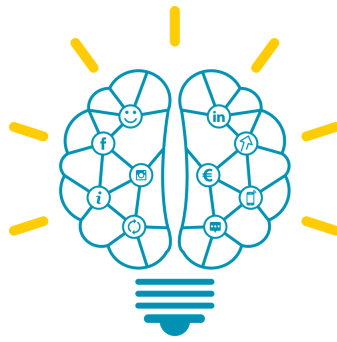


# WERKBLAD 1

## DE RUGGENGRAAT



## Schrijver met een missie

Een goed verhaal heeft één kernboodschap. Soms wil je zoveel informatie delen dat die boodschap ondersneeuwt. Vul dit eerste werkblad goed in, het is de ruggengraat van je verhaal en het bespaart je uiteindelijk tijd.

### STAP 1

Wat is het onderwerp of thema?

ONDERWERP

### STAP 2

WIE IS JE LEZER?

Wie is je doelgroep, wat weten ze al van het onderwerp, welke raakvlakken of connectie is er met het onderwerp, wat zou de lezer willen weten over het onderwerp?

Doelgroep:

Raakvlakken:

Behoefte:



### STAP 4

WIE, WAT, WAAR,  
WANNEER, WAAROM?

Vat kort samen wie je lezer is, wat de lezer kan verwachten van de tekst, waar en wanneer het plaats vindt en waarom het een must-read is.

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### STAP 3

KERNBOODSCHAP

Wat is de hoofdvraag die je gaat beantwoorden?  
Wat moet de lezer in één zin na kunnen vertellen?

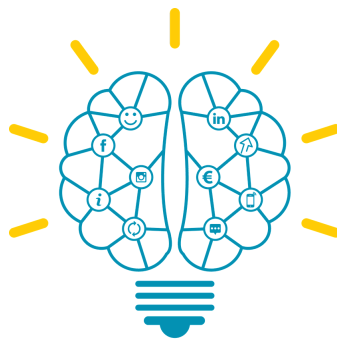
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# WERKBLAD 2

## LE GRAND OPENING



## Schrijver met een missie

Gefeliciteerd! Je hebt op werkblad 1 een blauwdruk gemaakt, de ruggengraat van een sterke tekst. De richting is bepaald. Nu gaan we de lezer verleiden met een aantrekkelijk begin. Laat je creativiteit de vrije loop en ontdek welke techniek voor jouw verhaal werkt.

### ANEKNOTE

De meest voorkomende spraakvorm op verjaardagen 'Weet je wat ik nou heb meegemaakt?' Bedenk of verzin een passende anekdote bij je verhaal.

### FEITJES EN FABELS

Heb je interessante feitjes? Of bestaat er een groot fabel over? Dat kan een mooie aanleiding zijn om jouw verhaal te introduceren.



---

---

---

---

---

### STEL JE VOOR...

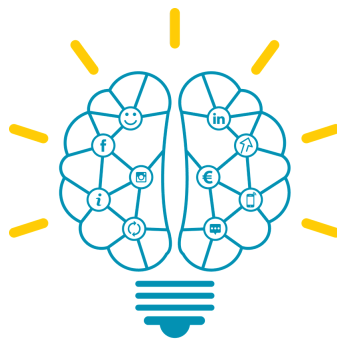
Stel je voor is bijna een toverwoord. Het spreekt letterlijk het voorstellingsvermogen aan waardoor je lezer zich direct inleeft. Welke 'Stel je voor' past bij jouw verhaal?

### IDEALE WERELD

Als je een superheld was, hoe zou de wereld rondom jouw onderwerp eruit zien? Met een schets van jouw ideale toekomstbeeld maak je direct je intenties duidelijk voor de lezer.

# WERKBLAD 3

BRENG JE TEKST TOT LEVEN



Schrijver  
met een missie

Herken je dat gevoel dat je opgaat in een boek en het verhaal tot leven komt? Daar zijn een paar trucs voor. Pas deze toe in de rest van je tekst zodat je verhaal aantrekkelijk blijft.

## ZINTUIGEN

Als je het verhaal afspeelt als een film, welke elementen en voorwerpen zie je? Door je zintuigen te gebruiken help je de lezer om het verhaal voor zich te zien.

## SCHIJN HULPWERKWOORDEN

Ze zijn verslavend om te gebruiken maar helpen je tekst in geen enkel opzicht.

- KUNNEN
- WILLEN
- MOETEN
- GAAN
- MOGEN
- ZULLEN



## BEWEGENDE WERKWOORDEN

Sommige werkwoorden laten een beweging zien. Zo komt je verhaal tot leven. Voorbeeld: Ze maakt een taart. Maken symboliseert geen beweging. Beter is: Ze bakt een taart. Zie je het voor je?

Welke bewegende werkwoorden passen bij jouw verhaal?

Zing

Vecht

Bid

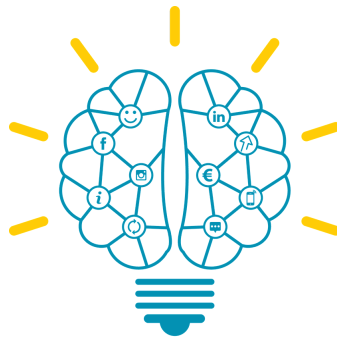
Lach

Huil

Bewonder

# WERKBLAD 4

THE END



Schrijver  
met een missie

Het einde van je verhaal is minstens zo belangrijk als je intro.  
Jij bepaalt welk gevoel de lezer overhoudt aan de tekst.



## HOE LAAT JE DE LEZER ACHTER?

- IN SHOCK
- VERRAST
- WIJZER
- VOLDAAN
- ONGELUKKIG

## NET ALS IN DE FILM

Wat voor einde vind je bij films zelf prettig? Een open einde, een eye-opener of 'ze leefden nog lang en gelukkig'.

- 1) Bedenk welke slotscènes je fantastisch vond
- 2) Vorm die om naar jouw einde

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## CONCREET

Mijn intro is ijzersterk omdat:

Dit gaat de lezer onthouden na het lezen van mijn tekst:

Deze actie verwacht ik van de lezer:

**SUCCESS!**