

1 Skriftspråk

Posten myntade en gång uttrycket ”Skriv som du talar” för att få fler att våga skriva. Visst kan vi formulera oss utifrån det talade språket men vi måste ändå skilja på talspråk och skriftspråk. När vi talar så lägger vi ofta till extra ord som ”typ” och ”alltså”. Ett annat exempel på tal är ”dom” som skrivs ”de” eller ”dem”.



Nedan följer några tips om vad du bör undvika så att din text ska bli lättläst:

- Omfattande stycken som består av mer än 100 ord.
- Långa meningar som består av fler än 20 ord.
- Långa och sammansatta ord.

Med hjälp av ett läsbarhetsindex kan du testa din text. Gör så här:

- Räkna hur många ord som finns per mening i snitt.
- Lägg till andelen ord i % som har fler än sex bokstäver.

Ligger resultatet runt 30 är texten lätt att läsa. Är resultatet högre än 50 så är texten svårläst.

Är texten formell och opersonlig så känns den tung att läsa. Många gånger tror vi att affärsdokument ska skrivas med ett komplicerat språk och en formell ton. Oftast uppskattas de skribenter som skriver enkelt, okonstlat och rakt på sak. Istället för att t.ex. skriva ”erhålla” kan du skriva ”få”.

För att få texten personlig kan du använda ”Jag” och ”Vi” istället för ”Företaget”. Vill du vara artig så kan du använda tilltalsformen

”Du” eller ”Ni” med stor begynnelsebokstav. Vänder du dig till flera personer så skrivs ”ni” med liten bokstav. Tänk på att vara konsekvent genom hela texten.

2 Några språkregler

Här tar vi upp några språkregler som du bör tänka på när du skriver affärsdokument.

2.1 Siffror

Värden upp till tolv skrivs i första hand med bokstäver. Högre tal kan också skrivas med bokstäver. t.ex: ”tusen”. När du anger måttenheter använder du alltid siffror, t.ex: 3 kg och 4 m.m.

2.2 Datum

När du anger datum längst upp i brevets högra hörn kan du skriva så här:

- 2003-06-15
- 15/6 2003
- Malmö den 15 juni 2003

Ska du ange ett datum i löpande text skriver du alltid ”Malmö den 15 juni 2003”. Skriver du till utlandet bör du ange datumet som i löpande text eftersom många länder inte följer den internationella standarden.



2.3 Förkortningar

Undvik ovanliga förkortningar. Om du måste så förklara dem. Exempel på vanliga förkortningar: o.s.v., bl.a., t.ex., t.o.m.

Förkortningarna kan skrivas med eller utan punkt.

2.4 Avstavning

Är du osäker på hur ett ord ska avstavas korrekt så bör du låta bli.

Ord som är sammansatta avstavas i sina delar, t.ex: ”Mat-skål”. Detta gäller även för stav- elser och ändelser, t.ex: ”An-moda” och ”Bil-ar”.

2.5 Kommatering

Använd kommatecken när tydligheten kräver det.

- Före och efter bisats.
- Mellan huvudsatser.
- När bindeorden och, eller, utan, men är ute- lämnade.
- För att skilja utropsord från den övriga satsen t.ex: Hej, det var länge sedan.

3 Layout

I tryckt information kallas den grafiska utformningen för layout. Det kan vara val av teckensnitt, placering av bilder eller radens längd. En god layout gör att en text inbjuder till läsning.



3.1 Teckensnitt

Teckensnitt används som benämning för bok- stävernans utformning. Beroende på sitt utse- ende delas teckensnitten in i två större grupper, antikva och linjära.

De antikva tecknen har små ”klackar” och är mest lättläst i löpande text.

Times New Roman är ett bra exempel på antikva teckensnitt.

ABCDEFGG
Abcdefg

Bokstäver i linjära teckensnitt består av jämn- tjocka staplar. Denna typ av tecken passar bra i rubriker. Arial är ett exempel på ett linjärt teckensnitt.

ABCDEFGG
abcdefg

I ett dokument bör du inte använda dig av mer än två teckensnitt - ett för brödtext och ett för rubrik.

3.2 Rubriker

Som rubriker och mellanrubriker använder du teckensnitt med fet stil och större storlek. I långa dokument behövs det ofta flera rubrik- nivåer, med olika teckenstorlekar för varje nivå. Nedan visas exempel på rubrik och mel- lanrubrik:

Heminredning

Intresset för bostädernas inredning...

Hoppfällbara stolar

I mindre lägenheter är möblernas...

För att en text ska fungera bra som affärs- dokument bör den ha en rubrik. Det är bra om rubriken kan fungera som ett sökbegrepp och därmed underlätta sorteringen av den in- kommande posten. Rubriken ska ge en kort sammanfattning av innehållet i texten. Du kan också använda rubriken för att väcka intresse. Exempel:

Detta vet du säkert

Har du gjort detta?

Avsluta inte rubriker med punkt. Däremot kan utropstecken eller frågetecken användas.

3.3 Radavstånd och radlängd

Det är jobbigt att läsa ett dokument som är helt täckt med ord, långa rader och täta radavstånd. Texten ska kännas luftig så att läsaren enkelt kan skilja mellan styckena. För att skilja stycken åt bör du använda blankrad. I skönlitterära böcker används ofta indrag för att markera ett nytt stycke.

Är raderna i ett textblock längre än 13 cm så kan de kännas jobbiga att läsa. Tecknens storlek påverkar radens längd, större tecken ger möjlighet till längre rad. De vanligaste teckenstorlekarna i löpande text är från 10 till 12 punkter. Vill du ha en mycket lättläst text bör du se till att inte ha mer än 50 tecken per rad.

3.4 Bilder

En bild ska förstärka textens budskap. Därför är det viktigt att bilden verkligen har något att säga. Bilder som följer med t.ex. Office-paketet bör användas sparsamt eftersom de dyker upp lite varstans och har en tendens att bli uttjatade. En bild ska väljas med omsorg och dess huvudsakliga uppgift är att locka till sig uppmärksamheten och att förtydliga.

4 Affärskommunikation

I Sverige finns det inga formella krav på hur ett affärsk dokument ska vara utformat, men det finns en rekommenderad standard. Denna standard anges av SIS (Standardiseringskommissionen i Sverige). Standarden är en rekommendation för uppställning och utskrift av affärsk dokument. Att följa standarden underlättar både för den som skriver och läser. Mottagaren hittar viktiga saker på samma plats i olika dokument och det går snabbt att orientera sig bland informationen på en brevsida.

Var noggrann när du skapar dina affärsk dokument. Det är ett av företagets ansikte utåt och därmed en del av marknadsföringen. Vilket intryck ett dokument kommer att ge påverkar du med språket och layouten. Med hjälp av Microsoft Word har du många möjligheter att inverka på brevets utseende.

Oftast när man skriver i företag så används färdiga mallar så att det tydligt syns att ett dokument har ett visst företag som avsändare. Har all skriftlig kommunikation ett visst utseende så ger det en profil åt företaget.

4.1 Informationsytans indelning

SIS har delat in ett dokumentets informationsyta i olika delar. Indelningen fungerar som ett stöd åt den som ska skriva i jobbet. På nästa sida ser du hur ett A4-pappers informationsyta är uppdelad. Måtten är i mm.

- *Utgivarfältet* använder du för företagets logotype och eventuella uppgifter om handläggare och telefonnummer.
- *Referensfältet* innehåller uppgifter för att identifiera dokumentet. Här kan du skriva dokumentnamn, t.ex. OFFERT eller FAKTURA. Dokumentnamnet skrivs med versaler. Vidare kan du i detta fält skriva dokumentbeteckning, sidnummer, sidantal, datum och referens.
- *Adressfältet* stämmer med fönsterkuvertens adressrutor. I det ena adressfältet skriver du mottagarens adress. Det andra fältet kan du använda till uppgifter om mottagare av kopior av dokumentet.
- *Meddelandefältet* använder du för texten som du bör inleda med en informativ rubrik.
- *Utgivarens* adressuppgifter placerar du längst ned på sidan.

