

Boeken over schrijven voor digitale media

Dit overzicht kan je helpen een keuze te maken uit al die boeken over schrijven (voor digitale media). De uitgangspunten verschillen, maar het zijn allemaal bruikbare en kwalitatief goede boeken. Misschien wil je beter leren schrijven in het algemeen en heb je behoefte aan een naslagwerk voor correct en lezersvriendelijk formuleren. Of je schrijft al langer voor je werk, maar je hebt regelmatig behoefte aan goede ideeën om het nu eens anders aan te pakken. Daarnaast zijn er boeken die vooral de verkoop via een website willen stimuleren. Ten slotte zijn er boeken die je bewust maken van de kracht van taal en de keuzes die de schrijver maakt om een bepaald doel te bereiken.



"Zakelijke communicatie wordt steeds sneller en informeler, maar correct en lezergericht schrijven blijft belangrijk. Deze nieuwe, zevende druk helpt de schrijver bij alle vragen over spelling, zinsbouw, stijl, brieven, e-mails en rapporten. Met honderden actuele spellingsvoorbeelden (gewhatsapt, Facebookaccount) en veel nieuwe taalkwesties: me fiets of mijn fiets, de of het blog, hoe schrijf je 'op B1-niveau'? De volledig vernieuwde Vraagbaak Nederlands is compacter, praktischer én gemakkelijker in het gebruik. Nieuw zijn de online oefeningen." (bol.com, geraadpleegd 26 oktober 2016)

vooral: naslagwerk, voor foutloos en toegankelijk schrijven



"De kleine en handzame versie van de Schrijfwijzer, het meestgebruikte adviesboek over de Nederlandse taal, is geheel herzien. Met recente taalkwesties, gemoderniseerde voorbeelden en een heldere presentatie van alle taalregels is de Schrijfwijzer Compact voor veel taalgebruikers een praktische schrijfhulp. [...] Alle regels zijn overzichtelijk gerangschikt en voorzien van een korte uitleg met duidelijke voorbeelden. Het uitgebreide register is een handige zoekhulp, die de lezer snel verwijst naar de betreffende regel met bijbehorende uitleg. Deze taalgids is daarom zeer geschikt voor gebruik in het hoger onderwijs." (bol.com, geraadpleegd 26 oktober 2016)

vooral: naslagwerk, veel voorbeelden, meer dan Vraagbaak gericht op kenniswerkers (juristen, ambtenaren, adviseurs) maar prettig leesbaar



De ondertitel van dit inspirerende boek voor schrijvers is 'Creatief denken en schrijven voor professionals'. En dat dekt de lading goed. Ook al schrijf je dagelijks en help je anderen beter te schrijven, je zit wel eens om een idee verlegen. Karel Witteveen helpt je op ideeën komen. En ze eens op een andere manier uit te werken. Een leerboek zonder flauwekul. Met veel voorbeelden, opdrachten, citaten en een goed register.

vooral: voor professionele schrijvers die technieken willen leren om afwisseling in hun teksten te brengen; niet speciaal gericht op digitale media



"Deze uitgave richt zich op het schrijven van de teksten voor internet, intranet, cd-rom of helpstelsysteem. Omdat een beeldscherm anders leest dan papier, is speciale aandacht voor tekstopbouw, lay-out en formulering immers gerechtvaardigd. In het eerste gedeelte besteedt de auteur aandacht aan het structureren van de informatie door het gebruik van tekstblokken, verschillende typen links, stijl en visuele elementen, zoekmogelijkheden en andere elementen. In het tweede gedeelte worden tips en voorbeelden gegeven voor specifieke typen digitale informatie, zoals voorlichting, online magazines, e-mail, personeelsadvertenties, online rapportages en helpteksten." (recensie op bol.com, geraadpleegd op 26 oktober 2016)

vooral: overzichtelijk boek over de *techniek* van schrijven voor het beeldscherm



Zoals de ondertitel aangeeft, geeft dit boek vooral een stappenplan om mensen naar je website te trekken en ze er niet meer te laten weggaan voordat ze iets gekocht hebben of minimaal hun e-mailadres hebben achtergelaten. Het boek bevat veel voorbeelden van succesvolle internetondernemers en hun aanpak. Aartjan van Erkel schreef eerder al *Verleiden op internet*, dat meer op de hele website gericht is. Beide boeken schenken minder aandacht de techniek van het schrijven in het algemeen, hoewel er zeker aanwijzingen in staan. "Schrijf daarom altijd zo eenvoudig dat iedereen snapt wat je bedoelt. Er is geen enkele goede reden om dingen ingewikkeld te maken." Je begrijpt, het boek leest lekker weg.

vooral: online marketing, gericht op verkoop en klantenbinding



Een favoriet van mij. Dit boek van de succesvolle Britse copywriter Lindsay Camp (*Can I change your mind?*) leest eveneens lekker weg, maar buigt zich niet zozeer over het medium. Wel laat hij helder zien wat een lezer over de streep trekt en wat je (niet) moet doen als je teksten schrijft om te overtuigen. Het zorgt ervoor dat je met andere ogen naar reclame en webteksten kijkt.

Recensie van amazon.com via bol.com: "Dit boek staat propvol slimme, grappige, geniale (en soms ontzettend overduidelijke) gedachten die je helpen om je boodschap met maximaal effect over te brengen. Het heeft mijn manier van denken en werken compleet veranderd."

vooral: geen naslagwerk! lees dit boek omdat je wil weten hoe overtuigen werkt, maar niet om te leren schrijven



Twee kleine boekjes die beide praktisch en doelgericht uitgangspunten voor online tekstschrijven presenteren. Deze boekjes maken deel uit van een serie die in samenwerking met *Frankwatching* tot stand is gekomen.

"Online copywriter Dimitri Lambermont beschrijft een praktische strategie om snel tot de juiste woorden voor je website te komen. Zo schrijf je teksten die je lezer persoonlijk raken en aanzetten tot actie."

"In betrekkelijk eenvoudige taal gaat [...] (Rutger Steenberg) onder meer in op de werking van Google en op de vier pijlers van succesvol SEO-schrijven: doelgroeponderzoek, onderzoek naar effectieve trefwoorden, het schrijven en optimaliseren van teksten voor de website en het opbouwen van zogeheten 'links' op het internet."

vooral: als je zelf niet zo'n lezer bent en direct aan de slag wilt