De cijfers achter het jaartal staan voor paginanummers. Naast deze vorm zijn er nog andere manieren om naar bronnen te verwijzen, bijvoorbeeld noten. Welke vorm je moet gebruiken, hangt af van je studie of vakgebied. De meeste opleidingen hanteren echter de APA-normen. Hieronder vind je een overzicht van de belangrijkste principes van deze manier van verwijzen.

1.2.3 Bronverwijzing volgens APA-normen

Er zijn twee manieren waarop je een bron in je tekst kunt verwerken. De eerste is door te citeren. Je neemt dan een tekstfragment van de bron letterlijk over in jouw tekst. Je zou kunnen zeggen dat je knipt en plakt uit een andere tekst. Als je een bron op deze manier in je tekst verwerkt, zet je er aanhalingstekens omheen. De lezer weet dan dat dit een citaat is.

Een andere manier waarop je een bron kunt verwerken, is door te parafraseren. Ook dan gebruik je een fragment uit een bron. Je neemt het echter niet letterlijk over, maar je beschrijft het in je eigen woorden. Je hoeft er in dat geval geen aanhalingstekens omheen te zetten.

Je moet proberen zo veel mogelijk je eigen woorden te gebruiken bij het verwerken van informatie uit andere bronnen (parafraseren). Alleen als de informatie in

de bron zo treffend is geformuleerd dat een parafraze de boodschap alleen maar onduidelijker zou maken, kun je overwegen een citaat te gebruiken.

Of je nu citeert of parafraseert, je moet altijd verwijzen naar de bron van waaruit jij een fragment hebt gebruikt. Je doet dit op twee plekken: in de lopende tekst (direct na je citaat of parafraze) en achter in je tekst in de literatuurlijst.

Verwijzen in de tekst

Als je citeert of parafraseert, dan plaats je direct na het betreffende fragment een verwijzing naar de bron. Daarbij verwijs je naar de achternaam of -namen van de auteur(s) en naar het jaar van publicatie. Bij een citaat vermeld je daarnaast van welke pagina je het tekstfragment hebt gekopieerd. Bij een parafraze hoeft dit niet.

Citaat

“Mensen maken of zijn de organisatie. Zij geven door hun onderlinge interactie met elkaar betekenis aan het georganiseer. Zonder mensen geen organisatie dus.” (Reijnders, 2010, p. 27).

Parafrases

Een organisatie bestaat uit mensen en die mensen geven de organisatie vorm door hun onderlinge interactie (Reijnders, 2010).

Reijnders stelt dat een organisatie bestaat uit mensen en dat die mensen door hun onderlinge interactie de organisatie vormgeven (2010).

In de parafrasevoorbeelden zie je dat je naar de auteur kunt verwijzen door zijn achternaam tussen haakjes te zetten (eerste voorbeeld). Je kunt de auteur ook in de zin opvoeren. In dat geval kun je bij de verwijzing volstaan met het jaartal van publicatie. De naam heb je dan immers al genoemd (tweede voorbeeld).

De literatuurlijst

Met de vermelding van de achternaam en het jaar van publicatie in de tekst verwijs je naar de literatuurlijst achter in de tekst. De lezer kan daarin opzoeken uit welke bron jij je informatie hebt gehaald. Je ordent deze lijst altijd alfabetisch op achternaam, vandaar dat je in de tekst naar de achternaam van de auteur verwijst. De lezer van het hiervoor beschreven voorbeeld kan in de literatuurlijst onder de R van Reijnders alle informatie over de gebruikte bron vinden.

Verwijzingen in de literatuurlijst bevatten minimaal de volgende onderdelen:

- achternaam/-namen en voorletters auteur(s) of organisatiename;
- jaar van publicatie;
- titel (en ondertitel);
- druk;
- plaats van uitgave;
- uitgever.

Voeg je een verwijzing naar een bron toe met de verwijzfunctie van Word (zie paragraaf 1.2.2), dan vraagt het programma automatisch naar al deze gegevens.

In het volgende kader vind je een overzicht van manieren waarop je naar bronnen verwijst in de literatuurlijst. Bij elke manier is een voorbeeld gegeven. **Let op:** deze

lijst is niet compleet. Het is een weergave van de meest geraadpleegde bronnen in het hbo-onderwijs. Ook al is de manier waarop je verschillende bronnen opneemt in je literatuurlijst steeds een beetje anders, je maakt altijd maar één literatuurlijst waarin ze allemaal op alfabetische volgorde staan. Maak dus geen aparte lijsten voor boeken, online bronnen en artikelen.

Verwijzen naar boeken

Achternaam/-namen + voorletters (jaartal). *Titel. Eventuele ondertitel (druk)*. Plaats: Uitgever.

Reijnders, E. (2010). *Basisboek Interne Communicatie. Aanpak en achtergronden (7e druk)*. Assen: Van Gorcum BV.

Putten, W. van, Schenk, A. & Mertens, F. (2012). *Sales- en accountmanagement*. Amsterdam: Pearson.

Verwijzen naar artikelen (op papier of digitaal)

Achternaam/-namen + voorletters (jaartal). *Titel. Tijdschrifttitel, jaargang, pagina's*.

Jansen, C. & Lentz, L. (2008). Formulieren in Nederland. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 30, 288-306.

Verwijzen naar online bron (auteur bekend)

Achternaam/-namen + voorletters (jaartal). *Titel*. Geraadpleegd op datum, van volledige URL.

Rusman, H. (2009). *Waarom de Obama-strategie niet werkte bij Verdonk*. Geraadpleegd op 15 mei 2012, van <http://www.hanrusman.nl/2009/07/essay-waarom-de-obama-strategie-niet-werkte-bij-verdonk/>

Verwijzen naar online bron (auteur onbekend)

Organisatiennaam (jaartal). *Titel*. Geraadpleegd op datum, van volledige URL.

Rijksoverheid (2012). *Minister scheidt duidelijkheid over schoolkosten in het mbo*. Geraadpleegd op 20 mei 2012, van <http://www.rijksoverheid.nl/nieuws/2012/05/16/minister-scheidt-duidelijkheid-over-schoolkosten-in-het-mbo.html>

1.3 Innerlijke structuur

In een tekst kun je onderscheid maken tussen de innerlijke en de uiterlijke structuur. Onder de innerlijke structuur verstaan we de indeling van je tekst in inhoudelijke onderwerpen. De uiterlijke structuur is de manier waarop je die indeling vervolgens op papier zet en zichtbaar maakt. Deze komt aan bod in hoofdstuk 2 (De structuur zichtbaar maken) en hoofdstuk 3 (Alinea's). In deze paragraaf gaan we dieper in op de innerlijke structuur van je tekst. De focus ligt daarbij op de vragen: welke informatie verwerk je in je tekst en hoe orden je die informatie?

1.3.1 Van mindmap naar topicschema

Als je een mindmap hebt gemaakt, heb je een schat aan (deel)onderwerpen op papier staan, vaak in willekeurige volgorde en opstelling. Ze zijn echter niet allemaal even bruikbaar en om er een tekst van te maken, moet je er nog orde in aanbrengen. Je kunt dit doen door een topicschema te maken. Een topicschema is een