

Van wetenschappelijke scriptie naar journalistiek artikel: enkele tips

DOEL van je artikel:

Overtuig je lezer ervan dat jouw onderzoek interessant, inspirerend en de moeite waard is door het op een interessante, afwisselende en begrijpelijke manier uit de doeken te doen.

JE PUBLIEK: ‘Een intelligente zestienjarige’

-Je schrijft niet voor een prof of een promotor

MAAR voor een publiek van gewone mensen die niets van je onderwerp afweten

-Je publiek is niet verplicht je artikel te lezen

MAAR je publiek moet worden verleid en geprikkeld om je tekst verder te lezen (zoek een aanknopingspunt tussen je onderzoek en je lezer, waardoor die lezer geïnteresseerd raakt in je onderzoek)

-Wetenschappers spreken over complexe, abstracte (technische) zaken,
MAAR de gewone lezer is geïnteresseerd in een begrijpelijke, concrete, persoonlijke tekst

JE ARTIKEL: hoe ga je te werk?

Titel: een EYE catcher

Je titel moet in het oog springen en de aandacht trekken van je publiek.

Inleiding: Verleid je lezer en stip het thema kort aan

- De inleiding van een artikel is meestal kort, gemiddeld tussen de drie en de vijf zinnen.

- De inleiding moet je lezer ertoe verleiden het artikel te lezen en stipt kort aan of suggereert waarover het artikel zal gaan.

- Enkele technieken voor openers of inleidingen van een journalistiek artikel

Citaat

Het artikel begint met een pikant citaat.

Sfeerbeschrijving

Het artikel begint met een beschrijving van een persoon, plaats of voorwerp.

Vraag

Het artikel begint met een vraag die de schrijver stelt (uit naam van de lezer).

U-opening

Het artikel begint ermee de lezer direct aan te spreken: ‘Stel dat u ...’

Anekdote

Het artikel begint met een grappig voorval dat illustratief is voor het onderwerp.

Mysterie

Het artikel begint met een handeling, maar er wordt nog niet verklapt om wie of wat het precies gaat

Actie

Het artikel begint met actie, een spannende handeling, die (zo zal later blijken) met het onderwerp te maken heeft. (Denk aan James Bondfilms)

Met de deur in huis (In medias res)

Het artikel begint midden in het verhaal, op een spannend/interessant punt. Daarna wordt de voorgeschiedenis (hoe het tot dat punt gekomen is) pas verteld.

Contrast

Het artikel begint met een voorbeeld van een treffend contrast, ter illustratie van je artikel

Raadsel of paradox

Het artikel begint met een raadsel of een schijnbare tegenstelling. Uiteraard wordt verderop in het artikel de oplossing gegeven.

Schokkend cijfer

Het artikel begint met een schokkend cijfer. Moet wel een cijfer zijn dat de lezer niet eerder heeft gehoord of gelezen, want dan is de verrassing weg.

De hoofdtekst: sla een brug tussen je werk en je lezer, formuleer het thema en werk het thema verder uit

1. Sla een brug tussen je werk en je lezer.

- Waarom moet je lezer dit artikel lezen?

Zet je publiek ertoe aan het artikel te lezen door je onderzoek/ je thema aantrekkelijk voor te stellen: om je lezer daarvan te overtuigen zoek je op welke manier de lezer met jouw onderzoek in aanraking komt.

- Voorbeelden:

Hier vind je een aantal inleidingen van vroegere inzendingen. Ze vormen elk op hun eigen manier een brug tussen de wereld van de lezer en het onderwerp van de scriptie (terug te vinden via [http:// www.scriptiebank.be](http://www.scriptiebank.be)).

1. Scriptie van Katrien Lefever, *Ondernemende moslima's*

In 2003 breekt het hoofddoekendebat in alle hevigheid los. Moslima's die een hoofddoek dragen, zijn volgens de Westerse media onderdrukte vrouwen zonder eigen mening. Ze zijn het slachtoffer van hun religie en het wordt hoog tijd dat zij door de Westerse vrouwen bevrijd en geëmancipeerd worden. Maar klopt dat beeld wel? Vier moslima's met een eigen zaak willen met hun succesverhaal het stereotiepe beeld dat over hen bestaat, afzwakken.

.....

(de link: actuele gebeurtenissen)

2. Scriptie van Leen Smisdom, *Hoe algemeen is Van Dales 'Belgisch-Nederlands, niet algemeen'? Het lexicografische label empirisch getoetst*

“Wat zegt de Van Dale erover?” is een uitspraak die je wel eens vaker hoort in taalkundige discussies. Zowel in Nederland als België beschouwen taalgebruikers dit woordenboek als dé bijbel van het Nederlands. Toch is en blijft het Groot woordenboek van de Nederlandse taal een Nederlands product dat vooral bestemd is voor de Nederlandse markt. Dit uitgangspunt blijkt vooral uit het labelsysteem dat de Van Dale toepast en in het bijzonder uit het label ‘Belgisch-Nederlands, niet algemeen’. Volgens de Van Dale kunnen taalgebruikers woorden zoals ‘vuilkar’ die in een bepaalde context dit label opgeplakt krijgen, beter niet gebruiken in de Belgische standaardtaal. In hoeverre strookt het label

‘Belgisch-Nederlands, niet algemeen’ nu eigenlijk met de taalwerkelijkheid in Vlaanderen?

(de link: discussies over taal die we allemaal wel eens voeren)

3. Scriptie van Leen Helsloot, *De perceptie en effectiviteit van direct-tot-de-consument reclame en promotie voor geneesmiddelen*

Iedereen zag Diggy de Dermatofyt, de schimmel die onder je teennagels kruipt, al wel eens over zijn tv scherm kruipen. Ook de opgeblazen kikker die een geneesmiddel tegen maagpijn promoot, duikt regelmatig op. Dit zijn bekende voorbeelden van reclamecampagnes voor geneesmiddelen waar iedereen vandaag de dag – gewenst of ongewenst – mee in aanraking komt. Waar de farmaceutische industrie zijn reclamecampagnes vroeger vooral richtte naar de medische specialisten, zoals de dokter en de apotheker, worden deze nu meer en meer via de massamedia rechtstreeks naar de consument gericht. Men spreekt van ‘direct-tot-de-consument’ reclame of DTC reclame.

(de link: herkenbare tv-voorbeelden van reclame)

4. Scriptie van Joris Van Campenhout, *Studie van fotonisch-kristalgolfsgeleiders op basis van Silicium-op-Isolator (SOI)*

Het Internet speelt een steeds belangrijkere rol in de Westerse maatschappij. De explosieve groei van het dataverkeer in het laatste decennium illustreert dit. Webpagina’s raadplegen of e-mails versturen zijn voor velen een dagelijkse routine. Hoewel de economische hype als een zeepbel uiteen is gespat, blijft de technologische vooruitgang niet stilstaan.

(de link: het internet, waar iedereen dagelijks gebruik van maakt)

2. Formuleer bondig het thema van je artikel.

- Waar gaat je artikel over?

Formuleer het thema, de boodschap, de stelling, de kerngedachte van je artikel en doe dat zo precies en tegelijk zo eenvoudig mogelijk.

3. Werk de kerngedachte van je artikel verder uit.

- Focus op de belangrijkste punten, verlies jezelf (en de lezer) niet in details
- Wees niet vaag, geef concrete voorbeelden

Het slot: vat je stelling, je boodschap samen

- In het slot geef je een heel beknopte samenvatting van wat je in de rest van je artikel hebt uiteengezet.

- Dat kan in een (paar) eenvoudige zin(nen) , of op een iets origineler manier via:

Anekdote

Het artikel eindigt met een grappig voorval dat het probleem of de oplossing subtiel samenvat.

Actie

Het artikel eindigt met een actie (handeling) waarin hele verhaal is samengevat.

Citaat

Het artikel eindigt met een krachtig citaat, dat het verhaal mooi samenvat.

Cirkel

Het einde grijpt terug naar een gebeurtenis uit de opening (maak de cirkel rond).

Sfeerbeschrijving

Het artikel eindigt met de beschrijving van een persoon, plaats, voorwerp of handeling die subtiel weergeeft wat er naar aanleiding van het verhaal misschien zal gaan gebeuren...

Uitsmijter

Het artikel eindigt met een doordenker, een paradox of een knipoog naar de lezer.

ENKELE SCHRIJFTIPS

Taal en terminologie:

- Gebruik een eenvoudige taal
- Ga ervan uit dat de lezer niet thuis is in wetenschappelijke terminologie. Leg vaktermen onmiddellijk, kort en bondig uit.

Stijl:

-Illustreer wetenschappelijke formules met concrete voorbeelden, vergelijkingen, beelden die de 'gewone' lezer begrijpt.

Voorbeeld: Marina Joubert geeft het voorbeeld van “Coronale massa-emissies (CME's)”

-wetenschappelijke uitleg: reusachtige bellen van elektrisch geladen gas (plasma) die vanuit de zonnecorona in een tijdspanne van verscheidene uren worden uitgestoten

- uitleg in 'gewone' taal: de coronale massa-emissies kun je een beetje vergelijken met een 'boerende' of 'brakende' zon.

Bronnen:

Luuk Sengers: Schrijven van een journalistiek artikel

Marina Joubert, 'How do I become a media savvy?'