



TEKST OG BILLEDER

MEDIETYPER/GENRER

- Artiklen – klassisk artikelstruktur
- Brochuren – informationsstruktur
- Annoncen – Traditionel opbygning

MEDIETYPER/GENRER

- Webtekster – Interaktion, brugeroplevelser og service for den travle læser
- Sociale medietekster – På sociale medier er det svært at opsætte helt faste regler og modeller. Meget er intuitivt og præget af spontanitet.



Content is KING

Hvad betyder det?

LOREM IPSUM

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing.
 - Maecenas et nisl malesuada, rhoncus ipsum ut, dapibus nulla.
 - Maecenas quis urna vitae leo porttitor volutpat. Proin ac ante ut orci condimentum iaculis non pulvinar justo!
-
- Lorem ipsum, også kendt som mumletekst, er en fyldtekst, som har været brugt i bogtrykkerkunsten siden 1500-tallet. Teksten bruges som fyldtekst, for at ordene ikke skal forstyrre det grafiske udtryk under selve layout-processen.



TEKSTPRODUKTION

- HVAD HAR I LÆST?

NYHEDSKRITERIER

- Væsentlighed
- Sensation
- Konflikt
- Identifikation
- Aktualitet

NYHEDSKRITERIER

- **Væsentlighed**, dvs. noget der har grundlæggende betydning eller konsekvens for mange mennesker.
Ex: Skatten stiger næste år.

NYHEDSKRITERIER

- **Aktualitet**, dvs. noget der er oppe i tiden. Historien må gerne udspringe af stof som i forvejen cirkulerer i andre medier. Langt de fleste nyheder udspringer af dette nyhedskriterium. Ex: Et parti vælger ny formand eller et containerskib er sejlet ind i en bro.

NYHEDSKRITERIER

- **Identifikation**, dvs. noget som læseren kan genkende sig selv i. En historie, der får læseren til at tænke 'Det kunne være mig', 'Bare det var mig' eller 'Godt, det ikke er mig'. Ex: Ni ud af ti danskere spiser for meget sukker.

NYHEDSKRITERIER

- **Sensation**, dvs. noget der fascinerer eller chokerer. Ofte de små, skæve historier i nogle aviser, som kan være forsidehistorier i andre aviser. Ex: Mand bider hund eller Kvinde overlevede en måned under sammenstyrtet hus.

NYHEDSKRITERIER

- **Konflikt**, dvs. når sager eller personer er på kollisionskurs. Ex: Vred far anklager kommune for sjusk.

SKRIV EN NYHED

SKRIV EN NYHEDS-OVERSKRIFT PÅ HVERT KRITERIE

Nyhedskriterier

Hvis du bruger nyhedskriterierne, når du skaber indhold, får du 3 ting ud af det:

Kvalitet

- Bedre indhold, der rammer målgruppen og skaber værdi

Delinger

- Flere links og sociale delinger

Links

- Mere trafik som følge af links



PROCES TIL FORSTÅELSE

- Scanning: orienteringsproces/visuelt
- Skimming: helhedsforståelse/forestilling
- Læsning: meningen pba. det store billede + de små elementer
- Checking: betragtning af helheden ud fra skimming/scanning og læsning

ET BUDSKAB ER EN PÅSTAND ...

med tilhørende argumentation

Påstanden består af få elementer. Argumentationen kan bestå af mange.

EXORDIUM ELEMENTER = Påstandens elementer - skal ses først (eks. overskrift/indledning)

CORPUS ELEMENTER = argumenterne - skal ses bagefter (brødtekst)

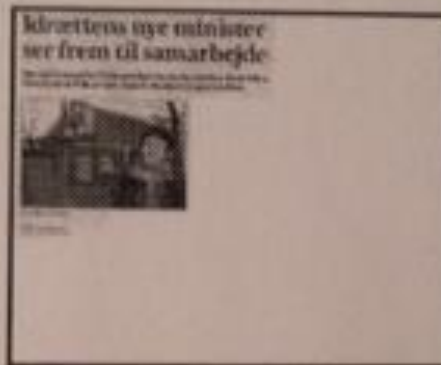
1

Hele artiklen
Scannes



2

Exordium-elementer
Skimmes



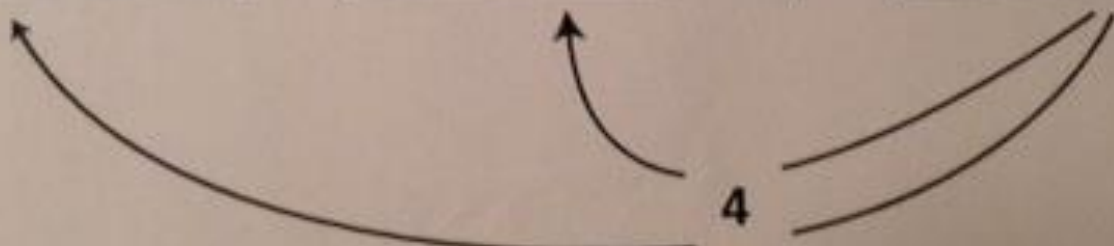
3

Corpus-elementerne
Læses



4

Den samlede forståelse
sammenlignes med forståelsen af 1 + 2
Checking



UDPEG EXORDIUM-ELEMENTER OG CORPUS-ELEMENTER

I dagens aviser: (bare to-og-to)

www.jp.dk

www.politiken.dk

www.dr.dk

FUNDAMENTET FOR ET GODT WEBSITE

- At der er et klart defineret formål ...
 - Skal den give informationer til potentielle kunder
 - Servicere eksisterende kunder
 - Oplyse om produkter
 - Sælge produkter
 - Rekruttere medarbejdere
 - ...

WEBTEKST VS. PAPIRTEKST

Tekst til tryk

I det følgende afsnit vil vi give en lang række gode råd og informationer, der skal hjælpe dig til at beslutte, hvilket slags lån der er mest hensigtsmæssigt for dig. Du får også informationer om andre og skjulte udgifter i forbindelse med låntagning. Og vi har lavet et underafsnit for dig, der skal tage et lån for første gang – og dig, der skal omlægge et eksisterende lån.

Hypertekst

[Find et lån, der passer dig](#)

[Tjek de skjulte udgifter,](#)
når du låner

Er det første gang, du låner?

[Se låneguiden](#)

[Skal du omlægge dit
nuværende lån?](#)

Don't make me think

- Genkendelighed – selvforklarende - indlysende

WEBTEKST

- En god webtekst hjælper altid sin læser videre
 - Fasthold læsers interesse
- En god webtekst videreformidler ikke bare en historie
 - Formål: konvertering
- En god webtekst hjælper læseren med at træffe beslutninger
 - En nem beslutning: CTA
- En god webtekst tænker i SEO fra start til slut

SKRIV WEBTEKSTER

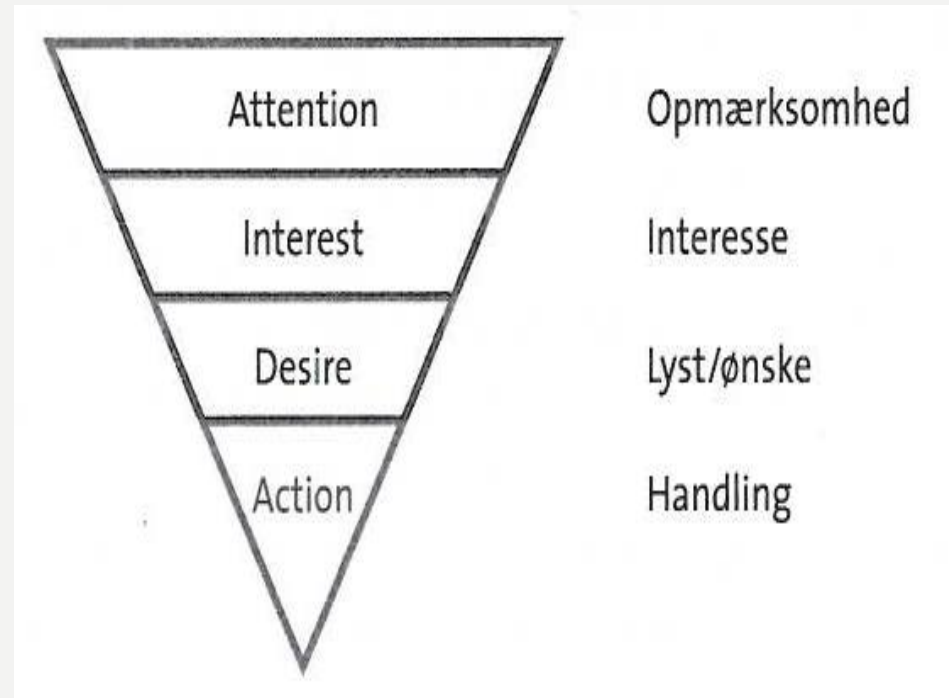
**FIND OG LAV OM - ELLER FIND PÅ
LAV 2 "PAPIR" TEKSTER OM TIL WEBTEKSTER**

AIDA

HVOR OG HVORNÅR?

AIDA

- Bruges til fx salgsbreve, plakater, video og opslag til at fange modtagerens opmærksomhed
- To typer, der kan skabe opmærksomhed:
 - Det usædvanlige (kreativt layout eller indhold)
 - Det behovsstyrede (jeg har brug for info)



AIDA

- Attention
 - Positiv opmærksomhed
 - Relevant for modtager
- Interest
 - Fastholde interesse for sag, produkt eller budskab

AIDA

- Desire
 - Skab et behov
 - Ofte følelser (pathos)
- Action
 - Handling – hvad skal modtager gøre

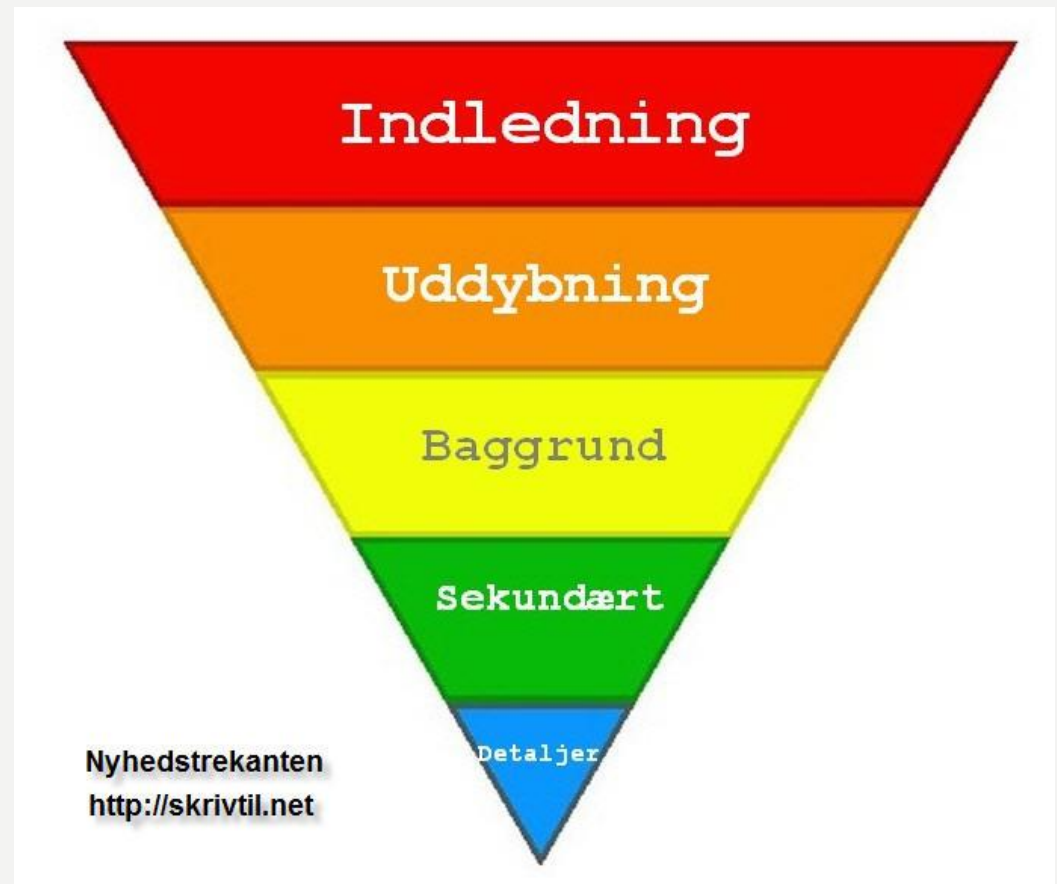
NYHEDSTREKANTEN

HVOR OG HVORNÅR?

NYHEDSTREKANT - GENERELT

Informationsproces gennem artikel

- Informationstæthed.
- **Det vigtigste først**

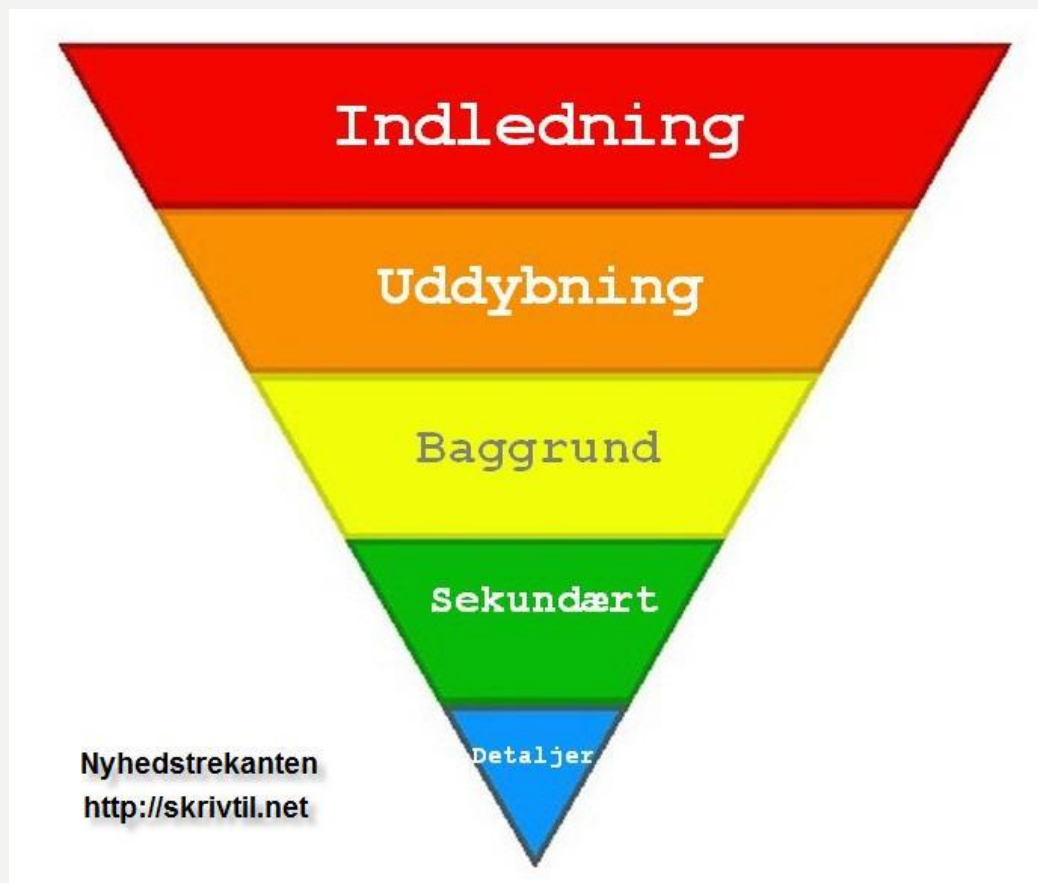


NYHEDSTREKANT - GENERELT

Indledningen

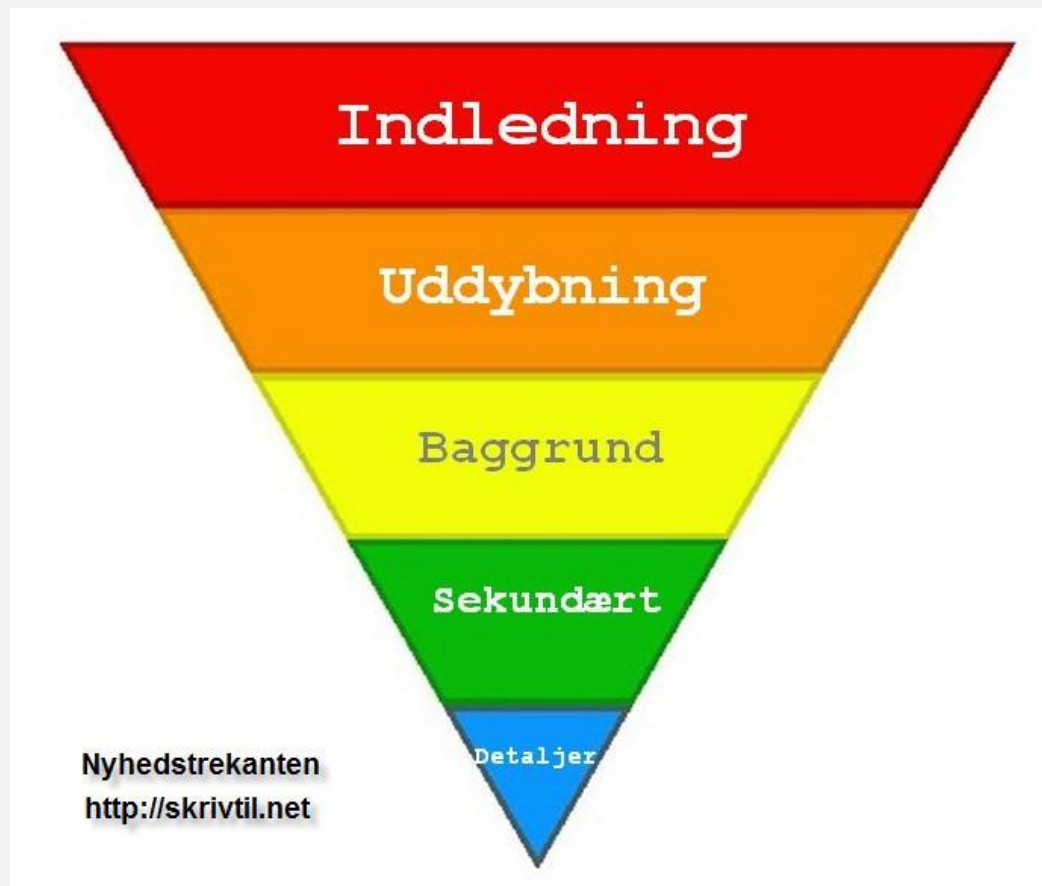
Fortæller
nyheden

(Hvem, hvad,
hvor, hvornår?)



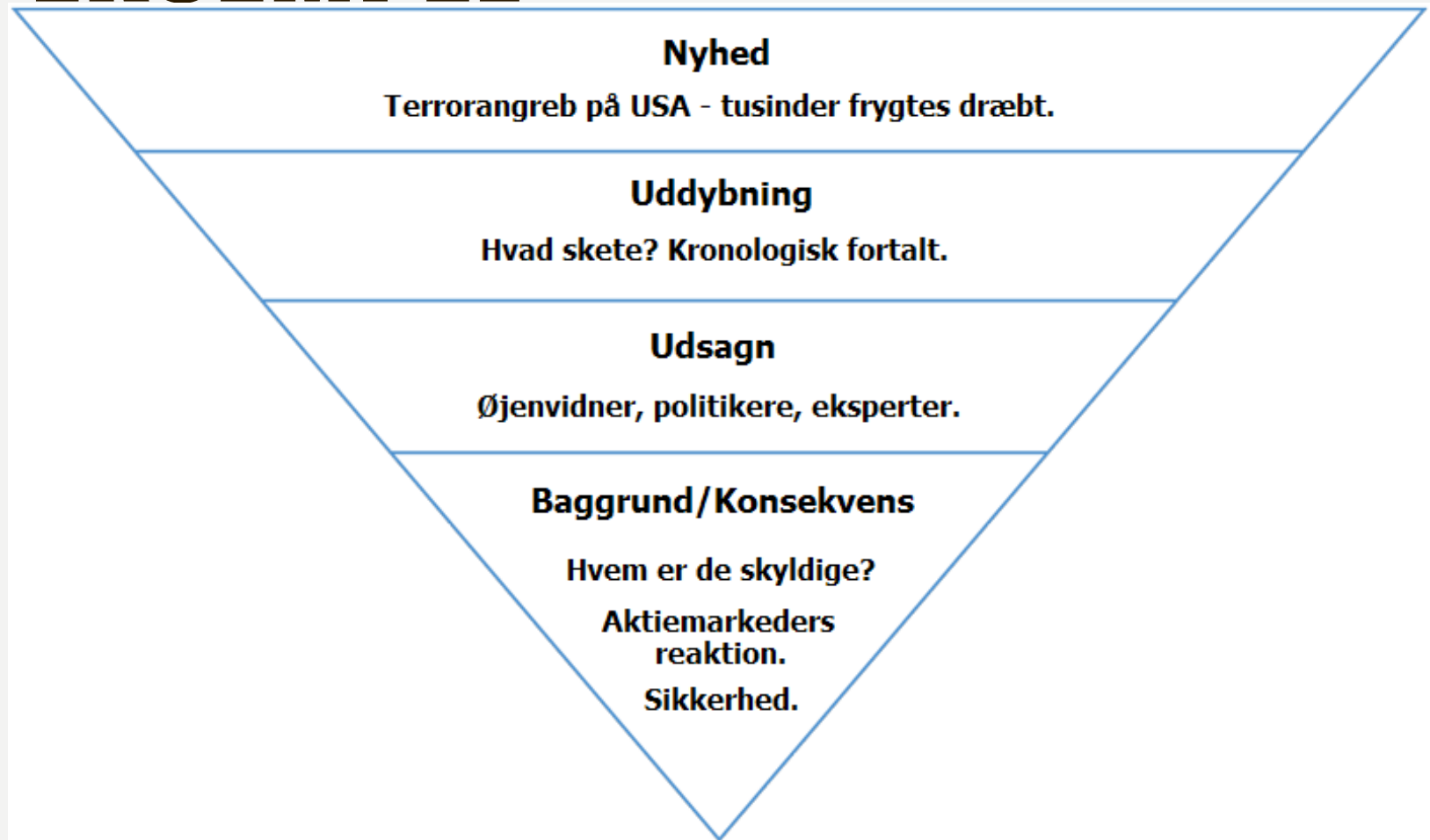
NYHEDSTREKANT - GENERELT

- Uddybning.
- Information som forklarer og udvider indledningen.
 - Baggrund
 - Sekundære emner
 - Detaljer



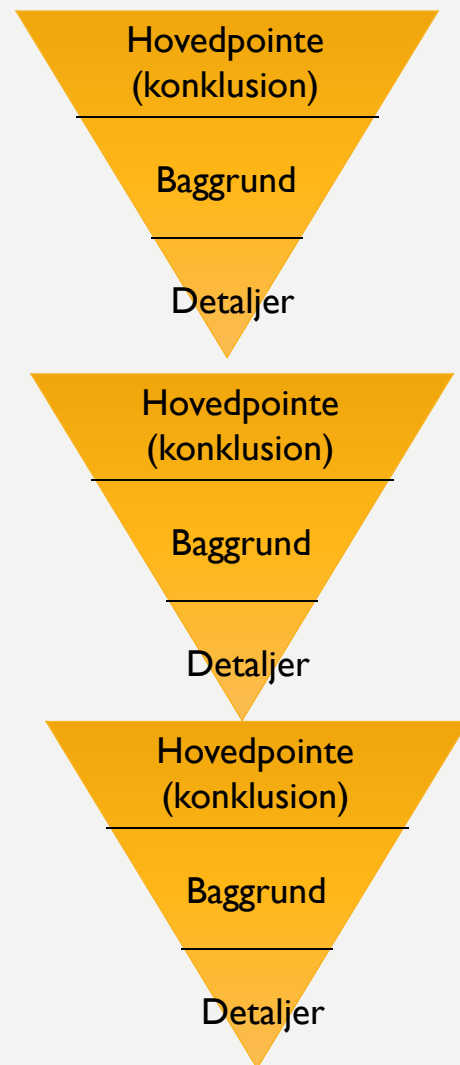
NYHEDSTREKANTEN

EKSEMPEL



NYHEDSTREKANT PÅ NETTET

- Bring allerede hovedbudskabet/
konklusionen i din overskrift
og uddyb derefter med baggrund
og detaljer.
- **Den gode tekst på nettet:**
 - Hovedbudskab først
 - Let at skimme
 - Skrevet i lag (via links)





**KOMMODE OG
HEY YOU SEE SO**

Orange bog s. 24 |
Online kommunikation s. 21 |

7 GENIALE GENVEJE

SÅDAN FANGER DU DIN LÆSER

A decorative wavy line in orange and white runs vertically along the left side of the slide.

FIND EKSEMPLER

1. GODE OVERSKRIFTER

2. ET PAR LINJERS RESUMÉ

3. AFSNIT MED UNDEROVERSKRIFTER

4. KUN ÉN IDÉ/ÉT EMNE FOR HVERT AFSNIT

5. FREMHÆVNINGER AF NØGLEORD

6. PUNKTOPSTILLINGER

7. MENINGSFULDE LINKS

KLARHED – GODE RÅD

Skriv aktivt

Skriv konkret

Skriv kort

Skriv, som du taler

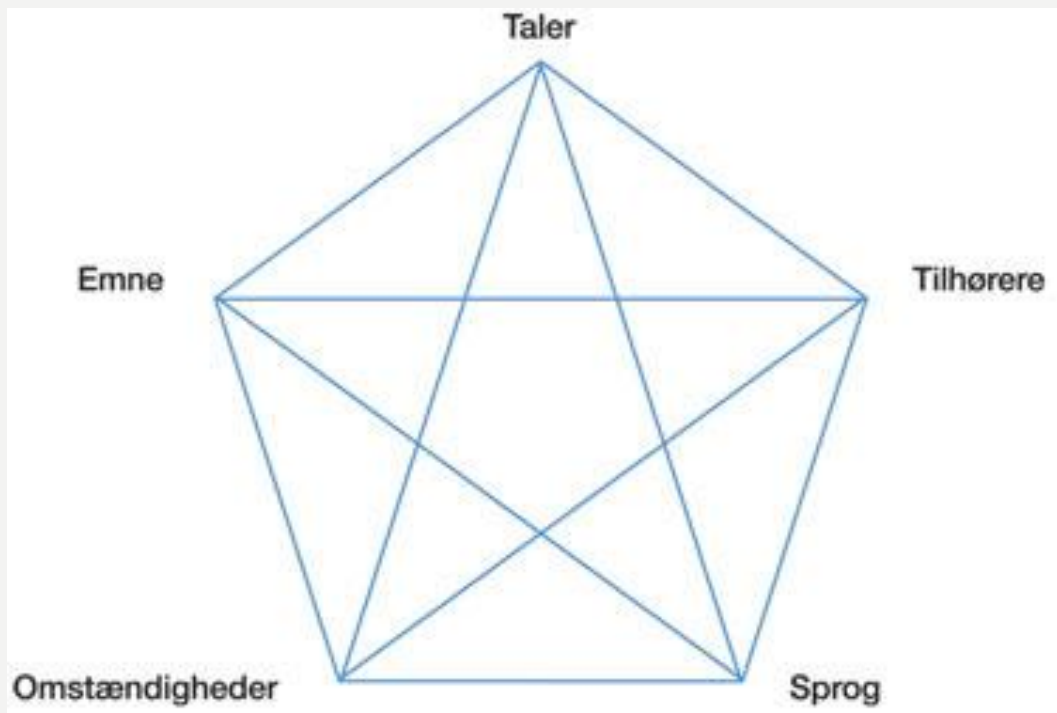
ANDRE GODE RÅD

- Aptum – hensigtsmæssighed = det passende sprog
- Puritas: Renhed = Korrekthed
- Ornatus: Udsmykning = Giv teksten liv
- Perspicuitas: Gennemsigtighed = Klarhed

APTUM (HENSIGTSMÆSSIGHED)

Tilpasning til alle de forhold, der har betydning for, om afsenderen opnår sit mål med talen/teksten.

- Emnet, modtager/målgruppe, modtagers forhåndsviden og indstilling til emnet...



PURITAS (KORREKTHED)

- Puritas drejer sig om at overholde sprogets regler for korrekthed med hensyn til grammatik, udtale, stavning, syntaks osv.
- Kan 'oversættes' til sprogrigtighed
- OBS: de 21 sproglige dødssynder
 - (http://www.bro-blog.dk/wp-content/uploads/21_sproglige_dodssynder_v2.pdf)

ORNAUTS: UDSMYKNING

- Sproglig udsmykning, der skal gøre sproget mere levende, personligt og vedkommende.
- Ornavts skal ikke forstås blot som sproglig udsmykning.
 - En levende og overbevisende fremstilling skal anskueliggøre emnet, gøre det nærværende og personligt vedkommende
 - Hvis sproget er korrekt og klart – og meget præcist, så kan det tit blive kedeligt.
- Der skal pynt til: Metaforer, billeder, ordvalg, syntaks, troper (overført betydning)

PERSPICUITAS: KLARHED

- Tekstens sproglige klarhed og dens gennemskuelighed. Det er tekstens perspicuitas, der sikrer dens forståelighed.

PAS PÅ:

- **Fagord og fremmedord**
 - Eksempel: skattemæssige investeringsfradrag i forbindelse med erhvervsmæssige bygningsinvesteringer
- **Kompliceret syntaks, f.eks.:**
 - Syntetiske konstruktioner
 - Langt forfelt, for meget information før egentlig pointe/kancellistil
- **Sprogligt fyld/fyldord**



OPGAVE PÅ MOODLE

TEKSTER TIL WEB

OBLIGATORISK OPGAVE