

**Skriva för webben och bildskärmen, eller kanske
anpassa ditt budskap till skärmläsning**

Innehåll

Påverkar förutsättningarna	3
Skriva för skärmläsning eller papper	3
Informationspaket.....	3
Tätt mellan Underrubrikerna	3
Vad söker läsaren?	4
En kanske användbar metod	4
Länkar.....	4
Till sist, det viktigaste först.....	5

De budskap som vi tar till oss förmedlas i allt högre grad på någon sort av skärm. Det kan vara en dataskärm, det kan vara en Platt TV, det kan vara en digital annons tavla på stan osv. Vilket också påverkar också vårt sätt att läsa och ta till oss den information som vi ser.

Påverkar förutsättningarna

Sanningen är att mediet har betydelse. Skärmens förutsättningar handlar nämligen inte bara om storlek och pixlar – utan om hur vi människor tar emot informationen. I vilken takt, och på vilket sätt. Vilket också påverkar dina förutsättningar för att förmedla ett budskap. Till exempel i en utbildning eller när du arbetar med marknadsföring i en förening, förbund eller ett företag.

Skriva för skärmläsning eller papper

En text som ska läsas på skärm måste skrivas på ett annat sätt än en text som ska läsas på papper. Det är lätt att inse om man tänker på de olika lässituationerna. Du vet redan från början om en text på papper är på tre eller på femton sidor. Det är inte lika uppenbart när du läser på skärm.

När du läser på papper har du en större del av texten för ögonen. Det är lätt att gå tillbaka sju stycken och kontrollera en uppgift. Det är också lätt att ögna igenom en hel sida i förväg för att få en uppfattning om innehållet. När du läser på skärm har du inte alls samma överblick. Visst kan du använda rullningslisten och låta texten flyta förbi, men det går oändligt långsamt, jämfört med det mänskliga ögats förmåga.

Informationspaket

Man kan säga att den textmängd som ryms på skärmen är ett informationspaket. Tänk efter vad det är du ska skriva och försök att paketera informationen i lättlästa avsnitt. Börja inte en tanke i ett stycke bara för att göra en längre utvikning och sedan avsluta tankegången fem stycken längre ner. Det som hör ihop ska stå ihop.

Ett informationspaket kan löpa över två eller högst tre korta stycken. Sedan försvinner inledningen ut ur skärmbilden och det blir svårare för läsaren att få överblick. Skriv korta stycken med tomrad mellan styckena.

Tätt mellan Underrubrikerna

Rubriker hjälper läsaren att få struktur på din text. Var generös med underrubriker. Detta gäller alla längre texter, men särskilt för texter som ska läsas på skärm. En läsare som surfar på Internet är otåligare än en som bläddrar i en tidning. Om din text löper över 20 rader utan rubriker är det stor risk att den förblir oläst, trots att den kanske innehåller just den information läsaren söker.

Försök att hitta slagkraftiga rubriker och underrubriker som verkligen säger något om innehållet i texten. När din läsare är i slutet av ett informationspaket har han eller hon redan sett nästa underrubrik. Om besökaren förstår vart din tankegång är på väg kommer han att läsa din text med större tålamod.

Vad söker läsaren?

Jag har sagt att det är skillnad mellan skärmläsning och pappersläsning, men det är också skillnad mellan olika slags skärmläsning. Det är lätt att tänka sig flera nivåer, ex:

- Dagordningen inför ett styrelsemöte
- En informationstext på Internet
- Reklam på Internet

I det första fallet är läsaren mer eller mindre tvungen att läsa vad du skrivit. I det andra fallet har läsaren troligen sökt din text och är intresserad. I det tredje fallet är läsaren sannolikt måttligt intresserad.

Det säger sig självt att man måste utforma dessa tre texttyper på olika sätt. I och för sig gäller allt som sagts ovan alla tre typerna, men i ett PM på intranätet kan du nog våga dig på lite längre stycken och lite färre rubriker. Däremot måste en reklamtext på Internet göras mycket lättläst.

En kanske användbar metod

Vi tänker oss att du fått i uppdrag att skriva en text som ska läggas ut på din förenings webbplats. Börja då med att titta på hur andra liknande sidor ser ut på andra föreningar eller kanske på förbundets webbplats. Det är alltid lättare för surfaren att hitta om sidorna har en enhetlig form.

Hur ser det ut? Finns det flera rubriknivåer, huvudrubrik och kanske mellanrubriker? Hur är det med bilder, har de andra använt sig av bildtexter? Ska det vara specifikationer, tabeller och sammanfattningar? Hur lång ska texten vara?

Kanske är det inte du själv som formger sidan, men du ska redan från början skriva för den tänkta formen. Gör sedan som vi sagt ovan. Paketera informationen i lämpliga bitar och formulera intressanta rubriker.

Länkar

En lång text kan behöva delas upp i länkar. Där är det viktigt att du tänker på vad vi sa tidigare, att det som hör ihop ska stå ihop. Länkarna har inget egenvärde. Eftersom det tar tid att ladda in en ny sida blir läsaren bara irriterad om han behöver klicka sig fram till fortsättningen på en sammanhängande text.

Däremot kan man tänka sig att en allmän beskrivning ligger på en sida och att fördjupningar och specifikationer ligger som länkar. Då kan läsaren själv välja om han behöver gå dit.

Känner du att du inte mår med eller inte har koll på det du vill göra, ta kontakt med de webbansvariga på någon förenings webbplats innan du börjar skriva och diskutera upplägg, texttyp, länkar och annat. Det spar du mycket tid på. De har redan den teknisk och i många fall även grafisk kunskap och Du har kunskap i ditt ämne. Det är när ni kombinerar era kunskaper som det blir bra webbsidor hos alla våra föreningar.

Till sist, det viktigaste först

Ju mer ansträngning som krävs för att ta till sig informationen, desto lägre blir effekten av ditt budskap. Att som vissa gör klistra in stora textmängder avsedda för tryck på webben, är därför en dödssynd.

Det finns ett antal saker som du kan göra för att anpassa ditt budskap för skärmläsning:

1. Kortare texter
En bra början är att använda hälften så många ord som du normalt skulle använda i tryck.
2. Kortare stycken
Dela upp texten på ett smart sätt i kortare stycken.
3. Dela upp innehållet
För mycket text upplevs som ett odiskat kök. Dela hellre upp texten på flera sidor om du har mycket att säga.
4. Fler underrubriker
Var slösaktig med underrubriker. Ju fler desto bättre.
5. Dela upp i punktlister
Har du flera saker att säga, dela upp budskapet i en punktlista. Som den här.
6. Markera nyckelord
När du **markerar viktiga ord** hjälper du läsaren att hitta rätt.
7. Till sist: Det viktigaste först
Tänk tidning. Gör alltså inte misstaget att som jag spara det viktigaste till sist :-)

Lycka till med erat skrivande och skapande

Peter Engholm