



Bild: mostphotos.se

# Att skriva & fota för webben

# PRO

## Förord.

Nu när PRO får en ny hemsida måste vi även passa på att tänka på hur vi faktiskt formulerar oss när vi skriver på våra sidor och vilka bilder vi använder. Vår hemsida når nästan en miljon personer varje år och många av dem kan vara potentiella medlemmar. Därför är det jätteviktigt hur vi formulerar oss och vilka bilder vi väljer. Men det ska också vara lustfyllt att publicera på vår nya webb. Om du följer råden i denna guide kommer du bli en skickligare skribent och fotograf som når ut bättre med ditt budskap!

## Skriva för webben

Det finns två huvudsakliga regler: skriv kort och enkelt!

### Skriv kort.

Det är lätt att skriva för långt. Att läsa långa texter på papper är en sak, men att läsa dem direkt på skärmen är en annan. I den digitala miljön finns det många andra saker som pockar på läsarens uppmärksamhet. Om du fattar dig kort och kärnfullt så ökar chansen att det du skriver faktiskt blir läst.

### Skriv enkelt.

Precis som i ett samtal kan du obehindrat stapla och kasta ut orden som du vill eftersom du vet att du har din samtalspartners fulla uppmärksamhet. Toleransnivån och utrymmet för egna tolkningar är hög eftersom ni "känner" varandra. Läsarna på webben har helt olika bakgrund och kunskaper. De kanske inte alls delar ditt engagemang eller ditt språkbruk. Det du vill förmedla kan tolkas och uppfattas på ett annat sätt än du tänkt dig.

### Fem tips:

- Skriv personligt. Undvik byråkratiskt språk. Skriv "ska" istället för "skall". "Inte" istället för "ej" och undvik "detta" och "dessa".
- Använd nyckelord. Gå rakt på sak i rubriken. "Följ med oss på vandringsresa i juni" istället för "PRO planerar en resa".
- Skriv aktivt. Undvik passivt uttryckssätt. Skriv "ta ställning" snarare än "ställningstagande".
- Adjektiv är bra men spara på superlativen. "Föreställningen var fantastisk" är bättre och tydligare än att "föreställningen var extremt, enormt fantastisk".
- Variera längden på meningarna. Blanda korta meningar på bara några få ord med 20-ordsmeningar.

## Målgrupp och budskap.

Du skriver aldrig för "alla". PRO.se ska visserligen i sin helhet vara intressant för många människor. Men varje enskild sida har en tydligare målgrupp, där läsarna har gemensamma förutsättningar och intressen. Fundera över vilka som är just dina målgrupper? Exempelvis: Nya medlemmar, gamla medlemmar, nyfiken allmänhet, journalister, företag och föreningar. Försök sätta dig in någon annans behov.

### Vilka är dina målgrupper? Rikta dig till rätt målgrupp.

- Hur tänker de?
- Vad söker de?
- Vad har de för behov?
- Vad är de ute efter?

Tänk alltid till en extra gång, när du jobbar med information som någon sagt ska läggas ut på webben: Ska den det? Varför? Vad vill vår målgrupp veta? (inte bara vad vill vi berätta...)

### Nivå och struktur på informationen – Anpassa budskapet efter målgruppen:

- Vad är de ute efter?
- Genom text (kort och koncist, stycken, mellanrubriker, det viktigaste först), du-tilltal, vem skriver jag för? Vilken kunskap har de, förkunskaper?
- Genom bild – bilden kan påverka det jag vill säga, hur uppfattas bilden av målgruppen?
- Genom innehåll, strukturen på sidan kan hjälpa mottagaren.

## Checklista:

- Var och hur hittar besökaren det hon/han behöver veta?
- Ge svar på vanliga frågor, enkelt och tydligt!
- Vem ska besökaren vända sig till för att få veta mer?
- Svarar din text på frågorna: Vad? Vem? När? Hur? Var? Varför?

## Tillgänglighet och användbarhet

Funktionshinder ska inte hindra någon från att kunna läsa PRO:s hemsida. Genom att PRO följer riktlinjerna för Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) blir innehållet tillgängligt för en bred mottagargrupp inklusive personer med olika typer av funktionsnedsättningar. Det ska inte spela någon roll vilken enhet webbesökaren använder till exempel mobiltelefon, surfplatta eller dator. Det kan handla om att det ska finnas plats att med fingret klicka på en länk på mobilen eller att talsyntes ska fungera (uppläsning). Därför är det mycket viktigt hur vi skapar sidor och innehåll.

Alla bilder och grafiska objekt förses med så kallad alt-text. Det innebär att synskadade också kan tolka webbplatsen. Alt-texten är obligatorisk att fylla i och den ska informationsmässigt fylla samma funktion som bilden.

Ta hjälp av en kompis. Be henne plocka fram en bild. Slut dina ögon och låt henne beskriva bilden. Kan du föreställa dig en rimlig version av bilden utifrån beskrivningen, så är den bra.

Precis så är det när du skriver alternativa texter. Du ska kunna förstå det viktiga i bilden utan att se den.

Här är ett exempel på alt-texter för en bild på en kopp varmt kaffe.

”Varmt kaffe”. Den här alt-texten är bara ”okej”. Den är inte så beskrivande. Visserligen är det varmt kaffe på bilden, men det finns mer att berätta.

”En kopp varmt kaffe på ett kafé”. Den här alt-texten är mycket bättre. Den beskriver i lagom detalj vad det är på bilden och fångar det väsentliga.

## Tillgängliga länkar

En länk är bland det viktigaste på en webbplats. En besökare som inte förstår våra länkar kan lätt hamna fel och får leta länge efter sin information.

De användare som läser länkar med ett hjälpmedel är särskilt beroende av tydlighet för länkarna. Det är viktigt att man tydligt kan utläsa vart länken leder, om länken är en webbsida eller en fil osv (SiteVision informationen gör det automatiskt med en tydlig ikon). En länk ska vara tydlig. Du ska förstå vart länken leder om man lyfter ut den ur sitt sammanhang. Om du inte förstår vart länken leder behöver den ytterligare information eller så kanske du behöver skriva om din länk.

### Tydliga länkar:

- ”PRO:s handlingsprogram”
- ”Presentation: Välkommen till PRO”
- ”Till Pensionsmyndighetens hemsida”

I alla ovanstående exempel förstår man vad som kommer hända när man klickar på länken.

### Otydliga länkar:

- ”Information” eller ”Läs mer”, otydligt för att man inte förstår av texten vart länken leder dig.
- ”Du kan antingen ringa, eller boka via webben”, otydlig för att länken inte kan stå för sig själv.

## Huvudrubrik (= Sidrubrik)

- Använd en tydlig rubrik som sammanfattar innehållet
- Rubriken ska vara konkret, kort och beskrivande
- Använd de viktigaste orden, som besökaren kan tänkas söka efter.

## Tala klarspråk!

Kan du göra klarspråk av den här? "Hemtjänst är insatser som utförs efter biståndsbeslut och avser uppgifter av servicekaraktär och/eller personlig omvårdnad. Insatserna ska möjliggöra kvarboende i det egna hemmet." Exempel på hur texten skulle kunna se ut med klarspråk: "Hemtjänsten kan ge dig stöd så att du kan bo kvar hemma. Du kan till exempel få hjälp med duschning, städning och matinköp."

## Använd inte förkortningar!

Skriv ut förkortningar. "Procent" istället för "%" och så vidare.

- Skriv överskådligt och luftigt. Kort och konkret, rubriker, mellanrubriker, dela in i stycken och länkar.

Läs texten högt för dig själv. Då är det lättare att hitta tillkrånglade meningar och ord.

- Prova att ta bort text. Less is more!

## Bilder

Bilder skapar känslor hos betraktaren. Och tänk på att bilden kanske visar fler perspektiv eller illustrerar något annat än du tänkt dig. Tänk på det här när du väljer en bild:

- Teknisk bildkvalitet är viktig – lägg inte upp en bild som inte är bra.
- Om du är inomhus när du fotograferar: se till att ha fönstret i ryggen för att undvika motljusbilder.
- Om du är utomhus i direkt solljus kan det bli för skarpt ljus. Då kan det vara bättre att fotografera där det finns lite mer skugga.
- Tips för att ta en bra bild – gå nära, ha bra skärpa på huvudmotivet, se upp med vad som finns i bakgrunden.
- Om du använder din mobiltelefonkamera glöm inte att torka av linsen före!
- Inte för stor bild, 700x280px räcker
- Sätt "alternativ text" på bilder, det gör du i inställningar för bild/Bildegenskaper.



## Motiv & bildkomposition

Välj gärna bilder med en människa i fokus. Porträtt drar uppmärksamhet till sig, särskilt om bilderna berättar en historia. Undvik att ha flera personer i fokus, samt röriga bakgrunder som gör bilden otydlig. Undvik även att fotografera huvuden bakifrån och att klippa av bilder utan ansikten.

Placera inte alltid bildens huvudmotiv i mitten. Genom att placera huvudmotivet till höger eller vänster i bilden skapas dynamik genom gyllene snittet. Dynamiken gör bilden mer intressant. Anpassa formatet på bilden så att den kan fungera och passa in i gällande sidmall, kvadratisk, liggande eller stående format.

## Bildurval

Finns det redan bilder, välj de som är komponerade enligt ovan. Bra ljusförhållanden och god kontrast är andra bra egenskaper som gör en bra bild. Undvik gärna att repetera att publicera samma bild på fler ställen på webbplatsen. Om det ändå ses som nödvändigt, experimentera gärna med olika beskärningar av samma bild för att skapa variation. Undvik att använda en bildserie som säger samma sak.

## Filformat & bildstorlek

När du sparar bilder i ditt bildredigeringsprogram finns ett flertal olika filformat att tillgå. För fotografiska bilder som ska publiceras på webbplatsen, välj JPEG-format. Kvaliteten på JPEG bör ställas in på 80% för att bilden inte ska bli för hårt komprimerad eller se oskarp ut.

Kontrollera också att bilden håller tillräcklig upplösning. Är upplösningen för låg ser bilden kantig och pixlig ut. Har bilden en onödigt hög bildupplösning tar det längre tid att ladda bilden i webbläsaren. Den optimala bildupplösningen för webben är 72 pixlar per tum.

## Rättigheter

Att leta upp bilder på webben kan te sig lätt men du kan inte ladda bilder för att sedan publicera den på webbplatsen. Om bilden inte är din egen, glöm inte att ange källa samt som regel alltid kontrollera med upphovsman, fotograf eller bildinnehavare att du får publicera bilden. Är personerna på bilderna tillfrågade och vid liv är också viktigt att tänka på.

Den 25 maj 2018 trädde en ny lag i kraft: Dataskyddsförordningen, eller GDPR som den heter gemensamt inom EU. Den innebär att du alltid måste informera om att du kommer att fotografera och filma på evenemang, till exempel i inbjudan och skyltar vid ingång till evenemanget. Annars riskerar du böter. Vill du vara helt säker bör du ha ett skriftligt samtycke från alla som medverkar på bilden.

Lycka till!