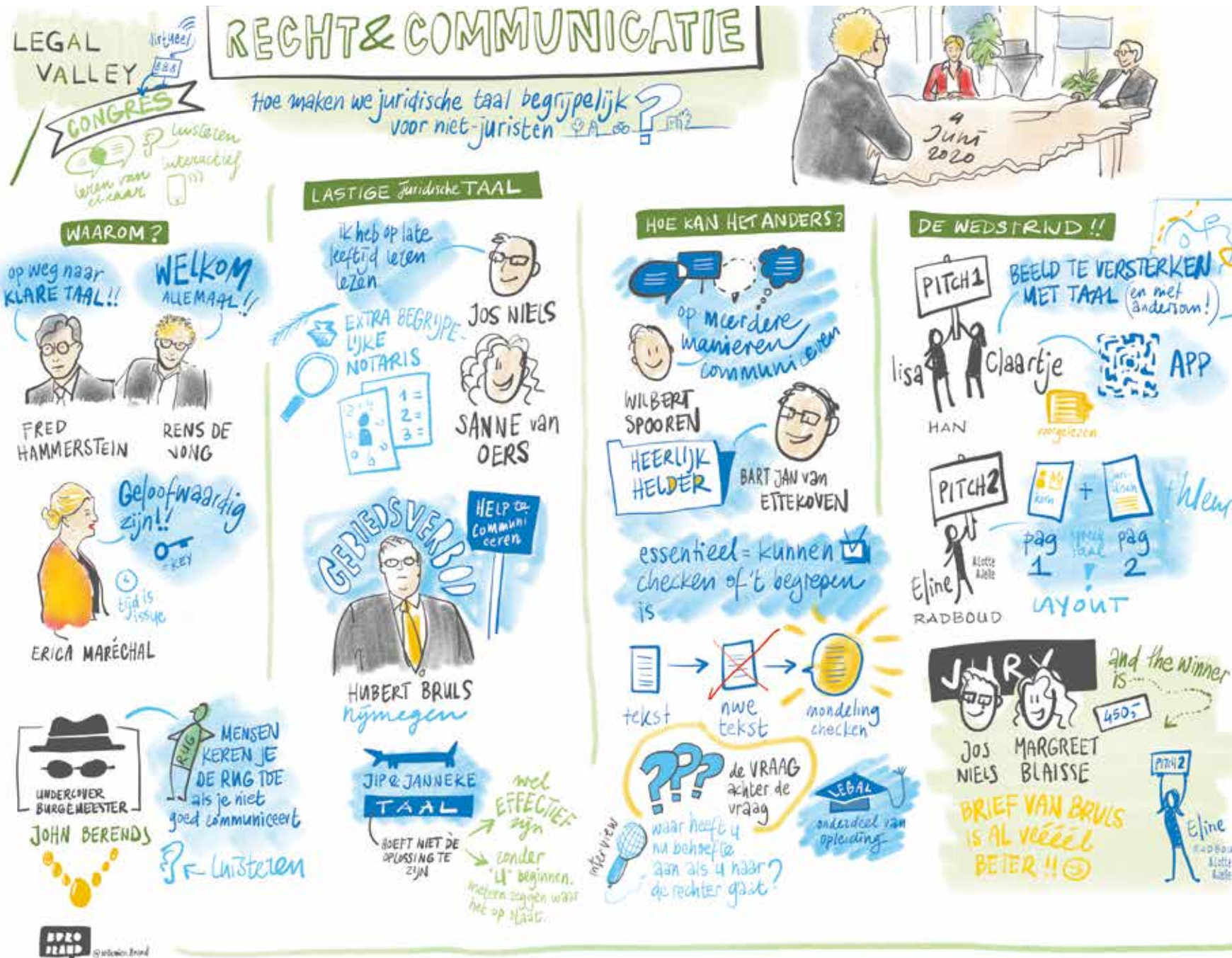


Waar vinden tekstschrijvers en taalonderzoekers elkaar? In elk geval in *Tekstblad*. Maar daarbuiten zijn de tekstschrijverswereld en de taalonderzoekerswereld redelijk sterk van elkaar gescheiden. Terwijl we zo veel gemeenschappelijk hebben, en we veel van elkaar kunnen leren. In een poging om die twee werelden iets dichter bij elkaar te brengen, interviewt tekstschrijver Aleid Bos taalonderzoeker Wilbert Spooen van de Radboud Universiteit Nijmegen. 'Zorg dat je begrijpelijkheid laagdrempelig kunt testen bij gebruikers. Dat scheelt bakken met geld.'

ALEID BOS  
is tekstschrijver/redacteur van juridische teksten en overheidsinformatie. APCtekst is haar eigen bedrijf.



In tekstschrijversland staan juristen er niet zo mooi op. Ouderwetse woorden, grote voorliefde voor de lijdende vorm en tangconstructies. Wanneer gaan juristen eindelijk begrijpelijk schrijven?

Wilbert Spooen: Ik ben juist onder de indruk van de energie die groepen juristen steken in het begrijpelijk maken van juridische informatie, zoals van vonnissen bij strafrecht. Dat besepte ik bij het rondetafelgesprek over recht & communicatie (Legal Valley, 4 juni 2020), waar ik aan deelnam. Voor de toehoorders was er een wedstrijd aan verbonden. Zij werden uitgedaagd een brief van een burgemeester van ruim twee kantjes over een verblijfsontzegging te herschrijven. Er waren heel inventieve voorstellen bij en wat opviel was dat die lang niet allemaal talig waren. Er werd veel gebruikgemaakt van beeld en van verwijzingen naar Google Maps, bijvoorbeeld. Mijn bijdrage als tekstwetenschapper aan het gesprek was om duidelijk te maken dat het toegankelijk maken van teksten zoveel meer inhoudt dan alleen korte zinnen schrijven en gemakkelijke woorden gebruiken. En dat een schrijver rekening moet houden met de context waarin zijn lezer de tekst leest.

Zoals wij tekstschrijvers zeggen: je schrijft voor je doelgroep. De overheid vraagt ons bijvoorbeeld of we een informatieve tekst 'B1' willen maken. Bedoel je dat? Nee, eigenlijk bedoel ik iets anders. Woordkeus en zinslengte afstemmen op de doelgroep helpt ongetwijfeld om een tekst leesbaarder te maken voor die doelgroep. Maar of de tekst begrepen wordt, hangt af van de context waarin de lezer de informatie tot zich neemt. Zeker bij juridische of medische teksten. Tegenwoordig pikt iedereen overal voortdurend informatie op. Uit de media, uit blogs, tweets, posts. Mensen lezen een juridische tekst dus met voor kennis, vooronderstellingen, misvattingen, opinies.

'Soms zijn twee teksten nodig. Dat gesprek moet je voeren'



Op het moment dat je een brief ontvangt over je verkeersovertreding, je vergunning voor een evenement of je echtscheiding, lees je die tekst in verbinding met alle informatie die je al tot je hebt genomen. Je bent bovendien boos, heel gedreven of juist bang, waardoor je selectief leest. Je bent gefocust op één ding: moet ik een boete betalen, krijg ik de vergunning, hoe vaak krijg ik mijn kinderen te zien? Je sluit je af voor informatie die je niet verwacht. Die informatie kan in nog zo duidelijke taal zijn gevat, maar die komt dus gewoon niet binnen.

*Dus als we alle passieve zinnen in actieve hebben veranderd en ‘nochtans’, ‘evenwel’, ‘in beginsel’ en jargon uit de tekst hebben gehaald, dan hebben we nog lang geen begrijpelijke tekst?*

Daar komt het vaak op neer, ja. Daarom pleit ik voor ‘intermediairs’. Mensen hebben bij juridische teksten behoefte aan iemand die hen begeleidt. In de medische wereld zijn artsen bijvoorbeeld in een gesprek met de patiënt vooral bezig misvattingen te herstellen. Met een brief red je dat nooit! Ook bij juridische teksten is een intermediair nuttig en vaak nodig. Iemand die het juridische doel en het publieksdoel van een juridische tekst begrijpt en dat goed kan uitleggen. Neem de persrechter bijvoorbeeld, die neemt de tijd om een toelichting te geven, de context van de uitspraak te schetsen en onervarenheid of gebrek aan kennis te overbruggen.

op weg naar  
KLARE TAAL!!

*Juristen schrijven in de eerste plaats dus eigenlijk voor elkaar. Moeten beroepsgroepen zich volgens jou inspannen om toegankelijker te schrijven voor elkaar?*

Tegenwoordig zijn er zulke extreme specialisaties. Iedereen zit in een niche. Soms heb je op de hele wereld een handvol mensen die op jouw specialisatie zitten. Zeker in de wetenschap.

Je kunt er dus van uitgaan dat je lezers over het algemeen niet direct ingewijden zijn. Daar moet je rekening mee houden. Door bijvoorbeeld extra aandacht te besteden aan de eerste alinea's van een wetenschappelijk artikel. Je kunt als wetenschappers elkaar helpen door niet in je eigen jargon te blijven zitten en niet meteen de diepte in te gaan. De uitspraak van Einstein geldt voor elke beroepsgroep: schrijf voor je moeder, want als je het haar niet kunt uitleggen, dan heb je de materie zelf nog niet begrepen.



*Oprachtgevers vragen ons vaak of we ‘nog even een redactieslag’ willen maken. Voor een congresbundel is dat misschien een realistische opdracht. Maar als ik jou zo hoor, lijkt dat bijvoorbeeld bij juridische brieven zinloos.*

Zinloos is dat niet. Waar het om gaat, is dat je je opdrachtgever helpt te onderzoeken welk doel hij heeft met zijn tekst. Voor jullie tekstschrijvers is dat natuurlijk niet nieuw. Maar ook als je te laat in het proces van zo'n tekst wordt betrokken, is het nuttig om die vraag aan de orde te stellen: wat wil de schrijver bereiken? Als een tekst meer dan één doel moet dienen, is de zaak meestal reddeloos. Daar moeten alle makers van teksten van doordrongen zijn. Jullie tekstschrijvers hebben wat dat betreft een opvoedkundige taak.

*Veel collega's zuchten diep als blijkt dat de tekst die ze samen met ‘communicatie’ hebben gemaakt nog langs ‘de jurist’ moet. Waar zie jij als tekstwetenschapper mogelijkheden voor ons op zo'n moment?*

Ik denk dat de tekstschrijver, de communicatiemedewerker en de jurist alle drie goed voor ogen moeten hebben dat een juridische tekst een andere functie heeft dan een publiekstekst. Kijk, een uitspraak van een rechter heeft een institutionele functie. Zij zit daar niet voor niets in haar toga. Dat is een institutionele rol die zij moet vervullen. Dat dient een doel: duidelijk maken dat er met het recht niet gesold kan worden.

Het is nuttig te bedenken dat in een juridische tekst bepaalde

WELKOM  
ALLEMAAL!!

onderdelen volgens een vaste formulering moeten. Anders telt het niet in het systeem. Dat geldt bijvoorbeeld ook voor een hypotheekakte. Ik kocht een huis en de notaris zei: ‘Officieel moet ik nu de hypotheekakte aan je voorlezen. Dat ga ik niet doen. Ik geef een toelichting, zodat je weet waar je je handtekening onder zet.’ De hypotheekakte heeft een juridische functie, maar de publieksfunctie is: mij duidelijk maken waar ik mijn handtekening onder ga zetten. Daarvoor koos de notaris andere bewoordingen en zelfs een ander kanaal, namelijk mondelinge overdracht. Soms moet je er dus voor kiezen om twee teksten te maken.

*Ik zeg weleens tegen collega-tekstschrijvers: taal is het instrument van de jurist, zoals een chirurg zijn scalpel nodig heeft. Maar omdat taal ook een communicatiemiddel is, lijkt het alsof de jurist slecht communiceert.*

Dat scheidt verwarring, ja. Als we een jurist vragen om begrijpelijk te schrijven, zitten daar twee vragen onder. Wat bedoelen we met ‘begrijpelijk’? En: waarom schrijven juristen? Welk doel heeft een jurist met een tekst? Bij ‘begrijpelijkheid’ heeft de tekstschrijver het dus meestal over die publieksfunctie. Dat is voor een jurist niet altijd vanzelfsprekend. En de institutionele functie van vaste formuleringen is een tekstschrijver lang niet altijd duidelijk. Daarom moet je dat gesprek over doel en functie meteen aan het begin van de opdracht voeren met communicatie.

*Wanneer is een tekst een goede, begrijpelijke tekst? Heb jij daar een wetenschappelijk antwoord op waar wij tekstschrijvers iets aan hebben?*

Voor begrijpelijkheid van bijsluiters bijvoorbeeld of toelichtingen bij verzekeringen gelden tegenwoordig wettelijke minimumvoorwaarden: niet te moeilijke woorden, niet te lange zinnen. De vraag is: helpt dat wel? Dat moet je testen bij gebruikers. Ik spreek graag over de ‘maker’ en de ‘gebruiker’ van een tekst en over ‘gebruiks-

teksten’. Dat zijn zakelijke teksten. Die teksten zijn goed als ze op een efficiënte wijze effectief zijn. De maker heeft de tekst efficiënt tot stand weten te brengen en de tekst is effectief wanneer maker en lezer beiden hun doel bereiken.

*Hoe beoordeel je dan of zo'n gebruikstekst goed is?*

Om de kwaliteit van een tekst te beoordelen moet je dus twee dingen toetsen: 1) is de maker met enig plezier gekomen bij zijn doel om de boodschap op papier te krijgen die hij kwijt wil/moet; 2) heeft de gebruiker met enig plezier het doel bereikt dat hij met het lezen van de tekst voor ogen had?

*Bij de maker kunnen we dat meestal wel nagaan. Maar komen we erachter hoe de gebruiker de tekst heeft ‘beleefd’?*

Ik zou heel graag een test-base ontwikkelen. Een licht instrument, laagdrempelig, dat makers van een tekst eenvoudig kunnen inzetten om te testen of hun gebruikers de tekst begrijpen. Want het is aangetoond dat dat heel rendabel is. Reken je opdrachtgever gewoon eens voor hoeveel geld een begrijpelijke tekst hen scheelt! Gemeente Den Bosch heeft met een goede brief 20.000-50.000 bespaard op kosten voor telefoontjes voor nazorg. Geweldig toch? Wat een geld! Wat een winst!

*Hoe kunnen wij tekstschrijvers helpen met het ontwikkelen van zo'n test-base?*

Materiaal aanleveren. Ik denk aan een soort ‘living lab’. Jullie hebben natuurlijk allerlei praktijksituaties. Mijn vraag zou zijn: welke ingrepen heb je gepleegd op een tekst en heeft dat effect gehad? Wat kun je daarover zeggen? En we zouden echte gebruikers van de tekst moeten spreken. Als we samen gegevens verzamelen, samen onderzoek doen en als jullie mee zouden doen aan ontwerpsessies, dan kunnen we zo'n instrument ontwikkelen. ■

### Hoe help je de jurist in drie stappen naar een begrijpelijker tekst?

1. Stel de vraag: dient de tekst een institutioneel doel of een publieksdoel? Maak samen een duidelijke keus.
2. Leef je in: met welke voorkennis, misvattingen, vooroordelen gaat je lezer de tekst lezen? Maak de tekst met de emotionele context van de lezer voor ogen.
3. Test de tekst bij gebruikers.

Geloofwaardig  
zijn!!  
-key