
Rapporteren

De basis

Paul van Vilsteren
Hans Hummel
Jeroen Berkhout
Aad Slotmaker

Derde druk



Noordhoff Uitgevers

Rapporteren *de basis*

Rapporteren *de basis*

Paul van Vilsteren

Hans Hummel

Aad Slootmaker

Jeroen Berkhout

Derde druk

Noordhoff Uitgevers bv Groningen | Houten

Ontwerp omslag: G2K
Omslagillustratie: iStockPhoto

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan:
Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13,
9700 VB Groningen, e-mail: info@noordhoff.nl

1 / 12

© 2010 Noordhoff Uitgevers bv Groningen | Houten, The Netherlands.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht (postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/reprorecht). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemzettingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

ISBN (ebook) 978-90-01-85686-1
ISBN 978-90-01-78028-9
NUR 810

Woord vooraf

Rapporteren, de basis en het computerprogramma *Rapporteur* (www.rapporterendebasis.noordhoff.nl) zijn bedoeld voor studenten in het hoger beroepsonderwijs. Voor hen is het niet altijd vanzelfsprekend dat zij zonder moeite een rapport kunnen schrijven. Ondanks speciale vaardigheidscursussen, blijft het voor een grote groep studenten in het hbo telkens weer een hele klus het referaat, het casusrapport, het onderzoeksverslag, het stageverslag en de scriptie tot een goed einde te brengen. En ook na de opleiding blijft het rapporteren voor veel afgestudeerden een van de minder aantrekkelijke opdrachten.

Dat komt omdat schrijven altijd wordt geassocieerd met dictees, spelfouten, grammatica en interpunctie. Zo ontstaat de misvatting dat de eerste zin die je op papier zet meteen perfect en zonder taalfouten moet zijn en dan natuurlijk ook nog inhoudelijk correct en liefst aanleiding voor een volgende perfecte zin. Zo druk met al die eisen, verdwijnt de essentie van het rapport naar de achtergrond. Je raakt eenvoudig de draad kwijt en het rapport wordt een onsamenvattend geheel van flarden tekst. Dit boek heeft dan ook een belangrijk motto: *durf fouten te maken*.

Het bijbehorende computerprogramma *Rapporteur* is daarbij een hulpmiddel. Het helpt je de schrijftaak systematisch stap voor stap aan te pakken. Met het programma kun je vaardigheid verwerven in deze manier van rapporteren. Het helpt niet als je het één keer systematisch aanpakt en de volgende keer weer in oude gewoonten vervalt. Het is daarom goed de stappen in het proces een aantal keren te doorlopen, voordat je afwijkt; pas als je de plattegrond in je hoofd hebt, kun je hem thuislaten.

We wensen je veel succes met rapporteren.

Paul van Vilsteren
Hans Hummel
Aad Slotmaker
Jeroen Berkhout

Almere / Heerlen, september 2009

Inhoud

Inleiding 9

1 Analyse 11

- 1.1 Context 12
- 1.2 Randvoorwaarden 15
- 1.3 Onderwerp 17
- 1.4 Lezers 22
- 1.5 Schrijfdoel 26
- 1.6 Centrale vraag 28
- Samenvatting fase 1 30

2 Planning 33

- 2.1 Schrijfplan 34
- 2.2 Standaard vraagstructuren 35
- 2.3 Eigen vraagstructuur 45
- 2.4 Vraagstructuur verfijnen 50
- 2.5 Van vraagstructuur naar schrijfplan 54
- Samenvatting fase 2 57

3 Uitvoering 59

- 3.1 Inhoud op papier krijgen 60
- 3.2 Sneuvelversie 62
- 3.3 Controle van de eerste versie 65
- Samenvatting fase 3 66

4 Stileren 69

- 4.1 Informatie toegankelijk maken 70
- 4.2 Informatie laten verwerken 79
- 4.3 Aandacht vasthouden 82
- 4.4 Inleiding en samenvatting 87
- Samenvatting fase 4 91

5 Afwerking 93

- 5.1 Vaste onderdelen van het rapport 94
- 5.2 Taaltechniek 101
- 5.3 Vormgeving 106
- Samenvatting fase 5 115

Bijlages

- 1 Rapporteren op het web 117
- 2 Aanwijzingen bij het computerprogramma 122
- Begrippenlijst 127**
- Eindnoten 140**
- Literatuuroverzicht 141**
- Register 142**

Het schrijfproces in vijf fasen

Hoofdstuk 1

Fase 1: Analyse

Analyseer de schrijfsituatie aan de hand van zes vragen:

- In welke context staat het rapport?
- Wat zijn de randvoorwaarden?
- Waar gaat het rapport over?
- Wie zijn mijn lezers?
- Wat is mijn schrijfdoel?
- Wat is de centrale vraag?

Hoofdstuk 2

Fase 2: Planning

Maak een plan voor de inhoud van het rapport.

- Ontleed de centrale vraag in deelvragen.
- Maak met de deelvragen de vraagstructuur van het rapport.
- Formuleer de antwoorden op de deelvragen in trefwoorden en korte kernzinnen.
- Begin met de vragen waarop je het antwoord al weet.
- Verzamel informatie om de overige deelvragen te beantwoorden.

Hoofdstuk 3

Fase 3: Uitvoering

Zorg dat je de inhoud op papier krijgt.

- Schrijf zoveel mogelijk achter elkaar door.
- Begin met een stuk, dat je zo kunt opschrijven.
- Let niet op taal- of typefouten.
- Schrijf liefst korte zinnen.
- Gebruik je eigen woorden.

Hoofdstuk 4

Fase 4: Stileren

Zorg dat de lezer het rapport kan begrijpen.

- Maak de informatie toegankelijk.
- Geef de lezer de gelegenheid de informatie te verwerken.
- Houd de aandacht tot het einde toe vast.
- Voeg een inleiding en een samenvatting toe.

Hoofdstuk 5

Fase 5: Afwerking

Werk je rapport zorgvuldig af.

- Voeg titelblad, inhoudsopgave, literatuurlijst en bijlagen toe.
- Controleer op grammatica, interpunctie en spelling.
- Kies voor een consequente typografie.
- Voeg figuren en tabellen toe.
- Zorg voor een aantrekkelijke opmaak en een goede afdruk.

Resultaat: de synopsis van het rapport.

Belangrijk: ga ik mijn doel bereiken met dit rapport?

Resultaat: een sneuvelversie van het rapport.

Belangrijk: is de inhoud van het rapport correct?

Resultaat: een schrijfplan van het rapport.

Belangrijk: zit er een logische structuur in het rapport?

Resultaat: een conceptversie van het rapport.

Belangrijk: is het rapport te volgen voor mijn lezers?

Resultaat: de definitieve versie van het rapport.

Belangrijk: is het rapport technisch in orde?

Inleiding

Het schrijven van een rapport is op het eerste gezicht een onoverzichtelijke klus. Een goed rapport is doelgericht, heeft een heldere structuur, is inhoudelijk correct, is publiekgericht en ten slotte taal- en vormtechnisch in orde. Dat zijn zulke verschillende criteria, dat het onmogelijk is tijdens het schrijven meteen op alles tegelijk te letten. Bewust fouten maken is, hoe gek het ook klinkt, de beste manier om je te concentreren op elk criterium afzonderlijk.

Dit boek onderscheidt vijf fasen in het rapporteren. Elke fase leidt tot een tussenproduct en in elke fase staat één van de criteria centraal. Zie het schema op pagina 8.

Dit boek is bedoeld als een eenvoudige en beknopte methode die de basis vormt voor het rapporteren. Als je in staat bent de aangereikte kennis en inzichten toe te passen, dan ben je een schrijver geworden die de schrijftaken tijdens de opleiding en later in de beroepsuitoefening aankan.

Het beste is als je alle schrijfoopdrachten tijdens de opleiding op deze manier aanpakt. Dat maakt het ook eenvoudiger voor docenten om via steeds dezelfde criteria de rapporten en verslagen te beoordelen.

Je doet er verstandig aan eerst het hele boek een keer door te nemen, zodat je een goed overzicht hebt over het schrijfproces. Met het computerprogramma dat je kunt vinden op www.rapporterendebasis.noordhoff.nl schrijf je het rapport en gebruik je het boek als naslagwerk.

Het schrijfproces in vijf fasen

Hoofdstuk 1

Fase 1: Analyse

Analyseer de schrijfsituatie aan de hand van zes vragen:

- In welke context staat het rapport?
- Wat zijn de randvoorwaarden?
- Waar gaat het rapport over?
- Wie zijn mijn lezers?
- Wat is mijn schrijfdoel?
- Wat is de centrale vraag?

Resultaat: de synopsis van het rapport.

Belangrijk: ga ik mijn doel bereiken met dit rapport?

Hoofdstuk 2

Fase 2: Planning

Maak een plan voor de inhoud van het rapport.

- Ontleed de centrale vraag in deelvragen.
- Maak met de deelvragen de vraagstructuur van het rapport.
- Formuleer de antwoorden op de deelvragen in trefwoorden en korte kernzinnen.
- Begin met de vragen waarop je het antwoord al weet.
- Verzamel informatie om de overige deelvragen te beantwoorden.

Resultaat: een sneuvelversie van het rapport.

Belangrijk: is de inhoud van het rapport correct?

Hoofdstuk 3

Fase 3: Uitvoering

Zorg dat je de inhoud op papier krijgt.

- Schrijf zoveel mogelijk achter elkaar door.
- Begin met een stuk, dat je zo kunt opschrijven.
- Let niet op taal- of typefouten.
- Schrijf liefst korte zinnen.
- Gebruik je eigen woorden.

Resultaat: een schrijfplan van het rapport.

Belangrijk: zit er een logische structuur in het rapport?

Hoofdstuk 4

Fase 4: Stileren

Zorg dat de lezer het rapport kan begrijpen.

- Maak de informatie toegankelijk.
- Geef de lezer de gelegenheid de informatie te verwerken.
- Houd de aandacht tot het einde toe vast.
- Voeg een inleiding en een samenvatting toe.

Resultaat: een conceptversie van het rapport.

Belangrijk: is het rapport te volgen voor mijn lezers?

Hoofdstuk 5

Fase 5: Afwerking

Werk je rapport zorgvuldig af.

- Voeg titelblad, inhoudsopgave, literatuurlijst en bijlagen toe.
- Controleer op grammatica, interpunctie en spelling.
- Kies voor een consequente typografie.
- Voeg figuren en tabellen toe.
- Zorg voor een aantrekkelijke opmaak en een goede afdruk.

Resultaat: de definitieve versie van het rapport.

Belangrijk: is het rapport technisch in orde?

1

Analyse

- 1.1 Context**
- 1.2 Randvoorwaarden**
- 1.3 Onderwerp**
- 1.4 Lezers**
- 1.5 Schrijfdoel**
- 1.6 Centrale vraag**

Als ik je ontmoet en ik vraag je naar je onderzoek, dan vertel je me hoe goed het gaat, hoever je al bent en wat je nog moet doen. In je enthousiasme spring je van de hak op de tak. Ik begrijp het niet helemaal, dus vraag ik naar de probleemstelling. Welke methode heb je gebruikt? Wat zijn je resultaten tot nu toe? En welke conclusies moet ik daaruit trekken? Als ik jouw verhaal zo met mijn vragen structureer, kost het je geen enkele moeite het te vertellen.

Als ik mijn wenkbrauwen frons, leg je een vakterm nog eens uit. Als mijn aandacht wat verslapt, vertel je me een leuke anekdote tussendoor: 'weet je wel, van die respondent ... ja ja, die'. Aan het eind van het gesprek, zeg ik dat ik het interessant vond en dat ik er veel van heb opgestoken. Ik vraag je om me een exemplaar van het onderzoeksverslag te sturen als het klaar is. Dat wil je wel doen, maar het kan nog even duren. Je bent namelijk niet zo'n schrijver, zeg je.

Wat ben je wel? Ben je een expert? Moet je je nog bewijzen voor de lezer of heb je enig krediet? Begint de lezer te zuchten als je hem iets te lezen geeft of wordt het enthousiast uit je handen gerukt? Wat ben je voor soort schrijver? Formuleer je gemakkelijk? Ben je niet bang voor een leeg stuk papier? Of loop je de schrijftaak de hele dag al uit te stellen? Als ik iets vraag, geef je toch ook meteen antwoord? Schrijven is niets anders dan het beantwoorden van vragen. Het enige verschil is dat je ze zelf moet stellen. Schrijvers zijn eenzame figuren. Ze verbeelden zich steeds een lezer, die er niet is, die ze misschien ook nooit zullen zien. En steeds vragen ze zich af wat die lezer nu van hen wil weten.

Het rapport is geen opzichzelfstaande activiteit. Het is onderdeel van een onderzoeksprogramma, een mijlpaal in het project of een tussenstap in de beleidsvoorbereiding. Je moet in het oog houden wat er is gebeurd, voordat het rapport geschreven moet worden en wat er daarna zal (moeten) gebeuren. Dat ene onderzoek staat in het licht van andere onderzoeken. Een advies bouwt voort op andere adviezen. Deze context moet voor lezer en schrijver duidelijk zijn, willen ze elkaar kunnen begrijpen.

Als je weet waarom je de tekst schrijft en waarover het zal gaan, is het zaak om binnen de randvoorwaarden (tijd, deadline, omvang) een duidelijke keuze te maken voor de centrale vraag van de tekst. Deze centrale vraag is het roer waarmee je de boot op koers houdt. Van je rapport moet je straks kunnen zeggen: 'In mijn rapport beantwoord ik de volgende vraag: ...'.

Is het rapporteren een probleem voor je? Natuurlijk is het een probleem. Dat is het altijd, hoe vaak je het ook gedaan hebt en hoe vlot je pen ook is. Schrijven is een probleem voor zowel ervaren als onervaren schrijvers. Ervaren schrijvers hebben echter geleerd dit probleem systematisch op te lossen; onervaren schrijvers nog niet. Zie het schrijven van een rapport maar als een probleem. Een probleem dat goed moet worden geanalyseerd, voordat het kan worden opgelost. Deze analyse bestaat uit de volgende vragen:

- In welke context staat het rapport?
- Wat zijn de randvoorwaarden?
- Waar gaat het rapport over?
- Wie zijn mijn lezers?
- Wat is mijn schrijfdoel?
- Wat is de centrale vraag?

In dit hoofdstuk vind je de manier waarop je deze vragen kunt beantwoorden. Met het bijbehorende computerprogramma *Rapporteur* kun je voor je eigen rapport de keuzen en invullingen vastleggen. Uiteindelijk leidt de eerste fase tot een *synopsis* van de tekst, die de docent of de opdrachtgever een goed beeld geeft van wat je van plan bent te gaan doen.

1.1 Context

De opdracht om een rapport te schrijven staat niet op zichzelf, maar staat binnen een bepaalde context. Het is vaak de bedoeling dat er naar aanleiding van het rapport een beslissing genomen wordt; bijvoorbeeld om een investering te doen of een aantal opties verder te onderzoeken. Een onderzoeksverslag kan bijvoorbeeld een rapport zijn in een serie onderzoeksverslagen. Na elk onderzoeksverslag wordt steeds weer besloten of het wel dan niet zin heeft het onderzoek in een bepaalde richting voort te zetten. Zowel bij beleidsontwikkeling als bij omvangrijke projecten hebben rapporten duidelijk omschreven doelen en functies.

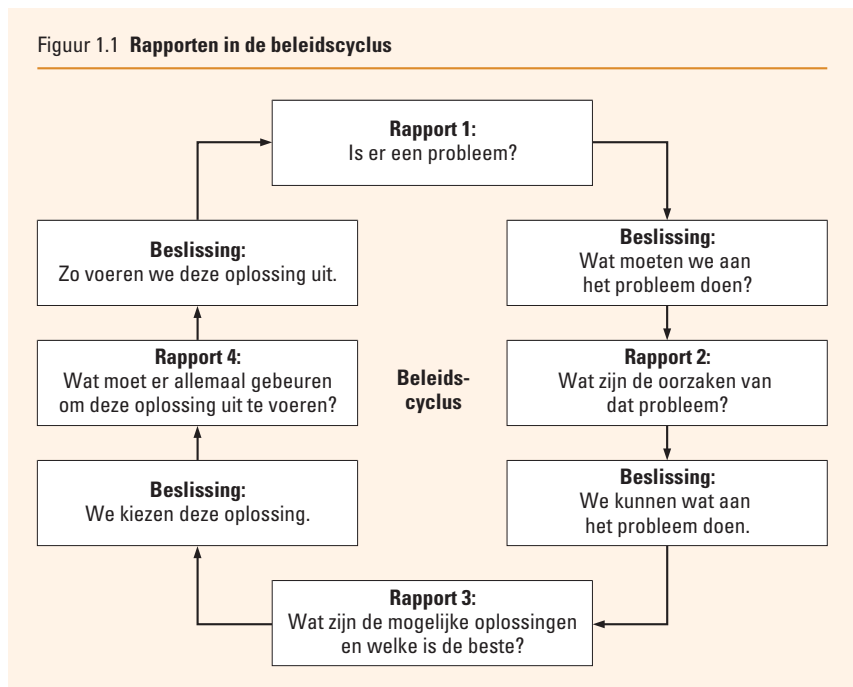
1.1.1 Beleidscontext

Adviesrapport

Het adviesrapport kan de bedoeling hebben te beschrijven of er een probleem is en waarom het een probleem is. Als dit rapport is verschenen, kan de opdrachtgever besluiten een onderzoek te doen naar de oorzaken en mogelijke oplossingen van het probleem. Vervolgens kunnen oplossingen onderzocht worden en in een volgend rapport kan de mogelijke uitvoering van de beste oplossing beschreven worden. Deze vier rapporten passen in een *beleidscyclus* binnen een bedrijf, waarin na elk rapport een nieuwe beslissing genomen moet worden. Elk rapport geeft een advies aan degene die de beslissing moet nemen. Figuur 1.1 geeft een overzicht van de rapporten die voor een beleidscyclus nodig zijn.

Beleidscyclus

Figuur 1.1 Rapporten in de beleidscyclus



Als je een adviesrapport schrijft, moet je steeds goed in de gaten houden welke van de vier rapporten uit figuur 1.1 je schrijft en tot welke beslissing het rapport moet leiden. Wanneer de formulering van de opdracht dat niet duidelijk maakt, zul je de opdrachtgever er uitdrukkelijk om moeten vragen. De beste vraag in zo'n geval is: 'Welke beslissing hoopt u op basis van dit rapport te kunnen nemen?'

1.1.2 Projectcontext

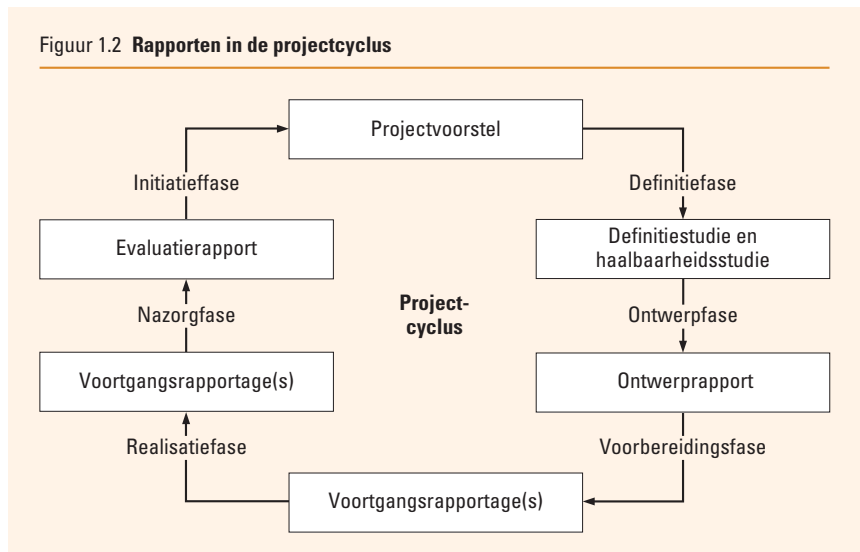
Projectcyclus

In een projectcyclus zijn zes fasen te onderscheiden: initiatief, definitie, ontwerp, voorbereiding, realisatie en nazorg. Na elke fase worden beslissingen genomen op basis van rapporten.

- 1 In de initiatiefase ontstaat het idee voor een project: 'Zou het niet de moeite waard zijn om ...'. Een *projectvoorstel* aan het eind van deze fase beschrijft een kans voor de oplossing van één of meer problemen door iets te maken of te ontwikkelen wat er nog niet is.
- 2 In de definitiefase wordt het idee verder uitgewerkt in een *definitiestudie*, waarin beschreven staat aan welke eisen het projectresultaat moet voldoen. Vervolgens wordt vaak een *haalbaarheidsstudie* gemaakt, waarin de geschatte kosten en baten van het projectresultaat tegen elkaar worden afgewogen.
- 3 De ontwerpfase eindigt natuurlijk in een *ontwerprapport*, waarin de specificaties van het te ontwikkelen product of dienst zijn uitgewerkt.
- 4 Zo kun je in de volgende fasen van voorbereiding en realisatie *voortgangsrapportages* verwachten, waarin de vraag wordt beantwoord hoe ver men is gevorderd, of men op schema ligt en of men binnen het budget blijft.
- 5 Ten slotte kan in de fase van nazorg een *evaluatierapport* verschijnen, waarin lering wordt getrokken uit de ervaringen die zijn opgedaan tijdens het project.

Elk rapport speelt een belangrijke rol in de besluitvorming (zie figuur 1.2). Het vormt steeds aanleiding voor een go/no go-beslissing. De projectmanager zal op basis van deze rapporten moeten beoordelen of het project voortgezet moet worden, of het beter is ermee op te houden, dan wel een andere weg in te slaan. Net als in de context van beleidsontwikkeling geldt ook in de projectcontext dat het soms niet helemaal duidelijk kan zijn wat voor een rapport van je wordt verwacht. De projectfasen kunnen elkaar soms gedeeltelijk overlappen en binnen projecten kunnen deelprojecten bestaan die zich in verschillende stadia van voortgang bevinden. Ook in die gevallen is de beste vraag aan de projectmanager: 'Welke beslissing hoopt u op basis van dit rapport te kunnen nemen?'

Figuur 1.2 **Rapporten in de projectcyclus**



1.2 Randvoorwaarden

In de analyse van de schrijfsituatie is het goed stil te staan bij de randvoorwaarden waaronder je het rapport moet afleveren. De drie belangrijkste zijn: de deadline, de toegestane omvang en de beschikbare informatie. Zijn deze randvoorwaarden te knellend, bespreek dat dan meteen met de opdrachtgever.

Het is je goed recht, als schrijver, om samen met de opdrachtgever na te gaan wat binnen de randvoorwaarden en naar omstandigheden in alle redelijkheid van je verwacht kan worden.

Gedurende het uitvoeren van de opdracht zul je de opdrachtgever op de hoogte moeten houden van de vorderingen. Bij onverwachte gebeurtenissen, tegenvallers of meevallers, kunnen de verwachtingen dan op tijd worden bijgesteld.

Als je de randvoorwaarden kent, ben je beter in staat de analyse van de schrijfsituatie goed uit te voeren en tot een heldere afbakening van onderwerp, schrijfdoel en lezerspubliek te komen.

1.2.1 Tijd

Deadline

Voor schrijven heb je tijd nodig. Zelfs ervaren schrijvers lopen regelmatig tegen de deadline aan. Sommigen weten die zelfs te overschrijden, alsof ook zij het schrijven niet goed weten te plannen. Van minder ervaren schrijvers kun je daarom verwachten dat ze moeten nadenken over de tijd die ze nodig hebben om het rapport te maken en hoe ze dat in de weken of maanden voor de deadline denken te plannen.

Tijd

Het schrijfproces bestaat uit vijf fasen. Je kunt uitgaan van de volgende verdeling van de tijd over de fasen:

1 Analyse	10%
2 Planning	25%
3 Uitvoering	25%
4 Stileren	20%
5 Afwerking	20%

In deze tijdsindeling zie je het belang van een goede analyse en planning, samen 35% van de tijd, voordat je aan de uitvoering begint. Ook zie je een reële schatting van de hoeveelheid tijd die een deugdelijke stileren en afwerking de meeste schrijvers nog kosten.

Stel dat je voor de opdrachtgever een rapport moet schrijven over de huidige markt voor een bepaald product. Je moet dat doen op basis van beschikbare gegevens (je kunt dus geen nieuw marktonderzoek doen). Het moet over drie weken klaar zijn. Je hebt dus drie weken van 40 uur om het rapport te maken. Dan kan de tijdsverdeling eruitzien zoals in voorbeeld 1.1.

Voorbeeld 1.1 Fasen verdeeld over vijftien werkdagen**week 1**

ma analyse
 di analyse / planning
 wo planning
 do planning (en informatie verzamelen)
 vr planning (en informatie verzamelen)

(weekend afstand nemen)

week 2

ma planning (en informatie verzamelen)
 di uitvoering
 wo uitvoering
 do uitvoering
 vr uitvoering

(weekend laten rijpen)

week 3

ma stilering
 di stilering
 wo stilering / afwerking
 do afwerking
 vr afwerking

1.2.2 Omvang*Inperking van het onderwerp*

Het aantal pagina's dat het rapport mag beslaan, is natuurlijk bepalend voor de inperking van het onderwerp van het rapport. Een rapport van tien pagina's over de geschiedenis van de popmuziek zal op zijn best oppervlakkig of op zijn minst onevenwichtig zijn. Een rapport over 'de betekenis van talentenjachten op televisie voor de ontwikkeling van de Nederlandse popmuziek', lijkt realistischer voor een omvang van tien pagina's.

Ga altijd na of het aantal pagina's ook de vaste onderdelen van een rapport omvat: titelpagina, inhoudsopgave, inleiding, samenvatting en literatuurlijst. Deze beslaan al snel drie tot vijf bladzijden, die de ruimte voor de kerntekst verder beperken.

Het aantal pagina's zegt nog niet altijd alles over de tekstomvang. De neiging van schrijvers een smallere kantlijn en een kleiner lettertype te kiezen, wanneer ze het aantal pagina's overschrijden, is natuurlijk een verschrikkelijk lapmiddel. Een leesbare tekst heeft een marge nodig van minstens 3 à 4 cm en de beste regellengte is ongeveer tien tot twaalf woorden. Als er zo 450 woorden op een pagina staan, dan is dat een goedgevulde pagina.

Opdrachtgevers in organisaties zijn dikwijls niet zo strikt in het handhaven van de normen voor de omvang. Belangrijker voor hen is dat ze snel de belangrijkste informatie uit een rapport kunnen halen. Een heldere inhoudsopgave, inleiding, samenvatting, het gebruik van titels en tussenkoppen, zijn belangrijker dan vijftien of achttien pagina's tekst. Als je een onderdeel van een rapport schrijft, bijvoorbeeld een deel van een jaarverslag, kan de omvang in een precies aantal woorden (of tekens) van tevoren zijn bepaald door de eindredacteur.

1.2.3 Beschikbare informatie

Behalve tijd en toegestane omvang is de beschikbaarheid van de informatie een belangrijke randvoorwaarde waaronder het rapport totstandkomt. Kun je eenvoudig aan de literatuur komen? Heb je toegang tot bepaalde bedrijfsinformatie? Zul je bepaalde personen kunnen interviewen of zijn ze niet voor je toegankelijk? En erg belangrijk: Weet je zelf al het een en ander van het onderwerp?

Deze vragen zul je jezelf moeten stellen voordat je verdergaat. Het antwoord op deze vragen is bepalend voor hoe je het onderwerp inperkt, wat het schrijfdoel wordt en hoe je de centrale vraag formuleert.

1.3 Onderwerp

Waar gaat het rapport over? Dit lijkt niet zo'n moeilijke vraag. Soms hoeft je hem niet eens zelf te beantwoorden, omdat de opdrachtgever je die ruimte niet laat. Toch is het goed om dan wel even door te vragen naar wat die ander precies van je wil.

'Kun je een verhaal vertellen over de fiets?' Dat lijkt een eenvoudige opdracht, maar als tien mensen deze opdracht krijgen, kun je tien zeer uiteenlopende verhalen verwachten. De een zal vertellen over de geschiedenis van de fiets, een ander over de techniek van de fiets en een derde wellicht iets over de Tour de France. En zo zijn er vele mogelijkheden.

Als je helemaal vrij bent om het onderwerp of – zoals in dit voorbeeld – een eigen invalshoek voor het onderwerp te kiezen, dan nog zul je het onderwerp moeten inperken. Als je dat niet doet, sta je later voor het dilemma wat je wel of niet in het rapport moet opnemen. Als je niet kiest, wordt het rapport veel te dik. Ook voor lezers is het lastig een verhaal te krijgen waarin van alles en nog wat is opgenomen. Hoofd- en bijzaken zijn niet meer te onderscheiden. Of nog erger: er staat informatie in het rapport waar ze niet op zitten te wachten. Kortom, als je kunt kiezen, neem dan een onderwerp en perk dat zo in dat het:

- voor jou motiverend is erover te schrijven;
- voor de lezer interessant is erover te lezen; en
- passend behandeld kan worden binnen de randvoorwaarden.

Door een brainstormtechniek en aan de hand van standaardvragen kun je het onderwerp verkennen en inperken tot het aan deze eisen voldoet.

1.3.1 Brainstormen

Of het onderwerp je nu is opgedragen of dat je het zelf hebt kunnen kiezen, de eerste stap is het zo goed mogelijk te verkennen. Duik daarvoor niet meteen in de boeken. Je weet natuurlijk al het een en ander over het onderwerp. Je bent niet voor niets de aangewezen persoon om over dit onderwerp te schrijven. Je kunt een groot deel van het onderwerp in kaart brengen, als je de tijd neemt alles wat je in je hoofd hebt tevoorschijn te halen.

Brainstormen is niet anders dan je gedachten de vrije loop te laten en te noteren. Je verzamelt alles wat in je opkomt, zonder elke gedachte op zijn waarde te beoordelen. Als je op deze manier geheel onbelemmerd alles opschrijft, zul je ervaren wat je van een onderwerp weet en nog niet weet. Om te kunnen brainstormen zijn een rustige plek, een pak systeemkaartjes – of een groot vel papier – en een pen nodig.

Brainstormen kan natuurlijk ook met de computer. Zet een tekstverwerker aan, maak een nieuw document, zet daarboven het onderwerp en doe vervolgens de monitor uit. Tik nu gewoon al je ideeën in zonder je te bekommeren om volgorde, verbanden, zin of onzin. Als je niets meer weet, zet je de monitor weer aan. Op deze manier leiden tikfouten en andere onvolkomenheden je niet af.

Je hoeft je alleen maar te concentreren op je onderwerp en alles te noteren wat je te binnen schiet. Het gaat niet om de formulering. Een trefwoord, een halve zin, een verkeerd gespelde naam, alles deugt in dit stadium om het onderwerp in al zijn facetten op papier te krijgen. Het gaat niet om de kwaliteit van de invallen, maar om de hoeveelheid. Hoe meer hoe beter. Laat je gedachten de vrije loop en noteer alles. Later zie je wel wat je eraan hebt. Houd niet te snel op; de beste ideeën komen meestal aan het eind.

1.3.2 Standaardvragen

De brainstormtechniek levert aantekeningen op. Als je het goed hebt gedaan, is het een chaos. Alles wat je weet over het onderwerp is op deze manier behoorlijk in kaart gebracht. Maar, ondanks de vrije vlucht van je gedachten, zullen er nog blinde vlekken zijn op die kaart. Plaatsen waar je nog niet bent geweest. Deze plaatsen kun je bezoeken aan de hand van een reeks standaardvragen (voorbeeld 1.2). Een voor de hand liggende serie vragen, die je hele onderwerp systematisch ontleedt.

Voorbeeld 1.2 Lijst standaardvragen

Wat?	Wat is het? Welke eigenschappen heeft het? Waaruit bestaat het? Uit welke soorten en onderdelen bestaat het? Waartoe behoort het?
-------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Tot welke klasse of soort behoort het? Waar is het een onderdeel van?</p> <p>Waar wijst het op? Waar is het een teken van? Waarop lijkt het? Waaraan is het tegengesteld? Wat is er een voorbeeld van? Waartoe dient het? Wat is de taak ervan? Wat is de waarde ervan? Wat zijn de voordelen? Wat zijn de nadelen? Wat is ervoor te doen? Wat is ertegen te doen?</p>
Wie?	<p>Wie doet het? Wie of wat ondergaat het? Wie of wat is erbij betrokken?</p>
Waar?	<p>Waar is het? Waar gebeurt het? Waarheen gaat het? Waar komt het vandaan?</p>
Wanneer?	<p>Wanneer is of was het er? Sinds wanneer? Tot wanneer?</p>
Waarom?	<p>Waarom bestaat of gebeurt het? Welke redenen, argumenten, motieven zijn ervoor? Ondanks wat bestaat of gebeurt het? Wat is de oorzaak ervan? Welke gevolgen heeft het? Welke resultaten heeft het? Welke neveneffecten heeft het?</p>
Hoe?	<p>Hoe ontstaat het of is het ontstaan? Hoe gebeurt het? Met welke middelen? Volgens welke methode? Onder welke voorwaarden gebeurt het of bestaat het?</p>

Deze lijst is niet volledig en niet alle vragen zijn op elk onderwerp van toepassing. Je kunt de lijst met vragen gebruiken om de chaos van de brainstorm te ordenen. Je zult tevens nieuwe informatie op het spoor komen. Je merkt natuurlijk ook wat je nog niet weet.

1.3.3 Inperken

Het lijkt erop dat je door deze verkenning van het onderwerp, verder van huis raakt. Er is meer over het onderwerp te vertellen dan je dacht en dat maakt het er niet gemakkelijker op. Je moet een keuze maken. En zoals altijd bij keuzes, is het net zo belangrijk te weten wat je niet kiest als wat je wel kiest. Niet alleen om weloverwogen te kunnen kiezen, maar ook om steeds de context van het onderwerp in de gaten te kunnen houden. Dat wil zeggen dat je in de gaten hebt in welk verband het onderwerp staat. Je kunt bijvoorbeeld het onderwerp 'de auto' behandelen in de context van 'de autosport', maar ook in de context van 'luxe goederen' of in de context van 'het woon-werkverkeer'. Zo bepaal je steeds preciezer het onderwerp van het rapport. Een voorbeeld van zo'n inperking laat zien hoe een onderwerp in verschillende contexten kan staan en waar het rapport dan over zou kunnen gaan (voorbeeld 1.3).

Voorbeeld 1.3 Inperking

De tomaat (economische context)

De Nederlandse economie

De handelsbalans tussen Nederland en Duitsland

De export van Nederland naar Duitsland

De agrarische export van Nederland naar Duitsland

De export van Nederlandse tomaten naar Duitsland

De ontwikkeling van de export van Nederlandse tomaten naar Duitsland

Rapport:

De ontwikkeling van de export van Nederlandse tomaten naar Duitsland in de periode 2005–2012.

De tomaat (biologische context)

Biologische bestrijding

Biologische bestrijding in de tomatenteelt onder glas

Biologische bestrijding van kasspintmijten in de tomatenteelt onder glas

Het slechte functioneren van de biologische bestrijding van kasspintmijten in de tomatenteelt onder glas

De oorzaken van het slechte functioneren van de biologische bestrijding van kasspintmijten in de tomatenteelt onder glas

Rapport:

De oorzaken van het slechte functioneren van de biologische bestrijding van kasspintmijten in de tomatenteelt onder glas en mogelijke oplossingen daarvoor.

Minder is meer. Het rapport heeft weliswaar een beperkte omvang, maar de lezers krijgen wel één heldere boodschap. Inperken is de verzameling mogelijke

onderwerpen steeds kleiner maken, totdat er een onderwerp overblijft waarover binnen de randvoorwaarden kan worden gerapporteerd. Hierna volgt een aantal mogelijkheden die je bij deze inperking kunt gebruiken.

- *Invalshoek*. Economisch, juridisch, technisch, enzovoort. In het voorbeeld van de tomaat zie je achtereenvolgens een economische en een biologische invalshoek.
- *Land of plaats*. In Europa, in Nederland, in Den Haag, in de Schilderswijk, in de Rembrandtstraat. Een onderwerp als 'de ontwikkeling van de criminaliteit' kan niet zonder een inperking naar land of plaats.
- *Tijd*. In voorbeeld 1.3 is de ontwikkeling van de tomatenexport naar Duitsland in het rapport nog verder ingeperkt tot de periode 2005–2012. Onderwerpen als de ontwikkeling van ..., of de rol van ..., of de geschiedenis van ... hebben vaak een extra inperking in de tijd.
- *Aspect*. De oorzaken van ..., de gevolgen van ..., de eigenschappen van ..., de voordelen van ..., argumenten voor ..., de kosten van ... Het zijn allemaal voorbeelden van inperkingen op het niveau van een aspect van het onderwerp.

Voorbeeld 1.4 Inperking rond 'zonne-energie'

- a Economisch beleid.
- b Overheidsbeleid voor de *stimulering van duurzame energie*.
- c *Huidige subsidieregelingen* voor de stimulering van duurzame energie.
- d *Huidige subsidieregelingen* voor de stimulering van *het gebruik van zonne-energie*.
- e *De effecten van* de huidige subsidieregelingen voor de stimulering van het gebruik van zonne-energie.

Rapport:

Wat zijn de effecten van de huidige subsidieregelingen voor de stimulering van het gebruik van zonne-energie, afgezet tegen de doelstellingen van het overheidsbeleid?

Je ziet ook dat een trechter twee kanten op werkt. Naar boven toe moet je bepalen van welk groter geheel je onderwerp deel uitmaakt. Ik wilde iets met zonne-energie en koos voor een meer economische invalshoek. Via 'subsidiereregelingen' kwam ik vervolgens bij het overheidsbeleid uit. Naar beneden toe, koos ik voor 'de effecten', maar ik had net zo goed kunnen kiezen voor 'de kosten' of voor 'argumenten voor en tegen'. Had ik niet voor subsidieregelingen gekozen, maar voor 'vermindering van de CO₂-uitstoot', dan kwam ik bij een ander departement in Den Haag uit, namelijk daar waar het milieubeleid wordt gemaakt (zie voorbeeld 1.5).

Voorbeeld 1.5 Inperking rond 'zonne-energie'

- a Milieubeleid.
- b Milieubeleid *ter vermindering van de CO₂-uitstoot*.
- c *Vermindering van de CO₂-uitstoot door het gebruik van duurzame energie*.

- d Vermindering van de CO₂-uitstoot *door het gebruik van zonne-energie.*
- e Vermindering van de CO₂-uitstoot *door het gebruik van zonne-energie in vergelijking met windenergie.*

Rapport:

Inzetten op zonne-energie of op windenergie? Wat draagt het meeste bij aan de vermindering van de CO₂-uitstoot?

Door zowel de context te bepalen van een onderwerp als door het verder af te bakenen, houd je een goed overzicht over de keuzen die je maakt. Ook weet je, als je iets anders wilt, waar je in de piramide een andere richting inslaat en dus de context van het onderwerp anders wordt. Het lijkt een omslachtige oefening, terwijl je toch alleen maar iets wilt schrijven over zonne-energie, maar je ziet dat de context het verhaal een totaal andere wending kan geven. Het helpt je straks tijdens het schrijven de rode draad van het verhaal vast te houden.

1.4 Lezers

Schrijven is niets anders dan praten op papier tegen een anonieme lezer. Probeer deze lezer eens uit de anonimiteit te halen. Lijkt hij op je vader? Is het een goede vriendin? Een geïnteresseerde buurman? Zo, dat maakt het een stuk makkelijker. Nu weet je dat het verhaal gelezen wordt door een persoon. Iemand die belangstelling heeft, maar er nog weinig van af weet. Iemand die misschien wel de vaktaal kent, maar zich niet zo verdiept heeft in dit onderwerp als jij. Je hebt een lezer en hoe beter je die lezer kent, hoe gemakkelijker je met hem of haar kunt communiceren.

Analyse van het publiek

Bedenk dat je eigenlijk alleen in je dagboek of in je agenda voor jezelf schrijft. Verder schrijf je altijd voor een ander. De verschillen tussen lezers kunnen zo groot zijn dat een analyse van het publiek noodzakelijk is voordat je begint te schrijven. Het publiek bepaalt de keuzes die je gedurende het schrijfproces gaat maken. Je zult je moeten afvragen wat kenmerkend is voor jouw lezerspubliek, om goed te kunnen kiezen.

1.4.1 Voorkennis, behoefte en betrokkenheid

Analyseer de volgende kenmerken van het publiek en probeer een steeds duidelijker beeld te krijgen van de lezer. Wat is de voorkennis van de lezer? Welke behoefte heeft de lezer als het gaat om dit onderwerp? En hoe betrokken is de lezer bij het onderwerp?

Voorkennis

Wat weten de lezers al over het onderwerp? Kun je verwachten dat ze oppervlakkige kennis hebben van het onderwerp, al behoorlijk zijn ingeleid of

tot de vakbroeders en -zusters behoren? Het antwoord op deze vraag bepaalt natuurlijk of er veel extra uitleg in de tekst nodig is, of dat je vaktaal kunt gebruiken.

Het is overigens veiliger ervan uit te gaan dat de lezer niet aan een half woord genoeg heeft. Waarom zou je het de lezer moeilijker maken dan nodig is. Schrijvers die veel vaktaal gebruiken en zinnen van halve pagina's maken, verantwoorden dat dikwijls met: 'Je moet de lezers niet betuttelen'. Je wilt er echter zo zeker mogelijk van zijn dat de lezers worden geleid naar die ene onweerlegbare conclusie: de jouwe. Als je weet wat de voorkennis is van de lezer, kun je het rapport op maat snijden. Zo is het voor lezers die goed op de hoogte zijn van de ontwikkeling van de handelsbalans tussen Duitsland en Nederland, niet interessant een rapport over de tomaat te lezen waarin deze ontwikkeling eerst met al zijn versnellingen en trendbreuken bladzijdenlang wordt uiteengezet. Een samenvatting kan dan wel volstaan.

Voorkennis lezer

Behoefte

Waarom heeft de lezer behoefte? Aan een helder betoog zonder poespas, of ook aan een uitgebreide documentatie, die voor hem later als naslagwerk kan dienen? Als je weet voor wie je schrijft, kun je daarin straks de juiste keuze maken.

Behoefte lezer

Wat lezers over een onderwerp willen weten, hangt niet alleen af van hun behoefte, maar ook van de tijd die ze tot hun beschikking hebben. Heeft een lezer weinig tijd, dan volstaat hij dikwijls met het lezen van de inhoudsopgave, inleiding of samenvatting en de conclusies en aanbevelingen. Voor drukbezette opdrachtgevers zullen deze onderdelen van de tekst daarom extra belangrijk zijn. De argumentatie of documentatie van de conclusies en aanbevelingen zullen zij hoogstens even doorbladeren.

In dat geval zijn grafieken, tabellen en kopjes in de tekst dikwijls de belangrijkste aandachtstrekkers. Je kunt deze globale lezers helpen de hoofdlijnen uit het betoog te halen door:

- goeddekkende titels, zowel van het hele rapport als van de hoofdstukken en paragrafen;
- een overzichtelijke en samenhangende inhoudsopgave;
- een heldere inleiding en samenvatting aan het begin van de tekst en aan het begin van de hoofdstukken;
- kernzinnen aan het begin van de alinea's;
- visuele hulpmiddelen als grafieken, tabellen en schema's.

Volg daarvoor later de aanwijzingen in fase 4: stileren (zie hoofdstuk 4).

Betrokkenheid

De drukbezette manager die zojuist de revue passeerde, zal het rapport waar- toe hij zelf de opdracht gaf, natuurlijk beginnen te lezen.

Soms belandt er een rapport op zijn bureau waarom hij zelf niet heeft gevraagd. In dat geval zal de schrijver veel meer moeite moeten doen het belang ervan aan te tonen en de manager tot lezen aan te zetten. Een pakkende titel, een wervende inleiding en duidelijke conclusies en aanbevelingen

zullen de manager misschien ertoe bewegen dit ongevraagde rapport eens goed te bestuderen. Deze lezer vraagt van de schrijver dus veel aandacht voor de vorm waarin de boodschap wordt gebracht.

Bedenk dus of de lezers op het rapport zitten te wachten of dat ze het ongevraagd krijgen. In dat laatste geval zul je meer je best moeten doen de aandacht van de lezer te pakken, een reden te geven om door te lezen en de aandacht tot het einde toe vast te houden (zie fase 4: stilerings).

1.4.2 Opvattingen, leeftijd en cultuur

De opvattingen van de lezers, de gemiddelde leeftijd en hun culturele achtergrond hebben een belangrijke invloed op hoe de boodschap overkomt. Het kan geen kwaad daar van tevoren goed over na te denken.

Opvattingen

Het zal niet meevallen een ondernemingsraad te overtuigen van de noodzaak van gedwongen ontslagen, maar als dat nu eenmaal de boodschap is van het rapport, dan zul je het onderste uit de kast moeten halen. Alleen een heldere redenering is niet genoeg. Je zult ook moeten anticiperen op tegenargumenten en die in het betoog al proberen te weerleggen. Enige retoriek kan soms op zijn plaats zijn: 'Nu corrigeren, voorkomt fors ingrijpen later.'

Publiek dat het bij voorbaat met je eens is, zal bevestiging zoeken in het rapport. Dit publiek wil zijn argumenten terugzien in het betoog. Het wil horen dat het altijd gelijk heeft gehad. Een beetje overdrijven en ons-kent-ons-sentimenten zijn dan niet vreemd: 'We weten allemaal dat de concurrent ook niet stiltit.'

Een neutraal publiek, bestaande uit voor- en tegenstanders, vraagt dikwijls een meer zakelijke benadering. Je zet dan de feiten en argumenten nauwgezet op een rij. Je wilt natuurlijk iedereen overtuigen van je gelijk, maar je wilt ook dat niemand zich zal storen aan retoriek of (valse) sentimenten.

Of de politieke of religieuze overtuiging van het publiek van belang is, hangt af van het onderwerp. Bepaalde religieuze groeperingen zullen een rapport over 'de voor- en nadelen van de zondagsrust voor de Nederlandse economie' met meer dan gemiddelde aandacht lezen. Een dergelijk onderwerp vraagt daarom een respectvolle behandeling in het rapport. Politiek gevoelige onderwerpen als 'abortus' of 'euthanasie', kunnen niet zomaar even in een toffe jongens-stijl worden behandeld, terwijl dat misschien wel kan met een onderwerp als 'voetbalvandalisme'. Het vraagt van de schrijver tact en inlevingsvermogen de boodschap over dit soort onderwerpen voor het voetlicht te brengen, zonder lezersgroepen van zich te vervreemden of tegen zich in het harnas te jagen.

Leeftijd

Het is belangrijk te weten wat de gemiddelde leeftijd is van het publiek. Een publiek van jonge mensen vraagt een andere benadering dan een publiek van bejaarden. In het eerste geval kun je misschien je en jij gebruiken, in het andere geval is de formele u-vorm meer op zijn plaats. Bij een jonger publiek

kan de toon minder formeel en afstandelijk zijn dan bij een ouder publiek. Ook bij de keuze van voorbeelden, anekdotes en metaforen speelt de leeftijd van het publiek een rol.

Cultuur

Nederlandse bedrijven en instellingen onderhouden steeds meer zakelijke contacten met bedrijven en instellingen in het buitenland. Je zult goed moeten weten welke cultuurverschillen er tussen landen bestaan en op welke wijze die invloed hebben op de wijze van communicatie. Overigens gelden ook binnen bedrijven bepaalde impliciete en soms expliciete normen over de wijze van schriftelijke communicatie. Zo zijn er bedrijven die pakken papier produceren, omdat lijvige goed doorwrochte rapporten zeer worden gewaardeerd. Terwijl in andere bedrijven het motto is: 'Alles wat meer dan een A4'tje nodig heeft om verteld te worden, kan de moeite niet waard zijn.' Dat is goed om te weten, of je het daar nu mee eens bent of niet.

Cultuurverschillen

1.4.3 Samenstelling

Lezers kunnen variëren op alle bovenstaande kenmerken en uiteindelijk zijn alle lezers natuurlijk verschillend. Soms kan een schrijver zijn lezerspubliek kiezen, maar vaak is het publiek bepaald door de opdrachtgever. Wanneer het lezerspubliek uit verschillende groepen bestaat, moet je proberen de grootste gemene deler in deze samenstelling te vinden wat betreft voorkennis, behoefte en interesse.

Zijn er te grote verschillen dan kun je eventueel een leeswijzer toevoegen aan het rapport. Daarin kun je de ingewijden bijvoorbeeld aanraden een bepaalde paragraaf over te slaan en minder deskundigen juist aanraden die paragraaf te lezen. Ook kun je verklarende woordenlijsten toevoegen voor de minder deskundigen.

In de opleiding kan het voorkomen dat er twee versies van het stageverslag worden verlangd. Eén voor de werkgever die vooral geïnteresseerd is in de resultaten van de activiteiten en één voor de opleiding die ook geïnteresseerd is in hoe je iets gedaan hebt en wat je ervan geleerd hebt. Eventueel kan gevoelige informatie in de versie voor de opleiding worden weggelaten.

Relatie van de lezer met de schrijver

Wat heeft de lezer met jou als schrijver? Kent hij je persoonlijk of ben je een onbekende voor hem? Is het je baas of je collega? Is er sprake van een vriendschappelijke, persoonlijke relatie of is het een zakelijke, functionele relatie? Heb je enig krediet bij de lezer of moet je je nog helemaal waarmaken? Ben je een buitenstaander of hoor je bij de club? Het antwoord op deze vragen maakt natuurlijk nogal wat uit. Het bepaalt of je in de formulering elk woord moet afwegen of dat je soms wat vlotter door de bocht kunt. Het bepaalt of je aan bepaalde beleefdheidsnormen moet voldoen of dat je jezelf hier en daar wel een kruidige anekdote kunt permitteren. Het bepaalt of je snel tot conclusies en aanbevelingen kunt komen of dat je eerst moet aantonen dat je je huiswerk goed gedaan hebt. Het bepaalt of de lezers

uitgesproken standpunten van je verwachten of slechts aanbevelingen en suggesties.

Docent als publiek

Tijdens de opleiding is de docent vaak de enige lezer van het rapport. Vervolgens zal die er ook nog een oordeel aan moeten verbinden. Soms verplaatst hij zich in de rol van opdrachtgever of kruipt hij in de huid van een bepaald lezerspubliek, maar vaak is dat niet duidelijk. Wanneer uit de opdracht niet blijkt voor wie het rapport is bedoeld, is het voor niemand duidelijk wanneer het rapport is afgestemd op het publiek. De mate van publiekgerichtheid van het rapport kan dan niet beoordeeld worden. De docent, als opdrachtgever en beoordelaar, moet duidelijk aangeven met welke ogen hij het rapport zal lezen. Hij zal een beeld van een lezerspubliek moeten geven dat iets zegt over de hiervoor genoemde kenmerken: voorkeuren, behoefte, betrokkenheid, mening, leeftijd, cultuur en de relatie tot de schrijver.

1.5 Schrijfdoel

Wat wil je zelf? Met die vraag begint het schrijfproces. Het is belangrijk een doel te hebben met je tekst. Waarom wil je dat de lezer jouw tekst leest? Moet hij na het lezen iets weten, iets willen, iets kunnen, iets gaan doen? Als je iets wilt verkopen, komt de tekst er anders uit te zien, dan wanneer je iemand wilt amuseren of informeren? Dus wat wil je met het rapport? Zo'n schrijfdoel kan ook heel persoonlijk zijn: ik wil dat de lezer mij na afloop heel erg slim vindt, of wat genuanceerder: ik wil dat ik van deze opdrachtgever nog eens een opdracht krijg. Het zal je niet verbazen dat een tekst verschillende schrijfdoelen kan dienen.

Het schrijfdoel bepaalt praktisch alle keuzes die je in de loop van het schrijfproces moet maken. Het schrijfdoel van een rapport wordt voornamelijk bepaald door de context waarin het rapport verschijnt. Zoals in paragraaf 1.1 is uitgelegd, zijn rapporten van beslissende betekenis in onder andere de beleidscyclus en in de cyclus van omvangrijke projecten. In deze context gaan rapporten aan beslissingen vooraf. Het rapport heeft dan ook vaak de bedoeling de lezers op het juiste moment de juiste beslissing te laten nemen.

Soms is het voldoende een beeld te geven van de situatie met een formulering van het belangrijkste probleem. Het doel van een dergelijk rapport kan zijn dat je de opdrachtgever overtuigt van de ernst van het probleem en de noodzaak van een beslissing tot nadere stappen. Het kan ook zijn dat je de opdrachtgever alleen goed informeert over de situatie en verder geen moeite doet hem te overtuigen iets wel of niet aan te pakken.

Een andere mogelijkheid is dat je een aantal oplossingen hebt onderzocht voor een probleem en dat je de opdrachtgever adviseert één van deze oplossingen te kiezen. Het doel van een dergelijk rapport is dat de opdrachtgever overtuigd raakt van de juistheid van de oplossing. We kunnen globaal drie schrijfdoelen onderscheiden:

1 *Informeren: De lezer moet na lezing op de hoogte zijn van iets.*

Dit is het schrijfdoel van alle rapporten. Elk rapport informeert de lezer. Na lezing is zijn kennis over het onderwerp toegenomen. Wil je het daar bij laten of wil je nog meer?

2 *Overtuigen: De lezer moet na lezing een bepaalde mening hebben.*

Behalve feitelijke informatie overdragen, wil je nu ook dat de lezer zijn houding bepaalt ten aanzien van het onderwerp; hij wordt bevestigd in zijn oordeel, of hij vormt zich nu een ander oordeel.

3 *Adviseren: De lezer moet na lezing weten wat hij moet doen.*

Meer dan overtuigen, is iemand aanzetten om iets te gaan doen. Het rapport overtuigt dan niet alleen, maar geeft ook meteen een reeks aanbevelingen, een plan van aanpak of een duidelijke instructie.

Deze drie schrijfdoelen zijn verder te nuanceren in mogelijke reacties van de lezer, die soms wat verder gaan dan deze drie globale schrijfdoelen. Welke reactie wil je krijgen op het rapport?

Reactie

Informereren

Als je de lezer informeert:

- Dat had ik eerder moeten weten.
- Dat had ik nog nooit gehoord.
- Tja, zo kun je er ook tegenaan kijken.
- Dat is een interessant onderzoek geweest.
- Ik heb nu een heel ander beeld van die kwestie.
- Dus zo zit dat in elkaar.

Overtuigen

Als je de lezer overtuigt:

- Daar wil ik meer over weten.
- Goed dat iemand dat zo eens opschrijft.
- Dat zet de wereld op zijn kop. Daar moet ik over nadenken.
- Zou het waar zijn? Ik vraag die brochure aan.
- Dat verhaal zit goed in elkaar. Dan kloppen de conclusies vast ook.

Adviseren

Als je de lezer adviseert:

- Dat ga ik voortaan doen.
- Dat is een goede raad, die sla ik niet zomaar in de wind.
- Dat is een handige methode. Zo ga ik dat ook aanpakken.

Behalve deze drie categorieën van doelen, zijn er vaak ook meer persoonlijk getinte doelen in het geding. Met het rapport presenteer je immers niet alleen een boodschap, maar ook jezelf:

- Die vrouw is heel deskundig.
- Wat heeft hij dat keurig opgelost.

- Die moeten we eens uitnodigen voor een presentatie.
- Haar geven we een vervolgoopdracht.

Een rapport kan natuurlijk meer schrijfdelen tegelijkertijd hebben. Uit de veelheid van reacties kun je wel een aantal combinaties maken die in één rapport te realiseren zijn.

Een adviesrapport bijvoorbeeld biedt eerst een goed beeld van de situatie en overtuigt de directie vervolgens van een te nemen besluit, maar heeft ook tot doel dat het adviesbureau een vervolgoopdracht krijgt, in het bijzonder de opsteller van het rapport.

Reactie van opdrachtgever: 'Dat verhaal zit goed in elkaar. Ja, ik denk dat ik het zo moet aanpakken. Ik nodig de auteur uit voor een presentatie aan het managementteam en laat hem een offerte maken voor de uitvoering van het plan.'

1.6 Centrale vraag

Je hebt het onderwerp al ingeperkt, je weet wie de lezers zijn en je hebt een schrijfdel geformuleerd. Ook weet je wat de randvoorwaarden zijn waaronder je het rapport moet schrijven. Nu is het tijd al deze keuzen samen te laten komen in de vraag die je uiteindelijk in de tekst gaat beantwoorden. Deze *centrale vraag* is net als het schrijfdel cruciaal voor de vorm en inhoud van het rapport. De centrale vraag is de kapstok van de tekst. Alle informatie die je geeft, is bedoeld om uiteindelijk die ene vraag zo goed en zo aantrekkelijk mogelijk te beantwoorden.

De centrale vraag formuleer je voordat je begint te schrijven. Hij vormt houvast voor het hele schrijfproces. En wat ook belangrijk is: Wanneer je de centrale vraag hebt geformuleerd, weet je ook hoe het rapport zal moeten eindigen. Stel, de centrale vraag is: Hoe komt het dat het ziekteverzuim in de bouwsector zo sterk is toegenomen? Dan geeft de tekst uiteindelijk een antwoord in de trant van: 'Er zijn drie oorzaken voor de toename van het ziekteverzuim in de bouwsector, namelijk ...' of: 'Onderzoek toont aan dat er vier mogelijke verklaringen zijn voor de toename van het ziekteverzuim, namelijk ...'.

Door de centrale vraag weet je welke conclusie je in het rapport kunt gaan trekken. Daardoor ben je in staat een helder betoog op te bouwen, dat uiteindelijk tot die conclusies zal leiden. Die conclusies zijn het antwoord op de centrale vraag.

Afhankelijk van de randvoorwaarden kan de centrale vraag om veertig pagina's antwoord vragen. Maar als je maar de helft tot je beschikking hebt, dan moet je de centrale vraag zo aanpassen dat het in twintig pagina's kan. Het formuleren van een goede centrale vraag is een kwestie van passen en meten. Je moet rekening houden met de context, de randvoorwaarden, de inperking van het onderwerp, de lezers en het schrijfdel. Dat is niet

eenvoudig. Je kunt het vergelijken met autorijden; sturen, gas geven, schakelen, rekening houden met andere weggebruikers en dan ook nog arriveren op de bestemming. Maar zoals ook autorijden op een gegeven moment een geautomatiseerde handeling wordt, zo zul je ook steeds eenvoudiger een centrale vraag kunnen bepalen binnen de randvoorwaarden van de schrijfpdracht.

We onderscheiden voor het gemak vier soorten centrale vragen die meer dan 90 procent van de rapporten zullen omvatten:

- 1 een beschrijvende centrale vraag;
- 2 een adviserende of voorschrijvende centrale vraag;
- 3 een verklarende of voorspellende centrale vraag;
- 4 een evaluerende of vergelijkende centrale vraag.

Beschrijvende centrale vraag

- 1 *Een beschrijvende centrale vraag.* Beschrijvende centrale vragen zijn bijvoorbeeld: Wat is het? Welke zijn er? Hoe ziet het eruit? Wat is er gedaan? Wat zijn de verschillen en overeenkomsten? Veel rapporten hebben overwegend een beschrijvende centrale vraag. Je kunt een plan beschrijven in een projectplan. Je kunt een ontwerp beschrijven in een ontwerpverslag. Je hebt voortgangsrapportages en activiteitenverslagen (stageverslag, reflectieverslag, afstudeerverslag). Van al deze soorten rapporten zijn de standaard vraagstructuren opgenomen in het computerprogramma *Rapporteur*.

Adviserende of voorschrijvende centrale vraag

- 2 *Een adviserende of voorschrijvende centrale vraag.* Als je adviseert gaat het om vragen als: Wat kunnen we doen? Wat kunnen we beter niet doen? Of als je voorschrijft: Hoe moet het worden gedaan? Welke stappen zetten we achtereenvolgens? Het onderwerp van adviesrapporten of voorschrijvende rapporten kan een maatregel of actie, een plan of een bepaald beleid zijn, die op basis van argumenten worden voorgesteld om een probleem op te lossen of een meer gewenste situatie te bereiken.

Verklarende of voorspellende centrale vraag

- 3 *Een verklarende of voorspellende centrale vraag.* Hier gaat het om verklarende vragen als: Waarom is het gebeurd? Wat is het verband? Hoe komt het dat het zo gegaan is? Waarom doen we het zo en niet anders? Of het gaat om voorspellende vragen als: Wat zal er gebeuren? Wat zijn de prognoses? Verklarende of voorspellende vragen vind je meestal in verslagen van analytische of diagnostische studies. Een verklarende of voorspellende centrale vraag probeert een probleem, een verschijnsel, een ontwikkeling of een gebeurtenis te verklaren of te voorspellen. Het antwoord op deze centrale vraag is een serie oorzaken en verklarende omstandigheden. Dit wordt dan neergelegd in een diagnostische studie of meer algemeen in een onderzoeksverslag.

Evaluerende of vergelijkende centrale vraag

- 4 *Een evaluerende of vergelijkende centrale vraag.* Hier gaat het om vragen als: Hoe bevalt het? Kan het aan de normen voldoen? Hebben de maatregelen effect gehad? Is dit de juiste oplossing?

Onderwerp van een evaluatierapport kan een plan zijn, een maatregel, een gebeurtenis, een actie of een ontwerp. Afhankelijk van de evaluatiecriteria gaat het om de haalbaarheid van een idee (in een haalbaarheidsstudie), de verwachte opbrengsten van een maatregel, de kwaliteit van een ontwerp in vergelijking met andere ontwerpen, enzovoort.

Deze vier centrale vragen hangen overigens sterk samen met de eerdergenoemde schrijfdoelen. Als je wilt informeren, gebruik je vaak een beschrijvende centrale vraag. Als je wilt overtuigen, doe je dat vaak in de vorm van een verklarende of voorspellende centrale vraag. Als je wilt adviseren, formuleer je dikwijls een adviserende of voorschrijvende centrale vraag. Deze relatie is echter absoluut niet één op één. Zo kan een evaluerende of vergelijkende centrale vraag samengaan met het schrijfdoel 'informeren'. Een evaluatierapport van een marketingactie kan bijvoorbeeld een dergelijk schrijfdoel hebben: je informeert zo neutraal mogelijk over de actie en het resultaat ervan. Maar als je met het evaluatierapport het management wilt overtuigen van het geweldige effect van de marketingactie, dan zul je toch andere woorden kiezen. Je kunt ten slotte hetzelfde evaluatierapport natuurlijk ook nog schrijven enkel en alleen om het management te adviseren dergelijke acties volgend jaar weer te ondernemen.

Kortom, schrijfdoel en centrale vraag hangen wel samen, maar in principe is elke combinatie mogelijk. En dus moet je er steeds opnieuw even over nadenken.

Samenvatting

In deze **eerste fase** van het schrijven, maak je een analyse van de schrijfsituatie aan de hand van zes vragen:

- 1 In welke context staat het rapport?
- 2 Wat zijn de randvoorwaarden?
- 3 Waar moet het rapport over gaan?
- 4 Wie zijn mijn lezers?
- 5 Wat wil ik met dit rapport bij de lezers bereiken?
- 6 Wat is de centrale vraag van het rapport?

Als je samenhangende antwoorden hebt op al deze vragen, dan heb je een synopsis van het rapport.

Het kan geen kwaad deze synopsis aan de opdrachtgevers voor te leggen, zodat ze weten wat ze van je kunnen verwachten en eventueel nu al kunnen bijsturen. Als ze dat later in het schrijfproces nog willen doen, wordt dat steeds lastiger.

De afsluiting van deze fase wil niet zeggen dat je hier nooit meer terugkeert. Je zult merken dat je soms toch de centrale vraag verder nog wilt aanscherpen of zelfs het schrijfdoel wilt bijstellen, wanneer je met de planning van de inhoud aan de gang gaat. Bijstellingen zijn geoorloofd als de samenhang tussen de antwoorden op de zes vragen maar intact blijft.

De juiste richting bepalen, dat is het belangrijkste in deze eerste fase van het schrijfproces. Het gaat om de doelgerichtheid van de tekst en nog niet om inhoud of taal. Dat komt later. Als de schrijfsituatie is geanalyseerd, dan is het tijd om de tweede fase van het schrijfproces in te gaan: de planning.