

---

**SKRIV SÅ  
NÅGON  
BRYR SIG.**

---

Förord	6
Varför skriver du?	8
Varför ska jag bry mig?	9
Skriv full ...	10
... redigera nykter	12
Viktigast först, hoppa över resten	14
Ursäkter, ursäkter, ursäkter	9
Lita på magkänslan	18
Skriv kort	20
Skriv som du pratar	22
Skriv för en person	24
En tanke, en mening	25
Läsvänlig text	28
Skriv enkelt	30
Slakta dina älsklingar	34
Använd inte inte	36
Kort, lång, kort, kort, lång	38
Skriv aldrig arg	39
Använd trasiga meningar	40

Anv. ald. förk.	44
Undvik klyschor som pesten	46
Jävla hen	48
Använd punktlistor	50
Skriv längre	52
Regeln om 3	54
Var specifik	58
Våga ta plats	60
Skriv sanningen	62
Skrivkramp	64
Berätta en historia	66
Visa bristerna	68
Trimma texten	70
Frågor innan du skriver	72
En sista tanke	74
Om författaren	77
Skriv- och språktips	78

## Varför skriver du?

Jag vet att det är lätt att tro att du skriver för att någon har sagt åt dig att göra det. För att det ingår i dina arbetsuppgifter, eller för att du måste lämna in uppsatsen på fredag. Men det är inte därför.

Du skriver för att informera, underhålla och förändra. Ofta vill du att läsaren ska göra någonting när den har läst färdigt texten. I reklamvärlden kallas uppmaningen för call to action. Boka din resa nu. Sök jobb hos oss. Köp det här och gör det där.

Du kanske skriver en bloggpost för att dela med dig av kunskap och stärka din position på marknaden, snarare än att få människor att köpa dina produkter här och nu. Du skriver en krönika för att roa människor en fredagseftermiddag. Du lägger dina idéer i förslagslådan på jobbet eftersom du vill förändra någonting.

Innan du säger att texten är klar, läs den en extra gång. För om du vill att läsaren ska göra något – se till att den förstår det.

**Skapa inga tomtebloss.  
Tänk långsiktigt.  
Det du skriver ska  
fungera även om några år.**

## Kort, lång, kort, kort, lång

Det finns en sak som gör texter särskilt monotona. Det är när alla meningar är precis lika långa. Med ett poff så är det naturliga flytet borta. Det känns som att läsa en bok för tvååringar. Totte äter och Totte bajsar och Totte äter igen. Innehållet i meningarna skiftar men tonfallet blir enformigt.

Variera dig. Använd korta meningar, men inte enbart. Stoppa dit en längre mening då och då för att göra läsningen lekfull, pulserande och mer intressant. Använd komma-tecken och punkter som om du vore en trafikpolis. Sväng här, sakta ner, stanna. Dela långa meningar i mitten och sätt ihop kortare fraser till någonting längre.

Skiljetecknen är dirigenterna som visar läsaren vägen. De gör texten släpande och utdragen, eller smattrande och kvick. Som nu. Jag skriver korta meningar. Det går snabbt. Det är enkelt att förstå mig. En stund. Men sedan, när jag vill bjuda upp dig till dans och en svängom på golvet, så markerar jag med hjälp av kommatecknen var du kan vila.

### Lek med läsaren

Oavsett vad du skriver – gör läsningen rolig. Jag menar inte haha-skratta-rolig, utan spännande och intressant. Tänk dig att du åker berg-och-dal-bana. Långsamma uppførsbackar följs av snabba svängar och en nu-dör-jag-nu-dör-jag-känsla. Skriv så.

## Var specifik

Trivs du *kalasbra* på jobbet eller är det *rätt ok*? Gör febern att du mår *mindre bra* eller ligger det närmare sanningen att beskriva livet som *fyllt av sjögång, kräkningar och ett apatiskt sängliggande med omväxlande frossa och svettningar*?

Jag gissar att du också använder tama beskrivningar och ord som *rätt så, lite* och *ganska*. Det gör de flesta. Kanske säger du även *man* när du menar *jag*. Om du har otur lider du även av sjukdomen att säga *folk* när du egentligen menar en eller några få specifika människor. *Man skulle kunna tro att folk borde ha ...*

När du pratar kan du komma undan med att vara diffus och svävande. Du ser eller hör reaktionen från den du pratar med och vet om budskapet går fram. Om du däremot är otydlig när du skriver drunkar texten bland alla andra texter som inte heller vågar ta ställning.

## Stå för vad du tycker

När du är tydlig händer flera saker. Främst blir det enklare att förstå vad du menar. Det blir även lättare att förstå vem du är, vad du står för och att du bryr dig om läsaren.

Sagan om ringen är inte en bok om alla kortvuxna människor med håriga fötter som någonsin har kastat ner en ring i en vulkan. Det är historien om Frodo och hans vänner. På

ett liknande sätt är texten om dig, ditt företag eller föreningen just det – berättelsen om vad som gör er unika.

Jag får många av mina uppdrag genom att gå rakt på sak och vara tydlig. *Jag tycker du är en spännande person som jag gärna vill samarbeta med.* Om jag är ute efter ett samarbete finns det få mer direkta sätt att närma sig det.

Vad svarar du när kyparen på restaurangen frågar om maten var god? Kanske nöjer du dig med ett *ja* eller *mycket bra*. Om du verkligen gillar maten lägger du till ett *fantastiskt*, eller säger att maten inte bara var god utan *jättegod*. Vad skulle hända om du säger att maten var *underbar, sagolik* eller *det bästa du har ätit på flera veckor*? Eller att *desserten fullbordade din kväll och fick smaklökarna att dansa jitterbugg*? Förutom att ha gett kyparen en tydlig bild av vad du tyckte om maten är jag säker på att han kommer att minnas dig. Dessutom lär kocken få höra berömmet.

## **Snabba tips**

- » Ta ställning och säg vad du tycker. Var modig.
- » Undvik svajande och klena ord som lite, nästan, ok, nog, ganska och kanske.
- » Byt ut ord istället för att förstärka dem. Använd synonymordlistor och upptäck nya världar. Kanske kan du ersätta ord som jättebra med superb, briljant, enastående eller suverän?



## Våga ta plats

För att synas och sticka ut behöver du göra en enda sak. Ge mig en vrålstark anledning att älska dig – inte hundra anledningar till varför du är en ganska ok person från ett halvdant företag som skriver lagom ointressanta texter.

Om du nu råkar äga en järnhandel som enbart säljer spik, säg det. Vänd det som kan uppfattas som en svaghet till din fördel. *Vi är faktiskt ensamma i Sverige om att enbart sälja spik. Det gör oss också hejdlöst kunniga. Och vi har landets bredaste utbud – av spik. Beställ i dag och snickra i morgon.*

Vill du se sämre exempel, ta alla reklambyråer som säger sig vara fullservicebyråer. I praktiken innebär det att de är halvbra på det mesta och experter på ingenting alls. De säger så eftersom de är rädda att kunden ska välja en annan reklambyrå om de berättar att de är duktiga på vissa saker, och måste ta in extern hjälp för annat. Men varför skulle du vilja ha marknadsföringshjälp från en reklambyrå som varken vågar nischa sig och sticka ut, eller vara ärlig mot dig?

Det är omöjligt att skriva texter som passar alla. Ju mer du anpassar dig och tar bort det spetsiga och spännande i texten, desto mer gråtrist och platt blir den.

Att skriva en text som alla kan läsa är en sak, men för att synas behöver du ta plats.

## Minibibliotek på jobbet

Vi tror på att blanda inspiration med praktiskt lärande. Resultatet blir böcker som är tillräckligt omfattande för att ge en helhetsbild i ämnet – och enkla nog för att locka människor att läsa dem.

Köp ett bokpaket med 40 böcker och ställ i fikarummet på jobbet. Läs mer på [egetforlag.se](http://egetforlag.se)

