

EN LITEN MANUAL  
FÖR YA:S WEBBSKRIBENTER

Framför dig ligger en manual för YA:s webbskribenter. Tanken med manualen är att den ska hjälpa dig att skriva bra webbtexter, enligt vissa allmänna principer. Den ger förutom råd och riktlinjer för webbtexterna också en del principer för enhetliga YA:s webbsidor.

Språket och sättet att strukturera informationen på webbplatsen har en stor betydelse för hur användaren upplever och kan ta till sig informationen. En webbplatsbesökare har ofta bråttom och vill hitta de saker han eller hon söker så snabbt som möjligt. Det är därför synnerligen viktigt att webbtexterna är lättlästa, överskådliga och informativa.

Informationens syfte och den tänkta målgruppen påverkar valet av både innehåll och språkbruk. Att ord och begrepp är anpassade till läsaren kan vara helt avgörande för om användaren känner sig välkommen och lyckas utföra det hon kom för, eller om hon ger upp.

I den här manualen belyser vi vad du bör tänka på när du skriver texter för webben. Blicken fastnar på allt som avviker; rubriker, punkter, markerade ord och länkar. Tänk först och främst på vem som ska läsa texten. Börja med det viktigaste, fatta dig kort och använd informativa rubriker, underrubriker och länkar. Markera viktiga ord med fetstil för att underlätta för skumläsaren. Korrekturläs din text och låt alltid någon annan läsa den innan du publicerar den (texten behöver läsas av ett par nya ögon!). Faktum är att bristfälliga texter kan göra en i övrigt bra webbplats svår att använda och ger ett dåligt intryck.

## 1 Tänk efter först

Det är viktigt att texter som skrivs för webben är klara, korta och välstrukturerade. Webbanvändaren bör genast se det viktiga, så gör dina texter överskådliga. Webbtexter ska vara hälften kortare än motsvarande text på papper!

Här följer några frågor att tänka på när du skriver webbtext:

### **Relevant innehåll**

- Vad vill du uppnå med texten?  
Ska du informera om något eller vill du marknadsföra något? Om det handlar om ren information måste du satsa på tydligheten. Läsaren ska snabbt kunna ta till sig informationen.
- Vad vill läsarna egentligen veta?  
Läsarna är oftast ute efter något specifikt, så tänk på vad det kan vara. Servera inte läsaren en lång bakgrundsinformation eller annan information som han eller hon inte är ute efter.

- Sovra i materialet: Vad är viktigt och bör lyftas fram? Vad kan lämnas bort?  
Det finns alltid mycket som kan anses vara viktigt innehåll i en text. Som skribent vill man gärna få med så mycket som möjligt. Kom ihåg att webbanvändaren snabbt vill komma in på de rätta sakerna och hitta det han/hon söker. Kanske vissa saker kan lämnas bort ur texten för att det som är riktigt viktigt bättre ska träda fram i materialet?

### **Logisk disposition**

- Skriv det viktigaste först.
- Tänk noga på huvudrubriken, den ska tala om vad sidan handlar om.
- Mellanrubrikerna ska vara informativa, sammanfatta styckenas innehåll och locka till läsning.
- Ta upp det viktigaste i första meningen i varje stycke.
- En tankegång = ett stycke! Många tankar i samma stycke skapar röra.

## **2 Skriv enkelt och begripligt**

Texterna du skriver ska kunna förstås av en stor och brokig skara av läsare. Många är goda läsare och webbanvändare och har lätt att ta till sig informationen. Men det finns också de som inte är särskilt vana läsare eller har verkligt svårt att ta till sig texter t.ex. på grund av att svenskan är ett främmande/svagare språk. Detta behöver man komma ihåg när man skriver texter som ska publiceras på en offentlig webbplats. Vi ska alltså skriva så att så många som möjligt kan ta till sig innehållet!

Det gäller att anpassa språket till läsaren, att skriva så enkelt och begripligt som möjligt. Utmaningen är att kombinera enkelheten med ett täckande budskap. Man ska också komma ihåg att behovet att skriva enkelt inte är det samma som att skriva kort. Risken med korta texter är att de blir för informationstäta och därför jobbiga att läsa. Att skriva så enkelt som möjligt handlar om att balansera mellan enkelhet, tydlighet och läsarvänlighet (inte alltför informationsspäckat) samt behovet av information och fakta. Till det enkla och begripliga hör också att skriva så konkret som möjligt.

- ✓ Skriv kort och kärnfullt, utan att innehållet blir bristfälligt.
- ✓ Skriv konkret.

## Stil och tilltal

Använd en ledig och saklig stilnivå. Vi behöver inte vara onödigt högtidliga och högtravande i våra texter. Det här betyder att tilltalet i texterna är "du", eller "ni" om tilltalet riktar sig till flera. Obs! Skriv inte Du/Ni/ Er med stora bokstäver! För den äldre generationen kan det ses som ett uttryck för artighet, men för många upplevs detta idag som något tillgjort och störande. Det direkta tilltalet "du" går bra både i texter som riktar sig till ungdomar och till vuxna. För tjänster som erbjuds till företag o.d. är tilltalet ett kollektivt "ni". Undvik också att tala om "man" eller "den studerande" – använd i stället det direkta tilltalet "du", som gör att läsaren upplever att texten gäller honom eller henne.

*Skriv inte: "Man kan välja..." eller "Den studerande kan välja..."*  
*Skriv hellre: "Du kan välja..."*

Nedan följer några viktiga saker när du riktar dig i första hand till ungdomar:

- Skriv kort och koncist.
- Säg det viktigaste först.
- Använd ett enkelt språk och skriv så konkret som möjligt.
- Undvik onödigt komplicerade ord.
- Om du skulle säga innehållet muntligt, skulle du säga det på (ungefär) samma sätt? Läs texten högt och hör hur det låter!

Ovanstående punkter gäller också texter till vuxna, dvs. skriv enkelt och ledigt. Vid behov kan texterna som riktar sig till vuxna emellertid innehålla svårare och mera abstrakta ord. Texterna kan också vara lite längre, eftersom vuxna i regel orkar läsa längre texter. Men tumregeln är alltså: så enkelt som möjligt, utan att det blir banalt.

Sträva efter att undvika svåra ord och termer som endast de redan invigda förstår. Den som läser texten är sannolikt inte en "insider". Sök mera lättförståeliga synonymer. Ibland är det ändå omöjligt att undvika vissa komplicerade termer och uttryck, men då är det bra att i vardagliga ord förklara vad det handlar om.

## Ett vänligt möte med YA!

Kom ihåg att webbplatsen ersätter möten mellan människor – försök därför återskapa känslan av ett möte med läsaren i dina texter. Det är viktigt att tonen i texterna är vänlig och inbjudande. Försök alltid skriva med ett gott humör!

## Använd verb

Använd rikligt med verb i dina texter, i aktiv form (tala om vem som gör vad!). En text som är full med verb i s-passiv är tung att läsa och berör inte läsaren.

*Skriv inte:* "Ansökan görs på denna blankett som ifylles, undertecknas och skickas till N.N."

*Skriv hellre:* "När du ansöker, fyll i denna blankett och underteckna den. Skicka sedan blanketten till N.N."

När det gäller länkar:

- Var sparsam med länkar i löptexten.
- Länka det ord som säger vart länken leder, i stället för att skriva "klicka här"
- Länka alltid ett ord, sätt inte in en lång länkadress.

Strecka inte under ord i en löptext, då tror läsaren att det är en länk. Om du vill markera ett ord, använd **fetstil**.

En liten checklista:

Innehåll och struktur:

- ✓ Har du fastställt målgruppen, dvs. till vem du riktar dig?
- ✓ Har texten en tydlig och logisk struktur?
- ✓ Har du ett syfte med texten?
- ✓ Fungerar huvudrubriken och mellanrubrikerna?

Texten:

- ✓ Har du använt ett ledigt språk?
- ✓ Använder du direkt tilltal till läsaren?
- ✓ Har du använt krångliga ord som kan bytas ut eller förklaras?
- ✓ Har du korrekturläst texten?

Har någon läst din text och gett synpunkter?

## Använd punktlistor

Punktlistor är läsarvänliga! Räkna inte upp viktiga saker efter varandra i löpande text, utan sätt dem i en punktlista. Då ser läsaren genast de olika elementen och kan ta till sig de olika delarna snabbt.

*Skriv inte:* När du skriver på webben bör du fatta dig kort, strukturera din text väl, lyfta fram det viktigaste först, anpassa texten till läsaren och skriva så enkelt och begripligt som möjligt.

*Skriv hellre:* När du skriver på webben bör du tänka på följande:

- ✓ Fatta dig kort.
- ✓ Strukturera din text väl.
- ✓ Lyft fram det viktigaste först.
- ✓ Anpassa texten till läsaren.
- ✓ Skriv så enkelt och begripligt som möjligt.

## Förkortningar

Undvik generellt förkortningar, eftersom det är enklare och går lika fort att läsa hela orden. Om du använder förkortningar, skriv dem med punkter, inte med mellanslag (alltså t.ex. istället för t ex). Då delas förkortningen inte upp när den råkar hamna i slutet av en rad. Förklara alltid förkortningar av begrepp, organisationer eller grupper första gången de nämns.

YA! Yrkesakademien i Österbotten borde finnas nämnt i sin helhet en gång på varje sida, inte bara förkortningen YA! Den som surfar direkt in på sidan via sökord, och alltså inte går via en av YA:s ingångssidor, måste klura ut vad YA! står för...

Så skrivs de vanligaste förkortningarna:

ca	(cirka)
t.ex.	(till exempel)
m.m.	(med mera)
m.fl.	(med flera)
d.v.s.	(det vill säga)
bl.a.	(bland annat, bland andra)
o.s.v.	(och så vidare)
p.g.a.	(på grund av)
s.k.	(så kallad)
t.o.m.	(till och med)
nr	(nummer)

kl.	(klockan)
fr.o.m.	(från och med)
etc.	(et cetera)
e.d.	(eller dylikt)
o.d.	(och dylikt)
jfr	(jämför)

Regel: Om ordets sista bokstav finns med i förkortningen (ca/**cirka**, nr/**nummer**, tfn/**telefon**) sätts ingen punkt efter förkortningen. Använd punkter, inte mellanslag mellan bokstäverna.

### 3 YA:s gemensamma skrivregler

Nedan anges ord och principer som vi försöker efterfölja i våra webbtexter. Allt detta är sådant som ger våra webbsidor ett enhetligt intryck.

*Tfn* Vi förkortar telefon med **tfn**, i stället för tel. (båda är gångbara, det handlar bara om att välja ett och vara konsekvent). Observera att det inte ska finnas någon punkt efter bokstavsförkortningen.

Ett telefonnummer grupperas på följande sätt:

tfn 06-324 28 11 eller 050-523 32 53  
+358 6 324 28 11 (internationellt)

*e-post* Vi använder **e-post**, inte e-mail .

*Internet* Vi skriver Internet med stort "I", som ett egennamn.

*Webbplats* Vi har en **webbplats**, inte en hemsida. Man kan också tala om våra **webbsidor**. Dessutom har vi **ingångssidor** eller **första sidor**.

#### *Svenska termer och ord*

Vi strävar efter att använda svenska ord och termer, inte (sv)engelska. Vi talar därför t.ex. om *webbannons* (banner),

*bärbar dator* (laptop), *lösenord* (password), *skräppost* (spam) och *webbansvarig* (webbmaster).

*Gruppering av stora tal* Stora tal (summor, antal) delas upp i tresiffriga grupper räknat från höger. Observera att det endast ska vara ett mellanrum mellan siffergrupperna, inga punkter!

1 500  
67 919  
143 650  
1 089 734

*Datum* Inträdesprovet ordnas **den 6.8.2009**.  
Ansökningstiden är **15.1–28.2.2009**.  
eller: Ansökningstiden är **15 januari–28 februari 2009**.  
  
(Obs! Långt streck mellan datumen, inte ett kort bindestreck!)

*Ska* Skriv konsekvent **ska** istället för **skall**. Det är helt accepterat på alla nivåer idag, t.o.m. i lagtext. Formen **ska** ger ett mera vardagligt och ledigt intryck än **skall**.

*Också* Vi använder oss gärna av ordet **också** i stället för det mera stela **även**.

*En studerande, flera studerande*

Det svåra ordet "studerande". Det heter *en studerande*, men också *flera studerande*. I bestämd form singular heter det *den studerande/studeranden* och i flertal *studerandena*.

*Ingen skolning, men gärna utbildning!*

Inom YA ordnar vi inga *skolningar*, men däremot många utbildningar. Ordet *skolning* kan vi låta stå för något gammalt och förlegat...



## 4 Varför?

Till sist: spelar det någon större roll hur vi skriver på webben? Är det nödvändigt att sätta så stor tid och energi på språket och allt möjligt "smått"? Och är det faktiskt nödvändigt att skapa enhetlighet på webbsidorna ner i minsta detaljer? Kanske du efter att ha läst den här manualen ställer dig de här frågorna. Svaret är "javisst!".

Det är viktigt att vi gör våra webbsidor så enhetliga som möjligt för läsarnas skull (dvs. potentiella studerande, föräldrar, "kunder" etc.). Vi ska sträva efter att läsarna möts av samma stil och tonfall samt ett korrekt språk, oavsett på vilka YA-webbsidor de rör sig. Vi är ett, trots att vi är många. Visst, vi sysslar med olika saker. Innehållet i texterna varierar, och naturligtvis ska det finnas rum för individuella och branschspecifika variationer, men det är viktigt att den som går in på YA:s webbsidor upplever "YA-tonen" i texterna samt en språklig enhetlighet och korrekthet på webbsidorna. Det ger inget gott intryck om webbmaterial som alltför spretigt där stil och tonfall skiljer sig alltför mycket åt mellan olika sidor och branscher. Det vittnar om ett hopplock från tidigare webbsidor – en pyttipanna av gamla webbrestor...

Det handlar nämligen om att skapa trovärdighet. Välstrukturerade webbsidor som är lättförståeliga och läsarvänliga ger ett gott intryck. Det skapar förtroende. Trovärdigheten påverkas faktiskt även av den språkliga korrektheten. En text som innehåller många stavfel, slarvfel och språkliga klumpigheter (eller rentav grodor!) skapar inte trovärdighet och en känsla av kvalitet. Det signalerar slarvighet, stress och en "äh, inte är det så noga"-mentalitet.

Den här manualen är tänkt att fungera som ett litet verktyg för att hjälpa dig att skriva bra webbtexter. Skrivregler är inte lätta att pränta in, så återgå till manualen ofta. Vi rekommenderar också den lilla handboken "Svenska skrivregler", där man snabbt kan kolla upp diverse regler och principer för skrivandet.

### Webbskribentens tio budord

1. Tänk på målgruppen så att du anpassar texten till den.
2. Du ska tänka på syftet med texten.
3. Du ska skriva kort, enkelt och sakligt.
4. Du ska skriva det viktigaste först.
5. Du ska inte använda svåra ord och termer i onödan.
6. Du ska skriva med ett vänligt tonfall.
7. Du ska rikta dig direkt till läsaren med ett "du".
8. Du ska formulera informativa rubriker.
9. Du ska korrekturläsa din text noggrant.
10. Du ska också be någon annan läsa igenom din text.

Källor:

Lathund för webbskribenter. [www.regeringen.se/sb/d/3371](http://www.regeringen.se/sb/d/3371)

Svenska Skrivregler (2008). Språkrådet.

[www.verva.se](http://www.verva.se)