



Skrivarkokboken

Att skriva effektivt i jobbet

I



ERIK MATTSSON (RED.)

MARIT LARSDOTTER

FREDRIK MATTSSON

ULF SCHÖNBERG



Ordrum AB
Rosengatan 2 A
413 10 Göteborg
© Ordrum 2015
Grafisk form: Ola Carlson
Illustrationer: Helena Bergendahl
Tryckt hos: Bulls Graphics, Halmstad
Upplaga: 1
ISBN: 978-91-982321-0-3
Boken kan beställas från Ordrum AB via www.ordrum.se.

Mångfaldigandet av innehållet i denna bok, helt eller delvis, är enligt lag om upphovsrätt förbjudet utan medgivande av författarna. Förbudet gäller varje form av mångfaldigande, genom tryckning, duplicering, bandinspelning etc.

Innehåll

Förord	5
Inledning	6
Vanliga frågor	10

Lästips	152
Ordrum	155
Sökordsregister ..	158
Författarna	160

Den goda texten	14
Läsaren	18
Skribenten.....	22
Processen	26
Strukturen	32
Stil & tilltal.....	38
Respons & korr	44
Textdelar	48
Rubrik, 49; Ingress, 51; Brödtext, 52; Citat, 53; Referens, 55; Länk, 56; Bildtext, 57; Lista/tabell, 58; Sidhuvud/sidfot, 59; Index, 60; Bilaga, 61	
Textexempel.....	64
Beslutsunderlag, 66; Brief, 68; E-brev, 70; Enkät, 74; Konferensdokumentation, 77; Krönika, 80; Mötesdagordning, 82; Mötesprotokoll, 84; Notis, 88; Nyhetsbrev, 90; Offert, 96; Personporträtt, 98; Policy, 102; Populärvetenskap, 104; Presentations- bilder, 108; Pressmeddelande, 112; Rapport, 114; Rutin, 118; Slogan, 120; Sociala medier, 122; Talarmanus, 126; Verksamhets- berättelse, 128; Verksamhetsplan, 132	
Språkriktighet.....	136

Inledning

Skrivarkokboken är tänkt som ett redskap för dig som arbetar med texter i jobbet. Vi hoppas att våra råd och exempel kan hjälpa dig att finna rätt sätt att formulera din text.

VEM ÄR BOKEN TILL FÖR?

Skrivarkokboken vänder sig till dig som skriver i arbetet. Även om du inte är kommunikatör till yrket, så kräver arbetslivet allt oftare att vi ska kunna formulera oss i text. Det kan röra sig om att nå ut med planer, beslut eller nyheter till kollegor, kunder eller konkurrenter.

Många av oss känner ett motstånd när vi ska skriva. Men det finns hjälp att få – och det blir lättare och bättre om man övar och vet vad man ska öva på.

VARFÖR JUST EN KOKBOK?

Vi gillar kokböcker. Dels för att de ofta är inspirerande, dels för att de fokuserar på praktiska lösningar. I *Skrivarkokboken* har vi samlat de lärdomar vi gjort som skribenter i olika sammanhang och som vi tror att också andra kan ha nytta av.

Precis som en vanlig kokbok handlar denna bok om hantverk. Vi bjuder på ett antal favoritrecept på hur texter kan skrivas. Du kan använda recepten som de är eller ta våra råd och text-exempel och förändra kryddningen efter din smak.

Boken är inte tänkt att sträckläsas. Det inledande kapitlet ”Vanliga frågor” och det avslutande registret hjälper dig att snabbt hitta hjälp för

det problem du brottas med. Du kan förstås också bara bläddra på måfå i boken för att få nya idéer.

VAD ÄR VIKTIGT?

Vi hoppas att du med råden i denna bok ska hitta strategier och redskap för att skriva både enkla och mer krävande texter. Här finns råd för hur du kommer igång, hur du kan ge struktur åt din text, fallgropar att undvika och hur du både kan få och ge respons på texter.

Skrivarkokboken tar sin början före texten, hos läsaren av din text. Vem är det du vill nå? Och vilket är egentligen ditt budskap? Det är frågor du måste börja med att ställa.

Det vi skriver om är brukstexter – inte skönlitteratur. Men det finns inget som hindrar att även facktexter är så välskrivna att det kan vara en njutning att läsa.

HUR KAN BOKEN ANVÄNDAS?

Skrivarkokboken är tänkt som ett redskap i ditt jobb. Förutom de resonrande kapitlen om olika problem och utmaningar i skrivandet, innehåller boken ett kapitel med olika texter som du kan inspireras av. Här finns e-brev, rapporter, rutiner, pressmeddelanden och krönikor – och exempel på hur du skriver populärvetenskapligt.

TRE KOKBÖCKER

Skrivarkokboken är det fjärde syskonet i en skara böcker om kommunikation från Ordrum. Kanske kan du också ha glädje av *Möteskokboken I* och *Möteskokboken II* och av *Talarkokboken I*.

Möteskokboken innehåller metoder och samlade recept för effektiva och varierade möten. *Talarkokboken* innehåller tips och tekniker för att tala så att andra vill lyssna.

Möteskokboken och *Talarkokboken* finns på engelska: *Meeting Cookbook* och *Speaker's Cookbook*.

PODDAR, APPAR OCH KURSER

Till böckerna finns fördjupande poddar (ljudfiler) och appar – en för att sätta samman ditt talarmanus och en annan för att planera ditt möte.

Ordrum erbjuder också ett antal kurser och föreläsningar i kommunikation, då böckerna inte sällan används som kursmaterial. Titta in på www.ordrum.se.

SKRIVARKOKBOKEN.SE

På www.skrivarkokboken.se hittar du extramaterial och annat relaterat till boken. Här kan du också hitta kontaktvägar för att ge oss respons. Vi vill gärna veta vad du tycker.

”Boken är en receptsamling för olika typer av skrivande: från matiga pressmeddelanden och syrliga krönikor till bittra e-brev och saftiga offerter.



Vanliga frågor

- Hur kommer man igång?
- Är det verkligen så viktigt med stavningen?
- Vad krävs av en bra text?
- Hur vågar jag välja bort?
- Vilken stil ska jag välja?
- Hur använder jag facktermer?
- Hur skriver jag om tekniska saker?
- Hur lockar jag läsaren utan att bli skrikig?
- Hur anpassar jag innehållet efter målgruppen?
- Vad är bra populärvetenskapligt skrivande?
- Hur får jag ett bra flöde i texten?
- Hur skriver jag en nyhetstext?
- Hur skriver jag objektivt?
- Hur skriver jag inom myndigheter och kommuner?
- Hur hanterar jag respons?



Vanliga frågor

För dig som är otålig följer här en lista på de vanligaste frågorna vi brukar få och var i boken du hittar svaren. I slutet av boken finns en sökordslista om du inte hittar det du söker nedan.

HUR KOMMER MAN IGÅNG?

Många känner motstånd mot att börja skriva. Att vänta på inspiration är inget för den som vill få något gjort. Börja från början, eller i mitten eller varhelst. Om du kört fast – försök förklara innehållet för en utomstående eller för ett vetgirigt barn, tänkt eller verkligt. Läs mer om skrivprocessen i kapitlet ”Processen” på sidan 26.

ÄR DET VERKLIGEN SÅ VIKTIGT MED STAVNINGEN?

Visserligen förstår läsaren oftast vad som menas, men stavfel och annat slarv påverkar läsarens förtroende även för innehållet. Läs mer i kapitlet ”Språkriktighet” på sidan 136.

VAD KRÄVS AV EN BRA TEXT?

Den goda texten ska vara genomtänkt, relevant, begriplig och levande. Lyckas du med det har du alla förutsättningar att fånga din läsare. Läs mer i kapitlet ”Den goda texten” på sidan 14.

HUR VÅGAR JAG VÄLJA BORT?

Att vilja är att välja. Som skribent måste du prioritera: välja och välja bort. Skrivprocessen har flera steg och prioriteringar måste göras på flera nivåer. Om du renodlar ditt budskap kan texten sen kompletteras med en faktaruta eller med en hänvisning till vart den särskilt intresserade läsaren kan vända sig. Läs mer i ”Processen” på sidan 26 och ”Stil & tilltal” på sidan 38.

VILKEN STIL SKA JAG VÄLJA?

Det beror på sammanhanget och ditt förhållande till läsarna. Syftet med texten spelar förstås också roll i sammanhanget. Vad vill du uppnå? Läs mer i kapitlet ”Stil & tilltal” på sidan 38 och ”Språkriktighet” på sidan 136.

HUR ANVÄNDER JAG FACKTERMER?

Vem är din läsare? Är din tänkta läsare expert på området är facktermer ytterst relevanta och förväntade. Är läsaren snarare en intresserad allmänhet

bör du undvika facktermer. När facktermer inte går att undvika bör du lägga krut på att beskriva och förklara vad termen står för. Läs mer i avsnittet ”Populärvetenskap” på sidan 104.

HUR SKRIVER JAG OM TEKNISKA SAKER?

Allt handlar om vem den tänkta läsaren är. Att skriva om tekniska saker enkelt kan handla om att skriva redovisande, konkret eller utförligt. Läs mer i kapitlet ”Stil & tilltal” på sidan 38.

HUR LOCKAR JAG LÄSAREN UTAN ATT BLI SKRIKIG?

Med en tydlig rubrik, en bra ingress och en bildtext som överraskar kan du locka in läsaren i texten. Se mer om vad du kan använda i kapitlet ”Textdelar” på sidan 48.

HUR ANPASSAR JAG INNEHÅLLET EFTER MÅLGRUPPEN?

Fråga dig vad du vill att läsaren ska veta, känna och göra. Redan då är du på rätt väg. Läs mer i kapitlet ”Läsaren” på sidan 18.

VAD ÄR BRA POPULÄRVETENSKAPLIGT SKRIVANDE?

En text som på ett lustfyllt och lättförståeligt sätt berättar om någonting som är komplicerat. Den får gärna innehålla referenser till vardagliga begrepp och lockande bildtexter. Läs mer i avsnittet ”Populärvetenskap” på sidan 104.

HUR FÅR JAG ETT BRA FLÖDE I TEXTEN?

Ett generellt tips är att binda ihop texten med metatext som hjälper läsaren framåt. Viktigt är också att ta hjälp av andra och be om respons. Läs mer i kapitlet ”Strukturen” på sidan 32 och ”Respons & korr” på sidan 44.

HUR SKRIVER JAG EN NYHETSTEXT?

Nyheter lockar – och det finns många sätt att skriva om dem. Läs mer om hur man skriver ”Notiser” på sidan 88, ”Nyhetsbrev” på sidan 90 och ”Pressmeddelanden” på sidan 112.

HUR SKRIVER JAG OBJEKTIVT?

Du gör alltid val. Vad lyfter du fram? Vad nämner du inte? Den helt objektiva texten finns inte, men du kan vara mer eller mindre synlig i texten. Läs mer i kapitlet ”Skribenten” på sidan 22.

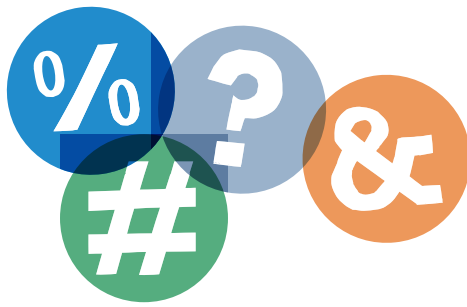
HUR SKRIVER JAG INOM MYNDIGHETER OCH KOMMUNER?

Språkrådet arbetar med att främja klarspråk på bland annat myndigheter, kommuner och universitet. De erbjuder också en webbaserad utbildning i skrivande. Via Språkrådet kan du också hitta *Myndigheternas skrivregler*. Fler lästips finns på sidan 152.

HUR HANTERAR JAG RESPONS?

Du som skribent måste inse att texten är just en text och inte en del av dig. När du får återkoppling handlar det om texten. Inte om dig som person. Välj någon du känner ett personligt förtroende för och be hen läsa din text. Förklara vad i texten det är du vill ha hjälp med, då är det lättare att ge relevant respons. Och om du själv är den som ger återkoppling: Glöm inte bort att lyfta det som också är bra med texten. Läs mer i kapitlet ”Respons & korr” på sidan 44.

Efter denna inledning följer kapitlet *Läsaren* och kapitlet *Skribenten*. Därefter beskriver vi *Processen*. Se utdrag ur det kapitlet här:



Processen

- Processen är densamma
- Forma idén
- Skriv där du står
- Samla information
- Var kritisk
- Strukturera texten
- Välj stil och tilltal
- Be om respons
- Skriv tillsammans



Processen

Vad är det som måste göras för att en text ska bli till? Oavsett textens längd, innehåll eller syfte finns ett antal steg att passera på vägen. I detta kapitel följer vi processen från idé till färdig text.

PROCESSEN ÄR DENSAMMA

När man skriver en kort text hinner man inte ens reflektera över skrivandets olika faser; andra gånger arbetar man kanske med flera faser samtidigt. En del av det vi föreslår kan låta teoretiskt och tilltrasslat, men om du får syn på de olika delarna i din skrivprocess kan du bättre strukturera ditt arbete och finna det arbetssätt som passar dig bäst.

FORMA IDÉN

Skrivarbetet börjar i den stund du får en idé eller när någon ber dig att skriva en text.

Detta första skede av skrivandet är en slags hjärnstorm. Här är det viktigt att få fram så många perspektiv som möjligt, som du sedan kan arbeta utifrån. Var okritisk! Bejaka tankar och infall som dyker upp. Kritik blir det tid för senare.

Vad är grejen?

För att få grepp om idén kan du börja med några klassiska journalistfrågor:

- **VAD?**
- **VEM?**
- **NÄR?**
- **VAR?**

Lite mer djup får man om man dessutom frågar sig:

- **HUR?**
- **VARFÖR?**

När du har besvarat dessa frågor har du stommen till din textidé.

Sätt igång

Redan i idéfasen är det läge att börja skriva; att göra små anteckningar hjälper dig att hålla fast tanken och få en struktur för den kommande texten. Du kan skriva rubriker, frågor, nyckelord och stödord.

Att skriva är att diskutera med sig själv och att utveckla de tankar som så småningom ska formuleras till en färdig text. Det är därför du inte ska vänta med själva skrivandet. Du kan spara flera versioner av din text, för att kunna gå tillbaka till dem senare, om du skulle känna att du kommit på fel spår.

Skriv fram kunskapen

Om du ska skriva en längre text kanske arbetet med den pågår under flera månader. Om du dessutom behöver läsa andra texter i ämnet för att samla material, gör du bäst i att skriva medan du läser.

Ditt skrivande blir då en process där du gör kunskapen från andra

texter till din egen kunskap. Genom att börja skriva skapar du dina egna formuleringar i stället för att skriva av andras, och det blir snart lättare att med självförtroende både tala och skriva om ämnet.

Anteckna var någonstans viktiga fakta står i andras texter, för att kunna hitta tillbaka till dem. Skriv också ned egna tankar och reflexioner som dyker upp under läsningen. Märk dem gärna ”min reflexion”, så att du vet vilka tankar och idéer du kan hävda är dina egna.

För en forskare eller en författare är detta sätt att arbeta också ett sätt att delta i ett samtal mellan texter och människor, som löper över både tid och rum. Kunskaper formuleras om, ändras, vässas och växer.

SKRIV DÄR DU STÅR

I början av skrivprocessen är det svårt att se din blivande text och veta vad som är huvudbudskapet i den. Det gör inget. Du kan börja skriva där du står i dina tankar just nu. Känslan av att ha kommit igång är värd mycket och dessutom har du då något konkret som dina tankar kan fortsätta arbeta utifrån.

Börja med rubrikerna

Ett enkelt sätt att få ordning på sina tankar, om det är en lite längre text man ska skriva, är att helt enkelt börja med rubrikerna. Då får du snabbt överblick och en känsla för om texten kommer att hänga samman logiskt.

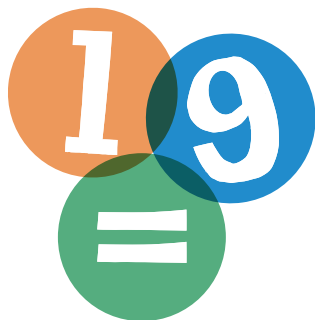
” Jag känner ångest inför att börja skriva. Jag kan städa hela kontorsrummet för att slippa. Detta är bra för ordningen i rummet men sämre för skrivarbetet.

Efter kapitlet om *Processen* skriver vi ett kapitel om *Strukturen*, ett om *Stil & tilltal* och ett kapitel om *Respons & korr.* Därefter kommer kapitlet om *Textdelar*. Se ett utdrag ur kapitlet här:



Textdelar

- Rubrik
- Ingress
- Brödtext
- Citat
- Referens
- Länk
- Bildtext
- Lista/tabell
- Sidhuvud/sidfot
- Index
- Bilaga



Textdelar

Den allra enklaste texten består endast av en rubrik och brödtext. Mer avancerade texter kan vara uppbyggda av många olika delar. Här ska vi titta närmare på några av delarna.

- 1 RUBRIK
- 2 INGRESS
- 3 BRÖDTEXT
- 4 CITAT
- 5 REFERENS
- 6 LÄNK
- 7 BILDTEXT
- 8 LISTA/
TABELL
- 9 INDEX
- 10 SIDHUVUD/
SIDFOT

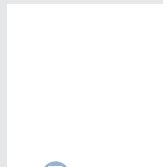
1 Forum erant usu

Dolo 2 it amet ex fierent moderatius qui, an adhuc veritus corpora vis. Decore aperiri ad eum, sit illum nobis admodum an.

Dicu 3 lostrud officiis in qui. Eu veri erant usu, no quem commune nec, vel at verear propriae delectus

- Torquatos pri 4 t, ad clita sapientem vix cum ea soluta tamquam alterum, vix enandri moderatius consetetuer cu.

Mel veri erant, reque conceptam. Lectiss inusdae pe vollesti blaudio nemquia quaturestis et am sitenitatem vel cum idque (Ersu, p 43). 5 llam ad est eros vivendum. Phaedrum ea in atqui augue elaboraret mei. 6



Mel re 7 conceptam vulputate vel cum idque

Ur si dolupis dolo enditae voleste vent, saepudi te ea et labore, eiciumquo dolor repeli ciuntur, quam fugitiis utiuri tibusae. Cum ea soluta tamquam alterum, vix moderatius consetetuer cu. Sit illum nobis vivendum. Dicunt nostrud officiis in qui cum enandri moderatius consetetuer cuea soluta

tamquam alterum no quem commune nec. Eu veri erant usu, no quem commune nec, vel at verear propriae delectus. Mel reque conceptam vulputate vel cu Itataep tureperibus:

- Eros philosophia suscipiantur ius at.
- Vis an sint 8 e gloriatur.
- Ex eum natum virtute, fuisset repudiandae nec ut.

Aequae philosophia ut sed, porro accusamus reprimique at vix, id pro atqui meliore.

Index 9

A
Admodum 3, 11, 12

C
Cum 12

Rubrik

BESKRIVNING

Textens olika delar inleds lämpligen med rubriker. Dessa delas in i huvudrubriker respektive underrubriker. Rubrikerna ska hjälpa läsaren att orientera sig i texten, ge en snabb glimt av innehållet och väcka intresse. I en rubrik väljer du med fördel lättförståeliga och korta ord. Använd gärna verb, för att skapa aktivitet.

EXEMPEL

Rubrik som hjälper dig hitta

En vanlig rubriktyp är den som hjälper oss att navigera i en textmassa. Rubrikerna bör då vara korta och konkreta. Huvudrubriker, som till exempel inleder ett kapitel, är ofta av detta slag. Dessa rubriker måste på liten yta säga något väsentligt om ett helt kapitel. Rubriker som är till för att hjälpa dig att hitta kan bestå av ett enstaka nyckelord.

Rubrik som hjälper dig förstå

En annan typ av rubrik är de rubriker som hjälper dig att förstå. De rubrikerna är längre och i denna bok är de flesta underrubriker av detta slag. Undvik vaga underrubriker som "Bakgrund" och skriv istället till exempel "Orsakerna till oredan". En bra rubrik ska fastna och får därför gärna vara en alliteration eller ordlek.

Rubrik som väcker intresse

Kvällstidningar excellerar i sensationella rubriker, eftersom de är beroende av att sälja lösnummer eller få läsarna att klicka sig vidare till artikeln eller filmklippet. Och därför behövs rubriker som väcker oemotståndlig vetgirighet – eller ren skräck.

Bonsaiträd blev dödsfälla

Snuva var cancer

Så mycket tjänar dina grannar – hela listan

■ PLACERING

I början av en sammanhållen del av brödtexten.

■ TÄNK PÅ

Korta rubriker bör kombineras med fylligare, mer betydelsebärande rubriker. Ju längre texten är, desto viktigare blir det att man kan navigera i den med hjälp av rubrikerna.

Undvik rubriker som inleds med sifferbeteckningar, exempelvis "1.2.1 Bakgrund". De förvirrar i regel mer än de förklarar.

Rubrik med dårrad eller underrad

Förutom den enkla rubriken kan du använda en så kallad dårrad, det vill säga en rubrikrad ovanför rubriken. En dårrad kan bestå av en mening eller endast ett ord, som kategoriserar texten eller i nyhetssammanhang talar om vilken ort nyheten handlar om. Här är ett exempel med dårrad och rubrik:

Skifte på generaldirektörsposten

Gammal elektriker tar över ledningen

Motsvarande rubrikrad under huvudrubriken kallas underrad eller nedryckare på tidningsspråk. Här ett exempel med rubrik och underrad:

Tomtarna från staben var bäst!

Generaldirektören nöjd med julfesten

Ingress

BESKRIVNING

Nästan alla kapitel i denna bok inleds med en ingress. Ingressens uppgift är att locka in läsaren i texten. I nyhetsingressen beskriver man ofta kärnan i innehållet som följer och svarar på frågorna när, var, hur och varför. Men ingressen kan också användas mer som ögonöppnare och fånga läsaren med oväntade ord eller detaljer. En ingress kan vara ett stycke eller en textrad som inleder brödtexten.

EXEMPEL

En fråga

Ställ en fråga i ingressen.

Hur skaffar man en vettig byggpraktik? Sex arkitekturstudenter enades om en udda lösning.

Ovanliga detaljer

Lyft fram en nyhet eller något ovanligt.

Choklad som rinner och grillvantar som svävar i luften. Det är vardagsproblem för fotograferna på Ica Reklam utanför Kungälv.

Ett citat

Du kan låta ett citat vara del av ingressen.

**Ett bryskt uppvaknande år 2004 blev startskottet för SKF:s prisade hållbarhetsarbete.
– Det krävdes ett nytt sätt att tänka, säger företagets vd Tom Johnstone.**

■ PLACERING

Efter rubriken.
I textens absoluta inledning.

■ TÄNK PÅ

En ingress får inte vara för lång, högst fem-sex rader.

För att särskilja ingressen från den följande texten brukar den ofta vara skriven med kursiv eller fet stil.

Undvik att säga exakt samma sak som du redan sagt i rubriken.

Efter detta kapitel
presenterar vi ett antal
Textexempel. Se ett
utdrag ur kapitlet här:



Textexempel

- Beslutsunderlag
- Brief
- E-brev
- Enkät
- Konferensdokumentation
- Krönika
- Mötesdagordning
- Mötesprotokoll
- Notis
- Nyhetsbrev
- Offert
- Personporträtt
- Policy
- Populärvetenskap
- Presentationsbilder
- Pressmeddelande
- Rapport
- Rutin
- Slogan
- Sociala medier
- Talarmanus
- Verksamhetsberättelse
- Verksamhetsplan



Textexempel

I följande kapitel presenterar vi vanliga typer av jobbtexter och exempel på hur du kan skriva sådana – från beslutsunderlag och e-brev till presentationsbilder och verksamhetsberättelser.

Textexemplen presenteras i bokstavsordning. I början av varje avsnitt resonerar vi kring vad som krävs för den aktuella texttypen. Avsnittet avslutas med ett exempel, där vi visar hur det vi resonerat kring kan se ut i en verklig text.

Använd gärna textexemplen som utgångspunkt när du skriver dina egna texter.

En god skribent blir du genom att skriva, be om respons, tillämpa återkopplingen – och sist men inte minst, genom att våga experimentera.

Hur du använder textexemplen ser du på nästa sida.



EXEMPEL finns till varje texttyp, där vi visar ett nästan autentiskt exempel.

HAKPARENTES [] betyder att något utelämnats. Inom parentesen står vad som tagits bort.

Nya EU-krav kring säkerhet

Bakgrund:
EU vill införa nya krav... [texten fortsätter]

Källor: EU 3999 (Bilaga 1)

[...]

Förslag till beslut (alternativ A):

- Att försöka förmå kommissionen att ändra kraven. (Förslag till lobbyist och tidsplan, Bilaga 2.)

Argument:

- Kraven skulle betyda stora kostnader för oss.
- Bevis saknas för att de nya kraven skulle få positiva effekter. (Förstudie "Säkert säker?", Bilaga 3.)

[...]

Förslag till beslut (alternativ B):

- Att inleda arbetet med EU-anpassningen genom att tillsätta en projektgrupp som utreder vilka konkreta förändringar som måste göras i produktionen, på kort och medellång sikt. (Förslag till gruppssammansättning och tidsplan, Bilaga 4.)

[...]

BAKGRUNDEN behöver tecknas. Fokusera på det som har med beslutsförslaget att göra.

BESLUTS-FÖRSLAGEN kan innehålla flera alternativ.

ARGUMENTERA för ditt beslutsförslag, både argument för och emot.

ANVÄND bilagor för bakgrunds-material. Kom ihåg att döpa bilagefilerna så att det är lätt att hitta dem.

HAKPARENTES MED PUNKTER [...] betyder att ett helt stycke eller mer utelämnats.

MARGINALKOMMENTARER ger generella kommentarer till det som lyfts fram i de specifika exemplen.

Beslutsunderlag

Ett beslutsunderlag möjliggör kloka beslut. Skribenten är oftast specialist medan beslutsfattarna är generalister. Detta är en utmaning eftersom underlaget måste vara både innehållsrikt och begripligt.

SYFTE: Underlätta beslutsfattande.

MÅLGRUPP: Beslutsfattare.

TÄNK PÅ: Ange gärna flera beslutsalternativ. Du behöver inte imponera!

GE EN KORT BAKGRUND

Skriv en bakgrund till det beslutet handlar om. Fatta dig kort. Ta bara med det som är relevant för att förstå beslutsförslaget.

ANGE TYDLIGA FÖRSLAG

Ange tydligt vilka alternativ till beslut du föreslår. Ge korta och konkreta motiveringar till alternativen.

Gör gärna en konsekvensbeskrivning och i förekommande fall också en handlingsplan kopplat till varje beslut.

Om beslutet föranleder ett större arbete ange också gärna en tidsplan.

VAR KONKRET OCH VERKLIGHETSNÄRA

Försök att uttrycka dig konkret och verklighetsnära, så att de som ska fatta beslutet får bra verktyg för att diskutera och motivera besluten.

Tänk på att beslutsfattarna i regel är generalister med ont om tid. Var därför hänsynsfull med informationsmängden.

IBLAND är det bra att använda ett exempel för att tydliggöra förslaget, men välj klokt så att det inte blir en debatt om varför du valt just detta exempel och inte ett annat.

FÖRKLARA FACKSPRÅKET

Förkortningar måste skrivas ut första gången de används i texten. I en stor organisation kan ett begrepp eller en förkortning vara begripliga på en avdelning, men okända på en annan.

Facktermer kan förklaras i en ordlista sist i dokumentet.

GÖR DET ÖVERSKÅDLIGT

Ett kort beslutsunderlag på bara en sida kan ha en sammanfattande ingress, ungefär som en tidningsartikel.

Ett längre dokument behöver en innehållsförteckning, en sammanfattning samt tydliga underrubriker.

Fördjupande material kan placeras i bilagor. Se till att bilagefilernas namn innehåller både bilagenummer och en beskrivande text, så att det blir lätt att hitta dem, se i "Bilaga" på sidan 61.

Om beslutsunderlaget ska kompletteras med presentationsbilder, bör dessa enbart innehålla huvudlinjerna till förslagen. Läs mer i avsnittet "Presentationsbilder" på sidan 108.

Nya EU-krav kring säkerhet

Bakgrund

EU vill införa nya krav... [texten fortsätter]

Källor: EU 3999:2015 (Bilaga 1)

[...]

Förslag till beslut (alternativ A):

- Att försöka förbjuda kommissionen att ändra kraven. (Förslag på lobbyist och tidsplan, Bilaga 2.)

Argument:

- Kraven skulle betyda stora kostnader för oss.
- Bevis saknas för att de nya kraven skulle få positiva effekter. (Förstudie "Säkert säker?", Bilaga 3.)

[...]

Förslag till beslut (alternativ B):

- Att inleda arbetet med EU-anpassningen genom att tillsätta en projektgrupp som utreder vilka konkreta förändringar som måste göras i produktionen, på kort och medellång sikt. (Förslag till grupp sammansättning och tidsplan, Bilaga 4.)

[...]

Handläggare

Bo Bodoni

BAKGRUNDEN behöver tecknas. Fokusera på det som har med beslutsförslaget att göra.

BESLUTS-FÖRSLAGEN kan innehålla flera alternativ.

ARGUMENTERA för ditt beslutsförslag, både argument för och emot.

ANVÄND bilagor för bakgrunds-material. Kom ihåg att döpa bilagefilerna så att det är lätt att hitta dem.

HANDLÄGGARE som skrivit förslaget bör finnas med.

Konferensdokumentation

Att arrangera en konferens kostar både tid och pengar. För att öka dess värde bör konferensen dokumenteras. Det är bra både för dem som var där – och för dem som inte kunde närvara.

SYFTE: Bevara och sprida de viktigaste budskapen från konferensen.

MÅLGRUPP: Konferensdeltagare och andra intresserade.

TÄNK PÅ: Blanda redovisande fakturor med beskrivande delar. Dokumentationen måste ut så snart som möjligt efter konferensen.

SE TILL ATT DEN FUNGERAR FRISTÅENDE

Det finns några olika skolor vad gäller dokumentation av ett större möte, seminarium eller konferens. Några arrangörer vill ha en närmast ordagrann redogörelse för vad som sades och skedde. Problemet med den varianten är att det är föga lockande att försöka ta till sig materialet i efterhand, vare sig det är en utskrift av föreläsningar, en ljudupptagning eller en film.

En annan metod som också brukar gå under benämningen dokumentation är att i efterhand helt enkelt samla och sprida talarnas presentationsbilder. Men bilderna är sällan särskilt talande ryckta ur sitt sammanhang och utan talarens kommentarer.

Den typ av dokumentation vi förespråkar står för sig själv. Dokumentationen tar med ett begränsat urval av vad som förmedlades på konferensen. Då fungerar dokumentationen både som påminnelse för deltagarna som

var på plats och som en intressant sammanfattning av vad som hände för dem som missade mötet.

GÖR DOKUMENTATIONEN LUSTFYLLD

För att bli läst får dokumentationen gärna vara snyggt formgiven och illustrerad med bilder. För att öka dynamiken är det en god idé att variera sättet att skriva:

- **ARTIKEL** Ett par föreläsningar redovisas i form av artiklar med rubrik, ingress och brödtex.
- **TALARPRESENTATION** En talare får svara på fem frågor om sitt ämne och medverka på bild.
- **CITAT** Någon programpunkt återges endast genom ett par anmärkningsvärda citat.
- **FRÅGOR** Några konferensdeltagare får svara på frågan ”vad tar du med dig hem till dina kollegor”.

ANDRA MEDIA KRÄVER MER

Ibland kompletteras den skrivna dokumentationen med ljud- och filmklipp från konferensen.

Det man då bör ha i åtanke är att verkligheten måste manipuleras hårt för att anpassas för filmmediet. Inte ens den snyggaste skådespelare blir särskilt intressant att se och lyssna till

inspelad i en evighetslång tagning, ur en kameravinkel, osminkad, i dåligt ljus och utan bakgrundsmusik.

En bra film kräver goda förutsättningar vad gäller ljud, ljus och redigeringsarbete. Har du resurserna kan

det bli mycket bra. Har du det inte kan en illa producerad film bli antireklam för hela konferensen. Då är det ofta mer kostnadseffektivt att nöja sig med en skriven dokumentation.

KONFERENSDOKUMENTATION

BAKGRUNDS-FAKTA måste framgå. Det ska vara lätt att förstå vad du håller i din hand/ser på din skärm. Namn på konferensen, plats och datum bör framgå.

ARTIKLAR med ingress, brödtext och eventuell bildtext är ett bra sätt att illustrera en programpunkt.

Dokumentation av konferensen ”Skolan – värst eller bäst i klassen?”

Eriksbergshallen, Göteborg, 24-25/9 2015

[...]

Matte lär man sig på rasten

Den som rör sig på rasten blir bättre på matte. Skolgårdsforskare Elisabeth Lind berättade om sina senaste rön.

Under de senaste 20 åren har Sveriges låg- och mellanstadie barn fått allt mindre yta att röra sig på under rasten. Skolgårdarnas genomsnittliga yta har krympt med en fjärdedel. Ytan för fri lek har dessutom blivit mer tillrättalagd. Tanken är god, ofta är det strävan efter en säker miljö som driver fram förändringen. Priset är en miljö som lämnar mindre åt barnen att

→ själva skapa och fantisera om. Och detta har resulterat i sämre resultat i matematik.

Spel – ett effektivt sätt att lära, Ola Onassis, docent i spelutveckling, Linköpings universitet

Ola talade om hur man kan använda spel i lärandet. Hans huvudbudskap var:

- Bra spel engagerar.
- Spel är bäst för repetitiv inläring (t ex glosor, namngeografi).
- Man kan göra om och lär sig därmed snabbt.
- Skolan bör satsa mer på spelpedagogik.

[...]

”Vad tar du med dig från konferensen?”

Jan Jansson, 47, utredare:

”Under middagen samtalade jag med en trevlig lärare och insåg hur mycket varje nytt betygssystem kostar ur hennes perspektiv.”

Lena Leffortis, 34, lärare

”Har hört mycken klokskap och känt massor av framåtanda. Heja oss! Det finns hopp för skolan.”

← **PUNKTFORM** kan vara ett sätt att återge en talares budskap. Det kan vara en lista på förslag, orsaker eller förhoppningar.

← **ENKÄTFRÅGOR** med några av deltagarna, till exempel kring deras behållning från konferensen.

Totalt innehåller boken
23 textexempel.

Sedan följer kapitlet om
Språkriktighet. Se ett
utdrag här:



Språk- riktighet

- Vi skapar språket
- Massor av regler
- Före eller innan
- Ju... desto
- Kommer (att)
- Princip eller praktik
- Var eller vart
- Varken och vare sig
- De eller dem
- Han, hon, hen, det
- Man eller en
- Svårstavade ord
- Sig, sin, hennes, hans
- Jag eller mig
- Som eller vilken
- Kongruens
- Kontamination
- Tautologi
- Särskrivning
- Siffror, datum och tidpunkter
- Stora och små bokstäver
- Frågor och frågetecken
- Utropstecken
- Kolon
- Semikolon
- Komma
- Citattecken
- Apostrof och accent
- Bindesträck
- Tanksträck
- Förkortningar
- Kursiv och fet stil

Språkriktighet

Regler och grammatik är bra verktyg för att definiera hur man brukar skriva. Men de är inga lagar. I detta kapitel diskuterar vi våra mest älskade språkliga fallgropar.

VI SKAPAR SPRÅKET

Vad är riktig svenska? Svaret är att det beror på situationen, vad du vill uttrycka som skribent och på hur mottagaren läser dig.

Språkets första uppgift är kommunikation och om den du talar eller skriver till förstår ditt budskap någorlunda väl, så har du gjort någonting rätt. Kommunikation har uppstått.

Varje språkvetare kommer att kunna tala om för dig att det inte finns någon absolut språkriktighet; vårt svenska språk skapas av alla oss som använder det och språkbruket påverkas av det som sker mellan oss och ute i världen. Uttryckssätt blir populära eller tappar sin relevans, språket förändras med tiden.

Grammatik och de ”regler” vi lärt oss i skolan är trots allt inte lagar, utan försök att *beskriva* det språk som vi dagligen återskapar genom att kommunicera med varandra.

Det mesta i vårt språk är konventioner och uttryckssätt som alla vi som talar svenska är överens om, som vi varken ifrågasätter, avviker från eller ens funderar över. Men det finns också ett stort antal företeelser i språket som vi inte är riktigt överens om. Sådant som skaver lite för många, men som oftast går att förstå. Om inte irritationen tar överhand.

Precis som språkfel och korrekturfel gör att läsaren hakar upp sig och för ett ögonblick tappar fokus på innehållet, kan du vara säker på att uttryckssätt som avviker från normen kommer att märkas, särskilt av dem som själva är språkintresserade.

Din text når lättare fram om du är noggrann med stavning, meningsbyggnad och uttryckssätt. Om läsaren slipper haka upp sig på saker som ser avvikande ut, stör begripligheten eller leder ögat vilse, flyter läsningen bättre och läsaren kan koncentrera sig på innehållet.

Dessutom inger du större förtroende om du behärskar ett klart och redigt språk. Det har ditt budskap allt att vinna på. Om du slarvar eller inte behärskar ditt skriftspråk, riskerar du att bli avfärdad som oseriös, även om dina idéer är kloka.

MASSOR AV REGLER

I detta kapitel tar vi upp ett antal vanliga fallgropar och stridsfrågor. Om du känner till dem, blir det lättare för dig att skriva en text som inte förvirrar läsaren. Du kan också använda kunskapen för att ta ställning till vilket språkbruk som är rätt för dig. Man kan ha olika uppfattning om vad som är bäst att skriva, men det skadar inte att känna till alternativen.

För den som vill ha mer omfattande hjälp med stavning, grammatik, skiljetecken och andra konventioner i det skrivna språket, har vi listat ett antal användbara böcker (och webbplatser) i nästa kapitel. Nedan följer **våra** favoriter, utan inbördes ordning. Via ”Sökordsregister” på sidan 158 kan du hitta direkt till **din** favorit.

FÖRE ELLER INNAN

Förr ville språkvårdarna att vi skulle göra tydlig skillnad mellan **före** och **innan**, på så vis att **före** hör ihop med en substantivfras, medan **innan** hör ihop med en verbfras.

Den regeln slog aldrig igenom ordentligt och numer anses det korrekt att använda även **innan** som preposition. Följande två meningar fungerar alltså lika bra:

Jag köper klappar innan jul

Jag köper klappar före jul

Före en verbfras måste man dock använda konjunktionen **innan**, där fungerar inte **före**:

Vi köper biljett innan tåget går.

JU... DESTO

I meningar med **ju** och **desto** ställer man två handlingar i relation till varandra:

Ju mer vi övade, desto skickligare blev vi.

Tidigare var rekommendationen att inte använda **ju** – **ju** men det har språkvårdarna luckrat upp. Nu säger man att konstruktionen **ju** – **ju** är en vardagligare variant av **ju** – **desto**. Kombinationen **desto** – **desto** är däremot felaktig.

KOMMER (ATT)

Ibland är **kommer** ett hjälpverb som uttrycker framtid och då konstrueras **kommer** traditionellt med **att**:

Det kommer aldrig att gå väl.

Men hjälpverb är svaga i betydelsen och de konstrueras utan **att** i alla andra fall:

Jag bör/får/kan/måste/vill skolka.

Därför är det kanske inte så konstigt att man nu allt oftare ser hjälpverbet **kommer** utan **att**, som i Håkan Hellströms låttitel:

Det kommer aldrig vara över för mig.

Det låter avigt för många, men kanske kommer denna konstruktion att segra så småningom.

PRINCIP ELLER PRAKTIK

Princip och **praktik** blandas i praktiken ofta ihop, även om skribenten i princip vet vad hen menar. Tänk efter så att du väljer det ord du verkligen avser.

Sedan fortsätter kapitlet med många fler språkliga fallgropar.

Sedan följer ett kapitel med *Lästips* och därefter:



Sökords- register



Sökordsregister

A

Accent 148
Apostrof 148

B

Beslutsunderlag 66
Bilaga 61
Bildtext 57
Binstreck 148
Brief 68
Bruktext
 definition 14
Brödtext 52

C

Citat 53
Citationstecken 53,147
Citattecken 53,147

D

Datum 144
De eller dem 138
Den goda texten 14
Desto 158
Det 139
Disposition 32
Därrad 50

E

E-brev 70
Enkät 74
En eller man 139

F

Facebook 122
Fet stil 150
Frågetecken 145
Frågor 145

Före eller innan 137
Förkortningar 150

G

Gemener (små bokstäver) 144

H

Han 139
Hans 142
Harvardmodellen 55
Hen 139
Hennes 142
Hon 139

I

Index 60
Ingress 51
Innan eller före 137
Innehållsförteckning 60

J

Jag eller mig 142
Ju... desto 137

K

Kolon 135, 145, 146
Komma 146
Kommer (att) 137
Konferens-
dokumentation 77
Kongruens 143
Kontamination 143
Korrektur 44
Krönika 80
Kursiv stil 150

L

Linkedin 122
Lista 58
Länk 56

M

Mail 70
Man eller en 139
Manus (tal) 126
Mejl 70
Metatext 32
Mig eller jag 142
Mötesdagordning 82
Mötesprotokoll 84

N

Nedryckare 50
Notis 88
Nyhetsbrev 90

O

Offert 96
Oxfordmodellen 55

P

Personporträtt 98
Policy 102
Populärvetenskap 104
Powerpointbilder 108
Presentationsbilder 108
Pressmeddelande 112
Princip eller praktik 137
Processen 26
Projektrapport 114
Punktlista 58

R

Rapport 114

Referens 55
Respons 44
Rubrik 49
Rutin 118

S

Semikolon 146
Sidfot 59
Sidhuvud 59
Siffror 144
Sig 142
Sin 142
Skribenten 22
Skrivprocessen 26
Slides 108
Slogan 120
Små bokstäver 144
Sociala medier 122
Som eller vilken 143
Stil 38
Stora bokstäver 144
Struktur 32
Särskrivning 144
Sökordsregister 60

T

Tabell 58
Tagline 120
Talarmanus 126
Talexempel 63
Tankstreck 149
Tautologi 143
Tidpunkter 144
Tilltal 38
Twitter 122

U

Underrad 50
Utropstecken 145

V

Varken och vare sig 138
Var eller vart 138
Veckobrev 90
Verksamhets-
berättelse 128
Verksamhetsplan 132
Versaler (stora
bokstäver) 144
Vilken eller som 143

W

Webbpuff 88

Å

Årsberättelse 128
Återkoppling 44

Författarna

ERIK MATTSSON är föreläsare, moderator och utbildare i kommunikation. Han är vd och grundare av Ordrum. Han är FK i statskunskap med matematik, retorik och fysik i bagaget. Erik undervisar i retorik på Chalmers. Han har varit förbundsordförande för Röda korsets ungdomsförbund, undervisat vid Uppsala universitet samt arbetat som skådespelare.



FOTO: OLA KJELBYE

MARIT LARSDOTTER är journalist, redaktör och moderator. Hon är sedan 20 år verksam i Göteborg som främst skrivande journalist med uppdragsgivare inom såväl dagspress som magasin och fackpress. Ämnesområdena varierar från stadsutveckling till teater. Som moderator har Marit samtalet som specialitet. I Ordrum arbetar Marit som språkkonsult och som kursledare i skrivande.



FOTO: OLA KJELBYE

FREDRIK MATTSSON är föreläsare, moderator, coach och utbildare i kommunikation. Fredrik har journalistutbildning från Uppsala universitet, är FK i litteraturvetenskap och har arbetat som chefredaktör. Han är kursledare för Ordrums utbildningar i mötesteknik och skrivande och har under lång tid arbetat som föreläsare och aktör i praktiska utbildningar i bemötande och presentationsteknik.



FOTO: ULF HUETT

ULF SCHÖNBERG har i många år varit verksam som radioproducent och journalist både i Sverige och Finland, främst inom musik och litteratur. Ulf har också arbetat som översättare och som bibliotekarie. I Ordrum arbetar Ulf som språkkonsult med skrivna texter och med översättning och skrivande i flerspråkiga miljöer där engelska är koncernspråk.



FOTO: ULF HUETT