

www.forsvarsmakten.se

**RIKTLINJER FÖR TEXT & BILD
PÅ FÖRSVARSMAKTENS WEBBPLATS**



VÅR HEMSIDA HAR HUNDRATUSENTALS BESÖKARE VARJE MÅNAD.

VAD VILL VI SÄGA DEM?



Webbplatsen är **Försvarets skyltfönster mot omvärlden**. Här har vi vår chans att visa upp oss, locka till intresse för det vi gör och rekrytera kompetent personal.

Den här guiden riktar sig till dig som ska göra ett reportage – text och bild – till de olika nyhetssidorna på forsvarsmakten.se. **Innan du skriver något, diskutera din idé med webbredaktören på ditt förband.** Det är viktigt att innehållet är **anpassat till målgruppen (allmänheten)**. Vissa ämnen passar inte på forsvarsmakten.se, utan är mer av internt intresse inom förbundet/skolan/enheten/centrat eller internt i Försvaretsmakten. Att ha tänkt ut i förväg vad man vill göra är A och O för att man ska samla in rätt fakta på platsen så att det blir ett bra reportage när man är hemma igen!

För att din text ska kunna vara på mil.se ska den vara **lagom lång, lättläst och levande**.

Du behöver inte vara en fantastisk skribent för att skriva en text som kan publiceras på webben, du kan få hjälp med finputs av webbredaktören. **Det finns dock några saker du måste följa** för att vi ska kunna göra det och kunna hålla en hög, jämn kvalitet på webbplatsen.



SKRIV LÄTTLÄST

Forsvarsmakten.se och alla sidor för förband/skolor/enheter/centra riktar sig till **allmänheten i Sverige, inte minst till ungdomar 15-25 år**. Du skriver för Forsvarsmakten, inte för ditt eget förband eller för ditt kompani – och framför allt är det en helt annan sak än att skriva en order eller en rapport. Du måste skriva **på ett enkelt sätt med vanliga ord** och lyfta fram innehåll som mammor, journalister och blivande soldater kan tänkas vara intresserade av. Skriv lite som om du berättar för en kompis, ha det viktigaste först. **Din text ska också svara på frågorna: När? Var? Hur? Varför?**

Skriv enkelt och konkret, **utan förkortningar och militär jargong**. Göra i stället för genomföra, *sjukvårdsövning* i stället för verksamhet, *bataljonchef* i stället för övlt, *till exempel* i stället för t ex. Är en förkortning nödvändig, förklara den i början av texten och använd den sedan. Glöm inte sekretessen!

SKRIV LAGOM LÅNGT



Skriv **hellre kort än långt**. Snittläsaren på webben är kräsen och läser långa texter endast om det är något man verkligen är intresserad av. **Texten bör vara som kortast cirka en halv A4-sida, som längst cirka en A4-sida**. Skriv hellre flera korta artiklar än en lång. **Rådgör med din webbredaktör!** För dig som hellre räknar ord under funktionen "verktyg" i word, så är cirka 1500-3000 tecken inklusive mellanslag lagom.



SKRIV LEVANDE

Skriv om det viktiga. Skippa bussresor, frukostar, att man vaknade på morgonen och annat självklart. Gå direkt på det väsentliga: en ny slags övning, att det dånar och smäller, hur svetten lackar på gymmet. **Förklara från grunden och skippa detaljer** (men ha gärna en faktaruta). **Skriv i tredje person, det vill säga inte i "jag"-form, utan som om du kom utifrån.**

Du ska **ha med människor** i din text. **Intervjua namngivna** (för och efternamn, rätt stavade) personer som helst är med på bild (men det är en avvägning – bra bilder är viktigare än att alla namngivna är på bild). **Använd dig av citat**, så kallade pratminus. Ha helst personligt innehåll, något människan tycker. Gör inte pratminusen för långa. Ibland kan man behöva ställa både en och två följdfrågor för att få ett bra svar! Och du, alla behöver inte vara positiva. En-tre personer brukar vara lagom att ha med i en text, personer som representerar olika nivåer (expert, officer, soldat). Låt gärna personerna läsa vad de sagt så att allt blev rätt.

Bra exempel på pratminus:

- Den här övningen har varit förfärlig. Jag blev helt matt av att varken äta eller sova. Men nu efteråt är jag stolt över mig själv, säger Anton Andersson, soldat.
- Soldaterna har utvecklats jättemycket under övningen. Tidigare ville de alltid ha middag klockan fem. Nu klarar de sig på tallbarr, säger kapten Karin Krut.

Dåligt exempel på pratminus:

- När vi skjuter använder vi en automatkarbin, ak5c. I den använder vi 5,56 mm-ammuniton, säger Karin Krut, skjutledare. (förkortningar, enbart fakta, inte personligt, borde varit i texten i stället)
 - Övningen har varit intressant, lärorik och givande, säger Anton Andersson, soldat. (utan exempel på VAD som var intressant, lärorikt och givande blir det bara meningslösa klyschor).
-



BILDER LYFTER



Att ha **bra bilder är viktigt**, både att det är bra innehåll och att de tekniskt är tydliga. Max fyra bilder får plats i ett webbreportage.

Variera bilderna: en pryl, en människa, en helhet, en detalj. Ta bilder när något händer. Gå nära. Undvik uppställda gruppbilder in i det längsta.

Översta bilden är viktigast. Den har ett udda mått, panoramaform, och är ungefär dubbelt så bred som hög (se exemplet här ovan). Tänk efter när du tar bilder, så att minst en fin bild går att beskära snyggt på det sättet. Lämna in bilderna så stora som möjligt, dock minst 900 pixlar breda i 72 dpi (de flesta kameror tar bilder betydligt större än så). Även toppbilden ska lämnas icke beskuren.

Skriv bildtexter till bilderna. De läses ofta mer än artikeln. De kan vara cirka en-två rader långa. Namnge personer på bilden. Bildtexten ska tillföra något till texten. "Anton Andersson skjuter snabbt och med precision" är således bättre än "Soldat skjuter".

Du ska också skriva **vem som tagit bilden**, och den personen ska ha gett sitt medgivande till att bilderna ska läggas ut på webben.



NÄR DU ÄR KLAR...

När du är klar, lämna texten till din webbredaktör. **Förmodligen kommer din text att ändras mer eller mindre före publicering.** Det beror på att alla texter på forsvarsmakten.se måste hålla en hög, jämn kvalitet och stämma överens med andra texter på webbplatsen.

Skriv en **mejladress och ett telefonnummer där du kan nås**, om det skulle vara några frågor.

Och du, tack för att du ville hjälpa till!

> www.forsvarsmakten.se

ATTRAKTIV

AKTUELL

INTRESSANT FÖR ALLMÄNHETEN

KORREKT

TROVÄRDIG

Denna guide är producerad av webbredaktionen.
Foto: Anja Ljungberg/Försvarsmakten

Kontakta oss på:
webbredaktionen@mil.se