

Snart dags för första artikeln i skvallerblaskan!

Snart är det alltså dags att skriva den första redaktionella texten. Det är premiär på många sätt. För mig handlar det om att lämna "jag-formatet". Jag-texter syftar till egen erfarenhet men utesluter andras delaktighet.

Det handlar också om att lämna prosan och den litterära texten. Man kan dela upp det i olika tekniker som helst används. Få använder "jag-formatet" förutom i bloggar, men även det kan vara svårt. "Jag" betyder i all enkelhet att "jag är ansvarig för det jag påstår". I prosan bollar man ofta "han gjorde" med "jag", där vi ser huvudpersonen i berättelsen från olika vinklar. När han är "jag" i berättelsen, då utgår vi från karaktärens upplevelse. När vi använder "han", utgår vi från att vi observerar honom.

I en redaktionell text, då ska skribenten dela sin upplevelse eller kunskap ur en "vår-synvinkel". Texten ska så långt det går vara lättläst och lätt att ta emot med insikten att det kan ha varit jag eller min upplevelse. Läsaren ska även uppleva informationen i texten som verklighetstrogen och faktaliknande. Jag säger "faktaliknande" för att redaktionell text används med fördel i annonser. Text, "så här blir du smal"!

Jag som bollar ord och är psykologiskt analyserande, frågar angående annonsen, "vem säger det?" Skillnaden mellan den redaktionella nyhetstexten och annonstexten är i princip, bevis på ursprung. En annons kräver högre bevisföring än en tidningsnyhet. Annonser som låter läsaren hänga i luften fungerar oftast väldigt dåligt ur säljsynpunkt.

Orsaken bakom färre läsare på den sämre redaktionellt skrivna annonstexten, är för att folk generellt sett undviker

"blackmail". Blackmail i redaktionell text är när rubriken lovar något mot ersättning. Det påminner mycket om "du får en gratis mobil om du köper ett abonnemang". Den är naturligtvis inte gratis eftersom det ligger ett prestationskrav bakom. Prestationskravet bakom "gratis" är mycket likt hjälp till den behövande mot kravet att uträtta något tillbaka. Då ett prestationskrav existerar, då kallas det inte för "hjälp" eller "gratis", då är den rätta termen "handel", affärsuppörelse eller ömsesidigt utbyte.

Många kallar även prestationskravet för "incitament", vilket i praktiken innebär "prestation mot belöning". Den här formen av handel är en genuin blackmail då de flesta som söker hjälp har dagens timmar bokade att hantera sviterna av sin situation.

Mitt mål är alltså att lära mig skriva redaktionell text. De flesta skribenter och gemene inläggsskrivare på sociala forum föredrar den här tekniken. Ovanför en delad artikel eller i ett utrop på Twitter (i alla sociala forum) så delas miljoner påståenden per dygn. 99% saknar faktaursprung och anses felaktigt vara påverkansförsök.

Ett eget exempel. 1982 på skolgården var jag populär i en halvtimme. Mina klasskamrater var imponerade över antalet semestrar in andra länder vår familj haft och de ville veta mer. Jag visste inte vad jag skulle säga och tankarna snurrade febrilt, det var härligt att få så mycket uppmärksamhet. Så jag gjorde som så många andra, jag hittade på att vår hund, en Great Dane var en panter!

Av någon anledning? Vet inte hur det kom sig, så köpte ingen att vår hund inte var en hund och min stjärna föll. Jag insåg i den stunden att "hittepå" hade kunnat ersättas av verkliga möten med sälar, delfiner, späckhuggare och jättesköldpaddor. Mitt problem var att jag inte tyckte det var så märkvärdigt att resa runt jorden. Jag brydde mig inte om min publiks erfarenhet och istället nedvärderade deras intelligens.

Den redaktionella texten i nya skallerblaskan ska alltså vara faktabaserad, utesluta "jag-form", innesluta läsarens upplevelse, undvika prosa och det sammanlagt blir en utmaning för mig. Det blir också roligt! Det kommer bli roligt att kunna erbjuda kunskap som underhåller alla.