



### BAKOM RUBRIKERNA

Rubriker omger oss överallt. Det är kvällstidningarnas braskande skandalrubriker, reklamannonsernas fyndiga säljrubriker och informationstexternas sakliga faktarubriker. Även om de kan se väldigt olika ut har rubrikerna alla en sak gemensam: de ska förmedla ett budskap och locka till läsning.

Ordet rubrik kommer från latinets *rubrica* som betyder 'röd jord', 'rödkrita' eller 'röd färg'. Överskrifterna i de senromerska lagarna var just rödfärgade – därav ordet rubrik. I svenskan har ordet använts sedan mitten av 1700-talet.

Att skriva bra rubriker är inte det lättaste – på tidningsredaktioner har man till och med särskilt utbildade personer som sköter den uppgiften. När man skriver rubriker finns det en rad hållpunkter och knep att utgå från. Framför allt handlar det om att summera innehållet på ett bra sätt så att läsaren bjuds in till läsning och snabbt begriper budskapet.

#### SAMMANFATTA HUVUDBUDSKAPEN

Bra rubriker leder läsaren genom texten. Det gör de bäst genom att vara sammanfattande. Hur konstigt det än låter kan ett bra sätt att strukturera texten faktiskt vara att börja med rubrikerna. Skriv ner vad du vill säga – alltså dina huvudsakliga budskap – och gör dem till rubriker. Fortsätt sedan med att skriva texten utifrån dem. När texten är färdig kan du putsa på språket i rubrikerna och kanske korta ner dem om de känns för långa.

### ANVÄND HELA MENINGAR

Ur ett begriplighetsperspektiv finns det bättre och sämre sätt att skriva rubriker. En mindre bra rubrik är till exempel *Information*. Den säger ingenting om vad texten kommer att informera om. Andra mindre bra rubriker är *Allmänt*, *Övrigt* och *Till sist*. Tänk på att rubrikernas syfte är att vägleda läsaren och snabbt ge honom eller henne en uppfattning om vad texten handlar om. Ett bra knep är att låta rubriken utgöras av en hel mening. Då blir den enkel att ta till sig och förstå. Till exempel: *Så här ansöker du om lån, Du har beviljats studiebidrag, Kontakta oss om du har frågor.*

### TESTA DINA RUBRIKER

Det finns ett enkelt sätt att testa hur sammanfattande och informativa rubrikerna är, och det är att läsa dem för sig själva – utan den efterföljande brödtexten. Om man kan förstå budskapet och innehållet i texten genom att enbart läsa rubrikerna har man lyckats! Rubrikerna ska i princip kunna stå för sig själva och ändå ge läsaren all behövlig information. Det här är särskilt viktigt på webben där läsaren generellt sett är otålig och skumläser i högre grad än på papper. Då måste rubrikerna vara mer uttömliga.

### Månadens fråga

**FRÅGA:** Heter det verkligen *få, färre, först*?

**SVAR:** Ja, adjektivet *få* kompareras *först* i superlativ, även om användningen är ovanlig. Man kan jämföra med *illa, värre, värst* och *stor, större, störst*.