

Storytelling en journalistiek

Onderzoek naar Praktijk

Sanne Verweij 191007

*Dit afstudeeronderzoek is ingediend om
te voldoen aan de eisen van de hbo-
bachelor Journalistiek.*



Christelijke Hogeschool Ede / Ede
ristian University of Applied Sciences,
2023

aantal woorden: 18.271

Dit afstudeeronderzoek is een origineel werk dat beschikbaar is gesteld aan de Christelijke Hogeschool Ede / Ede Christian University of Applied Sciences om naar eigen oordeel te vermenigvuldigen of te verspreiden via bibliotheken en databases.

Plaats, datum: Amsterdam, 12 juni Handtekening: Sanne Mari Verweij

Inhoudsopgave

Inleiding

- 1.1 Onderwerp en probleemstelling
- 1.2 Aanleiding
- 1.3 Relevantie
- 1.4 Begrippenlijst
- 1.5 Hoofd- en deelvragen

Samenvatting

Hoofdstuk 1 Methodologie

- 1.1 Hypothese
- 1.2 Onderzoeksbenadering
- 1.3 Methodologische reflectie

Hoofdstuk 2

Wat zijn storytellingtechnieken?

- 2.1 Wat is storytelling?
- 2.2 Storytelling in de hersenen
- 2.3 Storytellingtechnieken op macroniveau
- 2.4 Storytellingtechnieken op microniveau

Conclusie

Hoofdstuk 3

Wat is Young Adult?

- 3.1 De doelgroep
- 3.2 Bekendheid onder jongeren
- 3.3 Afkomstig uit Amerika
- 3.4 Kenmerken van het genre Young Adult

3.5 Subgenres/ thema's van het genre Young Adult

Conclusie

Hoofdstuk 4

Welke storytellingtechnieken worden er bij het genre Young Adult gebruikt?

4.1 Storytellingtechnieken van het genre Young Adult

4.2 Interesse in Young Adult vanuit jongeren

Conclusie

Hoofdstuk 5

Welke storytellingtechnieken dragen bij aan het bereiken van jongeren?

5.1 Interesse in lezen

5.2 De interesses van jongeren

5.3 Jongeren en taal

Conclusie

Hoofdstuk 6

Wat doen redacties eraan om jongeren te bereiken?

6.1 Doelgroep bereiken

6.2 Relevantie

6.3 Thema's

6.4 Soort artikel

6.5 Tone of voice

6.6 Experimenteren

6.7 Contact met de doelgroep

Hoofdstuk 7 journalistieke productie

Hoofdstuk 8 conclusie

Hoofdstuk 9 reflectie

Bronnenlijst

Bijlage 1 transcripten

Interview 1: Tirza Holten

Interview 2: Robert van Loon

Interview 3: Celine Sussot

Interview 4: Hannah van der Mark

Interview 5: Aliene Boele

Interview 6: Anouk Burgman

Interview 7: Liesa Carton

Bijlage 2 toezegging journalistieke publicatie

Inleiding

1.1 Onderwerp en probleemstelling

Het onderwerp van mijn afstudeeronderzoek is het bereiken van jongeren, door middel van de storytellingtechnieken van het genre YA. Het onderzoek zal antwoord geven op de volgende vraag: *Hoe kan je de storytellingtechnieken van het genre Young Adult inzetten in journalistieke teksten om jongeren te bereiken?*

Dit onderzoek gaat over hoe het genre Young Adult, dat populair is onder jongeren, gebruikt kan worden om journalistieke teksten ook aantrekkelijk te maken voor jongeren, zodat ze daar meer interesse in gaan tonen. De technieken van het genre Young Adult en de onderwerpen en/of technieken waar jongeren geïnteresseerd in zijn, worden op het einde van dit onderzoek met elkaar gecombineerd. Op basis daarvan wordt er een adviesrapport voor journalisten geschreven, die ze kunnen gebruiken om voor de doelgroep 15-25 jaar te schrijven.

1.2 Aanleiding

Er wordt de laatste jaren veel gesproken over de ontleding onder jongeren (NOS, 2018). Hoewel KVB Boekwerk (2022) vermeldt dat er meer jongeren zijn gaan lezen in de corona tijd is het de vraag of deze trend zal aanhouden. Uit andere onderzoeken blijkt namelijk dat elke generatie minder leest dan de voorgaande generaties (Wennekers en De Haan, 2018). *“65-plussers besteden per dag een uur en 22 minuten aan lezen, terwijl dit onder 13- tot 19-jarigen 14 minuten is. Onder jongeren is er ook een daling te zien van bijna 40 procent, terwijl de oudere generatie op een stabiel percentage blijft”* (Schaper et al., 2019).

Er is de laatste tijd wel veel boekencontent te vinden op social media. Hoewel sommigen denken dat het internet juist de oorzaak van ontleding is (Publiekplein, 2021), zien anderen daar juist oplossingen in (NOS, 2022). Letterdeskundige Dera zegt over BookTok het volgende: *“Het mooie is dat dit bottom-up-initiatieven zijn: jongeren motiveren elkaar om te gaan lezen, zonder inmenging van ouders of leraren”* (Radboud Universiteit, 2022). Social media kan dus een plaats zijn om lezers te trekken. Dit gebeurt veel op TikTok en Instagram onder de naam *BookTok*.

Onder de naam *BookTok* vallen filmpjes die over boeken gaan: die filmpjes gaan van recensies tot quotes of beelden waarop de hoofdpersonen worden afgebeeld. *BookTok* speelt een rol in het terugbrengen van de populariteit van lezen onder jongeren (NOS, 2022).

BookTok is gefocust op jongeren en het genre Young Adult. De filmpjes worden ook door jongeren zelf gemaakt (NOS, 2021).

Young Adult is een genre voor tieners rond de 15-25 (Hebban, 2016). Hoewel hier verschillende meningen over zijn: zo wordt YA ook wel onder de leeftijdscategorie 12 tot 18 jaar geschaard, terwijl je YA-boeken in de bibliotheek vaak onder de leeftijd 18- 25 jaar vindt (Desso, 2019).

Het doel van dit onderzoek is om de onderwerpen ontleding en populariteit met elkaar te verbinden. De vraag is: hoe zou Young Adult er nog meer voor kunnen zorgen dat jongeren bereikt worden? Hoe worden jongeren over de streep getrokken om dit toch te lezen en hoe kan deze methode ook op andere teksten, zoals tijdschriften, online artikelen of kranten, toegepast worden? Die antwoorden zullen naar voren komen in dit onderzoek.

1.3 Relevantie

Het is belangrijk om te weten op welke manieren je jongeren kan bereiken. Jongeren zijn de volgende generatie werkers en daarom is het van belang dat ze veel lezen. Als je veel leest, leer je anderen beter begrijpen en word je empathischer (Mumper M. L. en Gerrig J. R., 2016). Door te lezen ga je meer nadenken en het vergroot je welzijn (Stichting Lezen, 2021). De verbeelding van jongeren wordt groter, omdat ze zich moeten verplaatsen in de hoofdpersoon en zijn beslissingen. Zo leren jongeren over zichzelf en hun plaats in de wereld (Cubiss, 2022).

Ook is het belangrijk voor de Nederlandse taal, omdat jongeren door meer te lezen beter worden in spelling en een beter taalgevoel krijgen. Dit kan je dan weer terugzien in betere schoolresultaten (Stichting Lezen, 2021).

Daarnaast vergaren jongeren meer kennis door te lezen. Kennisvergaring moet jongeren ook aanzetten tot lezen; ze willen juist iets lezen wat ze zelf interessant vinden. Het internet is natuurlijk ook een goede kennisbank, maar daarin is het moeilijker om juiste en onjuiste informatie te scheiden en kritisch te blijven kijken (Cubiss, 2022).

Mijn onderzoek is relevant, omdat de ontleding nog altijd speelt, maar er ook weer hoop is om jongeren enthousiast te krijgen voor boeken (NOS, 2022). De boeken van het genre Young Adult kunnen daarvoor zorgen en juist daarom moet die stijl en de storytellingtechnieken die daarin gebruikt worden, onderzocht worden. Als dit eenmaal is vastgesteld, kan dit toegepast worden in journalistieke teksten om jongeren te trekken.

Uit onderzoek bleek namelijk dat jongeren tot 35 jaar actief het nieuws mijden, onder andere omdat ze het nieuws moeilijk te volgen of te begrijpen vinden (Digital News Report, 2022). Hier moet dus iets aan veranderd worden. In dit onderzoek zal aan het licht komen of er door middel van het genre Young Adult een manier is om journalistieke teksten aantrekkelijker te maken voor jongeren, zodat ze weer geprikkeld worden om meer te lezen.

1.4 Begrippenlijst

Doelgroep/doelgroepgericht: Dit is een groep mensen met min of meer dezelfde kenmerkende eigenschappen, waarop een titel zijn activiteiten en schrijfstijl richt. Meestal doen media dit door een aantal vaste kenmerken van het publiek in gedachten te houden, zoals leeftijd of sekse (Kaashoek en Willemars, 2016).

Tone of voice: Dit wordt gebruikt om de juiste toon aan te slaan waarmee geschreven wordt om met de doelgroep te communiceren. Daarmee wordt de persoonlijkheid van het medium gecommuniceerd (Moran, 2016).

Young Adult: De letterlijke betekenis is jongvolwassenen, en duidt een boekenggenre voor deze doelgroep aan. Hierin staan de ervaringen en problematiek van jongeren centraal. Young Adult wordt ook wel afgekort naar YA-boeken of YAL (Young Adult Literature) (So Many Pages, 2021).

De doelgroep van het genre Young Adult: De focus ligt bij dit onderzoek op de doelgroep 15-25 jaar. Deze groep omvat de verschillende leeftijden wanneer jongeren van kinderboeken afstappen. Een 20-jarige kan evengoed een boek uit dit genre lezen als een vijftienjarige die net voor het eerst een boek uit dit genre oppakt. Zo worden beide groepen hierbij betrokken.

BookTok: Onder de hashtag *BookTok* vallen filmpjes van gebruikers die over hun (favoriete) boeken vertellen; dit gaat van recensies, tot quotes of beelden waarop de hoofdpersonen worden afgebeeld (NOS, 2021).

Embedden: Hierbij plaats je content die ergens anders gepubliceerd staat, foto's, video's of een audiobestand, op jouw eigen website of bij je artikel. Je kunt de content op je website laten zien zonder dat je iets van een ander download of upload (Charlotte, 2017).

Instagram Polls: Dit is een opiniepeiling die je via de verhalen van Instagram verspreidt (Van Dale Uitgevers, 2023).

Instagram Close Friends of Beste vrienden: Gebruikers kunnen een lijst samenstellen en daarin alleen hun 'beste vrienden' toevoegen. Alleen deze groep krijgt de Stories te zien, als deze lijst wordt aangevinkt (Goossens, 2018).

1.5 Hoofd- en deelvragen

Hoe kan je de storytellingtechnieken van het genre Young Adult inzetten in journalistieke teksten om jongeren te bereiken?

- Wat zijn storytellingtechnieken?
- Wat is Young Adult?
- Welke storytellingtechnieken worden er bij het genre Young Adult gebruikt?
- Welke storytellingtechnieken dragen bij aan het bereiken van jongeren?
- Wat doen redacties eraan om jongeren te bereiken?

Samenvatting

Dit is een Onderzoek naar Praktijk over de storytellingtechnieken die gebruikt worden in YA-boeken en hoe je deze kan gebruiken in journalistieke teksten om jongeren te bereiken.

In alle boeken worden storytellingtechnieken ingezet om een tekst mooier en aantrekkelijker te maken voor de lezer. Op macroniveau heb je bijvoorbeeld het vertelperspectief en thema van een tekst en op microniveau de woordkeuze en zinsbouw. Ook in het genre Young Adult komen deze technieken terug en hier wordt in dit onderzoek verder op ingezoomd.

Hoewel er verschillende thema's en subgenres onder het genre YA vallen, kenmerkt het genre zich door een jongere als hoofdpersoon van het verhaal te hebben, en doordat de problemen in het verhaal met het leven van een tiener te maken hebben. Jongeren lijken weer interesse in lezen te krijgen door YA.

Als die interesse in lezen door jongeren omgezet moet worden naar journalistieke teksten, is het nodig om te weten welke onderwerpen jongeren interesseren en hoe huidige redacties daarmee werken. Daarom is er met zeven verschillende jongerenplatformen gesproken om hierachter te komen.

Dit onderzoek komt, aan de hand van meerdere interviews en het bestuderen van literatuur, met drie verschillende methodes waarop een journalist de storytellingtechnieken van het genre Young Adult in een tekst kan verwerken.

1. Een journalist kan het artikel opbouwen aan de hand van een verhalende structuur.
2. Een journalist kan gebruikmaken van de storytellingtechnieken van het genre Young Adult in de inleiding of in een kadertekst van een artikel.
3. Een journalist kan losse elementen uit de storytellingtechnieken van YA gebruiken en inzetten in de tekst. Hiermee kan ook geëxperimenteerd worden.

Door deze technieken toe te passen, kunnen journalisten in het werkveld jongeren beter bereiken met de artikelen die ze schrijven.

Keywords: het genre Young Adult, Young Adult Literature, storytellingtechnieken, jongeren, journalistiek, journalistiek voor jongeren, schrijven voor jongeren

Hoofdstuk 1 Methodologie

1.1 Hypothese

Mijn hypothese is het startpunt van mijn onderzoek naar de juiste technieken om jongeren te bereiken. Aan de hand van literatuur, kwalitatief onderzoek en de antwoorden van redacties zal ik deze veronderstelling testen.

Ik merk zelf dat het werken met een tone of voice erg handig is, zodat iedereen op dezelfde manier schrijft en redactieleden weten dat ‘die taal’ bij jongeren werkt. Daarom verwacht ik dat veel jongerenplatformen daarmee werken.

Ik verwacht dat je aan de hand van Young Adult op verschillende manieren voor jongeren kan schrijven. Ik denk dat er kleine trucjes zitten in verhalen, waardoor jongeren blijven hangen, die je ook zou kunnen inzetten in journalistieke teksten. Een voorbeeld hiervan is het vertragen en versnellen: daarmee kan je een tekst extra spannend maken, waardoor jongeren blijven hangen.

Daarnaast denk ik dat je de technieken die je gebruikt om een boek te schrijven, ook in kan zetten in een artikel voor jongeren. Je schrijft een artikel in een verhalende vorm. Daardoor krijgen jongeren meer mee van de persoon, omgeving en emoties. Ik denk dat jongeren hierdoor meer interesse zullen tonen in de verhalen. Deze verhalende structuur kan ook alleen gebruikt worden om de inleiding of een kadertekst te schrijven.

1.2 Onderzoeksbenadering

De hoofdvraag wordt onderzocht door middel van een Onderzoek naar Praktijk.

Koetsenruijter & Van Hout (2018) delen de volgende quote: *“Het gaat dus over wat journalisten doen en hoe ze werken, over wat ze maken (...).”* Deze quote past bij dit onderzoek, omdat er onder andere onderzoek gedaan wordt naar het werk van journalisten met betrekking op het bereiken van jongeren. Aan de hand van die conclusie ga ik aan de slag om een nieuwe en verbeterde manier van schrijven voor jongeren aan te dragen, aan de hand van het schrijven van het genre Young Adult. Met het adviesrapport als uitkomst van dit onderzoek kunnen de journalistieke praktijk en inhoud verbeterd worden.

2.2 Beschrijving onderzoeksmethoden

Literatuuronderzoek

Literatuuronderzoek kan gedaan worden met verschillende doelen in gedachten. In dit geval zal de literatuur ingezet worden voor onderbouwing en verheldering van de onderzoekskwestie en voor gegevensverkrijging en- interpretatie (Van Keken, 2015). Bij literatuuronderzoek verzamel je gegevens die door anderen verzameld zijn. Hierbij wordt informatie gebruikt, die al door anderen is onderzocht. Daardoor hoeft deze informatie alleen nog maar met elkaar gecombineerd te worden (Verhoeven, 2018). Een nadeel van literatuuronderzoek kan zijn dat er weinig literatuur te vinden is dat verband houdt met het onderzoeksonderwerp. Toch kan dit ook voor een bijzonder resultaat zorgen. Dan kan er namelijk gezegd worden dat er nog te weinig oog voor het onderwerp is (Van Keken, 2015).

Bevragen

Bij dit onderzoek wordt er gebruikgemaakt van bevragen, dit is een kwalitatieve methode. Door gebruik te maken van deze techniek is het mogelijk om met verschillende deskundigen te praten, in dit geval zijn dat redacteuren die al voor jongeren schrijven. Zij geven een professionele blik op het schrijven voor de doelgroep en een kijkje in de praktijk (Koetsenruijter & Van Hout, 2018).

Een nadeel van deze methode is dat je moet oppassen dat je niet op zoek gaat naar verklaringen. Het is moeilijk voor mensen om uit te leggen waarom ze bepaalde dingen zo doen of hoelang ze ermee bezig zijn. Daartegenover staat dat deze methode de mogelijkheid geeft om met deskundigen te spreken, die relevante informatie hebben die je mogelijk niet in literatuur terug zou hebben gevonden (Koetsenruijter & Van Hout, 2018).

2.3 Onderzoeksontwerp per deelvraag

Voor de relevantie van het onderzoek is ernaar gestreefd om gebruik te maken van recente bronnen, maar in sommige gevallen is daarvan afgeweken, omdat de data op dat moment niet afdoet aan de betrouwbaarheid en relevantie van de bron. Op systematische wijze wordt de informatie gezocht, beoordeeld en verwerkt in het onderzoek. Hierbij is gebruikgemaakt van boeken, onderzoeksrapporten, tijdschriftartikelen, social media, verschillende databases en internetbronnen. De betrouwbaarheid en validiteit van dit onderzoek blijken ook uit het feit

dat de literatuur te herleiden is. Daarnaast worden de bevindingen van het literatuuronderzoek en de interviews gecombineerd om tot een duidelijke en heldere conclusie te komen.

Voor de eerste vier deelvragen is gebruikgemaakt van literatuuronderzoek en voor deelvraag 5 is er gebruikgemaakt van de methode bevragen. De reden hiervoor zal hieronder kort uitgelegd worden per deelvraag.

De eerste deelvraag: Wat zijn storytellingtechnieken?

Dit is een definiërende deelvraag, maar heeft ook kenmerken van een beschrijvende deelvraag. Er wordt namelijk onderzoek gedaan naar de definitie en aard van storytellingtechnieken, maar de verschillende storytellingtechnieken worden ook uiteengezet (Swaen, 2021). Het is belangrijk, ook voor de opeenvolgende deelvragen, om precies te weten wat storytellingtechnieken inhouden en hoe je deze kan gebruiken in teksten. Dit is waarom er is gekeken naar bestaande literatuur om deze vervolgens met elkaar te vergelijken. Hiervoor is voornamelijk gebruikgemaakt van boeken, omdat deskundigen, ofwel schrijvers, hierin aan bod komen over de storytellingtechnieken waarvan zij gebruikmaken en deze uitleggen. Daarnaast worden er ook tijdschriftartikelen, onderzoeksrapporten en internetbronnen aangehaald.

De tweede deelvraag: Wat is Young Adult?

Dit is een beschrijvende deelvraag (Swaen, 2021). Niet alleen komen de doelgroep en de oorsprong van dit genre aan bod, er wordt ook gekeken naar kenmerken van het genre en de (sub)thema's die eronder vallen. Hiervoor worden onder andere internetbronnen aangehaald, omdat velen van die bronnen zich specifiek richten op schrijven, op het genre YA of op beiden. Daarnaast komt de naamsbekendheid van Young Adult ook aan bod en daarvoor is gekeken naar gegevens en onderzoeksrapporten, maar ook naar de cijfers online om een compleet en recent beeld te schetsen.

De derde deelvraag: Welke storytellingtechnieken worden er bij het genre Young Adult gebruikt?

Dit is een beschrijvende deelvraag (De Jager et al., z.d.). Het doel is om erachter te komen welke van de storytellingtechnieken van deelvraag 1 specifiek voorkomen in boeken met het genre Young Adult. Daarvoor wordt er gekeken naar tijdschriftartikelen,

onderzoeksrapporten, verschillende databases en internetbronnen. Naast het onderzoek naar de storytellingtechnieken die gebruikt worden bij YA, wordt er ook gekeken naar de technieken die daarvan erg aanslaan. Er wordt onderzocht welke technieken jongeren aanspreken om Young Adult te (blijven) lezen. Zo wordt er gekeken naar de manier waarop auteurs Young Adult schrijven; de manier waarop anderen dit doen, wordt door middel van literatuuronderzoek geanalyseerd. Van daaruit kan er een helder beeld geformuleerd worden over de storytellingtechnieken die voorkomen in dit genre.

De vierde deelvraag: Welke storytellingtechnieken dragen bij aan het bereiken van jongeren?

Dit is een verklarende deelvraag (De Jager et al., z.d.). Er wordt gekeken naar de interesses van jongeren in lezen en de interesses van jongeren in het algemeen. Daarvoor is gebruikgemaakt van bestaande onderzoeksrapporten en statistieken. Daarnaast wordt er ook gekeken naar de storytellingtechnieken die jongeren aanspreken. Daarbij worden een aantal specifieke storytellingtechnieken uit de beantwoording van hoofdstuk 1 teruggepakt om tot een conclusie te komen, samen met andere literatuur. Literatuuronderzoek is hierbij de beste methode, omdat gegevensverkrijging belangrijk is. Bij literatuuronderzoek worden gegevens verzameld die al door anderen zijn verzameld: in dit geval is dat interessant, omdat hier al veel onderzoek naar gedaan is (Van Keken, 2015). Door middel van het combineren van de al gedane onderzoeken over de interesses van jongeren, valt er een compleet en relevant beeld te schetsen van wat jongeren interesseert en waarmee je ze dus zou kunnen bereiken.

De vijfde deelvraag: Wat doen redacties eraan om jongeren te bereiken?

Dit is een evaluerende deelvraag: er wordt gekeken naar de werkwijze van journalisten om te kijken wat wel en niet werkt om jongeren te bereiken (De Jager et al., z.d.). Hiervoor is gekozen voor interviews met experts op het gebied van schrijven voor jongeren, namelijk redactieleden met een baan bij een jongerenplatform.

De geïnterviewden werden allen geïnterviewd aan de hand van dezelfde vragen om tot een duidelijke vergelijking te komen.

- Wat is jullie doelgroep?
- Wat doet de redactie eraan om de doelgroep te bereiken?
- Hoe zorgen jullie ervoor dat de onderwerpen relevant zijn voor jongeren?

- Welke thema's doen het vooral goed onder jullie doelgroep?
- Wat voor soorten artikelen doen het goed? Interviews, columns, ...
- Schrijven jullie volgens een tone of voice?/ Hoe schrijf je anders dan als je voor volwassenen zou schrijven? Taalgewijs? (bijvoorbeeld woordkeuze, titel...)
- Wordt er weleens geëxperimenteerd met de schrijfstijl?
- Hebben jullie ook communicatie met de doelgroep over de artikelen waarover jullie schrijven, bijvoorbeeld in de vorm van enquêtes?

Per respondent kon het verschillen op welke onderwerpen dieper werd ingegaan. Naar aanleiding van een onderwerp waar het platform veel over te zeggen had, werd er wel of niet verder doorgevraagd.

Wie zijn er geïnterviewd en waarom?

Hieronder staat vermeld met welke platforms er is gesproken en wat de doelgroep van het platform is. Wat belangrijk is, is dat er ook gesproken is met een Belgisch platform waaraan meer dan tachtig organisaties werken, een uitgeverij die artikelen schrijft en een marketingcommunicatiemedewerker die onderzoek deed naar het schrijven voor jongeren bij een lokale omroep. De reden dat deze platformen mee zijn genomen in het onderzoek is simpel: om een zo goed mogelijk beeld te kunnen vormen van het schrijven voor de doelgroep. Transcripten van de interviews zijn te vinden in bijlage 1.

Hierbij moet wel vermeld worden dat de doelgroepen verschillen, maar dat ze allemaal wel binnen mijn doelgroep vallen, dat is namelijk 15-25 jaar oud (noot: alleen Girlscene gaat hierover heen, maar de kern van de doelgroep valt in de categorie 15-25 jaar).

- Beam (doelgroep 12-18 jaar): Tirza Holten.
- RTV Dordrecht (doelgroep jongeren (geen specifieke leeftijd)): Robert van Loon.
- ND Studenten (doelgroep 18-25 jaar): Aliene Boele.
- Girlscene (doelgroep 15-30): Celine Sussot.
- Blossom Books (doelgroep 15-25): Hannah van der Mark.
- Brandpunt+ (doelgroep 18-25): Anouk Burgman.
- WAT WAT (doelgroep 11-24): Liesa Carton.

Deze platforms zijn geïnterviewd vanwege de doelgroep die zij aanhouden tijdens het schrijven, zij zijn betrokken bij het schrijven voor jongeren en daarom zijn zij relevante

bronnen (Kussendrager, et al., 2014). Het doel van de interviews is om erachter te komen of redacties op een andere manier schrijven voor jongeren dan voor volwassenen, waar ze dan rekening mee houden en of ze daarvoor een schrijfwijzer of tone of voice gebruiken.

1.3 Methodische reflectie

Dit onderzoek zou nog steeds dezelfde uitkomst hebben, mocht het door iemand anders gemaakt worden. Er zit een goede variatie in bronnen en het gebruik van diverse methoden is toegepast, wat het betrouwbaar maakt. Toch zijn er een aantal aspecten die de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek zouden kunnen verbeteren.

Voor de betrouwbaarheid van het onderzoek zou ik de volgende keer het liefst nog meer jongerenredacties spreken: ik had graag nog met redactieleden van Teenmag en Huis van Belle gesproken. In Nederland zijn dat ongeveer alle jongerenplatformen (inclusief de redacties die geïnterviewd zijn). Daarom ben ik breder gaan kijken en is ervoor gekozen om ook naar blogs van uitgeverijen en Belgische jongerenplatformen te gaan kijken. Deze zijn ook meegenomen in de interviews om het blikveld te vergroten en zo meerdere visies op het schrijven voor jongeren te verzamelen.

Als ik verder zou gaan met dit onderzoek zou ik de experts die ik geïnterviewd heb mijn adviesrapport willen voorleggen en vragen wat ze daarvan vinden. Daarnaast zou ik vragen hoe zij het schrijven voor jongeren door middel van Young Adult zouden aanpakken of verbeteren. Hiervoor is dus wel eerst de conclusie van mijn onderzoek nodig en deze conclusie was er ten tijde van de interviews nog niet. De conclusie is geformuleerd op basis van literatuuronderzoek en de interviews die zijn gehouden met experts.

Er zou dieper ingegaan kunnen worden op de storytellingtechnieken die er zijn en op de precisie waarmee die worden ingezet, hier was het woordenaantal simpelweg te weinig voor. Daarnaast zou er met een uitgebreider onderzoek ingegaan kunnen worden op andere factoren die bijdragen aan het succes van YA, bijvoorbeeld marketingcampagnes. Die zouden ook worden ingezet om jongeren te bereiken, maar dit ligt net buiten het aandachtsveld waar het onderzoek zich op richt. Dit onderzoek richt zich specifiek op de storytellingtechnieken waar het genre YA gebruik van maakt en niet op andere factoren rondom de populariteit van het genre.

Om dit onderzoek nog betrouwbaarder te maken, kan er dieper ingegaan worden op het testen van de uitkomsten. Hierbij zou een jongerenplatform kunnen experimenteren met de schrijfstijl en aan de hand van cijfers kunnen meten, hoe goed de conclusie van dit onderzoek in de praktijk werkt.

Daarnaast zou er ook een media-analyse gedaan kunnen worden om te kijken welke technieken journalisten meenemen in hun teksten. Hoewel dit ook zou kunnen overlappen met de antwoorden van de interviews die zijn gehouden, kan het wel bijdragen aan de validiteit van het onderzoek.

Hoofdstuk 2

Wat zijn storytellingtechnieken?

Voor deze deelvraag wordt er gekeken naar de oorsprong van storytelling en welk effect het op je hersenen heeft. Want waarom houden we allemaal zo van storytelling, en zal dit eigenlijk ooit uit de wereld verdwijnen? Daarnaast komen de storytellingtechnieken zelf aan bod: op macro- en microniveau. Daar wordt in de latere hoofdstukken op teruggepakt.

2.1 Wat is storytelling?

Storytelling bestaat al decennialang. Vroeger waren het de verhalenvertellers rondom het vuur die hiermee aan de haal gingen, later werden het de mensen die anderen op de hoogte hielden van gebeurtenissen (Warnes, 2022).

Als je teruggaat in de geschiedenis van storytelling zul je zien dat het gaat om het delen wat je hebt gehoord en wat je leuk of interessant vond. Powers (1948) vindt dat het de bedoeling is dat anderen de emotie voelen. “Make a story so alive that the audience reacts with like emotions, laugh, thrills, and experiences the same heart-warming that you have felt in telling it.”

Bouma (2012) schreef dat verhalen je iets moeten vertellen over geboorte, dood, liefde, wraak, bedrog, macht en onmacht. Je creëert een verhaal door verschillende gebeurtenissen met elkaar te verbinden. In haar boek noemt ze het volgende voorbeeld:

“Mijn oom stierf op 49-jarige leeftijd. Een jaar later stierf zijn tuinman.”

“Mijn oom stierf op 49-jarige leeftijd; een jaar later stierf zijn tuinman van verdriet.”

Daarnaast is storytelling ook een middel om je boodschap mee over te brengen. Bedrijven gebruiken storytelling bijvoorbeeld door hun product een boodschap te geven die inspeelt op emotie en zo dus blijft hangen. Een mooie zin om samen te vatten wat storytelling inhoudt: “Storytelling is een techniek om emotionele verbinding te creëren waardoor jouw verhaal blijft hangen” (Ten Stripes, 2023).

2.2. Storytelling in je hersenen

Het is belangrijk om herkenbare situaties en personages te creëren. Hierdoor kunnen mensen het met zichzelf vergelijken en kunnen ze zo het verhaal begrijpen, onthouden en er vervolgens van leren. Maar wat maakt een verhaal nou zo aantrekkelijk voor de mens?

Storytelling creëert verbinding en zorgt ervoor dat de ontvanger het verhaal aan zijn eigen leven linkt. De emoties die je daarna ervaart, zorgen voor de afgifte van dopamine. Dit komt uit het beloningscentrum van onze hersenen en zorgt onder andere voor motivatie, aandacht en stemming en geheugen (Nederlands Herseninstituut, 2023). Dopamine ontstaat vooral door de spanning op te bouwen. Je wilt weten hoe iets verder gaat of hebt te maken met een cliffhanger, waardoor je op het randje van je stoel zit.

Storytelling zorgt ook voor oxytocine: een hormoon waarvan een mens fijne gevoelens, zoals vertrouwen, liefdadigheid en verbondenheid krijgt (Ten Stripes, 2023). Dit ontstaat meestal door iets wat je raakt. Oxytocine maak je los bij iemand door ze te laten meeleven met het personage (Content Animators, 2020). Endorfine kan ook geactiveerd worden met storytelling. Endorfine wordt opgewekt door te lachen. Niet elk verhaal is natuurlijk om te lachen, maar zelfs in een treurig verhaal kan een grappige opmerking doel treffen. Endorfine is een gelukshormoon, hierdoor kunnen mensen zich ook creatiever, relaxter en meer gefocust voelen (Content Animators, 2020; Reinoud, 2019).

2.3 Storytellingstechnieken op macroniveau

Een boek dat je in de winkel koopt, is opgebouwd uit verschillende verhaalelementen, zoals opbouw en personages. Hieronder zijn de verhaalelementen uiteen gezet om te zien uit welke bouwstenen een verhaal bestaat. Daarna gaan we inzoomen op de storytellingstechnieken die gebruikt worden om een tekst op te fleuren.

De verhaalelementen waaruit een verhaal is opgebouwd

Een narratief idee

Blanken en De Jong (2014) geven zeven criteria waar een verhaal aan moet voldoen. De volgende elementen moeten volgens hen in elk verhaal terugkomen:

1. Personage: deze persoon draagt het verhaal.
2. Personages rondom de hoofdpersoon: familie, vrienden, burens et cetera.
3. Een complicatie (of een situatie): een probleem, conflict of een wending, waardoor alles op gang komt.
4. Handeling: wat gebeurt er?
5. Ontknoping: wat gebeurt er op het einde? Wat is de ontknoping of de climax? Heeft de hoofdpersoon nieuwe inzichten gekregen?
6. Motief: wat drijft de personages. Willen ze een probleem oplossen, wraak, verlossing?

Om het overzichtelijk te houden, beginnen we met een chronologische opbouw van storytellingtechnieken.

Vertelperspectief

De verschillende vertelperspectieven waaruit je kan schrijven (Bouma, 2020):

- Ik-perspectief ('ik ga naar huis')
- Persoonlijk perspectief of hij/zij- perspectief ('hij moest naar huis')
- De alwetende verteller ('hij gaat naar huis, daar zal hem een onheilspellende verrassing te wachten staan': deze verteller weet alles wat er gaat gebeuren al en beschrijft alles vanaf een afstandje)
- Jij en wij-vorm ('jij ging naar huis')
- Personificatie van een voorwerp

Tijdsperspectief

Hoeveel tijd verstrijkt er van begin tot eind van het verhaal? Bevindt het personage zich in de toekomst of in het nu? Met tijd kan een schrijver vele trucjes uithalen. Als een verhaal maar een dag heeft, zal er waarschijnlijk gebruikgemaakt worden van flashbacks. Een schrijver kan de tijd in zijn verhaal gebruiken. Als tijdstippen en tijdsduur geen functie hebben, hoeven ze ook niet vermeld te worden. De tijdsperiode moet houvast geven, maar mag vaag blijven (Schouten, 2009).

Muts (2015) noemt drie vormen van tijdsperspectief:

- Tegenwoordige tijd
- Verleden tijd

- Toekomstige tijd (je gaat nog iets doen)

Een voordeel van schrijven in de tegenwoordige tijd is bijvoorbeeld dat je gemakkelijk zorgt voor spanningsbogen. Niemand weet nog wat er gaat gebeuren, omdat het zich in het nu afspeelt. Alle opties staan dus nog open (Jonkman, 2014). Je kunt ook spelen met werkwoordstijden zoals het afwisselen van de tegenwoordige tijd met de verleden tijd. Dit wordt vaker gedaan als een verhaal in de tegenwoordige tijd verteld wordt en flashbacks zich in de verleden tijd afspelen, zodat de lezer goed het verschil ziet (Schouten, 2009).

Thema

Bouma schrijft in *Schrijf je levensverhaal* (2020) over thema's. Zij heeft veel research gedaan om tot zeven thematische domeinen te komen:

- Overleven (hechting, zekerheid, veiligheid, geboorte, ziekte en dood)
- Lichamelijkheid (liefde, begeerte, seksualiteit, drifte, relaties, emoties, genot en angst)
- Identiteit (macht, zelfbewustzijn, ego, ambitie, respect en aanzien)
- Liefde (idealisme, sociale betrokkenheid)
- Creativiteit (communicatie en expressie)
- Inzicht (kennis, wijsheid en inspiratie)
- Spiritualiteit (wonderen, onthechting, hoger bewustzijn)

Bouma (2020): “(...) willen we als lezer graag weten via welke situaties, conflicten en eventuele strijd die ontwikkeling heeft plaatsgevonden. Je ware potentieel kun je pas ontdekken als je durft te kijken naar wat jou [\[de hoofdpersoon\]](#) een tijdje heeft belemmerd, welke emoties je wegstopte, waar je je voor schaamde of wat je ambieerde of nastreefde.”

Bepaalde thema's kunnen dus ingedeeld worden in de domeinen. Als de hoofdpersoon zich miskent voelt, dan kan hij werken aan zijn identiteit (punt drie) en als de hoofdpersoon nooit liefde heeft ervaren, dan moet hij werken aan 'overleven.'

Georges Polti schreef meer dan honderd jaar geleden al over 36 dramatische situaties in zijn boek *Les trente-six situations dramatiques*. Het idee is dat er 36 dramatische situaties bestaan, oftewel dat dat alle mogelijke verhaal ideeën ooit zijn. Elk verhaal kan zich scharen onder een van de 36 situaties (Veldman, 2007)

De structuur

Een verhaal is opgedeeld in een begin, midden en slot, maar er zit ook een bepaalde structuur aan een verhaal. Schouten (2009) beschrijft een aantal bekende verhaalstructuren:

- Cirkelvertelling (het eind en het begin omarmen het verhaal)
- Raamvertelling (verschillende kleinere verhalen vertellen één groot verhaal)
- Chronologische structuur (oorzaak en gevolg verhaal)
- Alternierende structuur (tijd, plaats of perspectief worden afgewisseld)
- Universele verhaalstructuur (die wordt bij de meeste verhalen gebruikt en deze licht ik toe in de bijlage)

Plot

“Plot is nothing more than the way you organize your story—the way you fit the puzzle pieces together to form a connected and coherent picture for the reader. (...) plot is the glue that holds character and story together and that makes the story compelling to read” (Lamb, 2008). Plot houdt het verhaal dus bijeen, zodat het een geheel vormt. Daarin is nog een onderscheid te vinden tussen plotgedreven en karaktergedreven verhalen.

Lamb (2008) geeft een stappenplan voor het schrijven van een sterk plot:

- Kies één idee, een paar personages en een paar gebeurtenissen. Gebruik niet te veel subplots of afleidingen. Daardoor kan de spanning juist wegglijden of het verhaal onbegrijpelijk worden (Brokken, 2018).
- Creëer een goed conflict. Dit zet de toon voor de rest van het verhaal.
- Als een scène het plot of de ontwikkeling van de personages niet verder helpt, verwijder het dan.
- Gebruik actie om het personage te vertalen naar het plot. Wanneer de held een obstakel tegenkomt, moet hij die overwinnen. Dat zet dan weer een nieuwe reeks gebeurtenissen in gang.
- Keuzes creëren conflict en pijn. Zonder een keuze is er geen conflict.
- Obstakels moeten door het hele verhaal te vinden zijn. Als er een obstakel wegvalt, ontstaat er weer een nieuwe.
- Schrijf met de gedachte van tempo en spanning in je achterhoofd. Het eerste obstakel is klein en daarna worden ze steeds groter. Zo stijgt de spanning.

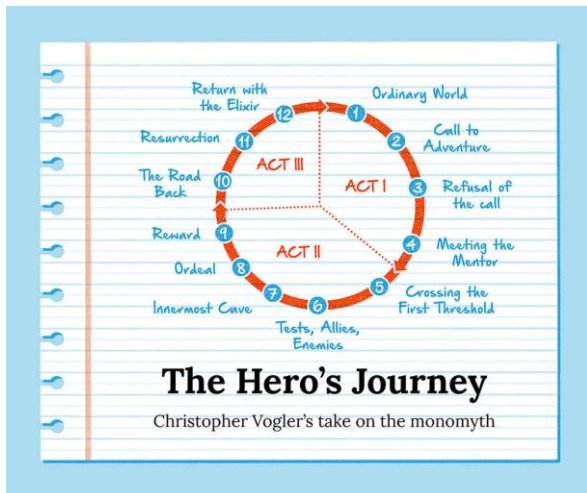
- Creëer spanning door het zetten van een deadline. De spanning stijgt als een personage iets binnen een dag moet hebben en er dus een deadline is.
- Wat het hoofdpersoon ook doet, het moet vanuit een gegronde reden zijn. Hij moet uniek zijn en beslissingen maken die de lezer kan volgen en die bij het personage passen.
- Dramatiseer het einde, zodat de lezer waar krijgt voor de tijd die hij in de tekst heeft gestoken.

Ook Jonkman (2014) heeft een paar trucjes om het plot te versterken:

- Een object een betekenis geven, zoals de ring in *Lord of the Rings*.
- Rode haring: je laat hints vallen over wie de dader is om de lezer op het verkeerde been te zetten. Als ze zeker denken te weten wie het is, laat jij als schrijver een ander personage verschijnen die ze door de rode haring over het hoofd hebben gezien.
- Alles, of bijna alles, moet nut hebben. Als een personage in hoofdstuk 1 wordt voorgesteld en niet meer terugkomt, heeft de lezer daar dus niks aan gehad.

Hoofdpersoon

Alles draait om de hoofdpersoon in verhalen. Wat doet hij? Wat wil hij? Hoe denkt hij? De hoofdpersoon is (vaak) degene met het probleem waarop gereageerd moet worden en waar het hele verdere verhaal over gaat. De hoofdpersoon is dus erg belangrijk (Muts, 2015). In veel verhalen wordt er voor de reis van de held gebruikgemaakt van *The Hero's Journey*. Dit is een structuur waarop je jouw verhaal kan baseren om de stappen van de held en dus het verhaal te doorlopen. Via hoogte- en dieptepunten groeit de held en maakt hij een ontwikkeling door. Op het einde is hij dan gelukkiger of wijzer en heeft hij dingen geleerd (Bouma, 2020).



Bron: Reedsy

Conflict

Voor een conflict heb je wrijving nodig. Dit kan een intern of een extern conflict zijn. Is het hoofdpersoneage in strijd met zichzelf? Dan is het een intern conflict. Vecht hij tegen een onjuistheid of de 'slechterik'? Dan is het een extern conflict. Brokken zegt hier het volgende over:

“Als je een conflict beschrijft, moet je er ook werkelijk een wedstrijd van maken. Het mag van tevoren niet duidelijk zijn wie wint of wie verliest. Het mag ook nooit gaan tussen iemand die voor honderd procent sympathiek is en iemand die voor honderd procent antipathiek is. The bad guy moet ook aandoenlijke kanten hebben, de aardige vader mag ook tijdelijk autoritair zijn en de autoritaire vader tijdelijk aardig” (Brokken, 2018).

Het conflict laat het hoofdpersoneage wankelen (Jonkman, 2014). Het laat zien wat het personage belangrijk vindt; zonder conflict is er ook niks om te vechten en dus vaak geen verhaal. Daarnaast zorgt het ervoor dat het personage een ontwikkeling doormaakt.

Setting en sfeer creëren

De ruimte kan bijvoorbeeld invloed uitoefenen op je hoofdpersoon of te maken hebben met het achtergrondverhaal van het personage (Catsburg, 2022). Onder de ruimte van een verhaal verstaan we plaats, omgeving en omstandigheden. De setting die een schrijver kiest, is niet

willekeurig en zegt iets over de hoofdpersoon. De ruimte moet goed neergezet worden, zodat de lezer er gelijk een beeld bij heeft.

De omgeving kan veel toevoegen aan de beleving van het verhaal voor de lezer. Catsburg (2022) geeft tips hoe je nog beter gebruik kan maken van de ruimte in je verhaal:

- Gebruik alle zintuigen, dus beschrijf niet alleen hoe de ruimte eruitziet.
- Zoom in op de details die het meeste vertellen.
- Laat je personages iets doen in de ruimte, waardoor je de omgeving erbij betreft. Als ze in de keuken de afwas doen, laat ze dan de laatjes open- en dichtklappen.

Spanningsboog

De spanningsboog houdt het verhaal interessant voor de lezer, die begint laag en bouwt zich langzaam op tot zijn hoogtepunt (Jonkman, 2014). Spanning kan je opvoeren door af te wisselen tussen timing, versnellen en vertragen (Schouten, 2009). De drijfveren om het personage te blijven volgen, zijn angst (komt het nog goed?), hoop (ik hoop dat het goed komt) en nieuwsgierigheid (hoe gaat het nou goed komen?).

Om de spanning te versterken:

- Eindig je hoofdstukken zo vaak mogelijk met een cliffhanger, zodat de lezer op het puntje van zijn stoel zit.
- Heftige scènes worden opgevolgd door bedrieglijke rust; een stilte voor de storm. Het lijkt een oplossing, maar zorgt eigenlijk alleen nog maar voor meer ellende.
- Die scènes van rust zijn ook fijn voor je lezer om even bij te komen. Dan maak je dus ook gebruik van de technieken versnellen of vertragen of je bouwt een hoofdstuk in met bijvoorbeeld innerlijke gedachten en weinig actie (Schouten, 2009).

Dialoog

Met dialoog heb je meestal twee mensen aan het woord (of meer). Die personen kunnen niet op dezelfde manier praten volgens Verborgt (2007). Schrijvers moeten niet alleen nadenken over wat er gezegd moet worden, maar ook over hoe dat gezegd moet worden. Personages hebben een eigen taal nodig. Zo geeft hij als voorbeeld: “Jane: woedend, bijtend, altijd ongeduldig,” en “Hartsvriendin: intens, dromerig, kwetsbaar.” Die eigenschappen moet je dan ook terug laten komen in je tekst, vindt Verborgt (2007).

Elk personage heeft zijn eigen tone of voice waarin niet alleen gedachten en het waarnemend vermogen weerspiegeld worden, maar ook hoe iemand praat. Dus ook hoe diegene iets beschrijft, of hoe iemand tegen iets aankijkt (Bouma, 2020, p.151).

2.4 Storytellingtechnieken op microniveau

De bovenstaande elementen zijn vooral belangrijk voor de opbouw van een verhaal. Dat zijn als het ware de ingrediënten die je gebruikt voor het schrijven van een verhaal. Om de tekst nog mooier te maken, zijn er nog een aantal elementen waar je op kan letten om een tekst nog mooier te maken.

Stijlfiguren

Dit is een manier van schrijven die gebruikmaakt van formulering, bijzonder gebruik van een woord of afwijking van de normale zinsbouw.

Anafoor: Herhaling van hetzelfde woord. Dit kan een tekst heel sterk maken door bijvoorbeeld steeds het eerste woord te herhalen (Brokken, 2011).

Eufemisme: Verzachtende woorden. Zo klinkt ‘mager’ minder aardig dan het woord ‘slank.’ Eigenlijk zeg je hiermee dingen op een mooiere manier dan ze zijn. Ze kunnen daarom ook een ironisch effect hebben. Een voorbeeld van Peter van der Horst (1996): ‘U liegt’ of ‘u vergist zich waarschijnlijk.’

Dysfemisme: Je vervangt iets onaangenaams met een nog grover woord: niet ‘lak’ aan iets hebben, maar ‘schijt’ (Brokken, 2011).

Hyperbool: Iets groter maken dan het eigenlijk is. Een voorbeeld van Brokken: “Hij sterft van de honger.” Dit gebeurt niet echt, maar je leest hierin wel dat iemand heel veel honger heeft (Brokken, 2011).

Metafoor: “Metafoor is een vorm van beeldspraak, die de situatie, woord of zin een andere naam geeft.” Hierdoor probeer je een sterker beeld te creëren bij je lezer (Muts, 2014). Je vergelijkt dus twee dingen met elkaar die op het eerste gezicht niks met elkaar te maken

hebben, maar wel enige overeenkomst hebben. Je zegt bijvoorbeeld over iemand die lang is: hij is de giraffe van het team (Rijnvis, 2022).

Antifrase: Dit is het tegenovergestelde van wat iemand bedoelt. Een voorbeeld: als iemand zegt dat de cijfers weer uitzonderlijk zijn, terwijl hij eigenlijk bedoelt dat ze heel slecht zijn. Door de situatie te omschrijven kan je dit als schrijver het beste aankleden (Brokken, 2011).

Alliteratie: Spelen met klank, zoals de zin: “De zon in de zee zien zakken.” Deze zin klinkt heel lekker, omdat de ‘z’ verschillende keren voorkomt in deze zin.

Pleonasme: Hiermee kan een schrijver de aandacht vestigen op een bijzonderheid of verbazing uitdrukken. Zo kan het zijn dat de sneeuw ‘een vieze bruine smurrie is geworden’ en een schrijver kan dan de vergelijking maken met de perfecte witte sneeuw die er voorheen lag. Je kan hier ook mee de fout ingaan als je dit gebruikt zonder functie. Een voorbeeld hiervan: “De oppositie had kritiek op de al te overhaaste besluitvorming.” De oppositie is al tegen, dus dan is het logisch dat die kritiek levert (Renkema, 2002).

Tautologie: De betekenis van een woord wordt nog een keer met een ander woord uitgedrukt. Voorbeelden hiervan zijn: eenzaam en alleen, nooit ofte nimmer of pracht en praal (Renkema, 2002).

Dubbelzinnigheid: Een zin of een woord heeft meerdere betekenissen. Dit kan zorgen voor grappige situaties of juist voor verwarring bij de lezer. Uit het zinsverband moet dan blijken welke betekenis er wordt bedoeld. Als je zegt: “Ik heb een foto van Lisa,” dan is het onduidelijk of je die van haar hebt gekregen, van haar hebt gemaakt of dat die foto echt van Lisa is. Dat moet blijken uit de rest van de tekst (Renkema, 2002).

Cliché: Om een cliché uit de weg te gaan, is het goed om na te denken over de formulering en gebruik te maken van synoniemen. Zo kun je in plaats van cliché ook zeggen: niet origineel. Je moet iets zo opschrijven dat de lezer het niet al honderd keer heeft gelezen, maar toch verrast is (Brokken, 2018).

Motieven: Een motief is een terugkerend element, bijvoorbeeld een rode broek die meerdere keren in het boek voorkomt. Een motief kan heel veel dingen zijn: een voorwerp, kleur, handeling, gevoel of zelfs een liedje. Het is belangrijk om dit element dan meerdere keren in het verhaal terug te brengen, zodat de lezer ziet dat het belangrijk is en ergens voor staat (Bibliotheek Noordwest Veluwe, z.d.).

Symbolen: Iets kleins kan symbool staan voor wat anders. Een smiley staat symbool voor blij zijn en lachen, maar rood staat bijvoorbeeld symbool voor nieuwsgierigheid en passie (Marjor, 2017). Door hiervan op de hoogte te zijn, kan je een extra laag aan je verhaal geven. Het kan ook het thema versterken en een motief zijn in een verhaal (Bibliotheek Noordwest Veluwe, z.d.).

Suggestie

Door suggestie te gebruiken kun je associaties bij de lezer opwekken. Een zin kan zorgen voor een hele rits beelden bij de lezer. Hogenkamp geeft als voorbeeld de zin: *“Gisteren om deze tijd was er nog niets aan de hand.”* Dit suggereert dat er verschillende negatieve dingen zijn gebeurd. De lezer weet dit niet zeker, maar met genoeg suggestie moet de lezer zelf ook nadenken en opletten en houd je de aandacht van de lezer erbij (Hogenkamp, 2014).

Zintuigen

Door het schrijven met zintuigen voelt het voor de lezer alsof hij er zelf bij is. Je schrijft dus wat je voelt, hoort, ziet, ruikt en proeft. “We moeten ons innerlijk beleven via beelden, geluiden, geuren en sensatie duidelijk maken,” zegt Bouma (2020). Het is belangrijk om je lezers echt mee te nemen in de wereld door middel van de details. Schrijf dus niet over het eten dat lekker ruikt, maar over de gebraden geur die je tegemoet komt die je aan de zomer doet denken.

Beeldend schrijven

Beeldend schrijven gaat over kleine details die veelzeggend zijn. Het is iets zo omschrijven, zodat de lezer het voor zich ziet (Brokken, 2018). Een beeld heeft namelijk meer

zeggingskracht dan een uitgebreide beschrijving (Major, 2017). Dit kan je doen door specifieke woorden te gebruiken. Je wilt namelijk dat de lezer het voor zich ziet in zijn hoofd. Je kunt dus zeggen ‘busje’, maar je kunt ook beschrijven dat het busje geblindeerde ramen heeft en zwart is wat het mysterieuzer maakt. Of je schrijft over een auto, daarvan kan je dan personenauto maken. Daardoor weet je bijvoorbeeld dat het geen politiewagen is.

Bijvoeglijke naamwoorden kunnen hieraan bijdragen. Je maakt een duidelijk verschil wanneer je inktzwart zegt of spierwit (NIOW, z.d.). Je hebt ook beeldende werkwoorden: je kunt beter *turen*, *gluren* of *staren* zeggen in plaats van *kijken*. Zo specificeer je wat je personage doet (Rijnvis, 2020).

Major (2007) schrijft dat je moet bedenken wat je wil schrijven en welk beeld daarbij past. Voelt iemand zich ingesloten? Dan kan je spreken over hoge gebouwen die hem lijken in te sluiten. Beeldspraak en vergelijkingen zijn ook erg handig (Muts, 2014). Hierbij wordt een voorwerp of een begrip vervangen door een beeld. Een voorbeeld van Major: “‘Hij was zo mager als een speenvarken.’ Soms werkt het beeld sterker wanneer je de vergelijking weglaat: ‘Het speenvarken kwam aangelopen.’”

Om informatie duidelijk te maken aan de lezer zijn het gebruik van vergelijkingen erg handig. Een voorbeeld: “De opslagruimte van een cd-rom is 4800 megabit. Dat komt overeen met zo’n 15000 getypte pagina’s.” Zo krijgt de lezer er gelijk een beeld van in zijn hoofd, waardoor het duidelijk is wat je als schrijver wil zeggen. Om een tekst te verduidelijken kan je ook een voorbeeld geven (Van der Horst, 1996).

Tijd trucjes

Tijdsverdichting: dit is een gebeurtenis die in een paar regels wordt samengevat. Het is niet van belang om dit uitgebreid te beschrijven, maar wel belangrijk voor de lezer om te weten.

Tijdsprong: een sprong in de tijd. Als we bijvoorbeeld een paar maanden overslaan in het verhaal. Zonder dit te vermelden kan dit erg verwarrend voor de lezer zijn.

Chronologische volgorde: de gebeurtenissen worden verteld in de volgorde waarin ze gebeuren. Hierin kunnen wel herinneringen die zich op een andere tijdstip bevonden aan bod komen. Dat wordt een flashback genoemd (Post, 2016).

Tijdsvertraging: als er met vertraging geschreven wordt, worden er details uitgebreid beschreven, zodat een gebeurtenis uitgestrekt wordt. Zo duurt een scène langer en kan er spanning opgebouwd worden (Muts, 2015).

Versnellen: Bij 4.1 onder het kopje spanning creëren, staan technieken om vaart in de tekst te brengen.

Flashbacks en flashforwards: Het is fijn om aan de lezer te laten weten hoeveel tijd er is verstreken. Als dit heel erg wisselt, kan je dit voor de duidelijkheid ook bij je nieuwe hoofdstuk vermelden (Jonkman, 2014). Het is ook fijn om een flashback in cursief te zetten, zodat de lezers goed zien dat dit over een andere tijd gaat. Met een flashforward net zo: “Geef aan dat het een gedachte is, of laat duidelijk merken dat het zich nog moet gaan afspelen” (Muts, 2015).

Woordkeuze

Brokken (2018) vindt dat een schrijver het moeilijk heeft vanwege de woorden waar hij rekening mee moet houden. “Bij schrijven gaat het om duizend en één dingen, maar het begint en eindigt met het juiste woordgebruik.” Je moet je als schrijver bij ieder woord afvragen of het de juiste is. Het schrijven moet origineel zijn, maar ook natuurlijk. Je moet goed nadenken over de woorden die je gebruikt en komt tot de volgende conclusie: “Met normale woorden kun je een uitzonderlijke pracht of diepte bereiken.”

Dit beaamt Van der Vorst (1996). Hij geeft advies om woorden te kiezen waar je lezers mee bekend zijn en om frequente woorden te kiezen. Deze frequente woorden zijn meestal kort en korte woorden zijn leesbaarder.

Heerink (2009) schrijft onder andere over correct Nederlands schrijven en logisch en leesbaar formuleren. Hij heeft hierdoor een goede kijk op het begrip woordkeuze. Hieronder de drie tips die hij meegeeft:

- Moeilijke woorden kan je beter vermijden, omdat alternatieven veel meer voor de hand liggen dan de woorden zelf. Bovendien lezen die sneller en worden die beter begrepen.
- Zorg voor afwisseling tussen de woorden. Het is bijvoorbeeld vervelend als je de hele tijd dezelfde benaming gebruikt. Noem bijvoorbeeld Sinterklaas ook eens de beste man, de man met de witte baard of simpelweg hij.
- Vermijd onnodige woorden in zinnen. Als je het makkelijker kan zeggen, doe dat dan ook.

Zinsbouw

Vermijd hele lange zinnen, maar maak gebruik van verbindingswoorden, zoals *toch*, *maar* of *omdat* of deel de zin op (Heerink, 2009). Hierover wordt geschreven in *het Trouw schrijfboek (De Berg en Welgraven, 2014)*. Ze schrijven over de volgende vuistregel voor het gemiddelde aantal woorden in een zin:

- 15 woorden in een zin voor lezers met mavo.
- 22 woorden in een zin voor lezers met atheneum of gymnasium.
- 26 woorden in een zin voor lezers met een universitaire opleiding.

Dit gaat over teksten in het algemeen. Ze schrijven als aanbeveling vijftien woorden in een zin voor bijvoorbeeld een ochtendblad met een breed publiek. Een zin hoeft niet per se te eindigen met een punt of vraagteken, maar dit kan ook door een puntkomma of een dubbele punt. Daarnaast is het fijn voor de lezer om korte en langere zinnen af te wisselen, evenals de structuur van een zin. Een voorbeeld van Heerink (2009):

“De boekhouder zit achter zijn bureau. De beste man is de hele dag aan het werk. Hij denkt niet vaak aan de vakantie.”

Een betere versie is: “De boekhouder zit achter zijn bureau. De hele dag is de beste man al aan het werk. Vaak gaan zijn gedachten uit naar vakantie.”

In het tweede voorbeeld zie je dat hij het onderwerp niet telkens aan het begin zet, waardoor de tweede zin prettiger is om te lezen. Door bijvoorbeeld de hele tijd te beginnen met dezelfde opbouw (onderwerp, persoonsvorm, etc.) wordt de tekst eentonig (Renkema, 2002).

Tangconstructies wil je ook voorkomen, die maken een tekst namelijk heel onduidelijk.

Tangconstructies trekken bij elkaar horende delen te ver uit elkaar. Die ontstaan doordat je:

- Tussen werkwoorden of delen van werkwoorden tekst neerzet.
- Tussen lidwoord en zelfstandig naamwoord tekst neerzet.
- Tussen onderwerp en werkwoord tekst neerzet (Van der Horst, 1996).

Ritme in zinsbouw

Verborgt (2007) schrijft dat elke zin de situatie moet versterken. Gaat een zin over woede, dan moet de zin volgens hem fel of donkerdreigend zijn. Niet alleen de inhoud van de zin moet effect hebben, maar ook het ritme ervan. Woordkeuze maakt daar een groot deel van uit.

Spreektaal en schrijftaal (straattaal)

Steeds meer spreektaal kenmerken worden in schrijftaal opgenomen de laatste tijd. Onder spreektaal kenmerken vallen bijvoorbeeld zinnen die met ‘en’ beginnen of zinnen die eigenlijk grammaticaal niet kloppen (die bijvoorbeeld een werkwoord missen).

Een nadeel van spreektaal is dat de intonatie niet helemaal op de lezer overkomt. Toch schrijft spreektaal makkelijker en zorgt het voor helder taalgebruik. Heerink (2009, p.66) geeft mee om spreektaal wel te gebruiken als uitgangspunt, maar dat je moet zorgen dat dit wel kloppende taal is.

Straattaal is vooral moeilijk te begrijpen als je niet tot de doelgroep behoort. Je kunt tot de doelgroep komen door een experiment of enquête uit te voeren. Hoe kom je tot de doelgroep? (Gouwerok, 2021)

- Praat met jongeren; wat vinden ze van je tekst?
- Probeer te peilen hoe jongeren reageren op de teksten waar je over schrijft.
- Kijk ook naar wat andere platformen voor jongeren doen; welke taal gebruiken zij?
- Maak een persona van jouw ideale lezer en stop alle kenmerken van jouw doelgroep in één persoon, daarna kun je dan voor deze fictieve persoon schrijven.

Je kunt een wat saaie tekst door spreektaal ook omgooien naar iets interessants, vindt Rijnvis (2018). Praten vinden de meeste mensen fijner, maar het op die manier opschrijven wordt meestal gezien als een no-go. Met een anekdote vertel je aan de hand van dialoog en voorbeelden een veel interessanter verhaal. Door dit zo op te schrijven, creëer je ook een interessant verhaal met spreektaal.

Conclusie

Storytelling is de manier om met mensen te communiceren en verhalen over te brengen. Het ontstaat door verschillende gebeurtenissen met elkaar te verbinden. Daarnaast is het een middel om een boodschap over te brengen en verbinding te creëren door de emotie die door de storytelling opgeroepen wordt. Een verhaal wordt aantrekkelijk doordat je hersenen dopamine aanmaken. Daarnaast komen de hormonen oxytocine en het gelukshormoon endorfine vrij.

Storytellingstechnieken zijn manieren om je tekst mee op te bouwen. Op macroniveau heb je een narratief idee, vertelperspectief en thema. Deze elementen zijn de eersten die je moet hebben om tot een verhaal te komen. Daarnaast kan je gebruikmaken van storytelling op microniveau om je tekst krachtiger en interessanter te maken. Je kijkt wat je op microniveau kunt toepassen om een tekst aantrekkelijk te maken voor een doelgroep. Hierbij kijk je naar zinsbouw, woordkeuze of verschillende stijlfiguren.

Hoofdstuk 3

Wat is Young Adult?

In dit hoofdstuk staat het genre Young Adult centraal. Om uit te kunnen zoeken welke storytellingtechnieken er in dit genre voorkomen, is het belangrijk om eerst te kijken wat het genre is en inhoud. Eerst wordt er gekeken naar de doelgroep van dit genre, vervolgens naar de bekendheid onder jongeren en daarna naar de oorsprong van dit genre. Hoofdstuk 3.4 zal gaan over de kenmerken van het genre en 3.5 over de (sub)thema's die onder YA vallen.

3.1 De doelgroep

De doelgroep is jongvolwassenen. Dit komt ook overeen met de hoofdpersoon, ervaringen en problematiek die in YA-boeken vaak voorkomen (So Many Pages, 2021). Maar de meningen over de leeftijd waarvoor het genre Young Adult is geschreven, zijn erg verdeeld. Sommige uitgeverijen vinden dat de doelgroep tussen de 15- 25 jaar ligt (Heppenhuis, 2018), terwijl anderen bijvoorbeeld tussen de 12 en 18 zeggen (Dessoy, 2019). Bij Schrijven Online (2015) zeggen ze dat dit moeilijk te bepalen is, omdat je niet weet wanneer jongeren van de kinderboeken afstappen. Dat is niet te achterhalen, omdat dit voor elk kind anders is.

3.2 Bekendheid onder jongeren

Van de Nederlandse jongeren is volgens KVB Boekwerk (2018) 44 procent bekend met het genre Young Adult. Onder zestien- en zeventienjarigen kent 65 procent dit genre en de jongeren op deze leeftijd lezen ook het vaakst YA-boeken (67 procent). Dit boekenggenre is populairder onder meisjes dan onder jongens. Dit onderzoek kwam uit 2018, daardoor is te veronderstellen dat de bekendheid alleen maar is gegroeid vanwege de nieuwe *BookTok* trend op sociale media en in het bijzonder op TikTok.

Zoals ook in mijn inleiding vermeld staat, is er de laatste tijd veel boekencontent online te vinden. *BookTok* speelt een rol in het terugbrengen van de populariteit van lezen onder jongeren (NOS, 2022). *BookTok* wordt voor en door jongeren gemaakt, de filmpjes gaan over boeken van het genre Young Adult. Dit is hoogstwaarschijnlijk een van de redenen waarom het genre YA zo populair is geworden. Ook de boekomslagen en de illustraties daarop worden gezien als reden van populariteit, daar spelen marketingbedrijven dan ook op in (Heppenhuis, 2018).

Als je op Instagram zoekt, komen er 2,7 miljoen resultaten omhoog voor de zoekopdracht #booktok en 160.000 resultaten voor de zoekopdracht #booktoker en daarnaast zijn er nog meer hashtags die het goed doen, zoals #booktokbooks, #booktokitalia of #booktokespanjol. Ook in andere landen is dit genre dus erg populair (Instagram, 2023).

Op TikTok is de hashtag #BookTok zelfs wel 118,5 biljoen keer bekeken en #booktokrecommendations 114,8 miljoen. Dit spreekt misschien niet over het aantal lezers van het genre Young Adult, maar wel over de populariteit online. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het genre online erg groot is en dat de video's die hiervoor geplaatst worden veel bekeken worden. Er zijn natuurlijk altijd mensen die de video's bekijken en er verder niks mee doen, maar het is logisch om te veronderstellen dat een hele grote groep kijkers ook lezers zijn van het genre. Deze cijfers spreken niet alleen voor Nederland, maar voor de hele wereld. #Nederlandtiktok met 96,5 miljoen keer bekeken op TikTok en daarnaast zijn er ook andere zoekopdrachten die het erg goed doen. #nederlandsetiktok 126.3 miljoen. Daarnaast zijn de cijfers na de laatste keer dat ernaar is gekeken voor dit onderzoek ook nog eens gestegen. Zo had #booktoknederland in april 2,5 miljoen hashtags en zijn dat er nu alweer 3 miljoen (TikTok, 2023).

Ook in Nederland worden er dus veel filmpjes met daarin boeken van het genre YA bekeken. Hoewel er dus geen duidelijke cijfers te vinden zijn over het aantal lezers van YA, wordt er met deze cijfers aangetoond dat er zeker wel naamsbekendheid is. Boekwinkel Paagman onderbouwt deze theorie in een blog: *“Young Adult boeken zijn immens populair! Met een sterke community, hongerige lezers en steeds meer aanbod(...)”* (Eveline, 2021). Young Adult is dus zeker wel een populair genre te noemen.

3.3 Afkomstig uit Amerika

In 2009 werd het genre Young Adult in Nederland geïntroduceerd, overgewaaid vanuit de Verenigde Staten. Dit heeft heel wat veranderd binnen de Nederlandse boekenwereld. Veel jongeren konden namelijk geen boeken vinden, omdat ze zich te jong voelden voor volwassenenliteratuur, maar te oud voor de sectie jeugd. Daardoor was het moeilijk om als jongvolwassene een boek te vinden (Ros, 2010).

Jean Christophe Boele van Hensbroek van uitgeverij Lemniscaat wilde het probleem oplossen. Hij wilde ervoor gaan zorgen dat jongeren meer zouden gaan lezen. Hij had het genre Young Adult in Amerika gezien en wilde daarmee aan de slag. Daarom introduceerde

hij in 2009 de Young Adult-boekenkast. Deze kast vol boeken was te winnen onder jongeren en zou ervoor zorgen dat het genre ook in Nederland opkwam. Door vaktijdschrift Het Boekblad werd hij, vanwege zijn idee, benoemd tot Nederlandse Uitgever van het Jaar (Ros, 2010).

Ook zijn er verschillende uitgeverijen aan de slag gegaan met YA-boeken. Er zijn nieuwe auteurs bekend geworden, diverse onderwerpen worden belicht in de boeken en je zag daarna een groot succes in films, zoals *Twilight* en *The Hunger Games*. In Amerika was het genre zo populair geworden dat ze het zelfs de ‘Tweede Gouden Eeuw’ noemden (Ackermans, 2019).

3.4 Kenmerken van het genre Young Adult

Het is belangrijk om te kijken naar de kenmerken die veel voorkomen in YA-boeken. Van Marsbergen (2020) heeft een lijst met kenmerken waar een YA-boek aan moet voldoen. Ze heeft hiervoor de lijsten van Hill (2014) en die van Ackermans (2016) samengevoegd. Hieronder is haar lijst te zien, samen met aanpassingen als de kenmerken veranderd zijn of gedateerd.

Een kleine disclaimer: het is erg moeilijk om een boek te vinden met alle kenmerken, dit zal ook niet snel bij volwassenenliteratuur gebeuren.

Het lijstje van Van Marsbergen is iets aangepast aan de hand van recente bronnen, zodat het klopt met de kenmerken die tegenwoordig voorkomen bij YA:

- De hoofdpersoon is een tiener en de problemen in het boek hebben te maken met die van tieners (Risku, 2017).
- De hoofdpersoon is complex. De beslissingen zijn niet altijd de juiste (Storm, 2021).
- De hoofdpersoon maakt een (duidelijke) ontwikkeling door naar volwassenheid.
- Dialogen weerspiegelen tienerspraak, inclusief straattaal.
- Het gezichtspunt presenteert de interpretatie van een jongvolwassene qua gebeurtenissen en mensen.
- De hoofdpersoon is het midden van de plot.
- De acties en beslissingen van de hoofdpersoon wegen sterk mee in de uitkomst van een conflict.

Het volgende punt wat in de lijst van Van Marsbergen (2020) stond: “De roman is kort, zelden meer dan 200 pagina's,” is tegenwoordig bijvoorbeeld niet meer van toepassing. Neem boeken

van Sarah J. Maas als voorbeeld: *Hof van doorns en rozen* heeft 424 bladzijden. Het nieuwste boek in de Twilight serie, genaamd *Midnight Sun*, telt 672 pagina's. Ook schrijver R.L. Stine heeft het over een woordenaantal van 60.000 tot 100.000 woorden per boek (MasterClass, 2021). Het aantal bladzijden maakt dus niet erg uit voor de lezer, als het verhaal maar aanspreekt en dus boeiend genoeg is.

3.5 Subgenres/ thema's van het genre Young Adult

(Sub)genres

Young Adult wordt aangeduid als een genre, maar is eigenlijk een verzamelnaam voor heel veel verschillende genres. Subgenres zoals romance YA, fantasy YA enzovoorts vallen allemaal onder Young Adult (Eveline, 2021). De naam YA is dus een verzamelnaam voor meerdere genres en kenmerken die vaak in de boeken voorkomen. Hieronder wordt beschreven welke genres, thema's en kenmerken veel voorkomen bij het genre Young Adult.

Onder YA vallen onder andere de genres: bovennatuurlijk (magie), fantasy (een eigen wereld), romantiek, dystopia (politieke kwesties), new adult/ literatuur (erotischer en meer psychologisch) (Eynde, 2015).

Juist omdat Young Adult uit verschillende genres bestaat, is er ook discussie over of het niet meer een benaming is voor de leeftijdscategorie dan voor een genre. Zo zijn twee YA-boekenschrijvers het erover eens dat vooral de personages ervoor zorgen dat het YA wordt genoemd: "De hoofdpersoon is meestal tussen de vijftien en twintig jaar oud en het verhaal is geschreven vanuit die belevingswereld en levenservaring" (Woortman en Storm, 2016; Belbin, 2018).

Daarnaast lezen kinderen ook het liefst over oudere leeftijdsgenoten (Baskin, z.d.; MasterClass, 2021). Iemand van vijftien leest dus liever over iemand van achttien dan over iemand van twaalf.

Thema's

Auteurs hebben bij het schrijven van Young Adult veel vrijheid om te kiezen tussen verschillende onderwerpen. Ook qua vorm en structuur kunnen ze experimenten en ze kunnen diverse keuzes maken in stijl, genre en inhoud (Ackermans, 2019). Een voorbeeld van de vorm en structuur is het boek *Shatter me* van Tahereh Mafi waarbij woorden in de tekst

worden doorgestreept. Daarnaast komen er flink wat thema's voorbij in YA-boeken, onder andere: liefde, conflict, zingeving en identiteit. In hoofdstuk 1 is hier verder op ingegaan.

Een ander thema dat veel terugkomt in YA volgens Trites (2000) is de relatie tussen het individu en de institutie. Instituties vormen de basis voor de wereld waarin we opgroeien, daaronder vallen onder andere school, familie en het rechtsysteem. Trites (2000): "Virtually every adolescent novel assesses some aspect of the interaction between the individual adolescent and the institutions that shape her or him."

Controversieel

YA introduceert vaak diverse personages. Veel boeken gaan ook over identiteit en daarom komen er ook veel mensen uit de LHBTIQ+ community voor in boeken. Ook worden er steeds vaker zwarte mensen of bijvoorbeeld Aziatische mensen opgenomen in de boeken om de verhalen zo divers mogelijk te maken (Dorrance Publishing, 2019).

Ook komen er vaak 'verboden' onderwerpen aan bod, zoals zelfmoord of anorexia. De hoofdpersoon moet met dit probleem aan de slag en dit proberen te overkomen. Jongeren krijgen hierdoor meer empathie (ook als ze herkenbare gevoelens of situaties lezen) of kunnen zichzelf beter begrijpen (Van der Burgh, 2015). Uitgeverij Dorrance (2019) beaamt dit: "The largest problems in YA novels are emotion-based ones. And young adults themselves like to escape from their own lives and into the life of someone they can relate to and learn from." Jongeren hebben te maken met problemen in hun echte leven en willen daar even uit door te lezen. Ze willen zich kunnen identificeren met de personen in het boek, ze willen empathie voelen, naar de hoofdpersoon opkijken en ervan leren. Een boek moet dus emotionele impact hebben (Hipple en Maupin, 2001).

Conclusie De doelgroep van het genre Young Adult is jongvolwassenen. De definitie van de leeftijd waarvoor YA bestemd is, is moeilijk te bepalen, omdat er zoveel verschillende meningen over zijn. De focus van dit onderzoek is 15-25 jaar.

De bekendheid van YA was in 2018 in Nederland op sociale media erg groot: de cijfers van KVB Boekwerk (2018) zeggen dat 65 procent van de zestien-en zeventienjarigen dit genre kent en dat Young Adult ook het vaakst door deze leeftijd wordt gelezen.

De kenmerken van dit genre bestaan voornamelijk uit de hoofdpersoon die een tiener is en de problemen in het verhaal spelen zich dan ook rondom die tiener af. Door verschillende gebeurtenissen leren ze zichzelf kennen en ontwikkelen ze.

Young Adult is overgewaaid uit Amerika en is in 2009 in Nederland geïntroduceerd. Het genre bestaat uit meerdere subgenres en verschillende thema's. De naam Young Adult slaat dus niet alleen op de doelgroep, maar is ook een verzamelnaam voor genres waarin veel dezelfde thema's naar voren komen, zoals liefde, identiteit en zingeving.

Hoofdstuk 4

Welke storytellingtechnieken worden er bij het genre Young Adult gebruikt?

Nu duidelijk is wat Young Adult is, kan er gekeken worden naar de storytellingtechnieken die erin voorkomen. Door de antwoorden van deelvraag 1 en 2 te combineren kan er gekeken worden naar de storytellingtechnieken die in Young Adult gebruikt worden. Hoofdstuk 4.1 gaat in op de reden waarom jongeren Young Adult lezen. Vervolgens onderzoekt hoofdstuk 4.2 de taal en storytellingtechnieken van YA.

4.1 Storytellingtechnieken van het genre Young Adult

In hoofdstuk 2 worden er meerdere storytellingtechnieken behandeld. Die worden bijna allemaal ook ingezet voor het schrijven van Young Adult. Verdeling van het verhaal, vertelperspectief, tijd, thema, structuur, plot, personages, conflict, locatie, spanning, dialoog en stijl komen allemaal ook voor bij het schrijven van een Young Adult boek.

Deze deelvraag gaat in op een aantal storytellingtechnieken die in hoofdstuk 2 voorbij komen. Hoewel bijna al de storytellingtechnieken uit hoofdstuk 2 ook gebruikt worden bij het opbouwen van een verhaal voor YA-boeken, zijn er een aantal technieken die bij het genre Young Adult extra goed werken om jongeren te trekken. Daarom is het belangrijk om deze technieken uit te lichten en uit te leggen hoe ze het beste ingezet kunnen worden. Onder andere auteurs en andere onderzoekers van dit genre benoemen specifiek deze technieken om mee te werken.

Ijzersterke eerste zin

Kaywell (1996) praat over effectieve en sterke openingszinnen, zodat de interesse van de lezers gelijk is gepakt. Hij geeft daarna wat voorbeelden van zinnen die je aan het denken zetten, zoals: “They murdered him,” “Never develop a crush on your mixed-doubles partner” en “Eight hundred and fifty-three horrifying things had happened to me by the time I was a teenager.” Ook schrijfster Maren Stoffels geeft deze tip mee: “Als de eerste zin goed is, willen mensen sneller doorlezen” (Wormgoor, 2022).

Stoffels vindt ook dat de titel pakkend moet zijn, zodat het boek trekt om te lezen. Daarnaast werkt het om elk hoofdstuk af te sluiten met een cliffhanger. Zo kan de lezer niet stoppen met lezen.

Dialoog

Ook bij het schrijven van dialoog zijn details van belang. De dialoog kan namelijk luid en dramatisch zijn, of juist verlegen en timide. Wat een karakter zegt, is een deel van het verhaal, maar wat er achter zijn woorden schuilgaat, geeft net zoveel weer over het karakter (Gillis, 2002). Schrijver Belcastro (2020) raadt aan om te overdrijven, omdat ze denkt dat tieners dat veel doen in het dagelijkse leven. Volgens haar hebben ze veel emoties en door te overdrijven laten ze dat zien, daarnaast hebben ze ook vaak de neiging om dingen eruit te flappen.

The Hero's Journey

Cancienne (2019) zegt dat de reden dat jonge mensen steeds YA verhalen blijven lezen, is omdat die verhalen gecentreerd zijn om de identiteit van de held. Dat onderwerp blijft ze bezighouden, omdat ze met die vraag ook bezig zijn in hun eigen leven. Wat is mijn identiteit? Wie ben ik? Personages in boeken moeten die vragen vaak ook beantwoorden. Het lezen over helden die met dezelfde vragen stoeien, is belangrijk voor tieners, omdat ze zo ook hun eigen identiteit kunnen ontwikkelen, daarnaast voelen ze zich daardoor ook minder alleen.

Dybic (2012) noemt de stappen van The Hero's Journey een symbool voor een overgangsrитуeel. Deze benaming wordt vaker gebruikt bij het beschrijven van jongvolwassenen: ze gaan door een overgang heen van kind naar volwassen. Daardoor kunnen tieners de verhalen met het concept van The Hero's Journey op hun eigen leven toepassen en zich goed inleven in de hoofdpersoon. Dat personage weerspiegelt als het ware hun eigen reis naar volwassenheid.

Jonge lezers maken dus een connectie tussen het plot, de thema's, het verhaal en hun eigen leven. Daardoor worden ze (dieper) geraakt door de verhalen. Ze leren van boeken en van de levenslessen die erin verborgen zitten. The Hero's Journey normaliseert ook de spiraal van het leven: dan weer gaat het heel goed en dan weer heel slecht. Door de werelds pracht, maar ook

pijn te laten zien, kunnen lezers ze vergelijken met hun eigen leven en leren hoe ze daarop moeten reageren (Robertson en Lawrence, 2015).

Zinsbouw

Van Marsbergen (2020) analyseert het boek *Er is geen vorm waarin ik pas* van Erna Sassen en geeft de volgende conclusie: “Tienerspraak is duidelijk in de woordkeuze van Sassen. Veel onderwerpen worden uit zinnen weggelaten. In plaats daarvan begint een zin met een persoonsvorm: ‘Daarna ging ik naar bed. Moet van de mentor. Veel uitrusten.’”

Schrijver Belcastro (2020) zegt dat tieners niet al te veel aandacht besteden aan grammatica, daarom kun je zinnen voortijdig afbreken of herhalen. Korte zinnen en korte alinea's werken beter voor jongere kinderen. Voor de iets oudere jongeren kunnen complexere zinnen en langere alinea's wel weer. Simpele woorden zijn wel het beste om te kiezen.

Baskin (z.d.) schrijft dat er weinig verschil zit tussen de taal van een YA-boek en volwassenenliteratuur. In de volgende vraag kan er gelezen worden dat veel tieners dit genre juist lezen vanwege de makkelijke schrijfstijl, die ze ook onderscheiden van volwassenenliteratuur. Zij noemen vooral een makkelijke woordenschat in boeken als reden om YA te lezen. Schrijver Cohn vertelt dat het een misvatting is dat YA vaak dommer geschreven wordt, zodat tieners het begrijpen. Dit kunnen ze namelijk wel, maar de eenvoud en directheid van een makkelijke schrijfstijl spreekt lezers aan. Daarnaast zullen jongeren veel sneller afhaken als ze een onbekende term lezen of in een zin blijven haken, dit kan voorkomen worden door voor een makkelijker woord te kiezen en dus het leesniveau van je doelgroep niet uit het oog te verliezen.

Advies van R.L. Stine is eveneens om de verhalen te schrijven met korte, beschrijvende zinnen. Ze zullen eerder afhaken met moeilijke woorden. Jongeren moeten het verhaal interessant en leesbaar vinden (MasterClass, 2021).

Hipple en Maupin (2001) noemen details als een belangrijk aspect voor de verhalen geschreven voor jongvolwassenen. Het verschil tussen een gewoon woord en het perfecte woord zorgt ervoor dat de lezer de tekst echt voelt of dat hij op dove oren valt. De details zitten dus ook in de woordkeuze die je als schrijver maakt.

Straattaal

Een vorm van eigen identiteit onder jongeren is straattaal. Er is veel discussie over straattaal of bepaalde woorden die bij jongeren ‘in’ zijn. Toch zegt Belcastro (2020) dat je dit juist beter niet kunt doen, omdat straattaal vervliegt en je taal dan aan dat jaartal blijft kleven. Daarnaast kan je ook al snel de fout in gaan met straattaal, omdat je als volwassene schrijver niet zeker weet of dit zo wel gesproken wordt (Feeny, 2013).

Inleven

Als schrijver moet je je inleven in tieners als dat je doelgroep is. Ze zijn vaak zelfbewust en minder bezig met anderen (Belcastro, 2020). Het is belangrijk dat je niet je volwassen kijk in de tekst laat doorschemeren. Het personage, of een geïnterviewde, moet ergens van leren en er moet een verandering door het verhaal heen te zien zijn (Baskin, z.d.). Het verhaal is geschreven vanuit een oogpunt van een tiener en niet vanuit een volwassene die op zijn tienerjaren terugkijkt. Dit gezichtspunt kan versterkt worden door kenmerken te noemen die bekend zijn voor tieners, zoals bepaalde series. Schrijver Rainbow Rowell zegt dingen uit te kiezen die tieners de aankomende vier jaar nog zullen herkennen (Feeny, 2013).

Point of View

Vaak zijn YA-boeken geschreven vanuit de ik-persoon en in de tegenwoordige tijd geschreven (Feeny, 2013). In fantasy- of avonturenverhalen zie je vaker een hij/zij perspectief voorbij komen (Mathys, 2020).

Baskin (z.d.) en Belcastro (2020) zijn het er beiden over eens dat er een hoopvol einde moet zitten in een verhaal. Hoe verdrietig een verhaal ook is, lezers willen geloven in mogelijkheden en dat ze de keuzes hebben om toch tot een goed einde te komen. Ze willen geloven dat het de moeite waard is om morgen weer op te staan (Feeny, 2013).

Informatiedosering en foreshadowing

Informatiedosering is belangrijk volgens Mirjam Mous, schrijfster van YA-boeken. Zij zegt het volgende over de informatie: “Verklap niet alles in één keer. Geef steeds stukje voor stukje informatie, alsof je een ui laagje voor laagje afpelt. Zo bouw je de spanning op,” en Mel Wallis de Vries zegt: “Begin met actie, en bewaar de uitleg voor later” (Wormgoor, 2022).

Humor

“In recent decades, several researchers have claimed the presence of humour as one of the main mechanisms of children’s and Young Adult literature (...)” (Bermejo, 2021).

Je kunt voor humor gaan door gebruik te maken van stijlfiguren. Je kunt gekke vergelijkingen maken, iets heel erg uitvergrooten (hyperbool) of een cliché zo verdraaien dat het grappig wordt. Het verrassingselement speelt daarbij ook een rol, het is leuk als een lezer niet verwacht dat er iets aankomt en dat ook op precies het juiste moment gebeurt (MasterClass, 2021).

Situatiehumor, wat gebeurt als karakters in aanraking komen, kan de humor in de tekst versterken. Een aantal voorbeelden daarvan zijn:

- Anticlimax (door vertragen en versnellen).
- Klunzigheid.
- Sarcasme.
- Misverstand.

Met woordhumor kan je ook veel, dit is eigenlijk het spelen met woorden, zoals het maken van een gekke vergelijking:

- Dubbelzinnigheid.
- Ellips (weglaten van een woord zinsdeel).
- Eufemisme.
- Inversie (omdraaien van woordvolgorde, zodat er meer nadruk komt op bepaalde woorden).
- Tegenstelling.
- Ironie.
- Personificatie.

- Herhaling van een woord.
- Klankmanipulatie (alliteratie en assonantie).
- Woordspeling (een woord wordt in een andere situatie gebruikt, waardoor het een andere betekenis krijgt) (Van Niekerk, 2004).

Kaywell (1996) spreekt over de volgende kenmerken van het genre YA: details, beeldspraak en metaforen, een effectief begin en stukken die belangrijke inzichten brengen voor de lezer. Zij vindt ook dat die elementen gebruikt kunnen worden om de humor in een verhaal te versterken.

Spanning creëren

Populaire YA-schrijfster Mel Wallis de Vries (2020) zegt in een interview: “Elk hoofdstuk moet spannend zijn, er mag best iemand dood (graag zelfs), het moet 100 procent herkenbaar zijn voor tieners, en het mag NOOIT SAAI ZIJN.”

Van Eck redeneert (2012) dat een artikel en een jeugdboek nooit hetzelfde doel kunnen hebben, omdat een jeugdboek de lezer wil amuseren en een artikel wil de lezer informeren.

Appel (2007) vindt het belangrijk om spanning en vaart te creëren op zinsniveau. Hij gebruikt daarbij tijdsaanduidingen, zodat de lezer zo gestuwd wordt in de richting van de gebeurtenis.

Stuwende schrijftechnieken zijn technieken om de lezer door de tekst te ‘duwen.’

Een andere techniek die hij noemt, zijn spanningsverhogende woorden die associaties bij de lezer oproepen, bijvoorbeeld het woord *dynamo* dat staat voor activiteit. Beschrijvingen kunnen spanning oproepen.

Ook overdenkingen creëren spanning; dit is een stukje tekst waarin het personage in zichzelf ‘praat.’ Een kijkje in de gedachten van de hoofdpersoon. Zo weet de lezer welke overwegingen er zijn en welke beslissing er wordt genomen. Deze technieken zijn goed om spanning te creëren in teksten, maar niet bijzonder gericht op jongeren.

Daniëls noemt ‘vaart’ als belangrijk aspect, omdat jongeren hun aandacht moeilijker erbij kunnen houden. Daarom is het niet handig om lange beschrijvingen, uitweidingen of detailleringen te geven. “Door een verhaal vaart te geven, sluit je aan bij de onrust, ongedurigheid, wispelturigheid en speelsheid die eigen is aan een groot deel van de doelgroep” (Daniëls, 2006). Hermans (1997) pleit voor het vermijden van de lijdende vorm

om de vaart erin te houden, terwijl Van Dijk juist vindt dat de afwezige handelende persoon spanning geeft aan een verhaal. Van Eck kon niet zeggen of dit nou wel of niet nuttig was voor een tekst.

Het is belangrijk om korte zinnen te gebruiken. Zinnen moeten volgens Daniëls zoveel mogelijk op een nieuwe regel beginnen en bepaalde woorden kunnen ook versnellen, zoals ineens of plotseling. Tijd die verstrijkt is ook een manier om de vaart erin te houden, evenals woorden en zinnen herhalen of de lezer even te laten wachten op een belangrijke gebeurtenis of conclusie. Als de lezer moet wachten, wordt de spanning nog groter (Daniëls, 2006).

Van Dijk (2010) over het oproepen van verwachtingen bij de lezer: “Zij [de schrijvers, MvE] moeten in iedere zin die zij schrijven een klein vraagje oproepen bij de lezer en hier vervolgens in de volgende zin het antwoord op geven. De lezer wordt op deze manier gestimuleerd om steeds verder te lezen naar de volgende zin, waardoor hij daadwerkelijk het gevoel zal krijgen dat hij door de tekst wordt gevoerd.”

Er zijn verschillende manieren om verwachtingen op te roepen.

- Woordsoorten, zoals zelfstandig naamwoorden, bijvoeglijke naamwoorden en voornaamwoorden. Door een bepaalde term te gebruiken verwacht de lezer daar een uitleg op. Zo kan het bijvoeglijk naamwoord ‘tevreden’, de vraag oproepen waarom iemand tevreden is.
- Door een denkbeeldige vraag op te roepen bij de lezer. Vragen als hoe, waarom, wanneer kunnen bij de lezer opkomen, bij een zin die iets beschrijft waardoor je verder wilt lezen. Als je zegt: hij voelde zich boos worden, wil de lezer weten: ‘Waarom voelde hij zich boos worden?’
- Leestekens worden hier ook bij gebruikt, zoals een dubbele punt en een puntkomma.

Andere stuwende middelen om verwachtingen op te roepen:

- Impliciete vraag.
- Expliciete vraag.
- Negatie (Wanneer er staat dat iets niet het geval is, zal de lezer zich afvragen wat dan wel het geval is).
- Oningevuld bijvoeglijk naamwoord.

- Onbepaald voornaamwoord.

4.2 Interesse in Young Adult vanuit jongeren

Wat maakt dat jongeren geïnteresseerd zijn in dit genre? Welke storytellingtechnieken dragen daaraan bij? Omdat de doelgroep jongeren is, is het belangrijk om niet uit het oog te verliezen dat het gaat om de interesses van deze doelgroep. Daarom wordt er ook gekeken naar de redenen waarom jongeren specifiek YA lezen. De uitkomsten van die vraag kunnen meedragen aan het bereiken van jongeren, omdat er bij het schrijven van een artikel ingespeeld kan worden op de redenen die ze noemen om YA-boeken te lezen.

Schrijven Online deed een onderzoek naar YA; daarin vroegen ze ook waarom de jongeren YA lezen en wat dit genre volgens hen zo populair maakt (Gouwerok, 2021). Een aantal van die antwoorden:

Daniëlle (22): “Ik lees graag YA, omdat het lekker vlot wegleest, niet te moeilijk geschreven is en vaak herkenbare onderwerpen bespreekt.”

Eva (22): “Omdat het makkelijk wegleest en herkenbaar is.”

Iris (20): “Het is fijn geschreven” (Gouwerok, 2021).

Gouwerok noemt ook dat de woorden ‘toegankelijkheid,’ ‘doeltreffend’ en ‘herkenbaar’ vaak voorkomen om YA-boeken te beschrijven. Deze woorden komen ook in hoofdstuk 3 vaak voorbij als een van de kenmerken van YA. Het is erg interessant om ook te kijken waarom recente lezers van het genre YA, voor dit genre kiezen. Daarom is er navraag gedaan:

Amber (21): “Ik lees Young Adult, omdat het vaak over leuke en luchtigere onderwerpen gaat waar je in die leeftijdscategorie mee bezig bent. Zo kan je je er meer in inleven” (A. Dexel, persoonlijke communicatie, 31-03-2023).

Isa (18): “Ik vind de schrijfstijl heel fijn en vind het leuk om te lezen over personages die ongeveer dezelfde leeftijd als mij zijn” (I. Verweij, persoonlijke communicatie, 07-05-2023).

Jinke (19): “Het leest makkelijk weg, bij volwassenenliteratuur kan het tempo laag liggen, omdat alles beschreven moet worden. Daarnaast is het vaak ook wel herkenbaar” (J. van Husen, persoonlijke communicatie, 31-03-2023).

In een blog van boekhandel Paagman (Eveline, 2021), worden ook een aantal punten genoemd waarom Young Adult zo populair is onder jongeren. Herkenbaarheid wordt weer genoemd, evenals dat het lekker doorleest vanwege de absentie van moeilijke woorden of ellenlange zinnen. Daarnaast worden boekcovers, de vele series, jezelf verliezen en diversiteit genoemd.

Toegankelijk

Het leesniveau van YA wordt gezien als toegankelijk, waardoor lezers het snel uit kunnen lezen, wat ze dan weer een gevoel van voldoening geeft. Daarnaast helpen de verhalen de lezer met het ontwikkelen van hun leessmaak. Academicus Chris Crowe zegt er het volgende over: “Goede YA-boeken slaan de terughoudendheid uit terughoudende lezers, lokken kritische gedachten uit bij geraffineerde lezers en zorgen voor uren van leesplezier bij alle lezers” (Dessoy, 2019).

"Jongeren lezen in Young Adult graag over de grote vragen van hun levensfase." Liefdesperikelen en relaties, bedoelt hij.” Van Steensel valt dit op in YA-boeken. Hij zegt dat jongeren wel degelijk willen lezen, maar dat ze het alleen interessant vinden als het aansluit op hun persoonlijke interesses. Er zijn ook een aantal thema's in YA die vaak terugkomen, zoals genderidentiteit (Van Gelder, 2022).

Herkenbaarheid

Ook Dessoy (2019) noemt het woord herkenbaarheid. Vooral de herkenbaarheid van de gevoelens van de personages raakt de lezers. Het boek hoeft daarvoor niet altijd geloofwaardig te zijn, als het dus maar herkenbaar is. Er komen onderwerpen naar voren, zoals onbegrepen worden, verward of verliefd zijn. Omdat ze de gevoelens herkennen, krijgen ze ook sympathie voor de personages in het verhaal en voelen ze zich ermee verbonden. Identificatie is dus erg belangrijk voor jongeren.

Een onderwerp dat vaak voorkomt, dat Van Marsbergen (2020) ook noemt, is de confrontatie met volwassenen, zoals de ouders of leerkrachten. Daarnaast komen ook veel reizen in boeken voor, waarbij het hoofdpersonage weg is van huis. Dessoy schrijft: “De kinderlijke fantasie van een queeste en avontuur slaan bij jongeren goed aan.”

Conclusie

De toegankelijkheid en herkenbaarheid is voor veel jongeren een reden om Young Adult te lezen. Ze noemen ook de leeftijdscategorie, ofwel de overeenkomst met de personages, en dit zie je vooral terug in *The Hero's Journey*, die in veel YA-boeken voorkomt. Vanwege de aandachtsspanne hoeven jongeren niet alles beschreven te hebben, zo zegt ook Jinke dat in hoofdstuk 4.1.

Voor jongeren werkt het schrijven van korte zinnen en korte alinea's erg goed, hoewel het voor iets ouderen wel kan. Korte beschrijvende zinnen en simpele woorden werken het best, anders zullen ze sneller afhaken. Ook kunnen onderwerpen uit zinnen worden weggelaten. Over het algemeen zitten jongeren niet zo op taal, als het maar goed te lezen is.

Schrijf vanuit het oogpunt van de lezer. Dit kan je versterken door kenmerken die bij jongeren bekend zijn, zoals series die ze kijken. Een hoopvol einde is belangrijk, een ijzersterke eerste zin, informatiedosering, humor en het creëren van spanning zorgen ervoor dat jongeren blijven hangen.

Hoofdstuk 5

Welke storytellingtechnieken dragen bij aan het bereiken van jongeren?

Jongeren lezen dus wat ze interessant vinden, waar interesses en herkenbaarheid liggen, zoals in het vorige hoofdstuk stond. Dit hoofdstuk gaat dieper in op de interesses van jongeren, in hoeverre jongeren zich interesseren in lezen en ook op de taal die aanslaat bij jongeren. Het is namelijk cruciaal om de juiste onderwerpen te kiezen als het gaat om het schrijven voor jongeren. Je moet een doelgroep kennen voor je je taal daarop aan kan passen.

5.1 Interesseren in lezen

Hoewel het erg belangrijk is voor jongeren om te lezen, zoals al eerder beschreven, baart het leesgedrag van de Nederlandse jongeren zorgen. Ongeveer 60 procent van de 15-jarigen leest als het moet en 42 procent vindt lezen simpelweg tijdverspilling (Cubiss, 2022).

Stalpers deed in 2020 onderzoek voor Stichting Lezen naar het leesgedrag onder jongeren. Aan dit onderzoek deden 1036 jongeren mee die tussen de twaalf en vijftien jaar oud waren. Ongeveer 4 op de 10 ondervraagden lazen wekelijks boeken. Door ongeveer een derde wordt lezen als saai bevonden en de helft van de jongeren zou lezen zelfs kunnen missen. Hij verdeelde drie typen lezers:

- Boekmijders (33 procent): die lezen bijna nooit en houden ook niet van lezen. 81 procent hiervan leest nooit. Dit zijn met name jongens en mbo'ers tussen de 15-17 jaar oud.
- Boektwijfelaars (39 procent): die lezen af en toe een boek en zijn medium enthousiast over lezen. De reden hiervoor is dat ze andere vrijetijdsbestedingen de voorkeur geven en/of tijdgebrek hebben om te lezen. Dit zijn vaak havo- en vwo-leerlingen. Deze groep heeft een voorkeur voor boeken met spanning en avontuur en humor.
- Boekenwormen (28 procent): die lezen veel en ook erg graag. Ze lezen verschillende keren per week. Daarnaast zijn ze beter op de hoogte van YA boeken. Dit zijn vooral meiden (64 procent), die relatief meer in de onderbouw zitten op de havo en het vwo.

Wat lezen jongeren?

Om te kijken naar de manier waarop we jongeren kunnen bereiken, is het ook goed om te kijken naar welke boeken ze al bereiken. Welke boeken vinden ze interessant en triggeren ze dus om te gaan lezen? Deze onderwerpen en subgenres kunnen veel zeggen over het leesgedrag van jongeren en uiteindelijk over welke journalistieke teksten ze wel of niet zouden lezen.

Uit onderzoek van Stichting Lezen (2020) onder 525 jongeren in de leeftijdscategorie 12-20 jaar uit het vo en mbo, kwamen de volgende resultaten. Jongeren lezen veel online, wat uit de vorige onderzoeken ook al opgemaakt kon worden. Zo lezen 96 procent van de respondenten berichten op sociale media en 87 procent stukken op sociale media. Dit laatste is erg interessant, omdat veel jongerenplatformen ook of alleen online berichten en artikelen hebben. 21 procent leest wekelijks een tijdschrift of krant.

- 34 procent leest iedere week uit een fictieboek.
- 34 procent leest iedere week uit een informatieboek.

Vanuit het onderzoek van Cubiss kwam dat ‘boekmijders’ het liefst humoristische, strip- en sportboeken lezen. ‘Boekwormen’ zijn op de hoogte van YA en lezen vaak deze boeken (Stalpers, 2020).

Jongeren lezen graag pakkende verhalen, ontdekte onder andere Sikkema (2021). Onder pakkende verhalen vallen voor jongeren verhalen over (actuele) onderwerpen of mensen waarover ze meer willen weten. Hier vallen bijvoorbeeld boeken onder over:

- Black lives Matter.
- Transgender personen.
- Hoofdpersoon met autisme.
- Waargebeurde verhalen.

Genres die jongeren aanspreken:

- 46 procent houdt van spannende boeken.
- 36 procent van waargebeurde verhalen.
- 31 procent van fantasy/ science fiction.
- 27 procent van stripboeken/ graphic novels.
- 27 procent Young Adult.

Hier valt op dat Young Adult onder de respondenten helemaal niet zo populair is, al blijkt ook dat veel jongeren dit begrip niet kenden (evenals de graphic novel).

Sikkema geeft de volgende adviezen om jongeren geïnteresseerd te krijgen in boeken: *“Maak boeken gemakkelijker leesbaar en korter. Zorg voor afwisseling en voorkom dat je eerst 100 pagina’s moet lezen voordat het verhaal eindelijk begint.”*

Er is ook onderzoek gedaan naar het combineren van games en verhalen en dit heeft erg positief uitgepakt. Dit is erg interessant, omdat jongeren zich daardoor toch meer aangesproken voelen en er visuele effecten zijn gebruikt (CPNB, 2021).

Schrijvers schreven verhalen geïnspireerd op de populaire game Assassin’s Creed Valhalla. De verhalen werden ondersteund met visuals, geluidseffecten en videofragmenten. Vier op de tien jongeren zeggen hierna ook geïnteresseerd te zijn in papieren verhalen. De visuele effecten vonden 65 procent van de jongeren positief (RTL Nieuws, 2021).

5.2 Waar liggen de interesses van jongeren?

In het Grote Jongerenonderzoek van Mediahuis, hebben ze onderzoek gedaan onder 2.447 jongeren naar wat ze vinden in 2022. Daarin kunnen we terugzien welke waarden jongeren belangrijk vinden, maar ook dat bijna driekwart nog thuis woont, sociale media belangrijk vinden en bijna allemaal WhatsApp hebben. Het is belangrijk om op de hoogte te blijven van wat jongeren vinden en doen, zodat de teksten die je voor hen schrijft herkenbaar worden.

Jongeren willen:

- Bijdragen aan het milieu.
- De wereld zien.
- Vriendelijk zijn voor de medemens.

- Ze geloven in vrije rechten.

De belangrijkste normen en waarden volgens jongeren:

1. Gelukkig zijn.
2. Tijd doorbrengen met vrienden en familie.
3. Gezond leven.
4. Financieel zeker zijn.
5. Een positieve houding hebben.

In de overgang naar volwassenheid hebben jongeren met veel veranderingen te maken: lichamelijk en emotioneel. “De relatie met de ouders krijgt een andere kwaliteit, jongeren hebben toenemende behoefte aan autonomie en de invloed van peers is erg belangrijk in deze levensfase. Ze willen zich erkend en herkend voelen door volwassenen en door jongeren die voor hen belangrijk zijn” (De Jong, z.d). Veel jongeren gaan in hun vrije tijd om met vrienden of zijn lid van een jeugd- of sportvereniging. Ze gaan op zichzelf wonen, hun talenten ontwikkelen, geld verdienen, moeten zelf beslissingen maken en daarbij hebben ze ondersteuning nodig. Daarnaast gaat dit vaak niet in een keer goed.

5.3 Jongeren en taal

Een onderzoek uit 2012 (Van der Velden) ontdekte het volgende over de taalbeleving van jongeren:

- De vorm is belangrijker dan de inhoud. In dit geval is de vorm een tekst, maar ook daarmee kun je nog verschillende kanten op (kort, lang, afbeeldingen of niet etc.).
- Gebruik creativiteit en humor in de taal.
- Jongeren houden van kort en krachtige zinnen en begrijpelijke woorden. Jongeren willen zo veel mogelijk informatie zien in zo’n kort mogelijke tijd. Een grote hoeveelheid moeilijke woorden vinden ze lastig.
- Jongeren gebruiken ook veel Engelse woorden, omdat die soms in één keer iets uitdrukken waar je in het Nederlands een hele zin voor nodig hebt.

Woordkeuze

Jongeren spreken vaak Het Algemeen Nederlands (AN), informeel en formeel worden afgewisseld. Jongeren spreken met volwassenen beleefder en met vrienden of klasgenoten gebruiken ze vaker jongerentaal, Engels en straattaal. Door het gebruik van andere taal onder elkaar laten ze zien waar ze bij horen en wie ze zijn. Hoewel er later ook wordt gezegd dat straattaal ook samenhangt met culturele achtergrond en een lagere sociaal-economische status. Het bewust spreken van straattaal kan ook gezien worden als creatief omgaan met taal (Van der Velden, 2012).

Jongeren houden dus van humor in teksten en creativiteit, dit kun je creëren door gebruik te maken van stijlfiguren. Originele metaforen en beeldspraak kunnen een (grappig) beeld oproepen bij de lezer en een tekst zo opfleuren. Daarnaast speelt social media ook een rol. Veel jongeren krijgen zo ook nieuws tot zich, in de vorm van podcasts, artikelen online of zelfs memes (Van Sark, 2022).

Wat voor tekst?

Van der Velden (2012) noemt het inspelen op de interesses van jongeren in haar tekst. Zo doet ook Peter Nikken dat (bijzonder hoogleraar media-opvoeding en specialist digitaal opvoeden bij het Nederlands Jeugdinstituut, 2022). Ze zijn volgens hem op zoek naar humaninterestverhalen, ofwel zacht nieuws in plaats van het wereldnieuws. Dit is vaak erg negatief, wat niet erg uitnodigend werkt en daarnaast is het vaak ook van weinig toepassing op het leven van de jongeren zelf. Jongeren leven in hun eigen wereld en hebben soms ook het gevoel dat ze al genoeg ‘problemen’ hebben om die van anderen er ook nog bij te krijgen (Van Sark, 2022).

Participatie

Er is Nikken ook de vraag gesteld hoe nieuwsmakers jongeren kunnen bereiken: “Nieuwsmakers kunnen jongeren nog meer betrekken en hen een stem geven: Wat wil je weten? Participatief actie-onderzoek werkt: maak deelnemers echt onderdeel van het vraagstuk.” Ze moeten inspraak kunnen hebben, kunnen reageren en het delen met vrienden, dit doe je onder andere door interessant beeld te gebruiken (Redactie MT/Sprout, 2014).

Wat jongeren lezen moet herkenbaar zijn, ze willen iets lezen wat gaat over hun interesses, zoals de thema's die Sikkema (2021) al noemde: puberteit, angst, acceptatie, vriendschap, liefde en emoties. Je moet je inleven in de wereld van de jongeren: wat vinden ze interessant? Wat vond jij op die leeftijd interessant? Al snel komen er onderwerpen naar boven, bijvoorbeeld kleding of schoolstress. Omdat ze sommige van die onderwerpen al zo vaak voorbij hebben zien komen, is het ook noodzakelijk om ze in een origineel jasje te steken en dus creatief te schrijven.

Engelse woorden

Taalunie heeft het over de verengelsing van de taal onder jongeren. Zij nemen Engels sneller over van tv en vermengen het met hun eigen taal (Dessing, 2019). Door de jaren heen zijn veel woorden veranderd, zo is keyboard toetsenbord geworden.

Een eigen identiteit

Jongeren zetten zich af tegen standaardtaal; ze zetten nieuwe woorden in om hun eigen identiteit kracht bij te zetten. Sommige woorden roepen buiten de gebruikersgroep weerzin op en dat is dan juist een van de redenen om ze te blijven gebruiken. Zo dienen sommige woorden als identificatiemiddel: een groep identificeert zich ermee. Het is dus belangrijk om te kijken naar de identiteit van jongeren en welke woorden zij vaak gebruiken (Van Wingerden, 2017). Soms begrijp je alleen de woorden in je eigen taal. Het is niet de bedoeling om met ouderwetse woorden voor jongeren te schrijven, dan haken ze snel af.

Dezelfde taal spreken

Taalunie spreekt over het jongerenbeleid van de gemeente Den Haag. Ze hebben dus een soort 'plan' opgesteld om jongeren te bereiken. Ze zeggen daarin: “ (...) vermijd formele woorden, lijdende zinnen, stukken langer dan één A4-tje. Maar net zo goed: probeer niet jeugdig en vlot over te komen door emoticons of hippe woorden te gebruiken. Dat komt zó verkeerd over” (Dessing, 2017). Het praten in een eigen taal komt hier ook weer naar voren, al wordt dit niet altijd aangeraden om als schrijver te doen, omdat dit verkeerd kan overkomen. Ook de andere punten kwamen al eerder voorbij. Tekst voor jongeren moet dus:

- Kort zijn, zodat jongeren niet snel afhaken.
- Gemakkelijke woorden, zodat jongeren niet afhaken.
- De taal hoeft niet correct: onderwerpen mogen weggelaten worden.

Conclusie

Jongeren blijken niet erg geïnteresseerd in lezen. De leeftijdscategorie 15-17 jaar lezen vooral verhalen met spanning, avontuur en humor. Pakkende verhalen vinden jongeren verhalen over actuele onderwerpen of mensen waarvan ze meer willen weten, onder andere Black Lives Matter en transgenders vinden ze interessante onderwerpen. Daarnaast zijn spannende boeken het populairste genre.

De belangrijkste normen en waarden volgens jongeren zijn: gelukkig zijn, vrienden en familie en gezond leven. Wat jongeren willen lezen, moet ook gaan over hun eigen interesses. Vooral humaninterestverhalen doen het volgens Nikken (2022) goed, omdat dit ‘zacht’ nieuws is. Daarnaast is de vorm belangrijker dan de inhoud, hoeft de taal niet correct te zijn waardoor onderwerpen weggelaten kunnen worden en houden ze van creativiteit en humor in de tekst. Ze blijven het meest geïnteresseerd als je schrijft met korte zinnen en begrijpelijke woorden.

Jongeren identificeren zich met taal en er zijn ook vaak woorden die zij vaak gebruiken. Onder andere Engelse woorden vinden ze oké, want die zeggen vaak in één woord wat je in het Nederlands in een hele zin zegt.

Hoofdstuk 6

Wat doen redacties eraan om jongeren te bereiken?

Om te kunnen schrijven voor jongeren is het niet alleen belangrijk om naar de interesses en de taal van jongeren te kijken, maar ook naar hoe experts dat doen. In dit geval zijn dat de journalisten in het vak die voor deze doelgroep schrijven. De interviews zullen met elkaar vergeleken worden in deze deelvraag, om tot de meest relevante richtlijnen te komen waarop redacties jongeren trachten te bereiken. De interviews zijn te lezen in bijlage 1.

6.1 Doelgroep bereiken

Veel jongerenplatformen maken gebruik van social media om de doelgroep te bereiken. Allemaal lijken ze te vinden te zijn op Instagram. Girlscene is te vinden op Facebook evenals Blossom Books en ze zijn ook beiden actief op TikTok. ND Studenten en Blossom Books hebben beiden een nieuwsbrief. Het valt op dat Beam actief is op BeReal, omdat geen van de andere redacties dit nog doet.

6.2 Relevantie

Wat meerdere keren terugkomt in het zoeken naar relevante onderwerpen is het hebben van jonge redacteuren. Door onder andere Girlscene en Brandpunt+ wordt verondersteld dat jonge redacteuren zich beter kunnen inleven in de doelgroep en ze zo betere onderwerpen kunnen aandragen. Bij Blossom Books komen de auteurs die de onderwerpen voorstellen echt in contact met jongeren, waardoor ze weten wat er speelt onder de doelgroep. WAT WAT heeft het helemaal goed geregeld: ze hebben contact met jongeren via een app, jongeren kunnen vragen sturen via Instagram, ze hebben een groep jongeren in hun *close friends* van Instagram staan, waar ze vragen aan kunnen stellen en ze hebben minstens twee keer per jaar campagnes. Zo houden ze goed contact met de doelgroep en weten ze ook wat er speelt.

Daarnaast wordt ook de leeftijd als punt genoemd. Van Holten (T. van Holten, persoonlijke communicatie, 24-01-2023, bijlage 1) vertelt dat ze bij Beam tot aan de leeftijd 25 jaar interviewen. Bij Brandpunt+ zoeken ze voor op audiovisueel materiaal ook liever niet iemand ouder dan 30 jaar. "Omdat dat gewoon al minder aanspreekt" (A. Burgman, persoonlijke communicatie, 12-05-2023, bijlage 1).

6.3 Thema's

Welke onderwerpen erg aanspreken voor jongeren hangt deels af van het medium, zo wordt er bij Girlscene goed gescoord op astrologie en bij Blossom Books artikelen waarbij er een inkijkje wordt gegeven in de uitgeverij. Toch zijn er ook onderwerpen die het bij meerdere platforms goed doen. Zo noemt Van Holten: seks, liefde, relaties, geaardheid, identiteit en vriendschap (T. van Holten, persoonlijke communicatie, 24-01-2023, bijlage 1). Ook bij RTV Dordrecht komt seksualiteit als onderwerp terug. Bij Brandpunt+ zien we dan weer het onderwerp mentale gezondheid. Ook op jezelf gaan wonen komt terug bij Brandpunt+, Girlscene en WAT WAT.

Verder noemt Van Loon voor RTV Dordrecht nog kunst, sport en de uitgaanswereld die de andere geïnterviewden niet noemen (R. van Loon, persoonlijke communicatie, 24-01-2023, bijlage 1). Girlscene voegt hier studeren, de eerste zoen en break-up aan toe. Sussot noemt de onderwerpen passend, omdat jonge meiden (of jongeren) daar veel mee te maken krijgen. Bij WAT WAT schrijven ze ook over taboeonderwerpen, bijvoorbeeld hoeveel wiet er veilig is om in een spacecake te doen. Ze schrijven daarover om jongeren voor te lichten. “Wij vinden dat ze de juiste info moeten krijgen als ze dat zouden proberen” (L. Carton, persoonlijke communicatie, 17-05-2023, bijlage 1).

6.4 Soort artikel (interview, column...)

Vijf van de zeven geïnterviewde platformen geven aan dat interviews erg goed werken. Wat werkt nog meer? Volgens Van Holten doen ook lijstjes het erg goed, zoals een top vijf of ‘zo sneak je ‘s avonds weg.’ Daarnaast noemt ze ook onderwerpen die discussies opleveren. “Zo schreef ik een tijdje geleden een column over het eten van vlees. De titel was: ‘Ik eet geen vlees, dus ben ik beter dan jij.’ Veel mensen lazen alleen de titel, waardoor ze gelijk een conclusie trokken, terwijl ik de titel juist ontkrachtte in mijn column. Dat riep veel discussie op (R. van Holten, persoonlijke communicatie, 24-01-2023, bijlage 1).

Bij Blossom Books doen naast interviews ook inkijkjes bij de uitgeverij het goed, dit speelt in op de nieuwsgierigheid van jongeren. Burgman noemt dat ze ook bij andere artikelen inzetten op een persoonlijke tint: “Onze artikelen hebben altijd wel een beetje kleur. De schrijver heeft altijd een soort van stem in het artikel zelf” (A. Burgman, persoonlijke communicatie, 12-05-2023, bijlage 1). Dat werkt volgens hen heel goed.

6.5 Tone of voice

De belangrijkste vraag aan de redacties was of ze met een tone of voice werken. Het belang van dit onderzoek gaat namelijk over het bereiken van jongeren en om dat zo goed mogelijk te doen, is het nodig om te kijken naar hoe andere redacties dat doen.

Het viel op dat velen geen tone of voice hanteerden. Ze schreven vanuit zichzelf met een aantal regels in het hoofd, maar een echte handleiding of stijlbijsel ontbrak. Alleen WAT WAT heeft een hele duidelijke tone of voice opgesteld in een los artikel, zodat andere organisaties er ook bij kunnen.

In de tone of voice van WAT WAT hebben ze heel overzichtelijk geschreven wat ze wel en niet doen. Zo hebben ze een kopje met de boodschap (schrijf inclusief, erken gevoelens en wees je bewust van veronderstellingen), overzichtelijkheid (één alinea per onderwerp, maximaal 15 woorden per zin en maximaal drie zinnen per paragraaf) en woordgebruik (spreek ze met ‘je’ aan, gebruik actieve zinnen en schrap de woorden zullen/worden/kunnen en hebben). Door de duidelijke tone of voice is het duidelijk hoe ze jongeren willen bereiken en hebben ze zelf goed voor ogen op welke manier ze dit het beste kunnen doen.

Verder zijn eigenlijk alle platformen het erover eens dat je niet met dure woorden voor jongeren schrijft, maar met makkelijke, informele en losse stijl, omdat dat toegankelijker is. Van Holten geeft daarbij aan dat ze bij Beam ook letten op de alinea lengtes, die houden ze kort. Daarnaast vragen ze zich af of de tekst echt interessant is voor jongeren.

Van der Mark geeft aan dat ze bij Blossom Books de informele stijl toepassen door ‘je’ in plaats van ‘u’ te gebruiken. Daarnaast spelen ze in op populaire termen onder de doelgroep; daar zijn ze dus als redactie mee bekend. Bij Beam proberen ze ook mee te gaan met de nieuwste ontwikkelingen. “Zo zetten we soms als subkopjes emoties neer en proberen we in te spelen op trends, zoals BeReal” (T. van Holten, persoonlijke communicatie, 24-01-2023, bijlage 1).

Engelse woorden en straattaal

Zoals al eerder in hoofdstuk 5.3 naar boven is gekomen, is het gebruik van Engelse woorden onder jongeren populair. Sussot vertelt dat ze daar bij Girlscene op inspelen: “Verder

gebruiken we ook vaak woorden als ‘girls’, om onze lezeressen aan te spreken en het artikel speelser te maken” (C. Sussot, persoonlijke communicatie, 22-02-2023, bijlage 1).

Bij Beam doen ze dit ook, samen met het gebruik van straattaal. Van Holten geeft daarbij zelf aan dat het een gevaar is dat redacteuren de straattaal van de jongeren die nu speelt niet echt kennen. Burgman geeft aan dat ze bij Brandpunt+ wel ‘een beetje’ spreektaal gebruiken. Dit doen ze wel op een mooie en goed geformuleerde manier.

Bij WAT WAT staat er in de tone of voice dat ze juist geen straattaal willen omzetten naar schrijftaal, omdat jongeren dit niet serieus zouden nemen.

Daarnaast focussen ze zich er bij Brandpunt+ op dat de tekst niet te uitgebreid wordt, en dat het juist wel aanspreekt op de visualisatie. Ze denken dat het goed werkt om bijvoorbeeld details weg te geven van een ruimte en gebruik te maken van een meer verhalende toon.

Daarnaast schrijven de redacteuren vaak het eerste stukje vanuit hun eigen leven. “Waardoor je een beetje kleur krijgt bij het verhaal. Je weet op welke manier de schrijver in het verhaal staat” (A. Burgman, persoonlijke communicatie, 12-05-2023, bijlage 1).

Bij Brandpunt+ vinden ze openheid en een persoonlijke tint aan het verhaal geven belangrijk. In plaats van objectief te blijven, zoals we lezen in de Code voor de Journalistiek (2022), willen zij een stukje eigen leven en eigen mening meegeven aan de lezer. Burgman: “Dus we merken dat dat heel goed helpt. Dat je door middel van die kleur bekennen, wat ook bij de generatie hoort, dat je dat meeneemt in het verhaal” (Burgman, A., persoonlijke communicatie, 12-05-2023, bijlage 1).

In de titel zetten onder andere ND Studenten en Beam geen achternaam, zodat het persoonlijker wordt. Bij Beam zijn ze er veel mee bezig om de kop mysterieus te houden. Vaak zetten ze er een ‘prikkelende’ quote in. Bij WAT WAT zetten ze altijd een vraag in de titel en beginnen ze met het belangrijkste woord van het artikel.

6.6 Experimenteren

Vooraf bij RTV Dordrecht, Blossom Books en Brandpunt+ en ND Studenten wordt of werd er geëxperimenteerd. Bij WAT WAT hebben ze een SEO-onderzoek gedaan, waardoor ze konden zien op welke onderwerpen ze goed scoorden en waar ze dus meer over kunnen schrijven.

Daarnaast zijn de experimenten van Brandpunt+ en ND Studenten erg bijzonder. ND speelt namelijk in op online extra's, zoals het gebruik van bulletpoints, ofwel opsommingen. Ze denken dat deze bulletpoints teksten overzichtelijk maken, maar hebben daar nog geen bewijs voor. Daarnaast embedden ze filmpjes of Instagram posts in teksten. Bij Brandpunt+ focussen ze zich meer op de langere teksten. Dit valt op, omdat vaak wordt gedacht dat jongeren daarbij afhaken, maar ze willen de doelgroep niet onderschatten en zo meer diepgang geven aan de teksten.

6.7 Contact met de doelgroep

Beam, Girlscene, ND Studenten hebben contact met de doelgroep via Instagram, de DM's en de verhalen waar je vraagstickers of polls op kunt plaatsen. Brandpunt+ doet dit ook en post onder andere oproepjes voor verhalen. Burgman vindt wel dat ze meer communicatie met jongeren kunnen hebben. Ook WAT WAT werkt onder andere via Instagram; daar hebben ze ook 'beste vrienden,' waaraan ze dingen vragen, bijvoorbeeld als ze een stijl willen aanpassen. "Dan tonen we hen screenshots en vragen we: 'Wat denken jullie daarvan?' En dan kunnen die daarop reageren. Maar ook rond thema's, of ja, 'Waar liggen jullie wakker van?'" (L. Carton, persoonlijke communicatie, 17-05-2023, bijlage 1). Voor de 'beste vrienden' worden ook juist specifieke groepen gevraagd die ze nog niet goed bereiken. Blossom Books en ND Studenten hebben een enquête gehouden om in contact te komen met doelgroep.

Conclusie

Social media is de plek voor redacties om hun doelgroep te bereiken en/of met hen te communiceren. Dit doen redacties namelijk niet alleen via enquêtes of de nieuwsbrief, maar ook via de verhalen op Instagram en WAT WAT doet dat zelfs via een app. Er wordt verondersteld dat jonge redacteuren beter kunnen schrijven voor de doelgroep.

Daarnaast wordt er gelet op de leeftijd van geïnterviewden, zodat die ook relevant blijven voor de doelgroep. Vooral persoonlijke verhalen doen het goed en onderwerpen als seks, liefde, identiteit, mentale gezondheid en de woonsituatie. Dit zijn onderwerpen waar jongeren mee kampen en waar ze dus geïnteresseerd in zijn.

Het viel op dat weinig redacties met een fysieke tone of voice werken. Ze waren het wel allemaal eens over het gebruik van eenvoudige woorden. Daarnaast zouden korte alinea's goed werken, evenals populaire termen van de doelgroep gebruiken en persoonlijke

anekdotes. Daarbij zouden details erg goed werken, een verhalende toon. Engelse woorden worden ook gebruikt, evenals straattaal en spreektaal.

Hoofdstuk 7 Journalistieke productie

Noot: onderstaand artikel zal gepubliceerd worden op de website van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVdJ). Zie bijlage 2 voor toezegging.

Jongeren bereiken: artikelen schrijven aan de hand van Young Adult

De ontleding onder jongeren is de laatste jaren al meerdere keren in het nieuws te zien geweest. Daarbij helpt het ook niet mee dat veel jongeren actief het nieuws mijden, onder andere omdat ze het nieuws moeilijk te volgen vinden.

Online gaan er de laatste maanden veel filmpjes rond over Young Adult boeken en dat zou een oplossing kunnen zijn. Dit genre is namelijk erg populair onder jongeren, maar wat is het dat ze zo trekt in dit genre? Het antwoord op deze vraag zou jongeren weer kunnen trekken naar journalistieke teksten. Daarom is er aan de hand van literatuuronderzoek en het spreken met zeven redactieleden van jongerenplatformen, onderzoek gedaan naar het schrijven met de storytellingtechnieken van het genre Young Adult.

Voor jongeren schrijven: een vak apart

Door de desinteresse van jongeren zijn er de afgelopen jaren meerdere tijdschriften voor jongeren uit het mediaveld verdwenen. Toch zijn er nog genoeg jongerenplatformen over, alleen zijn dit online media geworden. Om erachter te komen hoe zij jongeren blijven trekken naar hun teksten, is er met zeven verschillende jongerenredacties gesproken. Hieruit bleek dat ze allemaal informeel schreven, Engelse woorden gebruikten en over onderwerpen schreven waar jongeren zelf mee te maken hebben, zoals seks, identiteit en liefde. Het viel erg op dat weinig tot geen redacties werkten met een stijlboek; het advies is om deze op te stellen zodat er een duidelijke schrijfstijl ontstaat.

Het genre Young Adult

Young Adult is een boekenggenre waar verschillende thema's en subgenres onder vallen. Het genre focust op jongvolwassenen en is erg in populariteit gestegen door de hashtag BookTok op TikTok. Jongeren maken filmpjes over hun favoriete boeken uit het genre Young Adult en delen deze met anderen. Wat dit genre zo aantrekkelijk maakt voor jongeren is de toegankelijke schrijfstijl (het gebruik van korte zinnen, geen uitgebreide beschrijvingen en

geen moeilijke woorden) en de herkenbaarheid voor jongeren. De personages in deze verhalen zijn tieners en hebben te maken met herkenbare tienerproblemen, situaties en gevoelens.

Schrijven met Young Adult

Journalisten kunnen de storytellingtechnieken van het genre Young Adult op verschillende manieren toepassen op hun teksten:

- De hele tekst in een verhalende stijl schrijven en opbouwen aan de hand van de kenmerken van Young Adult: een duidelijk personage, plot, omgeving, zintuigen en emotie verwerken in de tekst.
- De inleiding (of een kadertekst) in de stijl van Young Adult schrijven om de lezer de tekst in te trekken.
- Het gebruiken van losse elementen uit het genre Young Adult om je tekst te versterken; hierbij kun je denken aan *foreshadowing* of terugkerende motieven. Dit roept ook op tot experimenteren, zo kunnen journalisten een keer dialoog aan een tekst toevoegen.

Inzoomen op de storytellingtechnieken van het genre Young Adult

De opbouw van een Young Adult boek bestaat uit personages, hun problemen en vaak uit de structuur van The Hero's Journey. Dit is de reis van de held en in dit geval staat het symbool van de overgang naar volwassenheid of een belangrijk inzicht. Omdat The Hero's Journey zich centreert rond de identiteit van de held, spreekt dat jongeren erg aan. Ze kunnen zich vergelijken met de hoofdpersoon. Voor een journalist aan een artikel begint, is er vaak een onderwerp of thema waar het artikel over gaat. Dit is een goed startpunt voor het schrijven met YA. Daarna kan een vakgenoot zich afvragen in wat voor wereld de hoofdpersoon van het artikel leeft en proberen die vanuit de jongere te bekijken. Daarna kan je details, emoties en elementen uit het leven van de geïnterviewde toevoegen.

Ook in nieuwsartikelen is deze stijl toe te passen. Daarbij kan je kijken naar de elementen van Young Adult en proberen sommigen daarvan aan te sterken in het artikel. Je kunt spanning creëren door gebruik te maken van timing of vertragen en versnellen. Wil je het artikel juist luchtiger maken? Dan kun je ervoor kiezen om met humor en creativiteit te werken. Dit kun je doen door een onverwachte vergelijking te maken, met beeldspraak of door een cliché

helemaal om te draaien. Met stijlfiguren kom je ook ver, zo werkt herhaling ook heel goed (anafoor), overdrijven (hyperbool) of spelen met klanken (alliteratie).

Daarnaast werken de volgende storytellingtechnieken ook erg goed:

- Beeldend schrijven, dit kun je doen door gebruik te maken van zintuigen en details.
- Spelen met tijd en volgorde.
- Goed inleven in jongeren; je kunt bijvoorbeeld een kenmerk voor jongeren toevoegen aan de tekst, zoals het noemen van een populaire serie.
- Afwisseling tussen woorden en geen onnodig lange zinnen.
- Zinsopbouw: Je kunt een keer het onderwerp weglaten uit de tekst of spelen met grammatica door een zin eerder op te breken.

Journalist

Je kunt als journalist kijken op welke van deze manieren jij gebruik kunt maken van deze storytellingtechnieken. Er kan gekozen worden voor de hele tekst in de stijl van Young Adult, een verhalende inleiding of juist één alinea of een kadertekst die je eruit wil laten springen. Een journalist kan in een tekst vooral meer experimenteren met het vertelperspectief, tijdsperspectief, de structuur (je kunt bijvoorbeeld in plaats van een begin en slot een keer de chronologie omgooien), de setting en sfeer, de spanningsboog en een hoopvol einde. Interactie met jongeren is vooral erg belangrijk voor jongeren platformen. Zo heb je een brug naar relevante onderwerpen voor artikelen en kun je bij de doelgroep zelf checken of de stijl waarmee het platform schrijft aanslaat.

Hoofdstuk 8 Conclusie

Hoe kan je de storytellingtechnieken van het genre Young Adult inzetten in journalistieke teksten om jongeren te bereiken?

Ontlezing onder jongeren is en blijft een groot probleem wat aangepakt moet worden.

Sommige jongeren mijden het nieuws zelfs. Om daar iets aan te doen, werd er onderzocht hoe je de storytellingtechnieken van het populaire genre YA kan inzetten in journalistieke teksten.

Young Adult is mede door TikTok erg gestegen in populariteit. Jongeren maken filmpjes over hun (favoriete) YA-boeken. Er zijn twee belangrijke punten die jongeren gelijk al naar dit thema trekken: herkenbaarheid en een toegankelijke schrijfstijl. Doordat ze de problemen van het hoofdpersonage herkennen, die overigens ook altijd een tiener is, kunnen ze zich makkelijker verplaatsen in het personage. Daarnaast haken jongeren sneller af als er moeilijke woorden in een tekst verwerkt zijn, houden van kortere zinnen en vaak ook alinea's en hoeven geen ellenlange beschrijvingen te lezen.

Je kunt Young Adult toepassen op een journalistieke tekst op verschillende manieren. Als eerste kun je een artikel conform de structuur van YA opbouwen. Dan houd je rekening met een duidelijk personage, plot, conflict, de structuur van The Hero's Journey, zintuigen gebruiken en emotie verwerken in de tekst. Daarnaast houden jongeren van een hoofdpersoon die een ontwikkeling doormaakt en een hoopvol einde.

Deze technieken kun je gebruiken in een tekst die is opgebouwd uit storytellingtechnieken van Young Adult of je kunt ze 'zelfstandig' gebruiken. Met zelfstandig wordt bedoeld, dat een journalist een tekst op kan bouwen zonder de YA-elementen, maar hier wel stukjes van kan gebruiken. Je kunt bijvoorbeeld in een journalistieke tekst experimenteren door terugkerende motieven toe te voegen of een keer dialoog in de tekst te verwerken. Dan schrijf je misschien niet het hele artikel in de stijl van YA, maar gebruik je bouwstenen om je tekst kleur te geven.

Een manier waarop je dit kunt doen: als een journalist een tekst spannend wil maken, dan kan hij gebruikmaken van foreshadowing, versnellingstechnieken of informatiedosering. Humor kan een journalist creëren door middel van stijlfiguren, beeldspraak of originele metaforen.

De derde manier om Young Adult in journalistieke teksten te gebruiken, is om de inleiding te schrijven in een verhalende stijl met de storytellingtechnieken van Young Adult. Met het begin van een tekst, onder andere een sterke eerste zin, trek je een tiener sneller de tekst in.

Om erachter te komen waar je het best over kan schrijven als het gaat om het bereiken van jongeren, kan je het beste jonge redacteurs in dienst hebben of zelf in contact staan met jongeren. Daardoor weet je als redactie beter wat er speelt en kan je eventueel inspelen op ‘tienerspraak’ of straattaal. Er zijn een aantal onderwerpen die jongeren veel interesseren, onder andere: seks, identiteit, mentale gezondheid, liefde, geaardheid en vriendschap. Deze onderwerpen spreken aan, omdat ze herkenbaar zijn voor jongeren.

Hoofdstuk 9 Reflectie

Bij mijn reflectie zal ik terugkijken op mijn proces, producten en persoonlijke ontwikkeling. Er is een hoop gebeurd bij het maken van dit onderzoek en op de belangrijkste gebeurtenissen zal ik hier ingaan.

Reflectie op het proces

In eerste instantie zou ik aan de slag gaan met een Innovatieonderzoek. Het plan was om samen te werken met een opdrachtgever die mijn experimenten, in dit geval journalistieke teksten geschreven aan de hand van YA, zou plaatsen op de website. Daarbij kon de opdrachtgever de cijfers bekijken en kon ik eventueel een enquête houden of een focusgroep organiseren. Hier ben ik vanaf gestapt, omdat mijn begeleider Bert zag dat het erg moeilijk bleek om een opdrachtgever te zoeken en daar was ik het mee eens (B. Mateboer, persoonlijke communicatie, januari 2023).

Ik heb daarna gekozen om aan de slag te gaan met Onderzoek naar Praktijk, omdat ik hierbij op zoek kon gaan naar al bestaande literatuur over dit onderwerp. Daarnaast kwam ik toch nog in contact met redacties met de interviews die ik heb gedaan voor hoofdstuk 6. Van deze keuze heb ik geen spijt, omdat dit een zeer interessante ontdekkingstocht was op zoek naar storytellingtechnieken, de interesses van jongeren en hoe redacties voor jongeren schrijven.

Het was iets moeilijker dan gedacht om jongerenplatformen te benaderen. Ik wist dat het aantal daarvan sinds een aantal jaren geleden erg geslonken was, maar juist doordat sommige redacties niet gelijk antwoordden, viel het op hoe weinig er eigenlijk waren. Daarom heb ik er uiteindelijk voor gekozen om op aanraden van mijn medestudent Rosanne Wormgoor mijn blikveld te verruimen en outside the box te denken (R. Wormgoor, persoonlijke communicatie, april 2023).

Daarna heb ik onder andere het platform WAT WAT gecontacteerd voor een interview. Ook heb ik een interview gehad met een uitgeverij die blogs post voor jongeren en een marketingcommunicatiemedewerker die onderzoek deed naar het schrijven voor jongeren. Dit

zijn geen jongerenplatformen, maar in dit geval schreven ze ook voor de doelgroep jongeren en bleken ze erg betrouwbaar voor het beantwoorden van mijn zesde deelvraag.

Reflectie op de producten

Een van de proeflezers merkte op dat mijn hypothese wel heel erg lijkt op mijn conclusie (Verweij I., persoonlijke communicatie, 8 juni 2023).

Na het terugblikken op de hypothese moet ik zeggen dat dat klopt. In mijn conclusie zijn de dingen die ik dus al had voorspeld deels naar voren gekomen. De manier van schrijven met gebruik van Young Adult kan dus ook op de manier waarop ik het in eerste instantie voor me zag.

Ik had moeite met het opstellen van mijn conclusie, maar de opzet van mijn eindproduct ging dan weer verrassend goed. Daarbij heb ik methodisch de vondsten van mijn onderzoek onderverdeeld in verschillende kopjes. Toch waren er nog een aantal dingen die verbeterd konden worden. Daarvoor kreeg ik feedback van Dorien Vrieling, zij is chef redactie bij SVDJ (D. Vrieling, persoonlijke communicatie, 7 juni 2023).

Na haar feedback kon ik aan de slag om mijn ‘echte’ artikel/ adviesrapport nog beter te maken, waardoor ik mijn medejournalisten goed kon informeren over de uitkomst van mijn onderzoek (Kussendrager et al., 2014).

De feedback van Vrieling:

- Ziet er goed uit! Vooral die technieken zijn heel interessant, daar kunnen journalisten echt wat aan hebben.
- Het belangrijkste: Ik zou ook wat willen lezen over hoe je bij deze adviezen komt. Wat voor bronnen heb je geraadpleegd, of heb je hier mensen over geïnterviewd?
- Fysieke tone of voice: Wat bedoel je daarmee? Dat ze niet een soort stijlboek hadden?
- *Mijn advies aan redacties zou zijn om in contact te komen/blijven met jongeren om zo aan relevante onderwerpen te komen:* Dit gaat over inhoud, niet over

toon (en het is eerlijk gezegd ook een beetje een open deur). Dit zou ik eruit laten.

- *Journalisten kunnen Young Adult op verschillende manieren toepassen op hun teksten:* Ik zou ook kort uitleggen hoe je erop kwam om te kijken wat journalisten kunnen leren van de stijl van Young Adult. Wat was je bron?

Amber Dexel is de gehele lengte van mijn onderzoek op de hoogte gebleven van ontwikkelen en benoemt dat er veel mensen benaderd zijn en dat er veel tijd in het onderzoek is gestoken (A. Dexel, persoonlijke communicatie, 9 juni 2023).

Rosanne viel vooral op ik me erg goed heb verdiept in het onderwerp. “Je zou zelf een 'expert' kunnen noemen met de hoeveelheid kennis die je inmiddels bezit over YA en storytellingtechnieken. De journalistiek had nog iets meer in je onderzoek naar voren mogen komen” (R. Wormgoor, persoonlijke communicatie, 11 juni 2023).

Reflectie op je persoonlijke ontwikkeling met betrekking tot het journalistieke vak

Door het maken van deze scriptie ben ik erachter gekomen dat ik de discipline heb om langdurig aan een project te werken. Ik ben twee dagen per week (de andere drie dagen had ik stage) zelfstandig aan het werk gegaan in de bibliotheek. Andere dagen ben ik soms naar school geweest om met medestudenten te werken. Dit ging lang niet altijd goed, maar ik ben blij dat ik heb doorgezet en de discipline had om toch elke vrije wekelijkse dag aan mijn onderzoek te gaan. Daardoor heb ik het op tijd af kunnen krijgen en een goed werktempo te pakken gehad.

Daarnaast werkte het voor mij ook erg goed om niet fulltime met het onderzoek bezig te zijn. Door de periode op te delen, had ik een goede afwisseling tussen het werken aan de scriptie en stage. Dit verraste mij, omdat ik voorheen eigenlijk het liefst twee maanden fulltime aan het onderzoek wilde werken. Ik ben er dus achter gekomen dat het voor mij beter werkt om in langdurige korte etappes te werken.

Ik ben al snel tegen het woordenaantal aangelopen. Dit was namelijk rond de 15.000 woorden inclusief het adviesrapport. Toch zat na twee deelvragen al aan dit getal. Dit kwam doordat ik

me aan het begin van het onderzoek niet genoeg had ingelezen, waardoor ik nog niet wist dat er een maximaal aantal woorden was. Uiteindelijk kwam ik hier door de attendering van Mateboer achter (B. Mateboer, persoonlijke communicatie, maart 2023). Daardoor heb ik veel moeten schrappen. Het onderzoek heeft uiteindelijk nog te veel woorden, maar de informatie is nodig om tot een betrouwbare conclusie te komen. Uiteindelijk heb ik hiermee geleerd om vooraf beter de instructies te lezen en tot de kern te komen bij het beantwoorden van de deelvragen.

Bronnenlijst

- Ackermans, L. (2021). Een decennium young adult literatuur in Nederland (2009-2019). Tijdschrift voor Nederlandse Taal- en Letterkunde, 137 (1) 45- 72. Geraadpleegd op 31 maart 2023, van TNTL 2021-1.indb (aup-online.com)
- Ackermans, L. ‘Vakoverstijgend lezen met young adult literatuur’, in: hsnbundels.taalunie.org/, geraadpleegd op 16 januari 2023, van https://hsnbundels.taalunie.org/wpcontent/uploads/2019/09/2017_X_leesbevordering_1_Ackermans.pdf
- Aerogramme Writers’ Studio. (2019, 11 augustus). The Story Spine: Pixar’s 4th Rule of Storytelling. Geraadpleegd op 1 maart 2023, van <https://www.aerogrammestudio.com/2013/03/22/the-story-spine-pixars-4th-rule-of-storytelling/>
- Altink, B. (2020, 10 juni). Waarom storytelling werkt: het effect op ons brein. Contentic. Geraadpleegd op 15 februari 2023, van <https://contentic.nl/blog/waarom-storytelling-werkt-het-effect-op-ons-brein/>
- Appel, R. (2007). Geraadpleegd op 26 april 2023. Spanning in verhalen. Over het schrijven van spannende boeken. Augustus Atlas Contact.
- B. Ros, ‘Young Adult: genre of leeftijdscategorie?’, Literatuur zonder leeftijd, 24, 2010, 9-17, geraadpleegd op 16 januari 2023.
- Baskin, R., N. (z.d.) The Writer’s Toolbox - Faculty Articles - Gotham Writers Workshop. (z.d.). Geraadpleegd op 19 april 2023, van Baskin <https://www.writingclasses.com/toolbox/articles/six-tips-for-writing-young-adult-novels>
- Beeldend schrijven | NIOW Taal- en tekstexperts. (z.d.). Geraadpleegd op 10 maart 2023, van <https://www.niow.nl/blog/schrijfvvaardigheid/beeldend-schrijven>
- Belbin, D. (2011). What is young adult fiction? English in Education, 45(2), 132–145. geraadpleegd op 17 januari 2023, van <https://doi.org/10.1111/j.1754-8845.2011.01094.x>,

- Belcastro, M. (2020, 28 september). The Ultimate Guide To Writing YA Fiction [2022]. So You Want to Write? Geraadpleegd op 19 april 2023, van <https://soyouwanttowrite.org/blogs/syww/the-ultimate-guide-to-writing-ya-fiction#chapter2>
- Bermejo Muela, Diana. (2021). Geraadpleegd op 26 mei 2023. Humour in Children's and Young Adult Literature: The Work of Gilles Bachelet. Department of Specific Didactics, University of Saragossa, Faculty of Education.
- Blanken, H., & De Jong, W. (2014). Geraadpleegd op 1 maart 2023. De schrijfbibliotheek - Handboek verhalende journalistiek. Atlas Contact.
- BookTok. [Hashtags]. Geraadpleegd op 9 juni 2023. Instagram.
- BookTok. [Hashtags]. Geraadpleegd op 9 juni 2023. TikTok.
- Bouma, M. (2010). Geraadpleegd op 1 maart 2023. De schrijfbibliotheek - Storytelling in 12 stappen: op reis met de held. Augustus.
- Bouma, M. (2020). Geraadpleegd op 15 maart 2023. Schrijf je levensverhaal: Praktische gids voor autobiografisch werk. Atlas Contact.
- Boxum, M. (2022, 16 november). Onderzoek toont aan: Readification stimuleert jongeren meer te lezen. CPNB. Geraadpleegd op 29 maart 2023, van <https://cpnb.nl/nieuws/onderzoek-toont-aan-readification-stimuleert-jongeren-meer-te-lezen/#:~:text=Eenzelfde%20aantal%20jongeren%20geeft%20aan,bij%20aan%20een%20positieve%20leeservaring>
- Brokken, J. C. (2018). Geraadpleegd op 15 maart 2023. Het hoe: over het schrijven van romans, verhalen en non-fictie. Augustus.
- C. Hill, 'Introduction', in: Crag Hill, Young Adult Literature and Scholarship: Come of Age, New York 2014, geraadpleegd op 16 januari 2023.
- Campbell, J. (2008). Geraadpleegd op 3 maart 2023. The Hero with a Thousand Faces. Derde editie. Princeton University Press.
- Cancienne, Mary Beth. (2019). "Using Metaphorical Thinking to Understand a Literary Archetype: The Hero's Journey." The Virginia English Journal, 69 (1), 59-71. Geraadpleegd op 3 maart 2023, van <http://vate.org/wp-content/uploads/2019/07/VEJ-Summer-2019-web-issue.pdf>.

- Cancienne, Mary Beth. (2019). "Using Metaphorical Thinking to Understand a Literary Archetype: The Hero's Journey." *The Virginia English Journal*, 69 (1), 59-71. Geraadpleegd op 3 maart 2023, van <http://vate.org/wp-content/uploads/2019/07/VEJ-Summer-2019-web-issue.pdf>.
- Catsburg, M. (2022, 21 juli) 3 tips voor de setting van je verhaal. *Schrijven Online*. Geraadpleegd op 15 maart 2023, van <https://schrijvenonline.org/nieuws/3-tips-voor-de-setting-van-je-verhaal>
- Charlotte. (2017, 15 november). Wat is embedden en hoe kun je embedden? *Charlotte's Law & Fine Prints*. Geraadpleegd op 24 mei 2023, van <https://www.charlotteslaw.nl/is-embedden-en-hoe-kun-embedden/#:~:text=Embedden%20betekent%20insluiten.,die%20je%20wil%20laten%20zien>.
- Checklist WAT WAT. (z.d.). WAT WAT. Geraadpleegd op 12 juni 2023, van <https://www.watwat.be/checklist-wat-wat>
- Content Animators (2022, 13 september). Wat is storytelling | 8 stappen | 6 ingrediënten (2020). *Content Animators*. Geraadpleegd op 15 februari 2023, van <https://www.contentanimators.com/animatie-archief/wat-is-storytelling-8-stappen-6-ingredienten-2020/>
- Cubiss en Youngworks (2022). Jongeren en lezen: Hoe prikkelen we het leesgedrag bij jongeren (12 – 18 jaar)?. *Cubiss*. Geraadpleegd op 17 april 2023, van *Jongeren en lezen.pdf* (cubiss.nl)
- Daniëls, W. (2006). Geraadpleegd op 26 april 2023. *Kinderboeken schrijven*. Augustus Amsterdam.
- De Berg, J., & Welgraven, C. (2014). Geraadpleegd op 17 maart 2023. *Trouw schrijfboek* (5e editie). Rainbow BV.
- De Jager, K. -J., Postema, S., & Schaaf, D. (z.d.). Week van het onderzoek week 1 - dag 4. [Presentatieslides]. Geraadpleegd op 9 juni 2023, van <https://chede.itslearning.com/ContentArea/ContentArea.aspx?LocationID=6940&LocationType=1>

- De Jong, L. (2016, 21 mei) Young Adult, voor lezers jong van hart. Hebban. Geraadpleegd op 16 januari 2023, van <https://www.hebban.nl/artikelen/young-adult-voor-lezers-jong-van-hart>
- De Jong. (z.d). Waar lopen jongeren tussen 16 en 27 jaar tegenaan? | Nederlands Jeugdinstituut. Geraadpleegd op 17 mei 2023, van <https://www.nji.nl/van-jeugd-naar-volwassenheid/waar-lopen-jongeren-tussen-16-en-27-jaar-tegenaan>
- Dessing, M. (2017, 7 mei). Heldere Taal voor iedere doelgroep anders | Taalunie:Bericht. Taalunie:Bericht. Geraadpleegd op 21 april 2023, van <https://taaluniebericht.org/artikel/heldere-taal-voor-iedere-doelgroep-anders>
- Dessing, M. (2019, 25 september). “De herhaling geeft de Staat van het Nederlands zijn kracht” | Taalunie:Bericht. Taalunie:Bericht. Geraadpleegd op 21 april 2023, van <https://taaluniebericht.org/artikel/de-herhaling-geeft-de-staat-van-het-nederlands-zijn-kracht>
- Dessoy, L. (2019, 23 juli) Young adult, what’s in a name? | Iedereen Leest. Iedereen Leest. Geraadpleegd op 22 maart 2023, van <https://www.iedereenleest.be/over-lezen/young-adult-whats-name>
- Dev-Dorrance. (2019, 19 september). Writing for Your Audience: Young Adult - Dorrance Publishing Company. Dorrance Publishing Company. Geraadpleegd op 31 maart 2023, van <https://www.dorrancepublishing.com/writing-for-your-audience-young-adult/>
- Digital News Report: Nederland 2022 (2022) Geraadpleegd op 7 juni 2023. Digital-News-Report-Nederland-2022.pdf (mediamonitor.nl). Commissariaat voor de media.
- Dijk, E. (2010). Geraadpleegd op 28 april 2023. Stuwend schrijven. Een corpusonderzoek naar aanleiding van de adviezen van de schrijfadviser Rudolph Flesch. [Masterscriptie] Universiteit Utrecht.
- Dybicz, Phillip. (2012) “The Hero(ine) on a Journey: A Postmodern Conceptual Framework for Social Work Practice.” Journal of Social Work Education, 48 (2), 267-283. Taylor and Francis Online. Geraadpleegd op 3 maart 2023, van <https://doi.org/10.5175/JSWE.2012.201000057>.
- Eveline. (2021, 15 juli). 7 x redenen waarom we niet kunnen stoppen met het lezen van Young adult boeken | PaagMag. PaagMag. Geraadpleegd op 24 maart 2023, van

<https://magazine.paagman.nl/boeken/7x-redenen-waarom-we-niet-kunnen-stoppen-met-het-lezen-van-young-adult-boeken/>

- Eynde, D. Young Adult: de subgenres. (2015, 19 maart). Hebban.nl. Geraadpleegd op 17 januari 2023, van <https://www.hebban.nl/artikelen/young-adult-de-subgenres>
- Feeney, N. (2013, 22 oktober). The 8 Habits of Highly Successful Young-Adult Fiction Authors. The Atlantic. Geraadpleegd op 19 april 2023, van <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/10/the-8-habits-of-highly-successful-young-adult-fiction-authors/280722/>
- Filippone, D. (2022, 6 april). Zes vragen en antwoorden over de leeswereld van jongeren. EOS Wetenschap. Geraadpleegd op 29 maart, van <https://www.eoswetenschap.eu/psyche-brein/zes-vragen-en-antwoorden-over-de-leeswereld-van-jongeren>
- Gillis, C. (2002) Multiple Voices, Multiple Genres: Fiction for Young Adults. National Council of Teachers of English, 92 (2) 52-59. Geraadpleegd op 5 april 2023, van Multiple Voices, Multiple Genres: Fiction for Young Adults on JSTOR
- Goossens, S. Nieuwe Instagram-functie: alleen delen met “beste vrienden”. (2018, 30 november). RTL Nieuws. Geraadpleegd op 11 juni 2023, van <https://www.rtlnieuws.nl/tech/artikel/4503276/instagram-voegt-close-friends-functie-toe#:~:text=Gebruikers%20kunnen%20een%20lijst%20met,in%20de%20lijst%20met%20Stories.>
- Gouwerok, S. (2021, 1 september) Wat maakt het Young Adult-genre zo populair? Schrijven Online. Geraadpleegd op 24 maart 2023, van <https://schrijvenonline.org/nieuws/wat-maakt-het-young-adult-genre-zo-populair>
- Gouwerok, S. (2021, 31 maart). 5 tips voor het schrijven van een Young Adult-boek. Schrijven Online. Geraadpleegd op 21 april 2023, van <https://schrijvenonline.org/tips/5-tips-voor-het-schrijven-van-een-young-adult-boek>
- Grant, G. (2014, november). “Re-Visioning the Heroes Journey: A Story of Something Old, Something New.” Geraadpleegd op 3 maart 2023, van <http://integralleadershippreview.com/12278-1115-revisioning-heroes-journey-story-something-old-something-new/>.

- Heerink, M. (2008). Geraadpleegd op 17 maart 2023. Praktische schrijfgids (2e editie). Pearson Benelux B.V.
- Heppenhuis, A. (2018). Geraadpleegd op 26 mei 2023. Bought because of the cover – Een onderzoek naar de smaakvoorkeuren voor boekomslagen van Young Adult lezers. [Masterscriptie letterkunde]. Radboud Universiteit Nijmegen.
- Hermans, M. (1997). Geraadpleegd op 28 april 2023. Schrijven met effect. Stijlcursus doeltreffend formuleren. Coutinho Bussum.
- Hero's Journey: Get a Strong Story Structure in 12 Steps. (2022, 8 augustus). Reedsy. Geraadpleegd op 3 maart 2023, van <https://blog.reedsy.com/guide/story-structure/heros-journey/>
- Hipple, T. en Maupin, B, A. (2001) What's Good about the Best? National Council of Teachers of English, 90 (3) 40-42. Geraadpleegd op 5 april 2023, van What's Good about the Best? on JSTOR
- Hoe leesgedrag is veranderd door corona - KVB Boekwerk. (2022, 2 juni). KVB Boekwerk. Geraadpleegd op 9 juni 2023, van <https://kvbboekwerk.nl/consumentenonderzoek/hoe-leesgedrag-is-veranderd-door-corona>
- Hogenkamp, H. (2014). Geraadpleegd op 15 maart 2023. Schrijven is schrappen / druk 1: de kunst van het weglaten. Atlas Contact.
- Huneman, N. (2012, 4 december). Ontdek het oerverhaal in jouw boek. Boekschrijven.nl. Geraadpleegd op 3 maart 2023, van <https://www.boekschrijven.nl/oer-verhaal-jouw-boek/>
- Jongeren & lezen. (2018, 1 september). KVB Boekwerk. Geraadpleegd op 17 januari 2023, van <https://kvbboekwerk.nl/consumentenonderzoek/jongeren-en-lezen>,
- Jonkman, L. (2014). Geraadpleegd op 15 maart 2023. Schrijven kreng! / druk 1. Luitingh Sijthoff
- Kaashoek, P., & Willemars, M. (2016). Geraadpleegd op 9 juni 2023. Journalistiek denken en doen: focus op data en content.
- Kaywell, F. J. (1996). Young Adult Literature: Enhancing Your Writing through the Masters or What Makes a Good Work Good. National Council of Teachers of English, 85 (5)

104-107. Geraadpleegd op 29 maart 2023, van <https://www.jstor.org/stable/820731?read-now=1&seq=3>

- Koetsenruijter, A. W. M., & Van Hout, T. (2018). Geraadpleegd op 9 juni 2023. Methoden voor journalism studies. (tweede druk). Boom.
- Kussendrager, N., Van Der Lugt, D., & Verschoor, B. (2014). Geraadpleegd op 9 juni 2023. Basisboek journalistiek: achtergronden, genres, vaardigheden. Noordhoff.
- Lamb, N. (2008). Geraadpleegd op 24 maart 2023. The Art And Craft Of Storytelling: A Comprehensive Guide To Classic Writing Techniques. Penguin.
- Lawrence F., Ross G. (Regisseur). (2012) The Hunger Games. Lionsgate.
- Liberi. (2022, 14 maart). Endorfine: Wat is het, waarvoor dient het en hoe houd je het op peil? Liberi. Geraadpleegd op 15 februari 2023, van <https://liberi.nl/wat-is-endorfine/>
- Maas, S. J. (2016). Geraadpleegd op 11 juni 2023. Hof van doorns en rozen. Van Goor.
- Mafi, T. (2011b). Geraadpleegd op 11 juni 2023. Shatter Me. Harper Collins.
- Major, T. (2017, 4 april). Hoe gebruik je symboliek in je tekst? Schrijven Online. Geraadpleegd op 22 maart 2023, van <https://schrijvenonline.org/tips/hoe-gebruik-je-symboliek-in-je-tekst>
- Mansourova, Z. (2017, 7 maart). 4 tips voor beeldend schrijven. Schrijven Online. Geraadpleegd op 10 maart 2023, van <https://schrijvenonline.org/tips/4-tips-voor-beeldend-schrijven>
- MasterClass. (2021, 21 december). How to Write Young Adult Fiction: 10 Tips from Legendary Author R.L. Stine - 2023 - MasterClass. Geraadpleegd op 19 april 2023, van <https://www.masterclass.com/articles/how-to-write-young-adult-fiction-with-rl-stine>
- MasterClass. (2021, augustus 23). How to Make Your Writing Funny: 10 Tips for Writing Humorous Stories - 2023 - MasterClass. Geraadpleegd op 26 april 2023, van <https://www.masterclass.com/articles/how-to-make-your-writing-funny>
- Mathys, K. (2020, 22 september). Young adult schrijven: 10 elementen om op te letten. Schrijven Online. Geraadpleegd op 29 maart 2023, van <https://schrijvenonline.org/tips/young-adult-schrijven-10-elementen-om-op-te-letten>

- Mediahuis, Wayne Parker Kent en Mediatest. (2022) Het Grote Jongerenonderzoek 2022: Het gedrag van jongeren onder de loep. [White paper]. Mediahuis. Geraadpleegd op 17 mei 2023, van [Whitepaper het Grote Jongerenonderzoek 2022 \(1\).pdf](#).
- Meyer, S. (2020). Geraadpleegd op 11 juni 2023. Midnight sun.
- Moran, K. (2016, 17 juli). The Four Dimensions of Tone of Voice. Nielsen Norman Group. Geraadpleegd op 24 mei 2023, van <https://www.nngroup.com/articles/tone-of-voice-dimensions/>
- Mumper M. L. en Gerrig J. R. (2016). Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts Manuscript version of Leisure Reading and Social Cognition: A Meta-Analysis. Geraadpleegd op 7 juni 2023. [manuscript] American Psychological Association.
- Muts, J. C. (2015). Geraadpleegd op 15 maart 2023. Er was eens... een verhaal: cursusboek creatief schrijven. VanDorp Educatief.
- Nederlands Herseninstituut - KNAW | Master the mind. (2023, 26 januari). Geraadpleegd op 15 februari 2023, van <https://herseninstituut.nl/over-het-brein/dopamine/>
- Nederlandse Vereniging van Journalisten. (2022, 10 februari). Code voor de Journalistiek. Geraadpleegd op 11 juni 2023, van <https://www.nvj.nl/themas/journalistieke-praktijk/ethische-regels/code-journalistiek>
- NOS Nieuws. (2022, 21 augustus). Jongeren lezen steeds minder? TikTok biedt boekenbranche hoop. NOS. Geraadpleegd op 26 mei, van <https://nos.nl/artikel/2441522-jongeren-lezen-steeds-minder-tiktok-biedt-boekenbranche-hoop>
- NOS. (2018, 18 januari). Tieners lezen steeds minder boeken. NOS. Geraadpleegd op 26 mei 2023, van <https://nos.nl/artikel/2212443-tieners-lezen-steeds-minder-boeken>
- NOS. (2021, 1 augustus). #BookTok: steeds meer jongeren in de boeken. NOS Stories. <https://stories.nos.nl/artikel/2391955-booktok-steeds-meer-jongeren-in-de-boeken>
- Ontlezing te lijf: 'BookTok goed in de gaten houden' | Radboud Universiteit. (2022, 11 oktober). Geraadpleegd op 7 juni 2023, van <https://www.ru.nl/onderzoek/onderzoeksnieuws/ontlezing-te-lijf-booktok-goed-in-de-gaten-houden#:~:text=Het%20mooie%20is%20dat%20dit,een%20school%20in%20de%20Achterhoek.>

- Polti, G. (2017). Geraadpleegd op 1 maart 2023. Les Trente-Six Situations Dramatiques. Andesite Press.
- Post, E. (2016, 10 november). De chronologische volgorde. Schrijven Online. Geraadpleegd op 24 maart 2023, van <https://schrijvenonline.org/blogs/de-chronologische-volgorde>
- Powers, M. (1948). Storytelling. National Council of Teachers of English, 25(5), 308–310. Geraadpleegd op 15 februari 2023, van https://www.jstor.org/stable/41383551?read-now=1#page_scan_tab_contents
- Qrius (2021). Geraadpleegd op 17 april 2023. De leescultuur van jongeren. Amsterdam: Stichting Lezen.
- Redactie MT/Sprout. (2022, 21 april). Zo bereik je jongeren. MT/Sprout. Geraadpleegd op 5 april, 2023 van <https://mtsprout.nl/groei/marketing/zo-bereik-je-jongeren>
- RedactieCL. (2020, 15 oktober). Interview met Mel Wallis de Vries. Chicklit. Geraadpleegd op 21 april 2023, van <https://www.chicklit.nl/auteurinterviews/171148/interview-met-mel-wallis-vries>
- Renkema, J. (2005). Geraadpleegd op 24 maart 2023. Schrijfwijzer: handboek voor duidelijk taalgebruik. Staatsuitgeverij.
- Rijnvis, D. (2020). Waarom je beter schrijft als je in spreektaal denkt. Schrijfvis. Geraadpleegd op 22 maart 2023, van <https://www.schrijfvis.nl/leren-schrijven/>
- Rijnvis, D. (2020, 14 februari). Beeldend schrijven? Vermijd deze 10 werkwoorden. Schrijfvis. Geraadpleegd op 10 maart 2023, van <https://www.schrijfvis.nl/beeldend-schrijven/>
- Rijnvis, D. (2020, februari 12). Waarom je eigen schrijfstijl vinden een kwestie is van je ego loslaten. Schrijfvis. Geraadpleegd op 10 maart 2023, van <https://www.schrijfvis.nl/schrijfstijl/>
- Rijnvis, D. (2020, februari 13). Vertelperspectief kiezen – de belangrijkste keuze voordat je aan een boek begint. Schrijfvis. Geraadpleegd op 8 maart 2023, van <https://www.schrijfvis.nl/vertelperspectief/>

- Rijnvis, D. (2021, 1 juni). Met deze universele verhaalstructuur maak je elk boek of kort verhaal sterker. Schrijfvis. Geraadpleegd op 1 maart 2023, van <https://www.schrijfvis.nl/verhaalstructuur/>
- Rijnvis, D. (2022). Metaforen zoeken – hoe maak je een verhaal of boek beter met beeldspraak? Schrijfvis. Geraadpleegd op 22 maart 2023, van <https://www.schrijfvis.nl/metafoor/>
- Risku, Johanna. (2017). Geraadpleegd op 31 maart 2023. “We Are All Adolescents Now” The Problematics of Categorizing Young Adult Fiction as a Genre. [Master’s Programme in English Language and Literature Pro Gradu Thesis]. University of Tampere.
- Robertson, Derek L., and Christopher Lawrence. (2015) “Heroes and Mentors: A Consideration of the Relational-Cultural Theory and ‘The Hero’s Journey.’” Journal of Creativity in Mental Health, 10 (3), 264-277. Taylor and Francis Online. Geraadpleegd op 3 maart 2023, van <https://doi.org/10.1080/15401383.2014.968700>.
- RTL Nieuws.Onderzoek: jongeren gaan meer lezen door verhalen bij games. (2021, 24 september). RTL Nieuws. Geraadpleegd op 29 maart, van <https://www.rtlnieuws.nl/tech/artikel/5256113/onderzoek-jongeren-gaan-meer-lezen-door-verhalen-bij-games>
- Sassen, E. (2017). Geraadpleegd op 11 juni 2023. Er is geen vorm waarin ik pas. WPG Kindermedia.
- Schaper, J., Wennekers, A., & De Haan, J. (2019, 19 december). Media binnen tijdsbesteding. Sociaal en Cultureel Planbureau. Geraadpleegd op 7 mei 2023, van <https://digitaal.scp.nl/trends-in-mediatijd/media-binnen-tijdsbesteding/>
- Schouten, I. (2009). Geraadpleegd op 15 maart 2023. Van kort verhaal naar roman. Atlas Contact.
- So Many Pages. (2021, 9 februari). Wat is Young Adult? | So Many Pages. So Many Pages. Geraadpleegd op 26 mei, van <https://somanypages.nl/wat-is-young-adult/>
- Stalpers, C. (2020). Geraadpleegd op 17 april 2023. De leeswereld van jongeren en jongvolwassenen. Amsterdam: Stichting Lezen.
- Stern, R., & Faulkner, G. (2019). Geraadpleegd op 15 maart 2023. Sterke verhalen & hoe je ze schrijft: een epische gids voor jonge schrijvers. Blossom Books.

- Storm, N. (2024, 9 april). De basis voor het schrijven van young adult fictie. Young-Adults.nl. Geraadpleegd op 29 maart 2023, van <https://www.young-adults.nl/2014/04/09/de-basis-voor-het-schrijven-van-young-adult-fictie/>
- Swaen, B. en Scharwwächter, V. (2023, 19 januari). Geraadpleegd op 10 juni 2023. Soorten onderzoeksvragen perfect formuleren (met voorbeelden). Scribbr. <https://www.scribbr.nl/starten-met-je-scriptie/type-onderzoeksvragen/>
- Ten Stripes (2023, 16 januari). Storytelling: alles dat je moet weten - 2023 editie. Ten Stripes. Geraadpleegd op 15 februari 2023, van <https://tenstripes.nl/storytelling/>
- Tone of voice WAT WAT. (z.d.). WAT WAT. Geraadpleegd op 12 juni 2023, van <https://www.watwat.be/tone-voice-wat-wat>
- Trites, R. S. (1998). Geraadpleegd op 31 maart 2023. *Disturbing the Universe: Power and Repression in Adolescent Literature*. University of Iowa Press.
- Trites, Roberta S. (2000) *Disturbing the Universe: Power and Repression in Adolescent Literature*. University of Iowa Press, geraadpleegd op 16 januari 2023.
- Van Asperen, N. (2021, 9 april). Ontlezing onder jongeren: is digitalisering de boosdoener? Publiek Plein. Geraadpleegd op 10 januari, van <https://www.publiekplein.nl/ontlezing-onder-jongeren-is-digitalisering-de-boosdoener/>
- Van Dale. (2023). Van Dale. Geraadpleegd op 24 mei 2023, van https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/polls#.ZHcaUe_P25c
- Van der Burgh, R. (2015, 24 maart). Zo schrijf je een Young Adult. Schrijven Online. Geraadpleegd op 16 januari 2023, van <https://schrijvenonline.org/tips/zo-schrijf-je-een-young-adult>
- Van Der Horst, P., & Van Der Horst, P. W. (1996). Geraadpleegd op 17 maart 2023. *Stijlwijzer : praktische handleiding voor leesbaar schrijven*. In Published in 1996 - 1999 in Den Haag Antwerpen by Sdu Standaard.
- Van der Velden, C., MSc, & NJR het Bureau. (2012). Geraadpleegd op 17 april, 2023. *Jongeren, de Nederlandse taal & participatie*. Nederlandse Taalunie.

- Van Eck, M. (2012). Geraadpleegd op 28 april 2023. “Als het maar een spannend boek is” Een corpusonderzoek naar stuwend schrijven in jeugdliteratuur voor de onderbouw. [Masterscriptie Nederlandse taal en cultuur]. Universiteit Utrecht.
- Van Gelder, R. (2022, 15 september). Jongeren lezen heus wel, but in English. Is dat erg? [www.Trouw.nl](https://www.trouw.nl/cultuur-media/jongeren-lezen-heus-wel-but-in-english-is-dat-erg~b6ac9b39/). Geraadpleegd op 24 maart 2023, van <https://www.trouw.nl/cultuur-media/jongeren-lezen-heus-wel-but-in-english-is-dat-erg~b6ac9b39/>
- Van Iersel, S. (2021, 10 november). Waarom is storytelling belangrijk? Verhaallijnen | Den Haag. Geraadpleegd op 15 februari 2023, van <https://sigridvaniersel.nl/wat-is-storytelling/waarom-is-storytelling-belangrijk/>
- Van Keken, H. R. (2015). Geraadpleegd op 7 mei 2023. Voor het onderzoek: de onderzoekskwestie als basis voor praktijkonderzoek. Boom Lemma Uitgevers.
- Van Marsbergen, N. (2020). Geraadpleegd op 29 maart 2023. Diepgang of ondergang? Young Adult Literatuur in Nederland 2005-2020 [Bachelorwerkstuk Moderne Letterkunde]. Radboud University.
- Van Niekerk, J. (2004). Geraadpleegd op 28 april 2023. Humor in kinderverhale in die tersiële en intermediële fases van taalonderwys. Universiteit van Johannesburg.
- Van Sark, Y. (2022, 4 oktober). Jongeren consumeren minder nieuws - Youngworks. Youngworks. Geraadpleegd op 5 april 2023 van, <https://youngworks.nl/blog/jongeren-consumeren-minder-nieuws/>
- Van Wingerden, W. (2017, 30 november) Erg, erger, ergst: waarom roept taal emotie op? | Taalunie:Bericht. aalunie:Bericht. Geraadpleegd op 21 april 2023, van <https://taaluniebericht.org/artikel/erg-erger-ergst-waarom-roept-taal-emotie-op>
- Veldman, J. (2007). Geraadpleegd op 1 maart 2023. De 36 dramatische situaties: alle mogelijke verhaalideeën op een rij. Uitgeverij Augustus Atlas Contact .
- Verbogt, T. (2009). Geraadpleegd op 15 maart 2023. Schrijven is ritme. Atlas Contact.
- Verhaalanalyse. (z.d.) Bibliotheek Noordwest Veluwe. Geraadpleegd op 11 juni 2023, van Verhaalanalyse (bibliotheeknoordwestveluwe.nl)
- Verhoeven, N. (2018). Geraadpleegd op 7 mei 2023. Wat is onderzoek?: praktijkboek voor methoden en technieken. (2e editie) Boom.

- Waarom doet lezen ertoe? - Stichting Lezen. (2021, 2 maart). Stichting Lezen. Geraadpleegd op 7 juni 2023, van <https://www.lezen.nl/blog/waarom-doet-lezen-ertoe/>
- Weitz C., et al. (Regisseur). (2008). Twilight [Film]. Summit Entertainment.
- Wennekers, A., De Haan, J., Huysmans F.(2018). Lees: Tijd, Lezen in Nederland. Geraadpleegd op 7 juni 2023. Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Wilson, H. (2021). Geraadpleegd op 22 maart 2023. The Inward Quest to Elsewhere: The Hero's Journey in The Giver [A Senior Thesis submitted in partial fulfillment]. Liberty University.
- Wormgoor, R. (2022, 22 april). Schrijftips van de beste Young Adult-auteurs. Schrijven Online. Geraadpleegd op 29 maart 2023, van <https://schrijvenonline.org/tips/schrijftips-van-de-beste-young-adult-auteurs>