

Schrijven met het creatiepentagram

Niets is zo ingewikkeld als schrijven over je lievelingsonderwerp. Je wilt al snel veel te veel vertellen en liefst zo compleet mogelijk zijn. Het creatiepentagram blijkt prima gereedschap te zijn om een tekst goed op te bouwen en heldere keuzes te maken ten aanzien van inhoud, stijl en structuur.

A Jaren help ik mensen om nog betere teksten te schrijven. Eerst als eind- en hoofdredacteur van tijdschriften, sinds vijf jaar als schrijfoach. En steeds valt het me op dat er geen groter schrijfbestek bestaat dan de combinatie enthousiasme en kennis. Hoe meer je weet over een onderwerp en hoe meer je ervan houdt, hoe moeilijker het is om je gedachten en kennis erover te ordenen in geschreven woord. Daarom is het lastig om te schrijven over bijvoorbeeld je eigen bedrijf, familiegeschiedenis, prachtige reis of kennis over een specifiek onderwerp. Zowel fictie als non-fictie, zakelijke tekst, persoonlijk blog, website en nieuwsbrief zijn beter in woorden te vangen met behulp van het creatiepentagram.

ZES LEIDENDE VRAGEN

Het creatiepentagram stelt vooraf zes leidende vragen over het schrijfwerk dat popelt om te worden gedaan.

1. Wie ben ik als auteur, wat maakt mij een auteur-
teit op mijn terrein?
2. Wat is mijn doel met deze tekst?
3. Waar en wanneer verschijnt mijn informatie in het
leven van mijn lezers - wat is hun probleem op
dat moment, wat is hun kennis en zijn hun oor-
delen over mijn informatie?
4. Waarom doe ik dit eigenlijk, wat is mijn diepste
missie?
5. Hoe doe ik dat? Welk stijl past? Welke aanval-
lende activiteiten ga ik ondernemen?
6. Voor wie schrijf ik (doelgroepbepeking, model-
lezersprofiel)?

Het beantwoorden van deze vragen gaf op zich al duidelijheid voor Jane Hill, een Amerikaanse auteur die aan haar derde boek werkt. De accenten in het gecompliceerde familieverhaal dat zij wil vertellen werden bovendien een stuk overzichtelijker toen ze met het creatiepentagram langer stilstond bij vraag 4, haar missie: begrip en respect doorgeven voor de groep mensen over wie ze schrijft en voor hun gedichtgoed. Bovendien werd haar bij vraag 5 duidelij dat ze niet alleen feitelijke, historisch correcte

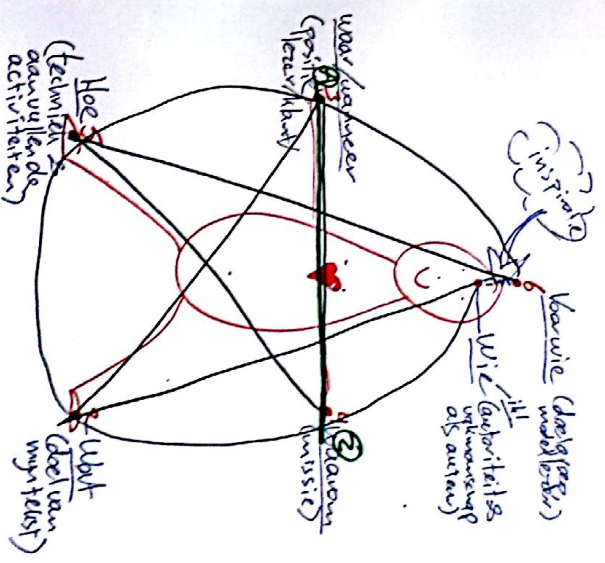
informatie wil geven, maar ook de menselijke kant, de kleine alledaagse gebeurtenissen, wil benadrukken om het verhaal dicht bij haar lezers te brengen.

SNEL NIEUWE KLANTEN

Toen Judith Huinink gecertificeerd acupuncturist werd, veranderde de dienstverlening van haar bedrijf van puur massage naar meer gezondheidsgerelateerde diensten. Haar nieuwsbrief moest daarmee ook op de schop. Ze paste het eerder door haar gemaakte creatiepentagram aan. De belangrijkste verandering vond ze bij vraag 3: haar informatie moest nu mensen bereiken die niet alleen op zoek zijn naar ontspanning, maar ook naar natuurlijke gezondheid en de ondersteuning daarvan. Door slim in te spelen op actuele ontwikkelingen (Het hooikoortsseizoen komt er aan! Laat je vooral behandelen met acupunctuur om er dit jaar zonder tranende ogen doorheen te komen!) trok ze snel nieuwe klanten aan voor haar uitgebreidere aanbod van diensten.

MARKETINGINSTRUMENT

'Grow with the flow' is de slogan van acquisitiecoach Jan Boon uit Mönster. Hij pakte het creatiepentagram direct op als marketinginstrument. "Kijk, dat zeg ik nou ook altijd tegen mijn klanten", vertelde hij. "Er moet namelijk afstand zijn tussen jou en je klant." Vraag 1 (ik als auteur maar ook als leverancier van een product of dienst) ligt dan ook vlakbij vraag 6 (doelgroep). Hoe meer kennis je hebt over je doelgroep, hoe beter je je product of dienst kunt laten aansluiten bij de behoeften van de doelgroep. Jan werd trouwens zo enthousiast dat hij me uitnodigde om een workshop te komen geven voor alle leden van CB Water & Glas, de netwerkclub voor bedrijven in het gebied tussen Rotterdam en Den Haag. Als voorzitter van die club zag hij het belang van het creatiepentagram voor de leden, omdat die immers allemaal hun zakelijke teksten moeten schrijven of laten schrijven. Het creatiepentagram blijkt ook goed te werken bij het instrueren van een professionele tekstschrijver. Veel ondernemers maken graag gebruik van zo iemand, omdat ze zelf wel wat anders te doen hebben dan schrijven.



Duurs door het hart van de schrijver loopt bovendien de groene A-z-lijn van punt 3 naar punt 4.

Als het begin van je verhaal, waarbij je aansluit bij de kennis en oordelen van je lezer, je trekt 'm vervolgens het hele verhaal door met je tekst tot je 'm aflevert bij 2, het eindpunt, het deel van jouw verhaal. Klik hier om je in te schrijven. Bijvoorbeeld: Of: Tees ook deel maald van deze romanserie?

BOEK AFMAKEN

Het manuscript van Piet Traugott lag al een tijdje stof te vangen, omdat hij er nog niet tevreden over was. Zijn kennis van erotische massage had hij nauwel opgeschreven, maar het bleef allemaal wat technisch en theoretisch. Tot hij bij het nadenken over vraag 3 van het creatiepentagram ontdekte dat zijn lezers vooral mensen zouden zijn die gewoon lekker willen genieten van elkaar. "Dan kan al die theorie

eruit en moeten de foto's moeter"; besloot hij. Dat sloot ook prima aan bij zijn doel (vraag 2): laat het jif spreken, niet alleen het brein.

PIJNLOOS

Schrijvers die werken met het creatiepentagram blijken namelijk pijnloos hun verhaal te kunnen bijstellen en redigeren als er nieuwe keuzes worden gemaakt of ongewachte informatie boven tafel komt. Verandert het antwoord op een vraag van het creatiepentagram (bijvoorbeeld "Ja, ik ga er toch een kinderboek van maken"), dan veranderen de antwoorden op alle andere vragen vaak mee. Soms ontdek je tijdens het schrijfpoces ook meer over je werkelijke missie. Geertmad Schneider wilde in eerste instantie haar boek schrijven voor haar kleindochter. Al schrijvend ontdekte ze dat haar verhaal zoveel spannende zijsporen ontwaarde, dat ze er een roman van maakte om jongvolwassenen met grote onzekerheden te helpen. Met haar gewijzigde antwoord op vraag 4 (missie) was direct duidelijk dat ze het antwoord op vraag 3 (wat weet mijn lezer al over mijn onderwerp) moest herzien door wat meer details te geven die haar kleindochter wel kende maar anderen niet konden weten.

Voor mij is het een enorm genoegen en een grote eer om als boekenvervoerder met onder meer het creatiepentagram een bijdrage te mogen leveren aan het ontstaan van ontvurende, zakelijke, boeiende, spannende, verbijsterende, ontballende, amuserende, informatieve en wetenschapspijlske teksten. Of dat nu boeken worden of blogs, nieuwswritten, scripts, websites of folders, het creatiepentagram blijkt in de praktijk gewoon goed te werken om heldere teksten te schrijven. En het leukste vind ik dat redeneren het op zijn eigen manier en naar eigen stijl kan overpassen. Schrijfwerk kan immers alleen maar mooier worden als je het doet vanuit het hart, waar alle woorden kloppen.

Yvonne Nagel, schrijfoach

Schrijven met het creatiepentagram
99 witte kopjes op een tafel