

Schrijfwijzer

Betrouwbare en toegankelijke informatie over
Opvoeden, opgroeien en gezondheid
Voor ouders en opvoeders

April 2017

Stichting Opvoeden.nl



Inhoud

1. Inleiding en uitgangspunten	4
1.1 De basis	4
2. Je lezer en je doel	4
2.1 Je lezers: ouders en opvoeders	4
2.2 Je doel: informeren en motiveren	5
3. Het taalniveau: 2F	6
4. Tekstinhoud, lengte en structuur	6
4.1 Tekstinhoud en kernboodschap	7
4.2 Tekstlengte	7
4.3 Tekststructuur	7
4.4 Titels	7
4.5 Tussenkopjes	8
4.6 Opsommingen	9
5. Zinsopbouw en woordgebruik	9
5.1 Zinsbouw	9
5.2 Woordgebruik	10
6. Doorlinken	11
6.1 Interne links	10
6.2 Externe links	12
6.3 Doorlinken naar folders	13
7. Tekstopmaak	14
7.1 Lettertype en html-codes	14

7.2 Getallen	14
7.3 Gebruik beeldmateriaal	15
7.4 Leestekens	15
7.5 Schrijfadvis	15
8. Eigen kracht aanspreken	15
8.1 Wat wil de ouder?	16
8.2 De titel en eerste alinea: aandacht trekken en vasthouden	16
8.3 Blijf boeien: praktisch toepasbaar en herkenbaar	16
9. Zoekvriendelijk schrijven	16
9.1 Wat zijn de zoekwoorden?	17
9.2 Synoniemen	17
9.3 Verwerk de zoekwoorden in je tekst	17
9.4 Top 10 focuszoekwoorden	17
10. Functionele, technische aspecten van de teksten	18
10.1 Unieke teksten en titels per levensfase	18
10.2 Menutitel maximaal 31 tekens	18
10.3 Geen jij, je en u in de titels	18
Bijlagen:	
1. Oubollig taalgebruik	19
2. Criteria beeldmateriaal	23
4. Uitgangspunten gevalideerde informatie voor ouders en opvoeders	24
5. Overzicht van bronnen van de validerende organisaties en professionals	34

1. Inleiding en uitgangspunten

Korte zinnen. Eenvoudige woorden. Duidelijke formuleringen. Overzichtelijk. To-the-point. Aantrekkelijk en pakkend. Op ouders gericht. De juiste *tone of voice*. En bovendien goed vindbaar. Dat willen we! En daarom is deze schrijfwijzer ontwikkeld.

1.1 De basis

Deze schrijfwijzer passen we toe bij het schrijven voor ouders en opvoeders (hierna kortweg 'ouders' genoemd). Het kader voor deze schrijfwijzer wordt gevormd door het uitgangspuntendocument en de nieuwe contentstrategie (opvraagbaar bij de helpdesk).

Het uitgangspuntendocument en de nieuwe contentstrategie stellen dat het gaat om algemene basisinformatie, aansluitend op de vragen en behoeften van de meeste ouders. Belangrijk is dat de informatie praktisch en toepasbaar is, zodat we hun eigen kracht aanspreken. Voor specifieke en/of meer uitgebreide informatie en hulp verwijzen we ouders door naar (websites van) betrouwbare organisaties of naar (lokale) hulpverleners.

De informatie is bovendien betrouwbaar én toegankelijk voor ouders. Deze schrijfwijzer richt zich op het toegankelijk maken van de informatie. Daaronder verstaan we: de toepasbaarheid, leesbaarheid, begrijpelijkheid en aantrekkelijkheid van de informatie.

2. Je lezer en je doel

Internet is een geweldig medium. Je bereikt ontzettend veel mensen en de mogelijkheden zijn oneindig. Maar internet is ook een medium waarbij de lezer zelf bepaalt welke informatie hij leest en wanneer.

2.1 Je lezer: ouders en opvoeders

De lezers van de gevalideerde informatie zijn primair ouders en opvoeders. Maar niet iedere ouder is hetzelfde en niet iedere ouder heeft behoefte aan dezelfde informatie. Denk aan: alleenstaande ouders, laagopgeleide ouders, hoogopgeleide ouders, ouders van peuters, partners van een zwangere vrouwen, enzovoort. De kunst is om zo veel mogelijk ouders aan te spreken.

Belangrijk is: spreek ouders persoonlijk aan

Je lezer is een mens. Van vlees en bloed. Schrijf daarom persoonlijk: van mens tot mens. Voorkom dat je teksten zakelijk en afstandelijk worden. Of betuttelend en dwingend. En leef je in: als jij die ouders was, hoe komt het dan op jou over?

Er is echter een uitzondering op de regel. Ouders kunnen zich te zeer aangesproken voelen. Het is belangrijk om vragen of problemen te normaliseren: iedereen heeft er wel eens mee te maken en dat is niet zo vreemd bij kinderen van die leeftijd. Daarom schrijven we niet altijd over jou en je kind, maar ook over baby's, peuters, kinderen en pubers in het algemeen.

Liever niet: *Je kind vindt het moeilijk om speelgoed te delen.*

Maar: *Peuters vinden het vaak moeilijk om hun speelgoed te delen.*

2.2 Je doel: informeren en motiveren

Om de eigen kracht van ouders te versterken en ouders te stimuleren tot positief opvoeden, schrijven we informerend en activerend.

Informereren

De teksten hebben een informerende en adviserende boodschap. We vertellen ouders hoe het zit en wat er kan gebeuren. Belangrijk daarbij is uiteraard dat de informatie actueel en betrouwbaar is: gevalideerd.

Motiveren en activeren: eigen kracht!

We willen ouders aan het denken zetten en motiveren om iets te doen óf juist niet te doen. Tips en adviezen zijn hiervan goede voorbeelden. Wat kun je zelf doen? Op deze manier versterk je de eigen kracht van ouders en opvoeders en hun eigen probleemoplossend vermogen. Zie ook hoofdstuk 8. En natuurlijk verwijzen we voor hulp en ondersteuning door naar andere betrouwbare, meer specifieke websites of naar (lokale) hulpverleners.

3. Het taalniveau: 2F

De richtlijnen in deze schrijfwijzer komen overeen met taalniveau 2F. Dit is het niveau van matig geletterden: vmbo / mbo 1, 2 en 3. We gebruiken taalniveau 2F, omdat we graag willen dat zo veel mogelijk ouders de informatie kunnen lezen en begrijpen, maar ook niet willen dat hoger opgeleide ouders afhaken.

Het Common European Framework van de raad van Europa heeft ook taalniveaus opgesteld. De meest bekende en gebruikte daarvan is niveau B1. Dit niveau ligt nog net iets hoger dan 2F. Om te weten of je een tekst in ieder geval niet hoger dan op B1-niveau hebt geschreven, kun je je tekst testen met de *Accessibility Leesniveau Tool*. Deze tool geeft een indicatie van het leesniveau: <https://www.accessibility.nl/kennisbank/tools/leesniveau-tool>

4. Tekstinhoud, lengte en structuur

Helder, compact en prettig leesbaar. Zo hoort een internettekst te zijn. Zeker als je ouders wilt informeren én activeren. Je wilt de boodschap optimaal overbrengen. Je wilt de ouders ‘pakken’ en dat lukt je niet met ellenlange zinnen vol moeilijke woorden.

Bovendien: ouders lezen niet de hele tekst van voor naar achteren. Ze kijken naar de eerste regels, tussenkopjes, witregels, hyperlinks, opsommingen en afbeeldingen. De structuur van je tekst is dus misschien nog wel het belangrijkste!

4.1 Tekstinhoud en kernboodschap

- Kies een concreet onderwerp en daarbij een duidelijke kernboodschap: wat wil je dat ouders onthouden na het lezen van de tekst?
- Zet de kernboodschap vooraan in de tekst, in de zin of in de alinea. Dat hoeft niet per se de eerste alinea te zijn.
- Herhaal belangrijke informatie.

4.2 Tekstlengte

Bij het zien van een lange tekst, is de kans groot dat veel ouders afhaken. De richtlijn is om de tekst in principe zo kort mogelijk te houden: gemiddeld 250 tot 300 woorden.

4.3 Tekststructuur

Belangrijk is, zeker wanneer je boven de 250 woorden komt, dat de tekst duidelijk gestructureerd is. Dus geen lange lap. Geen scherm vol met letters. Maar een duidelijke structuur, zodat een ouder snel kan zien wat waar staat. Hoe doe je dat?

- Zorg voor een opbouw met inleiding-kern-slot:
 - ! Kernboodschap: probleemstelling of uitleg
 - ! Praktische informatie: tips, antwoorden en adviezen
 - ! Doorverwijzing: meer informatie, hulp en ondersteuning.
- Informatie herkenbaar ordenen; werk met titels en tussenkoppen (zie hieronder).
- Alinea's bestaan uit twee tot zes zinnen. Een inleiding uit maximaal drie zinnen.
- Geef de lezer lucht: pas witregels toe om alinea's van vijf of zes zinnen op te knippen in twee stukjes.
- Bij voorkeur vijf tot zeven alinea's per tekst.
- Maak opsommingen bij drie of meer onderdelen (zie hieronder).

4.4 Titels

- Titels sluiten inhoudelijk zo goed mogelijk aan op de kernboodschap van de tekst en op de vraag of behoefte van de ouder. Dat is belangrijk voor de vindbaarheid van de informatie. Zie ook hoofdstuk 9.
- Menutitels staan in het menu en zijn belangrijk voor de navigatie en de vindbaarheid van de informatie. Ze bestaan uit maximaal 31 tekens, zodat ze in het menu passen, maar bevatten uiteraard wel de juiste zoekwoorden voor de beste vindbaarheid.
- Artikel titels staan boven de tekst. Ze kunnen hetzelfde zijn als de menutitels, maar mogen ook wat langer zijn. Daardoor heb je de ruimte om bijvoorbeeld aan te sluiten bij de vraag van ouders of om nog specifieker aan te geven waar de tekst over gaat. Een artikel titel bestaat bij voorkeur uit vijf tot tien woorden.
- Artikelen binnen dezelfde levensfase, hebben nooit dezelfde titel. Bovendien heeft het de voorkeur dat artikelen in verschillende levensfasen ook niet dezelfde titel hebben. Zie ook hoofdstuk 9 over de vindbaarheid van de informatie.

4.5 Tussenkopjes

Met duidelijke, inhoudelijke tussenkopjes geef je aan waar de lezer welke informatie kan vinden. Je geeft de lezer de kans om de tekst snel op hoofdlijnen te lezen.

- Let er op dat titels en tussenkopjes de lading moeten dekken van wat er in die alinea beschreven staat.
- Laat belangrijke zoekwoorden terugkomen in de tussenkopjes.
- Nieuw onderwerp? Nieuwe alinea en dus ook een nieuw tussenkopje.
- Beperk tussenkopjes tot hooguit vijf of zes woorden.
- Tussenkopjes mogen niet gelijk zijn aan de titel van de tekst.
- Een tekst begint nooit met een tussenkopje, maar altijd met een korte inleiding.

Dus niet: *'Overig' of 'Tips'*

Maar wel: *'Meer informatie over bandenpijn' of 'Tips voor huilbaby's'*

4.6 Opsommingen

Bij lange woordenreeksen haken de meeste lezers af. Het is namelijk onoverzichtelijk.

Opsommingen pas je toe wanneer deze uit drie of meer delen bestaat. Een opsomming bestaat het liefst uit korte onderdelen en mag nooit 'te vol' of 'te groot' worden. Overweeg dan om de onderdelen in te korten, te schrappen, of uit te werken in aparte zinnen of alinea's.

5. Zinsopbouw en woordgebruik

De zinsopbouw en het woordgebruik zijn belangrijk voor de leesbaarheid en begrijpelijkheid van een tekst. Belangrijk is om korte zinnen, eenvoudig woordgebruik en duidelijke formuleringen te gebruiken.

5.1 Zinsbouw

- Maak altijd zinnen met een onderwerp en persoonsvorm.
- Zet belangrijke informatie vooraan in de zin of in de alinea.
- Gebruik zoveel mogelijk de 'vaste' woordvolgorde van het Nederlands, onderwerp-persoonsvorm-lijdend voorwerp:

Wel: *Hij kent veel mensen in Amsterdam.*

Niet: *In Amsterdam kent hij veel mensen.*

- Maak je zinnen kort en krachtig, met onderwerp met gezegde dicht bij elkaar. Dus zet de werkwoorden zoveel mogelijk bij elkaar en dicht bij het onderwerp.
- Voorkom passieve zinnen, schrijf actief:
 - ! Niet: *Het besluit wordt morgen genomen.*
 - ! Maar: *De directeur neemt morgen het besluit.*
- Gebruik ook vraagzinnen.
 - ! Niet: Denk goed na over hoe je...
 - ! Maar: Hoe zou jij...?
- Wissel samengestelde zinnen af met enkelvoudige zinnen. Zeker wanneer de samenstelling langer wordt dan de maximale zinslengte. Houd als richtlijn bijvoorbeeld één tot twee boodschappen per zin aan.
- Zorg dat in samengestelde zinnen beide zinsdelen een onderwerp en gezegde hebben.
- Aantal woorden per zin: maximaal 14, liever korter.

5.2 Woordgebruik

- Wissel veel voorkomende woorden af met complexere en minder voorkomende woorden.
- Gebruik woorden die goed passen binnen de context van de tekst en de leefwereld van de lezer. Zijn moeilijkere woorden niet af te leiden uit de context? Leg ze dan uit. Zorg dat ouders de tekst begrijpen.
- Gebruik zoveel mogelijk 'normale woorden' die ouders zelf ook zouden gebruiken. Schrijf dus liever verzorgde spreektaal.
- Vermijd oubollige of minder gebruikelijke woorden.
- Gebruik voor één begrip niet meer dan twee verschillende woorden (synoniemen).
- Gebruik woorden met een eenduidige betekenis.
- Voorkom leenwoorden met een niet-Nederlands fonetisch opbouw, zoals cadeau.
- Check of alle woorden nodig en duidelijk zijn.
- Vermijd onnodige hulpwerkwoorden en constructies als 'zouden kunnen hebben'.

- Gebruik figuurlijk taalgebruik met mate en zorgvuldig.
- Verwijs naar je kind met 'het', niet met 'hij of zij'.
- Vermijd verkleinwoorden, zoals 'kindje'.
- Gebruik als aanspreekvorm 'je' en wissel 'je' af met 'jij, jullie, jou en jouw'.
- Wissel 'je kind' ook af met 'kinderen', 'peuter', 'baby' en 'puber'. Zorg er wel voor dat ouders zich altijd aangesproken voelen in de tekst: het gaat over hun kind.
- In de fase jongvolwassene wisselen we 'je kind' af met 'je zoon of dochter'.

6. Doorlinken

Door linkjes te gebruiken verwijst je de lezer naar een pagina of andere website waar meer of andere informatie staat. Een link verwijst dus naar informatie van toegevoegde waarde.

6.1 Interne links

De interne linkstructuur is erg belangrijk voor de navigatie. Interne links wijzen ouders de weg door de informatie heen naar gerelateerde onderwerpen: naar meer verdieping en verbreding. En ze voorkomen dat je dezelfde informatie in meerdere artikelen moet opnemen.

De interne linkstructuur is ook belangrijk voor de vindbaarheid van de informatie via Google. Daarvoor moeten links relevant zijn, oftewel inhoudelijk overeenkomen met de pagina waar naartoe gelinkt wordt.

Goede interne-linkteksten

- Links moeten gekoppeld worden aan een inhoudelijk woord in de tekst. De link [slaaptips voor peuters](#) gaat naar de tekst 'Slaaptips voor peuters'.
- Dus nooit: 'zie verder', 'ga naar', 'klik hier' of 'lees verder'. Of andere vormen van vergezochte links.
- Het maximaal aantal interne linkjes per tekst is vijf.

- Een tekst heeft nooit alleen tot doel om intern door te linken naar onderliggende artikelen.
- Links kunnen voorkomen in de lopende tekst, maar staan bij voorkeur onderaan de tekst geclusterd in een alinea met als titel ‘Kijk ook eens bij’, ‘Meer weten over...’ of ‘Lees meer over...’.

6.2 Externe links

Voor meer informatie, hulp en advies linken we door naar informatieve websites van bekende, betrouwbare organisaties. Hiervoor gelden de volgende richtlijnen.

- We linken bij voorkeur naar:
 - kennis en thema-instituten met publieksinformatie of publiekscampagnes;
 - overheidsinstellingen, zoals de Belastingdienst;
- Wanneer de website van een andere organisatie is, moeten de volgende aspecten positief beoordeeld worden:
 - de organisatie is landelijk operationeel;
 - de organisatie is niet-commercieel;
 - de organisatie is onafhankelijk;
 - de informatie moet betrouwbaar zijn (conform informatie van instituten);
 - de website moet toegankelijk zijn voor ouders;
 - de website moet professioneel beheerd worden;
 - de website bevat geen advertenties.
- Het moet een zo concreet mogelijke, inhoudelijk relevante link zijn: ouders komen direct uit op de juiste pagina.
- De informatie moet toegespitst zijn op ouders en van toegevoegde waarde zijn: praktische informatie en tips.

- Wanneer de informatie of website bedoeld is voor een andere doelgroep (bijvoorbeeld kinderen of jongeren), moet dit duidelijk bij de link vermeld worden.
- We linken liever niet door naar een website die (te veel of alleen maar) doorlinkt naar andere websites.

Goede externe-linkteksten

Belangrijk is: ouders moeten weten dat zij naar een andere website toe gaan en wat zij daar kunnen vinden.

- Kondig duidelijk aan dat je doorverwijst naar een andere website en waarom.
- Vermeld de titel van de website met een hoofdletter, zonder *www.* met *.nl*. Bij organisatienamen hoeft er geen *.nl* achter.
- Laat de link openen in hetzelfde venster (conform de webrichtlijnen van de overheid).
- Houd rekening met de houdbaarheidsdatum van externe links!

Dus: *Voor meer informatie kun je terecht op de website van het [Voedingscentrum](#).*

Of: *Geef je als ouder het goede voorbeeld? Doe de test op website [Hetgezondevoorbeeld.nl](#).*

Of: *Meer informatie over gezond leven voor en tijdens de zwangerschap vind je op de website [Strakzwangerworden.nl](#).*

Of: *Meer informatie over samenwonen vind je op de website van de [Rijksoverheid](#).*

6.3 Doorlinken naar folders

Het is niet mogelijk om folders binnen te halen en op te nemen in de content. Het is wel mogelijk om te linken naar folders die elders online staan.

- Maak duidelijk dat je naar een folder linkt, wat voor type document het is en hoe zwaar.
 - Bijvoorbeeld: *Wil je weten of je huis veilig is voor kinderen? Doe dan de huistest (pdf, 460kB) van VeiligheidNL.*
- Folders raken soms verouderd of worden van de website gehaald. Controleer de links naar folders dus regelmatig.
- Als je de keuze hebt: link dan door naar een statische pagina op de website, waar ouders ook de folder kunnen vinden. Belangrijk is natuurlijk wel dat die pagina (of website) ook bedoeld is voor ouders, en dat ze niet hoeven te zoeken.

7. Tekstopmaak

We willen graag dat de teksten er tot in de puntjes verzorgd uitzien. Dat we overal op dezelfde manier omgaan met getallen, webadressen, opsommingstekens, enzovoort.

7.1 Lettertype en html-codes

Lettertype en regelafstand worden bepaald door het CMS van de desbetreffende website die de content publiceert. In ons eigen CMS moeten we op het volgende letten:

- plak tekst vanuit Word eerst in Kladblok en daarna in het CMS;
- controleer voor publicatie of de html-codes van de tekst schoon zijn;
- check de lay-out van de tekst na publicatie.

7.2 Getallen

- Schrijf alle getallen onder de tien voluit, dus: twee, zes en negen.
- Schrijf alle getallen boven de tien in getallen, dus: 17 en 21.
- Schrijf tweetalig, driejarig, veertienjarig, etc.

- Wanneer getallen onder de tien en getallen boven de tien in dezelfde alinea of tekst voorkomen, schrijf je alle getallen cijfermatig. Dus: *4, 8 en 17*. Niet: *vier, acht en 17*.
- Schrijf alleen *één* wanneer je het getal 1 bedoelt. Dus: *“Een van de leerlingen was vanaf dag één het pispaltje.”*

7.3 Gebruik beeldmateriaal

Het bieden van talige informatie via de teksten heeft zo zijn beperkingen. Soms kan beeldmateriaal (plaatjes en filmpjes) de informatie verduidelijken. Het voegt wat toe, geeft uitleg of instructie. Het beeldmateriaal is niet als opleukmateriaal bedoeld.

Zie de voor selectie en criteria het document ‘Criteria Beeldmateriaal’ (d.d. april 2017).

7.4 Leestekens

Voor het correct toepassen van leestekens bij bijvoorbeeld citaten en opsommingen, hanteren we het handboek *Schrijfwijzer* van Jan Renkema (2012).

7.5 Schrijfadvis

Voor schrijf- en spellingsadvies, zie:

- Onzetaal.nl
- Schrijfwijzer.nl
- Vandale.nl
- Het Groene Boekje.

8. Eigen kracht aanspreken

Hoe schrijf je nu een tekst die ouders motiveert om in hun eigen kracht te gaan staan? Om zelf een probleem op te lossen. Maar ook om zelf hulp in te schakelen.

8.1 Wat wil de ouder?

*Hoe moet ik grenzen stellen en consequent zijn? Hoe reageer ik op de driftbuien van mijn peuter?
Hoe ga ik om met pesten? Eet mijn puber wel gezond genoeg?*

Wat wil de ouder weten? Ouders zoeken antwoorden op hun vragen over opvoeden en opgroeien en daarbij vooral ook oplossingen of tips voor (het voorkomen van) hun opvoedproblemen. Belangrijk is dus om aan te sluiten op de vragen en vervolgens praktisch, toepasbare informatie te geven. Iets waar een ouder ook écht wat mee kan!

8.2 De titel en eerste alinea: aandacht trekken en vasthouden

Bedenk een sprankelende kop die meteen de aandacht trekt en aansluit op de vraag of behoefte van de ouder. Deze kop werk je op een prikkelende manier verder uit in de eerste alinea, zodat je de aandacht vasthoudt. Dus: verplaats je in die ouder. Wat is herkenbaar? Wat wil die ouder weten? Wat spreekt aan? Vertaal de informatie voortdurend naar de interesse en het kennisniveau van de ouders voor wie je schrijft.

8.3 Blijf boeien: praktisch toepasbaar én herkenbaar

Zorg ervoor dat je alinea's kort blijven. Dat je boven iedere alinea aantrekkelijke kopjes plaatst. Zorg dat je informatie praktisch is. Daar kunnen ouders wat mee! Ouders moeten zich ook herkennen in de tekst. Wissel bijvoorbeeld de lopende tekst af met citaten of met anekdotes van andere ouders. [Let op: dit doen we nog niet, maar zou in de toekomst een mooie doorontwikkeling kunnen zijn.] Of gebruik aansprekende voorbeelden.

- Peuters vinden het vaak moeilijk om speelgoed te delen: 'Van mij!'

9. Zoekvriendelijk schrijven

Je hebt nu een geweldige tekst geschreven. Maar... kunnen ouders die ook vinden!? Daar heb je meer invloed op dan je denkt. Bij het schrijven van je teksten kun je namelijk rekening houden met de termen waarop ouders zoeken via Google.

Ouders zoeken naar specifieke onderwerpen waar zij vragen over hebben. Over het ene onderwerp hebben ze meer vragen dan over het andere. Hier moet je rekening mee houden tijdens het schrijven. Je bereikt niet automatisch alle ouders met de informatie die je aanbiedt. Je moet uitgaan van hun vraag en behoefte. Verplaats je bij het schrijven in de belevingswereld van de ouder.

9.1 Wat zijn de zoekwoorden?

Bedenk voordat je gaat schrijven goed na over het onderwerp van je tekst. Op welke zoekwoorden zoeken ouders als ze iets willen weten over het onderwerp waarover jij schrijft?

- Maak voor jezelf een lijstje van die woorden. Je kunt ze vinden en onderzoeken met de KeywordPlanner van Google:

<https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/>

9.2 Synoniemen

Bedenk ook synoniemen voor bepaalde woorden of andere omschrijvingen van woorden of onderwerpen. Zoekt een ouder op 'aften' of op 'blaasjes in de mond'?

9.3 Verwerk de zoekwoorden in je tekst

Houd per tekst hooguit één of twee focuszoekwoorden aan. Die verwerk je in de titel en tussenkopjes. In de rest van de tekst zorg je dat alle andere zoekwoorden terugkomen. Op die manier is de kans groter dat ouders jouw tekst vinden via Google. Voorkom dat je meerdere teksten gaat optimaliseren voor dezelfde zoekwoorden. Kies dan één tekst.

9.4 Top 10 focuszoekwoorden

Er zijn tien onderwerpen waar ouders het meest op zoeken. Bijvoorbeeld 'borstvoeding' en 'scheiden en kinderen'. Deze focuszoekwoorden zijn vastgelegd in het document 'Focuszoekwoorden top 10'.

10. Functionele, technische aspecten van de teksten

10.1 Unieke teksten en titels per levensfase

Een tekst en een teksttitel kunnen binnen een leeftijdsfase slechts één keer voorkomen. Er zijn binnen een leeftijdsfase dus nooit meerdere inhoudelijk dezelfde teksten en ook niet meerdere teksten met dezelfde titel. [Else, in het kader van de contentstrategie wordt hier t.z.t. nog aan toegevoegd dat het de voorkeur heeft dat titels slechts 1x voorkomen in de gehele database.]

10.2 Menutitel maximaal 50 tekens

Voorlopig geldt nog de volgende richtlijn: een menutitel mag niet langer zijn dan 50 tekens. Dit in verband met het ruimtegebrek in het design van veel menu's op CJG-websites. Echter, de vindbaarheid van de informatie vinden we belangrijker dan de tekortkomingen van bepaalde designs. Met de uitrol van de nieuwe contentstrategie, willen we deze richtlijn dan ook wijzigen in: menutitels moeten zo kort mogelijk zijn en de juiste zoekwoorden (zie hs. 5) bevatten.

10.3 Geen jij, je en u in de titels

De titel wordt zowel voor de jij-versie als voor de u-versie van de tekst gebruikt. Gebruik in een titel daarom nooit aanspreekvormen: je, jij of u. Gebruik varianten zoals: 'mijn kind', 'een kind', 'kinderen', 'peuters', 'baby's', etc.

De artikeltitel (volledige titel) mag langer zijn. Daar kun je ook vanuit de ouder zelf schrijven (om aan te sluiten op de vraag of het probleem), bijvoorbeeld: *'Wat doe ik tegen hoofdluizen!'*

Bijlage 1 Oubollig taalgebruik

Ouderwets woord	Eigentijdse variant
aangezien	omdat
aanwenden	gebruiken
alsdan	dan
alsmede	en
alvorens	voor, voordat
behoudens	behalve
berichten	laten weten
bescheiden	stukken
betreffende	over, voor
bewerkstelligen	ervoor zorgen
conform	volgens
dankzeggen	bedanken
dan wel	of
derhalve	daarom, dus
dienaangaande	hierover
dienen	hierover
doch	maar

doen toekomen	sturen
een en ander	deze, dit, die
eerder bedoelde	die, deze
eerder genoemde	die, deze
eveneens	ook
gaarne	graag
geschieden	gebeuren, plaatsvinden
heden	op <datum>
hiernavolgende	volgende
in deze	hierover, hierin
in dier voege	zodanig
ingevolge	door
ingeval	bij
in het ongerede raken	zoekraken, stuk, kwijt
in toenemende mate	steeds meer, steeds vaker
inzake	over
jegens	wat betreft, tegenover
krachtens	door
mededeling doen van	laten weten
mededelen	meedelen

medio oktober	half oktober
met betrekking tot	over, voor
met het oog op	om
middels	door middel van
naar behoren	correct
navolgende	volgende
omtrent	over
onderhavige	dit, deze, die
ondergetekende	ik, mij
op deze wijze	zo
op welke wijze	hoe
respectievelijk	vaak: of
separaat	apart, afzonderlijk
te allen tijde	altijd
ten aanzien van	voor, op, over
ten behoeve van	voor
teneinde	om
ten gevolge van	door
ten tijde van	op dat moment
ter hand stellen	aanbieden

ter zake van	voor, over
tevens	ook
tezamen	samen
thans	nu
ultimo	uiterlijk
vernemen	horen
verzoeken	vragen
vigerende	huidige/geldende
vooralsnog	voorlopig
voorgaande	deze, die, dit
voornemens zijn	van plan zijn of willen
voorts	verder
voldoen	betalen
vorenstaande	deze, die, dit
welke	wat, die
zoals gesteld in	zoals in ... staat, zoals u in ... kunt lezen
zorgdragen	zorgen
zulks	deze, die, dit

Bijlage 2: Criteria beeldmateriaal

April 2017

In dit document worden de richtlijnen en criteria beschreven met betrekking tot het gebruik van filmpjes bij de gevalideerde informatie over opvoeden, opgroeien en gezondheid voor ouders en opvoeders.

1. Voldoet het beeldmateriaal aan de volgende criteria?

- De informatie die gegeven wordt is betrouwbaar en er wordt in het filmpje gehandeld conform de richtlijnen en wetenschappelijke inzichten (inclusief een juiste interactie met het kind).
- De doelgroep van het filmpje is ouders, jongeren OF kinderen, deze doelgroep wordt in het filmpje aangesproken.
- Het filmpje is landelijk bruikbaar.
- Het filmpje heeft geen commerciële doeleinden.

Nee > afwijzen

Ja > naar stap 2

2. Hoeveel punten scoort het beeldmateriaal aan de hand van de volgende criteria?

- De kernboodschap is duidelijk (3 punten)
- Het beeld loopt gelijk met de tekstuele boodschap (3 punten)
- Het filmpje is aanvullend of ondersteunend op de tekst (1 punt)
- Er wordt duidelijk en rustig gepraat (1 punt)
- Er worden geen moeilijke woorden gebruikt (1 punt)
- De informatie is niet betuttelend en het vergroot de empowerment (1 punt)

0 t/m 5 punten > afwijzen

6 t/m 8 punten > naar stap 3

8 t/m 10 punten > mag geplaatst worden

3. Heeft het beeldmateriaal 2 of meer van de volgende eigenschappen?

- De inhoud is herkenbaar voor ouders/jongeren/kinderen met verschillende achtergronden
- Het filmpje geeft een realistische weerspiegeling van de samenleving
- Het filmpje is kort (max. 3 min)
- Er worden geen onderwerpen in beeld gebracht die afleiden van de boodschap
- Het filmpje is visueel aantrekkelijk
- Het filmpje voldoet aan de web richtlijnen (o.a. ondertiteling)

Nee > afwijzen

Ja > mag geplaatst worden

Bijlage 3: Uitgangspunten gevalideerde informatie voor ouders en opvoeders

In dit document worden de belangrijkste uitgangspunten geformuleerd als basis voor de uitwerking en vaststelling van de gevalideerde informatie voor (aanstaande) ouders en opvoeders. We maken hierbij een onderverdeling tussen:

1. het doel en de aard van de informatie;
2. de doorverwijzing naar hulp;
3. de validatie van de informatie:
 - 3.a toegankelijkheid
 - 3.b betrouwbaarheid

De basis voor dit uitgangspuntendocument zijn de missie, visie en de doelstellingen van Stichting Opvoeden.nl, zoals geformuleerd in de statuten en in het Visiedocument 2012.

Missie

Stichting Opvoeden.nl heeft, voortvloeiend uit de wettelijke taak van gemeenten in het kader van het preventieve jeugdbeleid, tot doel:

“Het bevorderen van het gezond opvoeden, opgroeien en ontwikkelen van een kind door het (online) aanbieden van eenduidige, gevalideerde informatie voor ouders, opvoeders en jongeren welke aansluit bij hun eigen behoeften en belevingswerelden.”

De gevalideerde informatie voor ouders en opvoeders is beschikbaar via verschillende digitale kanalen en via de landelijke website www.opvoeden.nl. Daarnaast verzorgt Stichting Opvoeden.nl ook gevalideerde informatie voor kinderen en jongeren.

Ouders zijn het begin- én eindpunt

De informatie moet zo goed mogelijk aansluiten op de behoefte en belevingswereld van ouders, uitgaande van hun eigen kracht en probleemoplossend vermogen. Betrouwbare

opvoedinformatie kan immers alleen een succes worden wanneer ouders er daadwerkelijk behoefte aan hebben én wanneer de informatie aangeboden wordt op een manier die hen aanspreekt. Ouders staan daarom centraal: zij zijn het begin- en eindpunt. Daar doen we het voor. Dit is het belangrijkste uitgangspunt voor de content (zie ook uitgangspunt 1: het doel en de aard van de informatie). Om dit te bereiken, betrekken we de ouders actief bij het redactie- en validatieproces. Voor en door ouders!

Wie is de ouders?

De doelgroep '(aanstaande) ouders/opvoeders met kinderen tot 23 jaar' is erg divers. Denk aan: alleenstaande ouders, laagopgeleide ouders, hoogopgeleide ouders, ouders van peuters, partners van een zwangere vrouwen, enzovoort. Niet iedere ouder is hetzelfde en niet iedere ouder heeft behoefte aan dezelfde informatie. De kunst is om zo veel mogelijk ouders aan te spreken en om ouders zo persoonlijk mogelijk aan te spreken.

We richten ons daarom primair op de grootste groep of grootste gemene deler: ouders met normale, alledaagse vragen over opvoeden, opgroeien en gezondheid. We gaan daarbij uit van gemiddeld 'niveau 2F': vmbo, mbo 1, 2 en 3. Zie ook de Schrijfwijzer (wordt herzien).

Professionals

Naast ouders en opvoeders zijn de professionals uit de praktijk de tweede doelgroep waar Stichting Opvoeden zich op richt. Professionals kunnen de informatie in de dagelijkse praktijk gebruiken, bijvoorbeeld in hun eigen voorlichting naar ouders toe. Bovendien kunnen ze meehelpen de informatie verder te verbeteren.

Validatie: betrouwbaar én toegankelijk

Naast het feit dat de informatie aansluit op de behoefte en belevingswereld van ouders, is het belangrijk dat ouders de informatie gemakkelijk kunnen lezen, begrijpen en vinden én ervan uit kunnen gaan dat de informatie klopt. De informatie wordt daarom gevalideerd en vervolgens zichtbaar onderscheidend gemaakt ten opzichte van andere informatie op internet door middel van een keurmerk.

Uitgangspunt 1 Het doel en de aard van de informatie

Toelichting: belangrijk is dat aan vrijwel alle van de hieronder genoemde uitgangspunten wordt voldaan. Alle uitgangspunten samen vormen de maatstaf van het doel en de aard van de informatie voor ouders. Niet een enkel uitgangspunt op zich.

- a) We bieden algemene basisinformatie.
Met algemene basisinformatie bedoelen we dat we ons zullen beperken tot algemeen toepasbare informatie en dat we het onderwerp niet uitvoerig (tot in detail) zullen uitwerken. Zie ook uitgangspunt 2: de doorverwijzing

- b) De informatie moet aansluiten bij de vraag en behoeften van ouders.
We behandelen alleen die onderwerpen waar de meeste ouders vragen over hebben. Er zijn meerdere manieren om de vraag van ouders te achterhalen. Zie ook de methoden hiervoor beschreven in de nieuwe contentstrategie (d.d. augustus 2014).

- c) De informatie moet aansluiten op de belevingswereld van ouders.
Daarmee bedoelen we: herkenbaar en realistisch.

- d) De informatie is primair bedoeld om (aanstaande) ouders te helpen hun kinderen gezond op te voeden en gezond op te laten groeien.
Daarmee bedoelen we: informatie over onderwerpen die typisch of specifiek van toepassing zijn voor ouders en betrekking hebben op, belangrijk zijn voor of in de weg kunnen staan van de gezonde opvoeding en/of ontwikkeling van hun kind. De informatie is daarbij ingedeeld in zeven verschillende fasen: kindertijd, zwanger, baby, peuter, basisschoolkind, puber, jongvolwassene. Ook komt er een apart domein 'Ik, als ouder'.

- e) De informatie is preventief, maar vooral ook probleemoplossend van aard.
Ouders willen graag problemen voorkomen, erop voorbereid zijn of oplossen als ze zich aandienen. De preventieve boodschap gaat daarom hand in hand met de oplossing van het probleem. Zonder natuurlijk belerend of betuttelend over te komen.

- f) De informatie is praktisch en toepasbaar, waarbij we aansluiten op de eigen kracht van ouders en hun eigen probleemoplossend vermogen.
De informatie moet antwoord geven op de vraag (uitleg), maar vooral ook praktische handvatten bieden om zelf met die vraag of dat probleem aan de slag te gaan. Het moet dus ook de vraag 'ja, maar hoe doe ik dat dan' beantwoorden. Op deze manier proberen we de eigen kracht van ouders te versterken.

- g) De informatie houdt rekening met de diversiteit aan subdoelgroepen en diverse (culturele) achtergronden van ouders.
We willen rekening houden met diversiteit. Daarmee bedoelen we dat we proberen aan te sluiten op diverse achtergronden en dat de informatie ouders met een bepaalde achtergrond in ieder geval niet afschrikt. De informatie moet dus inhoudelijk van toepassing zijn op de meeste ouders en ook toegankelijk zijn voor de meeste ouders. Daarbinnen kunnen eventueel nuances worden aangebracht, bijvoorbeeld door een anekdote toe te voegen die wel specifiek van toepassing is op een ouder uit een specifieke subgroep of met een bepaalde (culturele) achtergrond.

Uitgangspunt 2 Doorverwijzen naar meer informatie en hulp

Toelichting: belangrijk is dat de basisbron met betrouwbare opvoedinformatie ouders de weg wijst naar meer verdiepende informatie, hulp en ondersteuning. Met de transitie van de Jeugdzorg (2014-2015) wordt dit lastiger, omdat gemeenten de hulp en ondersteuning op verschillende manieren organiseren.

- a) Voor specifieke en/of meer uitgebreide informatie en hulp verwijzen we ouders door naar (websites van) betrouwbare organisaties of (lokale) hulpverleners.
We vinden het belangrijk dat ouders doorverwezen worden naar passende, toegankelijke én betrouwbare informatie. We verwijzen bij voorkeur naar publieksinformatie van instituten en de overheid. Voor verwijzing naar andere partijen zijn aanvullende criteria opgesteld: zie hiervoor de Schrijfwijzer (wordt herzien d.d. april 2014).

- b) Onderwerpen waar veel ouders vragen over hebben, en die goed bij het doel en de aard van de informatie passen, zullen we breder uitwerken (conform uitgangspunt 1.b), maar niet specifiek voor we doorverwijzen.

Daarmee bedoelen we bijvoorbeeld de informatie over borstvoeding bij baby's. Hier hebben ouders vaak veel vragen over. Dit betekent dat het onderwerp wel breder uitgewerkt zal worden om aan te sluiten op die vragen, maar niet specifiek. Nog steeds zullen we (conform 2.a) voor specifieke, uitgebreide informatie tijdig doorverwijzen naar betrouwbare partijen, zoals in dit geval bijvoorbeeld het Voedingscentrum, de jeugdverpleegkundige (JGZ), de kraamverzorgende of de lactatiekundige.

- c) Over onderwerpen die aansluiten op de vragen van (veel) ouders, maar te ver buiten het doel en de aard van de informatie staan, te ver buiten de expertise van de instituten vallen (dus lastiger te valideren zijn) of waar een andere partij duidelijk eigenaar van is, zullen we beperkt informeren en juist eerder de doorverwijzing maken.

We zullen bijvoorbeeld beperkt informeren over onderwerpen als het minimumjeugdloon, regelingen omtrent de studiefinanciering, belasting terugvragen, tegemoetkomingen, etc. en eerder doorverwijzen naar partijen als DUO, de Belastingdienst of de SVB.

- d) We maken eerder de doorverwijzing naar een hulpverlener als het probleem te groot, te ernstig of te specifiek wordt en/of wanneer de achtergrond van de ouder en het kind niet goed ingeschat kan worden en er dus ook geen passend antwoord of advies gegeven kan worden.

Met te groot, te ernstig of te specifiek bedoelen we problemen die niet gemakkelijk op te lossen zijn en ook grote gevolgen kunnen hebben voor de ontwikkeling en/of de gezondheid van het kind, bijvoorbeeld wanneer er sprake is van mishandeling of misbruik. Belangrijk is dan om ouders vooral een opening te bieden voor hulp.

Met hulpverleners bedoelen we 'een vertrouwd persoon bij wie je terecht kunt'. Dat kunnen personen zijn uit het eigen sociale netwerk, maar ook lokale hulpverleners zoals de huisarts, de jeugdverpleegkundige, een vertrouwenspersoon (bv. op het werk) of een leerkracht op de school van je kind. Ook verwijzen we naar hulpverleners bij onafhankelijke betrouwbare organisaties zoals het CJG, de GGD, de GGZ, FIOM, het AMK, etc. Belangrijk hierbij is om ons te realiseren dat ouders niet altijd hulp durven te zoeken. Soms zijn ze bang hun kind kwijt te raken. Wij zijn daarom terughoudend in de doorverwijzing naar Bureau Jeugdzorg, maar bieden liever een 'tussenstap' via de huisarts, de jeugdverpleegkundige, het AMK, etc.

- e) Doorverwijzingen worden standaard opgenomen onderaan de tekst in een aparte alinea met een duidelijke kop.
Zoals: 'Kijk ook eens bij:', 'Waar vind ik meer informatie?', 'Waar kan ik terecht voor hulp?', 'Wie kan mij helpen?', 'Meer informatie over...' of simpelweg 'Websites' Afhankelijk van wat passend is.
Een uitzondering hierop is van toepassing wanneer juist de doorverwijzing (opening bieden voor hulp) het doel van de tekst is. Dan is het uiteraard logischer om dat al veel eerder in de tekst te doen.
- f) Ouders zijn vrij in hun keuze om naar een hulpverlener te gaan. Zo zullen we het ook formuleren. We proberen de stap naar hulp laagdrempelig te maken en ouders het gevoel te geven er niet alleen voor te staan. Wanneer echter de gezondheid of veiligheid van hun kind in gevaar is, zullen we uiteraard meer aansporen om hulp te zoeken. Belangrijk voor ouders is ook om te weten dat ze anoniem kunnen blijven of dat een hulpverlener zwijgplicht heeft.

Uitgangspunt 3 Validatie van de informatie

Toelichting: de validatie van de jongereninformatie bestaat uit een toegankelijkheidstoets (3A) en een betrouwbaarheidstoets (3B). Gevalideerd betekent voor ouders: betrouwbaar en onafhankelijk.

3A) Toegankelijkheid

Ouderparticipatie

Of de informatie voldoende toegankelijk is, wordt structureel getoetst door ouders zelf. De informatie wordt getoetst op de volgende vier onderdelen:

- a) Toepasbaarheid: sluit het onderwerp aan bij je eigen vragen en is de informatie nuttig en bruikbaar?
- b) Leesbaarheid: is de tekst prettig geschreven en gemakkelijk leesbaar?
- c) Begrijpelijkheid: is de informatie duidelijk, of roept het juist meer vragen op?
- d) Aantrekkelijkheid: is het onderwerp herkenbaar en realistisch beschreven?

Schrijfstijl

Hieronder wordt een aantal belangrijke uitgangspunten voor de schrijfstijl kort genoemd. Deze uitgangspunten worden uitgebreid beschreven in de Schrijfwijzer Ouders en Opvoeders (wordt herzien, d.d. april 2014).

- a) De informatie is toegankelijk voor ouders, dat wil zeggen: toepasbaar, leesbaar, begrijpelijk en aantrekkelijk.
- b) De tekst bevat één duidelijke kernboodschap en praktisch, toepasbare handvatten (tips).
- c) De teksten zijn zo kort mogelijk, met een gemiddelde van 250 tot 300 woorden. Bovendien is de tekst goed gestructureerd zodat ouders in één oogopslag zien welke informatie waar staat en voor hen relevant is.
Er geldt geen maximum aantal woorden, aangezien de schrijfwijzer voldoende duidelijk is over andere aspecten die de tekstlengte mede bepalen, zoals de inhoud, de structuur, het aantal alinea's en de zinslengte. Bovendien is voor de vindbaarheid van de informatie van belang dat teksten ook niet 'te kort' zijn (zie hieronder 'vindbaarheid en navigatie').
- d) Ouders kunnen zich soms onzeker voelen: 'Doen we het wel goed?' Spreek ouders daarom niet belerend of betuttelend aan, maar normaliseer hun opvoedvragen en versterk ze in hun rol als ouder.
- e) Schrijf positief en activerend, sluit aan op de eigen kracht van ouders en het zelf oplossen van problemen.
- f) Spreek ouders persoonlijk aan en sluit aan op hun belevingswereld. Wat is voor hen logisch, wat vinden ze ervan, hoe voelen ze zich daarbij? Leef je in en spreek hun taal.

Vindbaarheid en navigatie

De informatie is vindbaar, zowel via zoekfuncties (intern en extern) als via de navigatiestructuur. Daarbij zijn de volgende uitgangspunten belangrijk. Zie ook de nieuwe contentstrategie (d.d. 28 juni 2013) en de Schrijfwijzer Ouders en Opvoeders (wordt herzien d.d. april 2014).

- a) Schrijf originele, unieke teksten.

Dat wil zeggen: pleeg geen plagiaat en kopieer ze niet van andere websites. Maar ook: een onderwerp komt binnen een fase (het streven is: ook binnen de gehele content) maar één keer voor.

- b) Schrijf relevante, fase-specifieke teksten.
Onderzoek welke vragen de meeste ouders over een onderwerp hebben (binnen die levensfase) en sluit daarbij aan. Vermijd bijzaken en uitzonderingen.

- c) Gebruik de juiste zoekwoorden in de titels, tussenkopjes en tekst. Gebruik ook synoniemen en gebruik de zoekwoorden in de meta-data.
Over het algemeen geldt: per tekst kies je één of twee focuszoekwoorden die zo goed mogelijk aansluiten bij de terminologie en zoekwoorden van ouders zelf. Meerdere teksten kunnen niet dezelfde focuszoekwoorden hebben. Binnen een levensfase komt een titel maar één keer voor! (Bij voorkeur: binnen de gehele content, maar dit is niet altijd realiseerbaar.)

- d) Een duidelijke navigatiestructuur die zich (thematisch) concentreert op de eerste twee lagen. Uitwerking van onderwerpen gebeurt op de derde laag, wat tevens het diepste niveau is van het menu.
De fasen zelf niet meegerekend als menulaag.

- e) Onderwerpen waar ouders veel vragen over hebben, worden hoger in het menu geplaatst zodat ze gemakkelijk vindbaar zijn. Ongeacht de aard van het onderwerp.
Het maakt dus in feite niet uit of een onderwerp negatief is, of eigenlijk thematisch onder een ander kernthema hoort te vallen. We hanteren een structuur die voor ouders logisch is, gebaseerd op hun vraag en behoefte, zodat zij de informatie gemakkelijk en snel kunnen vinden.

- f) Het hoofdmenu bestaat per fase uit maximaal 15 kernthema's.
Het heeft de voorkeur dat kernthema's van ongeveer dezelfde aard en/of grootte zijn. 15 Kernthema's klinkt als erg veel, echter we hebben veel informatie die op dit moment te diep in het menu verstopt zit maar waar wel veel vragen over zijn. Denk aan pesten. We willen meer van dit soort concrete onderwerpen naar boven halen, en dat betekent dat

we op de eerste menulaag ook meer ruimte daarvoor moeten creëren. Bovendien krijgen onderwerpen op de eerste menulaag een hogere ranking van Google, het is dus ook beter voor de vindbaarheid.

- g) De tweede menulaag bestaat uit maximaal 10 onderwerpen per kernthema.
- h) De derde menulaag beperkt zich doorgaans tot 5 items per onderwerp.
Uitzonderingen zijn mogelijk, bijvoorbeeld wanneer het om een lijst van kinderziekten gaat. Het streven is in ieder geval om de derde menulaag te beperken.
- i) De interne linkstructuur is overzichtelijk en simpel. Dat betekent: per tekst niet meer dan vijf interne links naar inhoudelijk gerelateerde onderwerpen en een inhoudelijke linktekst conform de titel van het artikel waar naartoe gelinkt wordt. Interne links worden bij voorkeur (geclusterd) onderaan de tekst geplaatst, samen met de externe links.
Wanneer er ook externe links geplaatst worden, geldt een totaal van maximaal vijf links. Zie voor de uitgebreide criteria de Schrijfwijzer Ouders en Opvoeders (wordt herzien, d.d. april 2014).

3B) Betrouwbaarheid

- a) Landelijke kennis- en thema-instituten, lokale praktijkprofessionals en betrokken beroepsverenigingen toetsen of de informatie klopt op basis van actuele praktijkervaring, landelijke protocollen en richtlijnen en wetenschappelijke inzichten. Hierbij wordt rekening gehouden met de volgende criteria:
 - 1. Het is duidelijk welke kennis en expertise nodig is.
 - 2. De informatie is gebaseerd op actuele, betrouwbare en veelgebruikte (/algemeen geaccepteerde) bronnen.
 - 3. Er wordt rekening gehouden met de ontwikkelingsfase van het kind.
 - 4. De informatie is gericht op het versterken van het zelfvertrouwen en de eigen kracht van ouders en/of kinderen.
 - 5. Alle overige uitgangspunten in dit document.
- b) We zoeken de verbinding met betrouwbare instellingen.
Hiermee bedoelen we vanuit de overheid gesubsidieerde en/of erkende instellingen voor publieksinformatie, zoals het Nibud, Trimbos, Rutgers WPF, Soa Aids Nederland, NISB, Voedingscentrum, FIOM, Erfocentrum en VeiligheidNL. Maar ook bijvoorbeeld de

Nationale Hoorstichting, het Longfonds, en ouderverenigingen zoals Balans Digitaal en BOinK. Zie ook uitgangspunt 2 'de doorverwijzing'

- c) De informatie sluit ook zo goed mogelijk aan op actuele thema's die spelen bij ouders en/of hun kinderen.

- d) Belangrijk bij het beoordelen van de inhoud, is dat de toegankelijkheid niet uit het oog verloren wordt.

Bijlage 5: Overzicht van bronnen van de validerende organisaties en professionals (laatste versie april 2015)

1. Kennisinstituten
2. Thema-instituten
3. Overige validerende organisaties
4. Team van Praktijkprofessionals
5. Beroepsverenigingen

1. Kennisinstituten

NJi

- Basisprincipes positief opvoeden van Triple P
- 'Kleine ontwikkelingspsychologie' van Rita Kohnstamm
- www.nji.nl, onderdeel Kennis

NCJ

- Richtlijnen JGZ (NCJ)
- LCI-richtlijnen infectieziektebestrijding (RIVM)
- LCR richtlijnen (Landelijk Coördinatiecentrum Reizigersadviesing)
- Bijlage 1 van het rapport Activiteiten Jeugdgezondheidszorg Basistakenpakket 0-19
- Groeidiagrammen van TNO Kwaliteit van Leven
- Ontwikkelingsonderzoek in de Jeugdgezondheidszorg van Laurent de Angulo
- Basispakket JGZ en onderbouwing: zie [file://server1/redirect\\$/mbeckers/Downloads/onderbouwingbasispakket%20\(8\).pdf](file://server1/redirect$/mbeckers/Downloads/onderbouwingbasispakket%20(8).pdf)
- Richtlijnen van huisartsen of specialisten voor zover over het onderwerp geen JGZ-richtlijn bestaat

RIVM/GGD

- LCI-richtlijnen infectieziektebestrijding (RIVM)
- LCR richtlijnen (Landelijk Coördinatiecentrum Reizigersadviesing)
- Richtlijnen JGZ (NCJ)
- Website RIVM
- I.s.m. koepels van verloskundig zorgverleners (NVOG/KNOV/NHG), het Erfocentrum en RIVM (RCP's) ontwikkeld foldermateriaal over zwanger, inclusief basisinformatie voor het PSIE programma
- Onderzoek informatiebehoefte zwangeren (loopt)

- Preconceptie voorlichting door landelijke werkgroep van alle betrokken partijen uit verloskundige zorgverlening, openbare gezondheidszorg en thema instituten
- I.s.m. beroepsgroepen bedrijfsartsen en Arbo artsen materiaal ontwikkeld over zwangerschap, kinderwens en werk
- Acht bevolkingsonderzoeken waaronder;
 - Perinatale screening infectiezieken en erytocytenimmunisatie (PSIE)
 - Screening Down syndroom/ Structureel echoscopisch onderzoek
 - Neonatale gehoorscreening
 - Neonatale hielprikscreening

2. Thema-instituten

Voedingscentrum

- De Richtlijnen Goede Voeding
- De Richtlijnen Voedselkeuze
- JGZ Richtlijn Voeding en eetgedrag
- Addendum voor kinderen bij de CBO-richtlijn 'Diagnostiek en behandeling van obesitas bij volwassenen en kinderen'
- JGZ-richtlijn Overgewicht
- De richtlijnen/preventieve adviezen Gezondheidsraad
- Landelijke standaard voedselallergie bij zuigelingen (hier komt op termijn een nieuwe JGZ richtlijn voor in de plaats)
- Uitgangspunten voor de voedingsadvisering voor kinderen van 0-4 jaar
- JGZ Richtlijn Gezond voedingsgedrag en eetstoornissen (is in ontwikkeling)
- JGZ-richtlijn Preventie, vroegsignalering, interventie en verwijzing van kinderen van 0-18 jaar met overgewicht (is in ontwikkeling).
- De richtlijnen/preventieve adviezen Gezondheidsraad

Erfocentrum

- Website www.zwangerwijzer.nl (gezondheidsvoorlichting op maat aan mensen die zwanger willen worden; op wetenschap gebaseerde en door medici gevalideerde teksten)
- Kinderen krijgen? Een goede start begint voor de zwangerschap. Erfocentrum/RIVM in samenwerking met de werkgroep preconceptiezorg.
- Obstetrie en gynaecologie (vijfde druk). Red. dr M.J. Heineman

- Website www.erfelijkheid.nl (voorlichting over erfelijkheid en erfelijke aandoeningen, op wetenschap gebaseerde en door medici gevalideerde teksten)
- Genetische ontrafeling van veel voorkomende aandoeningen, red. dr. N.J. Leschot en dr. D.K. Willems
- The gale encyclopedia of genetic disorders, Stacey Blachford
- New clinical genetisch, 2nd edition, Andrew Read and Dian Donnai
- Website www.orphanet.nl
- Website www.omom.org

Rutgers en Soa Aids Nederland

- Monitor Seksuele gezondheid
- Gebruikersonderzoek Sense.info: "No NonSense"
- Leeflijn seksuele ontwikkeling van -9 maanden tot 99 jaar
- Website Sense.info
- Website Soaids.nl
- Handboek Seksuele gezondheid (deel 1 Handboek soa en seksuele gezondheidszorg / deel 2 Handboek Seksualiteit en reproductie):
[http://www.rivm.nl/Documenten_en_publicaties/Professioneel Praktisch/Draaiboeken/Infectieziekten/LCI draaiboeken/Seksuele gezondheid handboek](http://www.rivm.nl/Documenten_en_publicaties/Professioneel_Praktisch/Draaiboeken/Infectieziekten/LCI_draaiboeken/Seksuele_gezondheid_handboek)
- Richtlijnen per soa van het RIVM: [http://www.rivm.nl/Onderwerpen/L/LCI Richtlijnen](http://www.rivm.nl/Onderwerpen/L/LCI_Richtlijnen)
- NHG-standaard per soa-consult: <https://www.nhg.org/standaarden/samenvatting/het-soa-consult>
- Onderzoek 'Seks onder je 25^e. Seksuele gezondheid van jongeren in Nederland anno 2012', 2012.
- Bevolkingsonderzoek 'Seksuele gezondheid in Nederland 2011', 2012.
- Boek 'Seksuologie', 2009.
- Onderzoek LHBT 'Wat maakt het verschil. Diversiteit in de seksuele gezondheid van LHBT's', 2013 ; 'Gaaf het ook over mij?. De behoefte van LHBT-jongeren aan informatie en hulpverlening rondom seksuele gezondheid', 2013 en 'Een wereld van verschil. Seksuele gezondheid van LHBT's in Nederland 2013', 2014.
- Onderzoek wensen en grenzen: 'Niet zomaar seks: Jongeren over seks en grenzen', 2010.
- Onderzoek anticonceptie: 'Achtergronden van inadequaaf anticonceptiegebruik bij jongeren', 2010.
- Gebruikersonderzoek Sense.info: 'No NonSense', 2012.
- JGZ-richtlijn seksuele ontwikkeling (0-19 jaar), 2014.
- Onderzoek 'Van alle leeftijden. De seksuele levensloop van conceptie tot overlijden', 2013.
- Website Mantotman.nl
- Website Seksualiteit.nl
- Handboek seksuele gezondheid. Probleemgeoriënteerd denken en handelen, 2014.

- Draaiboeken Partnermanagement, Seksaccidenten, Prikaccidenten RIVM
http://rivm.nl/Onderwerpen/L/LCI_Draaiboeken

FIOM

- Handleiding onbedoelde zwangerschap Fiom 2013
- Counseling bij prenatale testen, dr. J. Witters 2011
- Handleiding Protocol afstand ter adoptie Fiom 2013
- Website www.geadoteerdonline.nl
- Wet afbreking zwangerschap
- Evaluatie Wet afbreking zwangerschap ZonMw 2006
- Jaarrapportage inspectie volksgezondheid zwangerschapsafbreking 2012
- Handleiding Hulpverlening aan jonge moeders tot 23 jaar- Fiom
- Psychiatric history of women who have had an abortion van Ditzhuijzen ea UU 2013

Nibud

- Nibud Scholierenonderzoek 2012-2013
- Scholieren, geld & de invloed van ouders
- Jongeren en hun financiële verwachtingen
- Nibud Studentenonderzoek 2011-2012
- Het financiële gedrag van kinderen tussen 12 en 18 & de rol van hun ouders
- Zie ook: <http://www.nibud.nl/kennis-diensten/onderzoek-en-advies/onderzoeksrapporten.html>
- Website www.nibud.nl
- Website www.belastingdienst.nl
- MBO'ers in geldzaken 2015 <http://www.nibud.nl/beroepsmatig/mboers-in-geldzaken-2015/>
- Jongeren en geld (2014) <http://www.nibud.nl/beroepsmatig/jongeren-en-geld/>
- Kinderonderzoek 2013 <http://www.nibud.nl/beroepsmatig/nibud-kinderonderzoek-2013/>
- Geldgeefgedrag van ouders <http://www.nibud.nl/beroepsmatig/geldgeefgedrag-van-ouders/>

NISB

- Nationaal Kompas Volksgezondheid
- Ooijendijk WTM, Hildebrandt VH, Hopman-Rock M. Beweging in Nederland 2000-2005. In: Hildebrandt VH, Ooijendijk WTM, Hopman-Rock M. (Red.). Trendrapport Beweging en gezondheid 2004/2005. Hoofddorp/Leiden: TNO, 2007.

- Website <http://www.nisb.nl/weten.html>
- Eigen ervaring en kennis van de adviseurs omtrent sport en bewegen
- Website www.dubbel30.nl
- Website www.sportatlas.nl
- Website www.gehandicaptensport.nl
- Website www.beweegmaatje.nl

Pharos

- Verwey-Jonker Instituut onderzoek 'Jongeren en hun geloof': <http://www.verwey-jonker.nl/doc/participatie/Jongeren%20en%20hun%20geloof.pdf>
- Pharos 'Kennisdossiers Preventieve Opvoedondersteuning': http://www.pharos.nl/documents/doc/kd-opvoeding_pdf.pdf
- Website www.discriminatie.nl
- Maliepaard M & F. Fleischmann *Van migrantenstudies naar moslimstudies? Een beschouwing op het migratieonderzoek in het Nederlands taalgebied*. Migrantenstudies 11, no2 2011. blz 155-164
- KNMG *Niet therapeutische circumcisie bij minderjarige jongens; KNMG Standpunt*. In: <http://medischcontact.artsennet.nl/archief-6/Tijdschriftartikel/78259/Jongensbesnijdenis-krachtig-ontmoedigen.htm>
- M. Maliepaard & M. Gijsberts. *Moslim in Nederland 2012 (met een reactie van Martijn de Koning en Joep de Hart)*, Sociaal en Cultureel Planbureau Den Haag 2012
- Ferwerda, H.B., Leiden, I. van (2005) *Eerwraak of eerdergerelateerd geweld?* WODC, Advies- en Onderzoeksgroep Beke Arnhem
- <http://www.pharos.nl/nl/kenniscentrum/meisjesbesnijdenis/meisjesbesnijdenis>
- Wieringen, J. van, Tuk, B. (2011) **Gezondheid migrantenjeugd** In : *Migratie en gezondheid – Feiten en cijfers – 2011*, Pharos Utrecht
- <http://www.pharos.nl/documents/doc/factsheet%20laaggeletterdheid.pdf>

Trimbos

- Interne inhoudelijke documenten over internaliserende en externaliserende problematiek (businesscases, overzichten interenventies en visieplannen)
- Raadpleging databanken/websites van NJi en Kenniscentrum-kjp
- eigen expertise en onderzoeken
- DSM
- Nationale Drug Monitor Jaarbericht 2012
- Jeugd en riskant gedrag, kerngegevens 2011
- Peilstationsonderzoek Scholieren
- Eigen expertise vanuit Alcohol- en Drugs Infolijn
- British Medical Association. Smoking and reproductive life: The impact of smoking on sexual, reproductive and child health, 2004. www.tobacco-control.org

- U.S. Department of Health and Human Services; women and smoking - a Report of the Surgeon General. Rockville, 2001. www.surgeongeneral.gov/library/womenandtobacco
- U.S. Department of Health and Human Services: The health consequences of smoking - a Report of the Surgeon General. Rockville, 2004
www.surgeongeneral.gov/library/smokingconsequences.
- Royal College of Physicians of London. Smoking and the Young: a report of a working party of the Royal College of Physicians of London. Sudbury: Lavenham, 1992.
www.rcplondon.ac.uk
- Knol K. et al, tabaksgebruik, gevolgen en bestrijding. Lemma, 2005.
- Crone, M.R. (2003). The prevention of involuntary smoking by children. Academisch proefschrift.
- Amsterdam: VU.
- Gezondheidsraad (2003). Volksgezondheidsschade door passief roken. Den Haag:
- Gezondheidsraad. Publicatienr. 2003/21.
- Knol, K., Hilvering, C., Wagener D.J. TH. & Willemsen M.C. (2005). Tabaksgebruik: gevolgen en bestrijding. Utrecht: Lemma
- Royal College of Physicians (2010). Passive smoking and children. A report by the Tobacco Advisory Group. London: RCP.
- US Department of Health and Human Services (2007). Children and Second hand Smoke Exposure. A Report of the Surgeon General.
- E. Vermeulen-Smit, R. van den Eijnden et al. Integrale aanpak opvoedingsadviezen ten aanzien van roken, drinken, drugsgebruik, seksueel risicogedrag en gehoorschade, Trimbos-instituut, Universiteit Utrecht, STIVORO, 2010.

VeiligheidNL

- JGZ-richtlijn Preventie Wiegendood
- JGZ-richtlijn Voorkeurshouding en schedelvervorming
- Multidisciplinaire richtlijn Excessief huilen
- Letsel Informatie Systeem van VeiligheidNL (registratie ongevallen op SpoedEisende Hulp)
- Continu LIS Vervolg Onderzoek. Stichting Consument en Veiligheid, Amsterdam (2008).
- Wet- en regelgeving, waaronder het Warenwetbesluit Kinderbedden en -boxen, Warenwetbesluit Speelgoed en diverse Europese veiligheidsnormen voor baby- en kinderproducten.
- Trend in letsels : successen van preventie. Amsterdam : Stichting Consument en Veiligheid, 2011.
- European Child Safety Alliance and ANEC joint position statement: Baby walkers (2010)
- Verkennend onderzoek verdrinkingen. Mieke Cotterink, Wieke Ormel. Amsterdam: Stichting Consument en Veiligheid, 2010.
- Verkennend onderzoek naar valongevallen van hoogte bij kinderen. Hedy Goossens, Saskia Kloet, Cilia Knols, Susanne Nijman, Wieke Ormel. Amsterdam : Stichting Consument en Veiligheid, 2008.

- Veiligheidsbarometer autochtone ouders van 0-12 jarigen / C. van Aken, K. Klein Wolt, P.C. den Hertog. Amsterdam : Stichting Consument en Veiligheid, 2008.
- Veiligheidsbarometer allochtone ouders van 0-12 jarigen / K. Klein Wolt, S.M. Slootmaker, P.C. den Hertog. Amsterdam : Stichting Consument en Veiligheid, 2008.
- Veiligheidsbarometer 13 tot en met 18 jarigen / H.J. Kemler, H. Braam, F. van Lanen, R. Dekker. Amsterdam : Stichting Consument en Veiligheid, 2007.
- Onderzoek riskant gedrag jongeren. Groningen: BOP Onderzoek en communicatie, (2006).
- First-time parents are not well enough prepared for the safety of their infant. Mirjam van Beelen, Tinneke Beirens, Paul den Hertog, Eduard van Beeck, Hein Raat. Plos One, 2013.

3. Overige validerende organisaties

Villa Pinedo

- Boek 'Aan alle gescheiden ouders. Leer kijken door de ogen van je kind', 2013, geschreven door Marsha Pinedo en Petra Volling.
- Handboek Scheiden en de kinderen, 2010, geschreven door Ed Spruijt en Helga Kormos
- Boek Scheidingskinderen, 2007, geschreven door Ed Spruijt.
- Onderzoek 'Het verdeelde kind' van Ed Spruijt (in opdr. Raad vd Kinderbescherming)
- Methode KIES
- Website www.kiesvoorhetkind.nl
- Website www.villapinedo.nl

Mediaopvoeding.nl

- Alle onderzoeken van Mijn Kind Online en Kennisnet, zie o.a. <http://mijnkindonline.nl/publicaties/onderzoeksrapporten>
<http://www.kennisnet.nl/themas/mediawijsheid/>
- Het dossier Mediaopvoeding van het Nederlands Jeugdinstituut: <http://www.nji.nl/Mediaopvoeding> (Prof. dr. Peter Nikken)
- Het onderzoek van CcaM, Onderzoekscentrum Jeugd en Media van de Universiteit van Amsterdam, zie <http://www.ccam-ascor.nl/nl/>
- Wetenschappelijke kennis over de sociale en psychologische kant van internetgebruik, beschikbaar gemaakt via het Center for Behavioral Internet Science van het IVO, zie <http://internetscience.nl/>
- Wetenschappelijke kennis via de Bitescience Knowledge Database, zie <http://www.bitescience.com/>
- Eigen expertise.

Stichting Adoptievoorzieningen

- Handreiking Adoptie.nl <http://www.voordejeugd.nl/actueel/nieuwsberichten/1547-handreiking-alert-op-adoptie-kinderen-nu-beschikbaar>
- Boek http://www.adoptie.nl/m/Professionals_Methodiekboek/mn/55/
- ADOC, digitaal kenniscentrum voor adoptie en pleegzorg <http://www.fsw.leidenuniv.nl/pedagogiek/agp-d/adoc/>
- NJI: <http://www.nji.nl/nl/Databanken/Databank-Wat-werkt/Onderwerpen/Wat-werkt-bij-interlandelijke-adoptie>

4. Team van Praktijkprofessionals

Toelichting: de bronnen die de praktijkprofessionals hanteren zijn uiteraard aanvullend op de bronnen die de validerende instituten en organisaties hanteren. Deze worden hier niet herhaald.

Anneke Kesler: jeugdarts en eindredacteur GroeiGids, Amsterdam.

- Praktijkkennis en ervaring

Esther van 't Hoff: Stafverpleegkundige, Centrum voor Jeugd en Gezin Rijnmond.

- Praktijkkennis en ervaring

Eva Peijen: maatschappelijk werker bij PuurZuid en student Orthopedagogische Wetenschappen aan de UvA, Amsterdam.

- Praktijkkennis en ervaring

Marjolein van Keulen: pedagoog en stafmedewerker Bureau Jeugdzorg, Gelderland.

- Praktijkkennis en ervaring

Sylvia Nossent: ontwikkelingspsycholoog en bestuurslid sectie Het Jonge Kind van het Nederlands Instituut van Psychologen (NIP), Rotterdam.

- Praktijkkennis en ervaring

- Onderzoeken uitgevoerd door het NIP
- Jakop Rigter, Handboek ontwikkelingspsychopathologie, 2013
- Carol Stock Kranowitz, Uit de pas, 2008
- Winnie Dunn, Leven met sensaties, 2013
- Marja Rexwinkel e.a., Handboek Infant Mental Health, 2011

Yvonne Busser: maatschappelijk werker en budgetcoach OGH-stichting, Zetten.

- Praktijkkennis en ervaring

