

Textworkshop Samhällsentreprenör steg 2, Glokala folkhögskolan 3 maj 2014

Abigail Sykes, kulturredaktör Landets Fria Tidning
abigail.sykes@friatidningar.se, 0704-25 32 27

Allmänna skrivtips

Så tänker du journalistiskt:

- Opartiskhet:
- Du redovisar fakta och/eller andras åsikter
- Låter läsaren själv ta ställning
- Det ska inte gå att se vad du tycker
- Nyhetstänk: Vad är det i detta som är nytt för läsarna? Det ska stå i första eller andra meningen.

Så skriver du journalistiskt:

Ditt jobb är att ta det material du har samlat in eller har inom dig och göra det till en helhet som funkar. Det betyder att det ska:

- vara lätt att läsa och förstå - enkelt, strukturerat, hänga ihop
- framgå varför det här är intressant för läsaren
- innehålla bara det som är intressant - sälla bort allt irrelevant/ointeressant
- ge läsaren de fakta/citat/tankar hen behöver för att förstå
- vara en upplevelse att läsa - konkret, levande, ge något nytt
- sätta in innehållet i ett sammanhang, koppla ihop saker/göra en analys men inte ta ställning åt läsaren

Konkreta tips:

- Att börja - Skriv ur minnet. Hur skulle du sammanfatta din text för en kompis? Där ska du börja. Så kan du flika in det material eller den information som du har samlat på dig efter hand.
- Börja direkt! Vad är själva nyheten? Den ska gärna komma i allra första meningen. Vad är det i detta som kommer att intressera läsarna allra mest? Även om du måste ange bakgrund, ska nyheten vara först.
- Börja inte med en fråga. Börja med svaret! Vi vill inte veta hur du tänkte eller vad du ville veta när du började arbetet, utan vad du kom fram till. Läsaren är intresserad av resultatet - inte av processen.
- Att beskriva miljöer, kroppsspråk och stämning kring ett möte är oftast positivt, men det är ovanligt att journalister skriver om varför de har träffat intervjupersonen, vilket datum det var, varför de ställde just dessa frågorna, och så vidare. Det är däremot vanligt bland amatörer. Jag brukar tänka på det som att det är läsaren som ska möta intervjupersonen och få läsa en spännande text. Du själv och dina tankar är då sekundära. Vi vill läsa om resultatet, inte processen!
- Du själv ska vara med så lite som möjligt. Texten handlar inte om dig (undantag t.ex. krönikor) utan om din information eller din intervjuperson. Kommentera inte intervjusituationen eller värdera något som intervjupersonen säger, utan bara återberätta på ett neutralt sätt. Leta upp ordet "jag" och ta bort dig själv ur texten.

- Välj en vinkel. Det betyder inte att du bara presenterar en del av sanningen eller ett perspektiv, men det betyder att du skapar en struktur som gör att folk fattar och hänger med. Vad är relevant för publiken? Vad är vitsen med texten?
- Ta ditt material och ordna det till en strukturerad helhet, en berättelse med en tydlig röd tråd, till något intressant och lättläst. Du ska sålla och sätta i ett sammanhang. Inte dumpa ditt råmaterial för läsarna att få ordning på.
- Försök att hitta en tydlig röd tråd och struktur i texten. Försök gärna att leta upp teman som hör ihop och håll ihop dem, och hitta sedan en naturlig övergång till nästa ämne.
- Ska svara på vad, var, när, hur, varför, vem - dessa detaljer ska i princip alltid vara med tidigt i en nyhetstext.
- Skriv i presens! Mer levande.
- Använd direkta citat och pratminus. Ger liv åt texten, bryter upp och gör mer lättläst. Svenska tidningar skriver dem så här, med talstreck eller ”pratminus”:
– Bla bla bla. Bla bla bla bla bla, säger Förnamn Efternamn.
(Ny rad - långt streck - citat med stor bokstav, komma, säger Förnamn Efternamn, sedan ny rad.)
- Undvik formen fråga-svar (med din fråga och intervjupersonens svar, rakt upp och ner). Satsa gärna i första hand på att sammanfatta personens svar i egna ord, och variera med några direkta citat, så att du får mer av en blandning av de olika formerna. Jag har oftast bara med en eller två av mina frågor i en längre text, och allra oftast inga alls. I stället för att ange din egna fråga kan du sammanfatta något av svaret som en ingång.
- Skriv enkelt. Använd ett vardagligt språk och krångla inte till det. Tänk vårdat talspråk. Förklara hellre för mycket än för lite, t.ex. svåra ord, förkortningar eller begrepp. Undvik bisatser. Skriv så att så många som möjligt förstår! En faktaruta med bakgrund är alltid bra.
- Skriv aktivt. Det ska finnas subjekt och predikat, och helst vara i presens. Undvik passiva satser och onödiga negationer.
- Var konkret och ge exempel.
- Använd lagom långa meningar. Variera gärna långt och kort, och variera början på meningarna.
- Det är viktigt att ange var du fått din information ifrån. Det ska inte vara du själv som påstår saker, det ska finnas en någon intervjuperson, myndighet, forskare eller rapport som du grundar dig på.
- Håll dig till de så kallade spelreglerna för press, radio och tv. Kolla till exempel reglerna kring textreklam. Finns på sjf.se (Svenska journalistförbundet) under yrkesetik. (<https://www.sjf.se/yrkesfragor/etik/spelregler-for-press-radio-och-tv>)
- Undvik klichéer (gå av stapeln, år på nacken, vårt avlånga land, som fisken i vattnet). Banalt!
- Jag tycker att det är viktigt att ange allas för- och efternamn, för mig känns det mer respektfullt än bara förnamn. Även på barn.
- Skriv rätt. Stava rätt, i synnerhet på namn, kolla siffror, årtal, allt du är det minsta osäker på.
- Skriv korrekt svenska. Kolla på TT:s språkråd. <http://tt.se/tt-spraket/> Det gör de flesta medier. Där finns till exempel riktlinjer för vilka myndigheter som ska ha versal

respektive gemen.

SAOL finns på nätet www.svenskaakademien.se/ordlista

Liksom www.synonymer.se och www.ordboken.nu

- Förkortningar ska skrivas ut: procent, med flera.
- Räkneord skrivs med bokstäver till 13/20. Annars med siffror, även ålder eller när siffran är grejen.
- Undvik att skriva "man". Det blir onödigt abstrakt. Jag eller du är bättre.
- Stryk oftast så, ju, nu, exakt, totalt, sammanlagt.
- Undvik semikolon och även komma. Bryt hellre upp i kortare meningar.
- Slutet är viktigt - sista intrycket du ger. Inte rinna ut i sanden eller sluta tvärt. Avrunda, peka framåt eller sammanfatta till exempel. Men kolla om du inte ditt fina slut blir bättre av att du stryker en eller ett par meningar bakifrån. Och dra inte slutsatser åt läsaren, låt den tänka själv!
- Ha inte skrivkramp eller prestationsångest! Ditt första utkast måste inte bli perfekt och du måste inte visa det för någon. Få ner ord på papper och skriv om tills det blir bra!

Rubriker och ingresser

Rubriker och ingresser är till för att locka till läsning och brukar ofta också sammanfatta texten så om du kan skriva en bra rubrik eller ingress betyder det ofta att du kan hitta kärnan i texten, vilket är viktigt i journalistik!

Rubriken = typ överskriften.

Ingressen är det första, fetade stycket i texten.

Både rubriker och ingresser ska:

- väcka intresse och locka till läsning - det är det absolut viktigaste!
- stå för sig själv - du ska kunna läsa bara rubriken och ändå fatta, och rubriken ska kunna bytas utan att ingressen blir konstig.
- peka på det viktigaste i texten
- vara sann
- vara aktiv - med verb, och gärna med subjekt
- vara spännande
- vara kort
- helst vara i presens
- vara konkret, med exempel, inte allmänt eller abstrakt. Text "Tre dog i olycka" i stället för "olycka krävde dödsoffer".
- får gärna vara fyndig/rolig
- göra att läsaren direkt begriper "grejen". Fundera gärna över vad du förväntar dig att läsa om när du bara ser rubriken, och fråga dig själv om det är där fokus för texten ligger.

Rubriker

- Ska inte vara en innehållsförteckning eller överskrift eller vara för krånglig
- Byt ut långa ord mot korta
- Försök vara överraskande, t ex ”Ät smör och gå ner i vikt” i stället för ”Nya rön om bantning”.

Ingresser

Får gärna svara på frågorna ”vem, vad, var, hur, när och varför” (framför allt direkta nyhetsartiklar).

Kan även räcka med att den tar upp det mest intressanta i artikeln (längre reportage eller artiklar i magasin).

- Ofta 2-3 meningar.
- Gärna det bästa ur artikeln
- Håll dig helst till en tråd

Tips

- Ingressen, rubriken och bildtexten får inte upprepa varandra!
- Skriv gärna ingressen först. Då får du struktur på texten och vet vad som är viktigt och vad du ska fokusera på.
- Ingressen är inte bara en sammanfattning.
- Ingressen ska skjutsa ner en i texten, t ex ”Skånes Fria tidning har besökt gården där alla heter Pelle”.
- Försök hitta det egenartade, förbluffande och överraskande.
- Ingressen behöver inte säga allt, då känner läsaren kanske inget behov av att läsa resten av texten.