

## Fijner Schrijven in de Culturele Sector

voor alle schrijvers rondom het Concertgebouworkest

**Voor** iedereen die voor het Concertgebouworkest geregeld schrijft, voor iedereen die (weer) plezier wil krijgen in schrijven, die de vertaalslag wil maken van een goed idee naar een effectieve tekst, die een 'product' moet verkopen, en die wil beschikken over een aanstekelijke en overtuigende stijl.

De **inhoud** van de training bepalen de deelnemers zelf: persberichten, korte teksten voor folders, langere teksten voor brochures, websites, intranet, langere teksten voor een nieuw programma, een artikel, etc.

**Ik ga er vanuit** dat medewerkers in de creatieve sector enthousiaste professionals zijn. Zij praten toch vaak spontaan over hun werk? Van dat plezier is op papier vaak niet veel meer te merken. Een bekend verschijnsel: zo gauw pen of pc in zicht komt, verdwijnt het levendige taalvermogen naar onbereikbare dieptes, en maakt de spontane mondelinge woordenschat plaats voor een stijf, gevoelloos vocabulaire.

Schrijven is te vaak een ware marteling. Daarom is mijn **aanpak** eerst gericht op de fijne kant van schrijven. Op creatieve technieken die de vindingrijkheid prikkelen en je laten merken dát en hóé het anders kan. Vervolgens draait het om kennis en inzicht in het schrijven van een goede tekst. Hoe schrijf je een coherente tekst, concreet en compleet, een tekst die lezers enthousiast maakt voor een programma of een voorstel, die overtuigt van de beste strategie, verleidt om iets te ondernemen en inspireert tot handelen. Elke tekst moet een verwachting scheppen, een beeld oproepen van een nieuwe werkelijkheid, hoe klein ook.

## Fijner Schrijven in de Culturele Sector-2

Mijn aanpak is niet theoretisch maar **praktisch**. Door opdrachten te doen en teksten uit de praktijk te bespreken op hun effect, ontwikkelen de deelnemers inzichten en vaardigheden. Iedereen krijgt dezelfde opdrachten zodat bij de bespreking een scala aan uitwerkingen op tafel ligt. Wat werkt, wat niet, hoe komt dat, waar zit 'm dat in?

Zo zullen we de **teksten bespreken**, en gezamenlijk tot inzichten komen. En we staan niet alleen stil bij wat er níét deugt, maar juist ook bij de vondsten! Dit bespreken van het huiswerk is het cruciale onderdeel van de training. Ik heb daarin een strakke hand: elke deelnemer moet leren nadenken over de eigen tekst, én andermans tekst. Hoe hoger de inzet – huiswerk maken en het werk van anderen goed bekijken – hoe hoger het rendement van de training.

De training bestaat uit vier bijeenkomsten van een dagdeel. Elke bijeenkomst start met korte creatieve schrijfopdrachten, gericht op schrijfvaardigheden die elke auteur nodig heeft. Daarna bespreken we het **huiswerk** dat iedereen tevoren heeft gelezen. Dit geldt al voor de **eerste bijeenkomst**, waarvoor je van mij per mail een opdracht krijgt. Tijdens die eerste keer staan we ook nog stil bij ieders ervaringen met schrijven en bij ieders precieze leerwensen; het is ten slotte maatwerk! We formuleren de leerdoelen, en bespreken de opzet van de training. Ook geef ik dan meteen een aantal schrijftips.

**Resultaat** van de training is dat je een zakelijke schrijfklus als een creatieve uitdaging ziet. Je weet van de effecten van woordkeus en zinsconstructie, weet hoe een goed verhaal in elkaar zit (inhoud, ordening en stijl) én je weet hoe je schrijfwerk moet beoordelen.

Over mezelf. Ik **schrijf** en schreef folders, brochures, websites, een zesdelig feuilleton, conferentie- en jaarverslagen, artikelen, interviews, persberichten, DM-brieven, speeches en verhalen. Ik **coach** schrijvers individueel, zowel literaire als zakelijke, en ik geef schrijf**trainingen** op maat in creatief, overtuigend en fijner schrijven en in het bedenken en schrijven van verhalen, in de betekenis van storytelling.

Voor SRM verzorg ik de incompanytrainingen creatief zakelijk schrijven, voor De School van Mieke Petiet jaarlijks de workshop 'Hoe krijg je aandacht van de pers?'. Voorheen was ik artistiek en zakelijk directeur van 't Colofon, de kunstvakopleiding voor schrijvers. Ik zorgde er voor de marketing, pr en communicatie, zette trainingen op voor de literaire, journalistieke en zakelijke markt en gaf deze trainingen ook zelf.