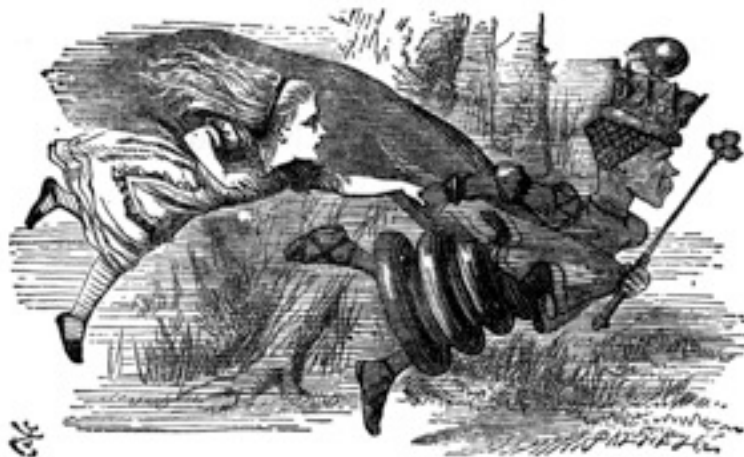


Kunskapståget

Kursdokumentation, v. 1.0



I dagens informationslandskap råder *The Red Queen-principen*: det gäller att springa fortare och fortare för att hålla sig kvar på samma ställe!



And they ran on for a time in silence, with the wind whistling in Alice's ears, and almost blowing her hair off her head, she fancied.

'Now! Now!' cried the Queen. 'Faster! Faster!' And they went so fast that at last they seemed to skim through the air, hardly touching the ground with their feet, till suddenly, just as Alice was getting quite exhausted, they stopped, and she found herself sitting on the ground, breathless and giddy.

The Queen propped her up against a tree, and said kindly, 'You may rest a little now.'

Alice looked round her in great surprise. 'Why, I do believe we've been under this tree the whole time! Everything's just as it was!'

'Of course it is,' said the Queen, 'what would you have it?'

'Well, in our country,' said Alice, still panting a little, 'you'd generally get to somewhere else -- if you ran very fast for a long time, as we've been doing.'

'A slow sort of country!' said the Queen. '**Now, here, you see, it takes all the running you can do, to keep in the same place. If you want to get somewhere else, you must run at least twice as fast as that!**'

Lewis Carroll: Through the Looking-Glass (1871)

Förmiddag: Informatörens verktyglåda

Skrivteknik och publicering

Tips för den som vill skriva bättre.

1. Engagera dig!

Gå upp i det du gör till 100 %. Den tråkigaste uppgifte kan bli riktigt trevliga om du ger dig hän. Dessutom kommer det att synas på resultatet.

"There are no dull subjects. There are only dull writers."

(H.L. Mencken, amerikansk författare)

2. Läs på!

Läsfåtoljen är ett av dina viktigaste arbetsverktyg. När du har svårt att komma igång med din text eller kör fast under arbetets gång, beror det ofta på att du inte har satt dig in i ämnet tillräckligt väl.

REM TENE VERBA SEQUENTUR – ungefär "greppa ditt ämne, så följer orden".

(Cato d.ä., romersk talare)

3. Strukturera!

Struktur är faktiskt viktigare än kreativitet när det gäller textproduktion. Endast den som har ordning på sina egna tankar kan förmedla dem så att de begrips av andra. Därför måste strukturtänkande genomsyra hela skrivprocessen – från början till slut.

4. Dela upp

Att skriva långa, sammanhängande texter är en konst som få behärskar och som allt färre har tid att avnjuta. För snabb och effektiv skriftlig kommunikation är det oftast bäst att dela upp texten i mindre segment. Utnyttja möjligheten att lägga innehåll i bildtexter och faktarutor. Listor av den typen som du just nu läser är också lättillgängliga för mottagaren.

5. Bind ihop

För att skapa en röd tråd i dina resonemang, måste du hela tiden tänka på det som kallas textbindning: ”hur en text är uppbyggd, vad det är som gör att texten sitter ihop” (Wikipedia). Var generös med sambandsuttryck som visar att stycken eller meningar hör ihop, t.ex. ”men”, ”därför”, ”följaktligen”, ”detta trots att”.

6. Förkorta

Långa texter kan få Nobelpris, men korta texter blir lästa. Kortare är oftast bättre. En tumregel är att man kan stryka minst 30 % av innehållet i normala texter utan att det påverkar innehållet nämnvärt.

7. Älska ordböckerna

Använd ordböckerna aktivt – utöka ditt ordförråd, plugga in stavningen av krångliga ord, pejla in den exakta betydelsen av ord och uttryck du är osäker på, testa ord du sällan använder, sätt dig in i ordens ursprung (etymologin) etc.

1. Kapitelrubrik

2. Avsnittsrubrik

3. Underrubrik

4. Brödtext

5. Faktaruta, rubrik

6. Faktaruta, text

7. Redaktionella anvisningar

Gör gärna i ordning en formatmall som speglar det innehåll du brukar jobba med. Så här ser min ut när jag jobbar med artiklar till tidskrifter. Med "Redaktionella anvisningar" menar jag kommentarer av typen "Brödtext börjar här" eller "[faktaruta]". Om formatmallar i Word 2007 kan du läsa här: <http://bit.ly/ca2LQX>

En text om vad som helst

Här har jag ett tips till dig som skriver:

Tänk visuellt!

Då ökar du chansen att nå fram till dagens jäktade läsare vilka låter ögat kretsa över ytan och hugga åt sig enstaka läckerbitar.

Avslutande stycke

För att visa hur fint det kan se ut med en punktlista kommer ett exempel här:

- Punktlistans första rad.
- Punktlistans andra rad.
- Punktlistans tredje rad.

Struktur, funktion och estetik går helt enkelt hand i hand!

Skapa överblick i din text genom att utnyttja de typografiska verktyg som står dig till buds.

Komma igång

1. Klargör uppgiften.

Vad vill jag uppnå? Vem är min läsare?

2. Samla underlag.

Utgå från vad du redan vet (skribenter och redaktörer jobbar alltid på att utveckla sin allmänbildning!), orientera dig sedan i standardverk som Nationalencyklopedin och Encyclopedia Britannica. Skaffa tidningar och böcker – den kunskapen kan vi betrakta som ”säker” (om den kommer från seriösa och välrenommerade förlag). Hämta sedan in kunskap från webben; den pålitligaste informationen hittar man hos universitet, myndigheter, museer, tidningar och – faktiskt – Wikipedia (i de flesta fall). *Se även tipsruta om intervjuer nedan.*

3. Planera texten.

Att fundera på dispositionen är bara ett moment – det gäller också att klura ut vinkling, form, förklaringskedjor, faktaurval, talespersoner etc. (Det skulle räcka till en hel kursdag!)

4. Planera arbetet.

Skriv inte på marginaltid, utan frigör tid i almanackan när du kan fokusera på uppgiften. Sett ur din chefs synvinkel är det högst fördelaktigt att du stannar hemma till exempel en förmiddag i veckan för att lösa dina textuppgifter; du blir förmodligen färdig fortare om du får möjlighet att sjunka in i din koncentration och slipper de ständiga distraktioner som präglar ett modernt kontorslandskap.

Om någon annan ska bedöma din text brukar det vara bra med ett ”pit stop” när du bedömer att du är klar till cirka 80 %. Förklara att du inte vill ha återkoppling rörande kommatering och stavning, utan en bekräftelse på att du är på rätt väg och förslag på sånt som kan vara viktigt att lägga till.

5. Fokusera på uppgiften och SKRIV!

Intervjutips

- Läs på ordentligt.
- Lägg två minuter på att prata om vädret.
- Var uppmuntrande!
- Summera under samtalets gång.
- Fråga gärna om sånt du redan vet.
- Jaga pratminus.

Det snabbaste sättet att få ihop en text är att fråga någon som kan ämnet. Intervjuer är oöverträffade för den som snabbt vill skriva intressanta och vederhäftiga texter (förutsatt att den man intervjuar är ett sanningsvittne).

Besegra skrivkrampen



- Fastna inte! Bättre byta aktivitet än att sitta och stirra.
- Sätt dig i fåtöljen och läs på.
- Berätta för någon.
- Skriv mot klockan.
- Skriv vad som helst.
- Skriv ner svar på de journalistiska frågorna: "vem, vad, var, när, hur, varför, med vilka konsekvenser?"
- "Just do it!"

Skriva nyhetsartiklar

Alla som skriver i tjänsten måste snabbt kunna slänga ihop en nyhetsartikel. Genren är egentligen mycket enkel till sin form, men kräver naturligtvis lite övning om man vill få upp tempot.

1. Skriv det viktigaste och intressantaste först – ”pang på rödbetan!”.
2. Skriv det minst viktiga sist. Utforma texten så att sista stycket kan plockas bort utan att läsaren anar det.
3. Se till att texten svarar på de journalistiska frågorna: ”vem, vad, var, när, hur, varför, med vilka konsekvenser?”.
4. Fatta dig kort.

En bra sammanfattning finns på engelskspråkiga Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/News_style

Texttyper

Webbtexter

- Kort (max. 1 500 tecken)
- Talande rubrik
- Det viktigaste först (“journalistisk disposition”)
- Enkla meningar, vardagliga ord
- Överskådlig typografi
 - tydlig styckeindelning
 - punktlistor
 - ev. markerade nyckelord

Ursprungsversion

Lästeknik i webbmediet

Idag är det inte många som känner till att ordet skumma är en metafor, dvs. en språklig bild. När man skummar mjölk på gammaldags vis så lyfter man av grädden som flutit upp till ytan. Att skumma en text är alltså bildligt att "extrahera det innehåll som är mest eftersträvansvärt".

Medieforskning har visat att den typiska webbanvändaren sällan läser webbens texter i vanlig bemärkelse. Nej, han eller hon är oftast på jakt efter användbar information och låter sig inte fördröjas av oväsentligheter. På lätta fötter trampar han eller hon på tuvorna i informationsträsket och aktar sig noga för att dras ner.

Läsartester visar hur användarens ögon sveper över sidan och stannar till vid rubriker, uppräknings i punktform, ord i fetstil samt – naturligtvis – bilder och bildtexter!

Redigerad version

Webbtexter – utformade för skumläsning

Forskning har visat att vi som surfar på webben sällan läser sidorna noggrant. Istället **skummar** man texten, på jakt efter användbar information.

Som webbesökare slösar vi inte tid på oväsentligheter. Användartester visar hur våra **ögon sveper** över sidan på jakt efter

- rubriker
- uppräknings i punktform
- ord i fetstil
- bilder och bildtexter.

FAKTA: Visste du att ordet skumma är en språklig bild? När man skummar mjölk på gammaldags vis så lyfter man av grädden som flutit upp till ytan. Att skumma en text innebär alltså att "sleva upp det smaskigaste."

Rapporter

- Läs och fundera.
- Samtala med experter.
- Strukturera från början.
- Jobba i iterationer, dvs. korta arbetscykler med upprepad återkoppling.
- Sammanfatta!

Foldrar

- Satsa på det visuella!
- Skaffa riktigt bra bilder.
- Jobba med bildtexterna.
- Dubblera infon (text & bild).
- Slösa med referensinformation.

Pressmeddelanden

- Dörröpnare!
- Skriv för journalisten.
- Lyft fram nyhetsaspekten.
- Koppla till här och nu.
- Skryt inte!

Metod för att skriva bildtexter

1. Beskriv vad du ser på bilden (i presens).
2. Lägg till en mening med bakgrundsinfo.
3. Fördjupa ytterligare, t.ex. genom att lägga till ett citat.

Alternativ metod: "skalliga gubben".

Redigering

1. Läs igenom texten.

Skaffa dig överblick och orientera dig om vad som är med och vad som inte är med i texten.

2. Stryk.

Gör dig av med barlasten så fort som möjligt. Det som är struket är inte längre ett bekymmer.

3. Stuva om.

Duktiga redaktörer bygger gärna om texter. En inte helt ovanlig förbättring är att mer eller mindre vända hela texten uppåner, så att det sista kommer först. Bryt gärna ut innehåll ur brödtexten och lägg det i faktarutor och bildtexter.

4. Rätta.

Först nu är det dags att jobba med detaljerna i redigeringsarbetet: meningsbyggnad, krångelsvenska, felstavningar etc.

Korrektur

1. Skilj på redigering och korrektur.

Redigering innebär bland annat att man ändrar formuleringar och byter ut ord. Korrekturläsning ska bara handla om att hitta stavfel, dubbla mellanslag etc. Det är det allra sista steget vid textarbetet.

2. Lär dig korrekturtecken.

Den psykologiska kraften hos korrekturtecken kan inte nog understrykas. När det syns att ett proffs har varit i farten blir det inte så mycket dividerande om ändringarna.

Lathund för korrekturtecken: <http://bit.ly/9jKoNo>

Medielandskapet

Sociala medier

Den som jobbar med information 2010 bör vara orienterad om följande verktyg, medier och tjänster och vad de kan användas till:

- **wikier:** gemensam anteckningsbok, dokumentation
- **bloggar:** nyhetsflöde, varumärkesarbete, kunskapsbaserad marknadsföring, support, ”Google-bete”.
- **Twitter:** senaste nytt, ”djungeltrumman”, snabba frågor till likasinnade; support
- **LinkedIn:** person- och adressuppgifter, networking, kartläggning av personer och företag, personligt varumärke (inriktad på yrkespersoner)
- **Facebook:** person- och adressuppgifter, networking, kartläggning av personer och företag, personligt varumärke (inriktad på privatpersoner).



RSS är en teknik som gör det möjligt att automatiskt sända ut nyhetsmaterial till en grupp elektroniska prenumeranter. När du stöter på den här symbolen på en webbplats kan du alltså prenumerera på innehållet, till exempel med hjälp av Google Reader (www.google.com/reader) eller en RSS-läsare (<http://bit.ly/d7aBzq>).

Google

Det finns tre anledningar att hålla koll på utvecklingen av Googles tjänster:

- de är användbara och/eller roliga
- de påverkar oss alla – privat och i tjänsten
- de påverkar vår framtid.

Söksyntax att lära sig:

- humle OR dumle
- dumle -humle
- huml*
- humle filetype:pdf
- link:www.humle.se
- site:www.humle.se

(Allt detta är tillgängligt från *Advanced options*.)

Andra Google-tjänster att titta närmare på:

- mail.google.com
- adwords.google.com
- wave.google.com.

När medierna hälsar på

1. Var förberedd!

- Utforma en strategi.
- Utse talespersoner.
- Skriv internt Q&A.
- Iordningställ ett press-kit.

2. Ta kommandot!

- Skaffa dig andrum.
- Var vänlig och lyssna noga.
- Var eftertänksam och tydlig.
- Förklara varför du inte kan svara på allt.

3. Håll garden uppe!

- Var vaksam.
- Tänk innan du talar.
- Slappna inte av.
- Be att få läsa den färdiga texten.

4. Upprätta symbios!

- Var generös och tjänstvillig.
- Håll kontakten med murvlar som du gillar.
- Respektera pressetiketen.

Får du problem: ring Olle på 070-888 55 41 så ger han dig råd och coachning!

Presentationsteknik

Tio PowerPoint-tips

1. Kom ihåg: människor är intressantare än ljusbilder.
2. Använd inte PPT-bilderna som anteckningar.
3. Lär dig lite retorik (se nedan).
4. Ta itu med din rädsla.
5. Planera utan dator.
6. Tänk minimalistiskt.
7. Ersätt text med bild.
8. Interagera med dina bilder.
9. Använd foton.
10. Pröva nya grepp.

- Olles PowerPoint-sajt: www.ppmanifesto.com

- (Den hittills) bästa boken om PowerPoint:

"Clear and to the Point" av Stephen M. Kosslyn (ISBN 978-0-19-532069-5)

Retorik

- Hela vårt kommunikationssamhälle vilar på ett fundament som lades för två årtusenden sedan av greker och romare.

- Den som vill övertyga kan följa en eller flera av tre strategier: etos ("personligt varumärke"), patos ("känslor"), logos ("logik & fakta").

- Droppen urholkar stenen – därför ska du inte vara rädd för att upprepa dig! En effektiv disposition av en presentation är denna: "berätta vad du ska säga, säg det, berätta vad du har sagt". Lägg fram ditt budskap i en ny form varje gång för bästa effekt (foto, berättelse, diagram etc.)

- Argumentationslära: välj ut de tre starkaste argumenten – och strunta i resten; presentera argumenten i ordningen 2–1–3; ta själv upp motargument.

- Konsten att bemöta: slingra dig aldrig, ljug aldrig, buffla dig aldrig. Den kanske viktigaste egenskapen hos en övertygande person är ödmjukhet.

- Göran Hägg: *Stora retorikboken* (2004)

- Kurt Johannesson: *Retorik eller konsten att övertyga* (1990)

Eftermiddag: Moderna skrivregler

Diverse tips

Förkortningar

Här är några vanliga förkortningar med punkter (rekommenderas). Om du tar bort punkterna, måste du ersätta dem med ett mellanslag.

bl.a.	ca	dvs. / d.v.s.	etc.
fr.o.m.	jfr	m.fl.	m.m.
nr	osv. / o.s.v.	pga. / p.g.a.	s.k.
t.ex.	tfn.	t.o.m.	

När det gäller dvs./d.v.s., osv./o.s.v. och pga./p.g.a. får du själv välja om du vill ha punkter ”varje gång ett ord är avhugget” eller om du bara vill ha en punkt allra sist. Men försök att vara konsekvent!

Punktlistor

Punktlista, exempel 1

Det finns olika sätt att skriva punktlistor, t.ex. att

- undvika kolon i texten som kommer alldeles innan punkt- listan inleds
- låta alla punkter inledas med liten bokstav (gemen)
- ha oavslutade meningar, kanske bara ett enda ord
- sätta punkt allra sist i listan som om hela uppställningen vore en enda mening.

Vi måste komma ihåg att ta med oss

- tandkräm
- den gröna hammocken
- öronproppar
- ett glatt humör
- tumstock eller måttband.

Punktlista, exempel 2

Om uppställningen däremot behöver flera meningar per punkt kan man göra så här:

- Du inleder punktlistan med en förklaring och ett kolon.
- Sedan fortsätter du med de olika punkterna. Det är tydligast med stora, runda ploppar som i detta exempel. Att bara ha ett litet streck som påminner om tankstreck gör uppställningen otydligare.
- I sådana här listor har du fullständiga meningar med stor bokstav och avslutningspunkt efter varje mening. Det bästa är att man kan ha många meningar per punkt (plopp) och att man inte behöver skriva lika mycket på de olika punkterna.

När man ska resa till landet är det mycket man ska tänka på:

- Packa ner tandkräm och andra toalettartiklar.
- Stuva in den gröna hammocken i bilen eftersom den blåa är trasig.
- Tag med en fullt utrustad verktygslåda.

Pålitliga vänner

- Svenska Akademiens ordlista, 13. upplagan (2006)
- Svenska skrivregler (2008)
- Nationalencyklopedins ordbok (www.ne.se)
- Svarta listan – ord och fraser som kan ersättas i författningsspråk (<http://bit.ly/dAD9VY>)
- Svenska Akademiens språklära (2003)
- Språkriktighetsboken (2005)

Kontaktuppgifter

Olle Bergman
info@bergman.com
www.ollebergman.se
www.ppmanifesto.com
070-888 55 41

Lotten Bergman
info@lotten.se
www.lotten.se
070-888 55 42

Senaste nytt från Bergmans Bokstäver AB:
www.bergman.com

Senast nytt om vad som helst:
www.lotten.se