



ARBOGA KOMMUN

Handbok för webbredaktörer

2016-10-19

Kommunstyrelseförvaltningen
Ellen Åhlander
2016-08-29

Innehåll

1	Bestäm målgrupper och syfte för webbtexen	5
2	Klarspråk och språkregler	6
2.1	Skriv det viktigaste först och gör sidan luftig	6
2.2	Språkregler på webbplatsen.....	6
3	Länkar och dokument	8
3.1	Så här skriver du tydliga länkar	8
3.2	Dokument minskar läsbarheten	9
3.2.1	Det är viktigt med tydliga dokumentnamn	9
4	Bilder på webbplatsen	10
4.1.1	Olika storlekar för webbplatsens bilder.....	10
4.2	Ladda upp en egen bild i Media Flow Pro.....	10
4.2.1	Så här gör du för att ladda upp en bild.....	11
4.3	Bilder som inte ska finnas i bildbanken.....	11
4.4	Bildtext ska användas för begriplighet.....	11
5	Kontaktinformation till verksamheter och medarbetare	12
6	Hjälp och stöd till dig som webbredaktör	13
6.1	Utbildningar och stöd i språk och skrivande	13
6.1.1	Kurs i klarspråk finns på webben.....	13
6.1.2	Myndigheternas skrivregler är ett bra stöd.....	13
6.1.3	En lista på ord och fraser du ska undvika	13
6.2	Riktlinjer för hur du arbetar med länkar, dokument och liknande på webben.....	13

1 Bestäm målgrupper och syfte för webbtextern

Informationen på våra webbplatser är till för våra användare. Som webbredaktör ska du alltid se texten ur användarens ögon.

Väldigt få är intresserade av att läsa om hur vi är organiserade och vilket syfte och mål vi har med vår avdelning eller enhet. Texterna på en webbplats behöver vara anpassade till användarna för att de ska känna sig välkomna och lyckas göra det de kom dit för. Risken är att de annars ger upp och går någon annanstans.

Din analys av läsarnas behov ska påverka både ditt val av innehåll och språket. Innan du skriver bör du besvara två frågor, som hjälper dig med att ta fram en bra webbtextern:

- Vem skriver jag främst texten för?
- Vilken uppgift vill läsaren lösa? Vad ska läsaren göra efter att ha läst texten?

2 Klarspråk och språkregler

Webbtexterna på våra webbplatser ska skrivas med klarspråk. Du ska skriva korta, enkla meningar och undvika krångliga ord och förkortningar.

Klarspråk definieras som ett språk som dels är tydligt, dels är begripligt för de mottagare texten vänder sig till.

Ett tydligt språk har en enkel meningsbyggnad och tydliga samband. Ett begripligt språk är anpassat till mottagarna och deras sammanhang och behov.

2.1 Skriv det viktigaste först och gör sidan luftig

Inled webbsidan så att läsaren förstår vilken nytta man har av informationen på sidan.

Använd mellanrubriker och punktlister för att skapa en luftig och lättöverskådlig struktur på varje sida.

Informationstäta uppräknings ska skrivas som punktlista. Placera de viktigaste listpunkterna först.

2.2 Språkregler på webbplatsen

- Skriv korta raka meningar, där det viktigaste verbet kommer tidigt. Undvik långa och invecklade meningar och långa, informationstäta fraser.
- Välj aktiva verbfraser med tydliga subjekt. Skriv hellre "förvaltningen behandlar 200 anmälningar per år" än "200 anmälningar per år behandlas".
- Prata med besökarna, inte om dem. Använd ett personligt tilltal. Använd verb med uppmaningsform, eller "du". Vi använder inte "Ni" eller "Du".
- Välj vanliga och välkända ord och formuleringar.
- Var konkret, undvik bildspråk.
- Använd förtydligande sambandsord, till exempel eftersom, men, därför och alltså.
- Använd de facktermer som läsarna behöver, och förklara vad termerna betyder.
- Skriv ut förkortningar, eftersom förkortningar stör läsningen. Förkortningar kan dessutom vara svåra att tolka för skärmläsare och andra talsyntestjänster.

-
- Hänvisa inte till höger eller vänster i texten. Du ska aldrig skriva att något kan "läsas i högerspalt" eller "se meny till vänster". I och med att webbsidorna visas på olika sätt i exempelvis mobil, surfplatta och dator stämmer inte sådana hänvisningar. I de fall där du behöver skriva en hänvisning skriv "se under rubriken Kontakta oss", och så vidare.
 - Låt gärna någon annan ge återkoppling på texten före publicering!

3 Länkar och dokument

Länkarna på våra webbplatser ska skrivas så tydligt att användarna förstår vart länken leder även när den är lyft ur sitt sammanhang. Tydliga och informativa länkar gör att besökarna snabbare hittar den information de söker.

Detta gäller när du skriver länkar:

- Grundregeln är att inte länka ord direkt i brödtexten. Samla istället länkarna som det passar sammanhanget. Det kan till exempel vara i slutet av stycken eller sist på sidan.
- Viktigt är att länkar inte placeras för nära varandra och att den klickbara ytan är tillräckligt stor.
- Vi lägger inga länkar i högerspalten.
- Länkar till egen och andra webbplatser ska öppnas i samma fönster eller flik. Inte i nytt fönster eller ny flik.
- Länkarna ska vara så tydliga att läsaren förstår vad de handlar om och vart de leder.
- Länkar till dokument ska öppnas i ett nytt fönster.
- Dokument ska ha tydliga filnamn så att läsaren förstår vad dokumentet innehåller. Undvik att döpa dokument efter diarienummer, blankettnummer eller liknande.

[På Uppsalas webbplats hittar du ett bra exempel på hur man kan jobba med länkar i texten.](#)

En punktlista kan vara ett bra format när du samlar dina länkar längst ner. Exempel:

- Information om energideklarationer på Boverkets webbplats.
- Energimyndigheten ger tips på hur du sparar energi på myndighetens webbplats.
- På Länsstyrelsens webbplats kan du ansöka om stöd till solceller.

3.1 Så här skriver du tydliga länkar

Tydliga länkar är särskilt viktigt för personer som använder någon form av hjälpmedel för att surfa på webben, till exempel skärmläsare, eftersom de kan välja att navigera genom att enbart läsa upp länkarna på en sida.

Våra länkar ska vara så tydliga att vi inte måste skriva så kallade länktitlar i webbverktyget!

- Länka ord som säger något om vart länken leder. Skriv hellre "Information om nätverksträffen" än "För information om

nätverksträffen, klicka här". Användare vet att det går att klicka på länkar, det behöver du inte tala om.

- Skriv det viktigaste i länken först.
- Undvik att inleda länkar med sådant som "Läs mer om ..." och "Gå till" Det är underförstått och därför onödig information.
- Använd en och samma länktext för alla länkar som leder till samma sida.
- Skriv länktexten så tydlig att användaren förstår att den lämnar vår webbplats. Exempel:
 - "Information om barns hälsa på Sjukvårdsrådgivningens webbplats."
 - "Regler för kontroll av livsmedel hos Livsmedelsverket."

Tips: Testa att läsa varje länk lyft ur sitt sammanhang. Går det att förstå vart länken leder enbart med hjälp av länktexten?

3.2 Dokument minskar läsbarheten

Fundera gärna på om det måste vara ett dokument som du länkar till. Att lägga information i ett dokument minskar läsbarheten.

Går det att lägga informationen som en webbsida istället? Ett exempel är veckomatsedlar, där läsaren snabbt vill se utbudet av dagens mat och där blir det lättare att ta del av informationen på en webbsida istället för ett pdf-dokument.

3.2.1 Det är viktigt med tydliga dokumentnamn

För att våra användare ska förstå vad dokumenten handlar om är det viktigt att vi ger dem tydliga filnamn. Detta gäller speciellt kallelser och protokoll som vi ofta publicerar genom att bara lägga dem i en mapp i webbverktyget. Exempel på tydliga dokumentnamn:

- Protokoll kommunstyrelsen 8 maj 2016
- Kallelse kommunstyrelsen 5 april 2016
- Årsredovisning 2015

4 Bilder på webbplatsen

Arboga kommun samlar sina bilder i en bildbank som är skapad i verktyget Media Flow Pro. Där finns bilder för användning i broschyrer, PowerPoint-presentationer eller till webben.

För att kunna söka efter en bild till webben i Media Flow Pro klickar du på webbverktygets ikon för Moduler - Bild och media - Bild från Media Flow Pro. I en del sidmallar finns redan en sådan bildmodul inlagd per automatik, då klickar du bara på bilden.

Du kommer då till Media Flow Pro och kan ange sökord eller gå via de olika kategorierna för att hitta en bild som passar till din webbsida.

4.1.1 Olika storlekar för webbplatsens bilder

När du har hittat din bild och ska infoga den på webben kan du välja mellan tre olika storlekar för bilder:

- Fullbredd: bild som täcker hela webbsidan bredd.
- Halvbredd stående: bild i stående format som täcker halva webbsidan och ska placeras till höger om webbtextern.
- Halvbredd liggande: bild som täcker halva webbsidan i liggande format och som ska infogas till höger om webbtextern.

I MediaflowPro kan du enkelt beskära din bild till rätt webbstorlek.

Du väljer format i rullgardinslisten uppe till höger sidan och får då ett rutnät över bilden som visar hur du kan beskära bilden för att få rätt format. Klicka på OK så är bilden beskuren. Rätt upplösning på bilden fixar Media Flow Pro automatiskt.

4.2 Ladda upp en egen bild i Media Flow Pro

Huvudregeln är att alla våra bilder ska laddas upp och lagras i Media Flow Pro, innan de publiceras på webbplats (undantag finns, se rubriken nedan). På så vis har vi koll på vilka bilder som finns och används för kommunens räkning. Alla medarbetare kan bidra till bildbanken!

Viktigt att veta:

- Bilderna i bildbanken får fritt användas av Arboga kommun. Även du som medarbetare kan använda bilderna för verksamhetens räkning.
- Bilderna ska vara i högupplöst format.
- **OBS! Det krävs alltid tydligt tillstånd om du tänker publicera bilder på människor. Se vår rutin för webbplatser och sociala medier, som finns på intranätet.**

4.2.1 Så här gör du för att ladda upp en bild

Gå till sidan

<http://arboga.sitevision.se/4.2b6acda11579dddedc167783.html>

Ladda upp den bild eller de bilder du vill ha in i bildbanken.

Du går sedan in på webben och väljer att infoga en bild via Media Flow Pro. Din bild finns i mappen **Inbox** i Media Flow Pro.

Bildbankens administratörer (bland andra kommunikationsstrategen) kommer sedan löpande att kategorisera och flytta uppladdade bilder till dess rätta mappar i bildbanken.

4.3 Bilder som inte ska finnas i bildbanken

Bilder som inte ska laddas upp i bildbanken är:

- Bilder till evenemangskalendern.
- Pressbilder.
- Bilder som är specifika för en sida och inte får eller kan användas på något annat sätt.
- Loggor som inte är Arboga kommuns.
- Kartbilder.

Dessa typer av bilder sparas på den enskilda webbsidan, så att ingen annan använder bilden av misstag i andra sammanhang.

4.4 Bildtext ska användas för begriplighet

Efter att du har infogat en bild på webbsidan ska du gärna skriva en informativ bildtext till bilden. Men det är än viktigare att även lägga till en alternativ text (ALT-text), som inte ska förväxlas med bildtexten.

ALT-texten är den text som visas eller läses upp om själva bilden inte syns på webbsidan. Det kan finnas olika orsaker till varför en läsare inte ser bilden på en webbsida. Han eller hon kan vara synskadad, surfa på en mobil med litet fönster eller ha dålig uppkoppling.

Du som webbredaktör ska alltid skriva in ALT-text i den ruta som kommer upp i webbverktyget när du infogar en bild. ALT-texten ska ge så mycket information som möjligt om vad bilden föreställer.

Bilder som bara används för dekoration behöver däremot varken ha ALT-text eller bildtext.

5 Kontaktinformation till verksamheter och medarbetare

Kontaktinformation till förvaltningar, verksamheter och medarbetare skapas i form av så kallade platskort eller kontaktkort. Dessa placeras alltid i högerdelen av webbsidan.

Platskort skapas för verksamheter, förvaltningar, enheter med mera.

Du skapar ett Platskort genom att ställa dig i strukturen för Platskort och sedan den förvaltning som verksamheten hör hemma i. Välj sedan Skapa nytt - Platskort/Kontaktkort.

Kontaktkort skapas för medarbetare. Du skapar ett kontaktkort genom att ställa dig på Kontaktkort i strukturen och sedan den förvaltning som medarbetaren jobbar i.

Fyll i de förinställda fälten. Ta bort de fält som inte är relevanta.

Du skapar själv kort för de verksamheter och medarbetare som du tycker att våra målgrupper har ett behov av att kunna kontakta direkt utan att gå via kommunens växel eller gemensamma e-postadress arboga.kommun@arboga.se.

Om medarbetaren slutar eller kontaktkortet blir inaktuellt av andra skäl avpublicerar du kortet. Då försvinner det automatiskt från alla sidor där det var publicerat.

Under Redaktörswebben i Sitevision kan du se hur du skapar ett platskort.

6 Hjälp och stöd till dig som webbredaktör

6.1 Utbildningar och stöd i språk och skrivande

6.1.1 Kurs i klarspråk finns på webben

Institutet för språk och fornminnen har en webbutbildning i klarspråk, som är bra för den som är nybörjare eller behöver repetera sina kunskaper i klarspråk: <http://www2.sofi.se/Svenska/template.htm>

Du hittar bra information om klarspråk på institutets webbplats

<http://www.sprakochfolkminnen.se/sprak/klarsprak/att-skriva-klarsprak.html>

6.1.2 Myndigheternas skrivregler är ett bra stöd

Myndigheternas skrivregler från Språkrådet är till för alla som skriver inom myndigheter, kommuner och annan offentlig verksamhet. Är du osäker på hur du till exempel ska skriva vissa ord, hur du ska skriva klockslag, använda skiljetecken eller liknande är skrivreglerna ett bra stöd.

Du kan ladda ner skrivreglerna som pdf via länken nedan:

<http://www.sprakochfolkminnen.se/om-oss/publikationer/institutets-utgivning/sprakpublikationer/sprak/2014-09-10-myndigheternas-skrivregler.html>

6.1.3 En lista på ord och fraser du ska undvika

Regeringskansliet har tagit fram en lista på ord och fraser som kan ersättas för att skapa en text som är lättare att förstå, den så kallade "svarta listan".

Svarta listan hittar du på regeringens webbplats

<http://www.regeringen.se/rapporter/2011/10/pm-20111/>

6.2 Riktlinjer för hur du arbetar med länkar, dokument och liknande på webben

Post- och telestyrelsen, PTS, driver webbplatsen Webbriktlinjer.se. Det är en webbplats som innehåller de officiella riktlinjerna för hur man bör arbeta med webbplatser inom offentlig sektor i Sverige. Där kan du hitta information om hur man ska arbeta med länkar, dokument, hur man gör sidorna överskådliga med mera.

<http://webbriktlinjer.se/>