

# **Sõbraliku sõna juhend**

## **Kuidas kirjutada häid veebitekste**

See juhend on valminud Riigikantselei, valitsuse kommunikatsioonibüroo, riigiportaali eesti.ee toimetuse, ministeeriumide veebitoimetajate ja Eesti Keeletoimetajate Liidu koostöös. Soovime aidata luua selgemaid, lugejasõbralikke avaliku sektori veebitekste.

### **SISUKORD**

- 1. Veebileht kui info- ja suhtluskanal*
- 2. Veebikasutaja oskused, harjumused ja võimalused*
- 3. Valitsusasutuse veebilehe ja eesti.ee sisu*
- 4. Veebitekst*
- 5. Pildid ja videod*
- 6. Tabelid ja skeemid*
- 7. Metainfo*
- 8. Toimetamine*
- 9. Riik räägib inimese häälega*

# 1. VEEBILEHT KUI INFO- JA SUHTLUSKANAL

**Marge Varma, valitsuse kommunikatsioonibüroo**

**Veebikasutajal on alati konkreetne küsimus või probleem, mis vastust või lahendust vajab. Asutuse jaoks on veeb oluline oma sihtrühmaga suhtlemise kanal.**

## **Enamik Eesti elanikest kasutab internetti**

Kolmveerand 16–74-aastastest Eesti elanikest kasutab internetti iga nädal. Veebist on saanud osa inimeste igapäevaelust, seega peab sealt saama infot ka avaliku sektori asutuste ja teenuste kohta.

## **Veebilehel peab olema kasutajale vajalik info**

Kasutaja tuleb veebilehele probleemi või küsimusega. Otsitakse eelkõige infot riigi või omavalitsuste teenuste kohta, kuid ka kontaktandmeid, oma piirkonna ürituste infot ning tööga seotud erialast teavet. Ideaalis leiab kasutaja veebist kõik vajaliku: info, juhised ja e-teenused. Otsustades, millist infot avaldada, tuleb küsida, mis on kasutajale vajalik ja oluline.

## **Valitsusasutuse veebileht**

Avaliku teabe seaduse järgi peab igal valitsusasutusel olema oma veebileht. Ühelt poolt muudab see riigi läbipaistvamaks ja arusaadavamaks. Teisalt on veebileht kanal, kust leiab vajalikku ning kasulikku infot. Infot avaldada on seaduse järgi kohustuslik, kuid sama tähtis on, et seda leida oleks lihtne ja mugav.

## **Riigiportaal eesti.ee**

Riigiportaal eesti.ee koondab riigi e-teenused valdkonniti. Kasutaja ei pea teadma, milline asutus ühe või teise teenuse eest vastutab, kuid eesti.ee-st saab ta vajaliku info kiirelt kätte. Kaks kolmandikku Eesti netikasutajatest teab eesti.ee-d ning pooled neist on seal pakutavaid teenuseid ka kasutanud. Veenduge, et teie asutuse info on eesti.ee-s olemas ja et teie teenuseid on seal mugav kasutada.

## **Veeb kui kommunikatsioonikanal**

Valitsusasutused toetavad valitsust seaduste rakendamisel ning poliitikate elluviimisel. Igal asutusel on oma vastutusala ja ülesanded, kuid kokku moodustavad nad terviku. Seega peab ka nende suhtlemine avalikkusega olema ühtne. Asutuse veebileht annab tervikliku ülevaate asutuse eesmärkidest ja tegevustest ning selgitab asutuse toimimise põhimõtteid. Sotsiaalmeedia, nt Facebooki ja Twitteri lühiteated sobivad aga hästi kiire ja ulatusliku tähelepanu saamiseks.

Kõige üldisemalt on asutuse veebilehe eesmärgid järgmised:

- anda päevakohaste teemade kohta, sh kriiside korral, usaldusväärset ja põhjalikku infot;
- parandada teadlikkust riigivalitsemise korraldusest ning hoida kodanikke kursis, millised seadused on valmimas ja kuidas otsustamises osaleda;
- kanda valitsusasutuste ühtset identiteeti ning suhelda inimestega lihtsalt ja arusaadavalt.

Kui asutuse veebileht on pigem selgitav kommunikatsioonikanal, siis eesti.ee on uks e-riiki. Tema ülesanne on muuta suhtlus riigiga nii mugavaks ja selgeks, kui tehnoloogia ja inimeste veebikasutusharjumused võimaldavad.

Riigiportaal eesti.ee on

- ennetav – tuletab meelde kohustusi ja olulisi kuupäevi;
- mugav – pakub lihtsalt kasutatavaid teenuseid;
- avatud – kasutajatel on kontroll oma andmete üle;
- turvaline – pakub turvalist e-keskkonda teenuste kasutamiseks;
- usaldusväärne – kogu info on pärit algallikaist;

- nutikas – kohandub kasutajate võimaluste ja oskuste järgi;
- isiklik – pakub sisselogitud kasutajale personaalset infot;
- säästlik – e-keskkonda kasutades on võimalik kokku hoida aega ja raha ning säästa keskkonda;
- abistav – selgitab ja pakub abi teenuste kasutamisel.

## 2. VEEBIKASUTAJA OSKUSED, HARJUMUSED JA VÕIMALUSED

*Tiina Rekand, riigiportaal eesti.ee*

***Veebikasutaja ei pruugi olla sama osav arvutikasutaja ja valdkonnateadlik kui teie. Tundke oma veebi kasutajat ning püüdke arvestada tema harjumusi, võimalusi ja kasutusolukordi.***

### **Veebiteksti ei loeta, vaid sirvitakse**

Paberil olevat teksti lugedes on lugeja passiivne, ta ei saa loetavaga suhelda – klõpsata linkidel, kommenteerida ega teha muid toiminguid. Veebitekst aga võimaldab endaga suhelda, seega otsib ka kasutaja tekstist elemente, millega suhestuda: pealkiri, esile toodud märksõnad, vahepealkirjad, illustatsioonid.

Veebiteksti loetakse tavaliselt kiirustades, otsides just endale vajalikku infot. Pikad, lohisevad ja liigendamata tekstid ei tööta. Veebis lugedes liigub pilk justkui F-tähte mööda. Pikemalt vaadatakse veebilehe ülaosa ja vasakut serva.

Seda kinnitab ka eesti.ee kasutajate uuring, mis näitab, et veebis ei loeta sisuplokke järjest läbi, vaid otsitakse olulisi viiteid, mille kaudu edasi minna.

### **(PILT)**

#### **Võimaldage infot kiirelt leida**

Telefoni ja tahvelarvutiga pääseb internetile ligi kogu aeg ning inimestel on alati „tark mees taskus”, kes peab küsimustele kiiresti ja ammendavalt vastama. Pakkuge ainult kõige tähtsamat infot, sest pikad sissejuhatused ja heietavad ülevaated peletavad kasutaja kohe lehelt minema. Pikkadel tekstidel on veebis oma koht – pärast seda, kui põhiinfo on selgelt esile toodud. Arvestage ka sellega, et suurel ekraanil kergesti loetav tekst ei pruugi olla niisama hästi loetav telefonis.

#### **Kes on peamine sihtrühm?**

Erinevad teemad pakuvad huvi erinevatele inimestele. Ka ühe valdkonna suurematel teemadel võivad olla eri sihtrühmad. Otsustage, kas teie sihtrühm on

- tavakodanik – vajab praktilist infot, käitumisjuhiseid, tal ei ole alati taustateadmisi;
- huviline – vajab ülevaadet konkreetsest teemast või valdkonnast;
- käsitletavas valdkonnas tegutseja – vajab valdkonnaspetsiifilist infot, praktilisi näpunäiteid ja käitumisjuhiseid, aga ka selle valdkonna õigusakte ja taustinfot;
- käsitletava valdkonna spetsialist – spetsiifilise huviga inimene, keda huvitab pigem mõni nüanss kui ülevaade.

Võib selguda, et valdkonnal on mitu sihtrühma. Sellisel juhul otsustage, milline neist on peamine, ja lähtuge edasistes valikutes just temast.

#### **Erinevad vajadused ja võimed**

Veebi kasutavad ka erivajadustega inimesed, seetõttu tuleb järgida ligipääsetavuse ja kasutatavuse põhimõtteid. Täpsemalt saab nendega tutvuda ingliskeelsel lehel <http://www.w3.org/WAI/>, suunised veebile ligipääsetavuse kohta on saadaval ka eesti keeles: <http://www.w3.org/Translations/WCAG20-et/>.

Selleks et veebi saaks kasutada võimalikult palju inimesi, mõelge teksti koostades selle peale, kas tekst ja selle juurde kuuluvad elemendid (pildid, videod, lingid)

- on hästi näha kõigile, näiteks ka ekraanilugejaga kasutajatele;
- abistavad kasutajat ja annavad piisavalt infot;
- on arusaadavad.

### 3. VALITSUSASUTUSE VEEBILEHE JA EESTI.EE SISU

*Marge Varma, valitsuse kommunikatsioonibüroo*

***Valitsusasutuse veeb annab infot asutuse eesmärkide ja tegevuse kohta ning informeerib avalikkust asutuse valitsemisala hetketeemadest ja -sündmustest. Riigiportaal eesti.ee koondab avaliku sektori teenused ja info valdkondade kaupa ning muudab nende kasutamise mugavaks.***

Kõige üldisemalt jagunevad avaliku sektori veebitekstid järgmiselt:

- sisuartiklid – valdkonna või teenuse ülevaade, teenuse kasutamise juhised;
- teated – pressiteated, nädalainfo, lühiteated.

#### **Millest koosneb sisuartikkel?**

Veebi kandva osa moodustavad sisuartiklid – ühe või teise valdkonna ja selle alateemade tutvustused.

Tavaliselt valmib valdkonna tutvustus veebi jaoks kas uue veebilehe valmides või uue valdkonna lisandudes.

Sisuartikkel jääb veebi tavaliselt mitmeks aastaks ning seda tuleb korrapäraselt üle vaadata ja uuendada.

Valdkonda või teemat tutvustav sisuartikkel koosneb

- ülevaatest: juhtlõik ja põhilised alateemad;
- taustinfost: näitajad, õigusaktid, rahastamine, Euroopa Liit.

#### **Kuidas alustada uut sisuartiklit?**

Sisuartikli aluseks on olemasolev info, mis tuleb kasutajasõbralikult liigendada ja esitada. Tavaliselt on iga valdkonna kohta olemas alusmaterjalid: õigusaktid, varasemad veebitekstid, brošüürid jm. Arvestama peab nii sihtrühma kui ka asutuse eesmäärke.

- **Vaadake üle valdkonda puutuv materjal** – tekstid, sh sama valdkonna materjalid teiste asutuste veebides, õigusaktid, trükised, pressiteated, info sellega seotud asutuste ja teemade kohta. Nii saate ülevaate valdkonna mahust ja teemadest. Kui materjali on palju, jagage see suuremate teemade kaupa.
- **Selgitage välja sihtrühma vajadused.** Analüüsige statistikat või tehke muud moodi selgeks, millist infot otsib teie sihtrühm selles valdkonnas kõige rohkem. *Tavakodaniku ja käsitletavas valdkonnas tegutseja* puhul on selleks teenused, toetused ja muu praktiline info. *Spetsialisti* huvitavad käimasolevad seaduse- ja määrusemuudatused ja nende selgitused. *Huviline* vajab selget ja lihtsat ülevaadet valdkonna eesmärkidest, põhiprobleemidest ja tegevustest. Pange tähtsuse järjekorras kirja kuni kuus põhilist teemat.
- **Mida te tahate öelda?** Peale kasutajat enim huvitava info võite rõhutada ka seda, mida teie asutus ise valdkonnas kõige olulisemaks peab. Pange kirja kuni kolm peamist sõnumit, mida soovite öelda. Need võivad sihtrühma huvitava infoga kattuda, aga ei pruugi.

Kui valdkond, sihtrühm ja sihtrühma vajadused ning teie enda sõnumid on olemas, saate asuda artiklit koostama.

#### **Kuidas sisuartiklit koostada?**

Kasutajat silmas pidades tuleb avaldada ainult kõige tähtsamat infot. Seega võiks ühe sisuartikli pikkus olla kuni üks-kaks lehekülge ehk 3600 tähemärki koos tühikutega. Kui maht läheb suuremaks, tuleks kaaluda mitme sisuartikli loomist.

### Millest koosneb ülevaade?

Sisuartikli peamine osa on lühiülevaade valdkonnast ning info, mida kasutaja selle kohta kõige rohkem vajab. Ülevaade moodustab artiklist suurema osa ja tähtsaim info peab olema selles hästi esile toodud.

- **Juhtlõik** – paarilauseelises sissejuhatavas juhtlõigus võtke kokku valdkonna olemus: mida reguleerib, keda puudutab, mis on kõige olulisem.
- **Teemad** – sisuartikli põhiosa moodustavad tähtsuse järjekorras esitatud teemad. Nii iga teema sissejuhatus kui ka teema ise tuleks esitada hästi liigendatult ja kergesti mõistetavalt. Kui teema vajab laiemat käsitlust, võib seda jätkata eraldi sisuartiklis. Teemad peaksid mahtuma 2–6 lõiku.
- **Sõnumid** – peale teemade võib sisuartiklis esile tuua kõik selle, mida kasutajal oleks kasulik teada. Näiteks viidata muudatustele valdkonda reguleerivas õiguses või mõnele uuele teenusele. Samuti võib rõhutada sõnumit, mida asutus ise tähtsaks peab ning mis annab valdkonnale konteksti luues lisaväärtust.

### Millest koosneb taustinfo?

Taustinfo abil saab valdkonnast laiema pildi. Sõltuvalt sihtrühma huvist ja vajadusest võivad taustateemad olla käsitletud juba sisuartikli ülevaate osas.

- **Valdkonna näitajad** – pange kirja valdkonda iseloomustavad arvnäitajad või värsked uuringutulemused, mis teema mõistmiseks konteksti annavad.
- **Õigusaktid** – andke lühike ülevaade ja viited, millised õigusaktid valdkonda reguleerivad.
- **Rahastamine** – kirjeldage lühidalt, kuidas valdkonda rahastatakse: osakaal riigieelarvest, Euroopa Liidu raha, kas ja kuidas riik valdkonda toetab, kas toetusi makstakse otse või institutsioonide kaudu.
- **Euroopa Liit / rahvusvahelised suhted** – andke ülevaade valdkonnast rahvusvahelisel tasandil: ajalugu, suundumused.

Kui materjal on koos, asuge seda läbi kirjutama juhiste järgi, mis on toodud järgmises peatükis „Kuidas kirjutada veebiteksti“.

## 4. VEEBITEKST

Aarne Seppel, riigiportaal eesti.ee

**Hea veebitekst on lihtsa ja selge sõnastusega ning selles on järgitud õigekirjareegleid. Kasutaja ei loe veebiteksti järjest, vaid otsib endale vajalikke märksõnu, mille juurest lugemist jätkata. Seetõttu peab tekst olema hästi liigendatud ja sisu kokku võtvate vahepealkirjadega.**

### Veebikasutajal on vähem infot kui teksti koostajal

Kirjutaja teab käsitletavast valdkonnast üldjuhul rohkem kui veebikasutaja ja peab seetõttu paljusid seoseid enesestmõistetavaks. Arvestades veebi laia kasutajaskonda, tuleb tekstid toimetada, et need oleks lihtsalt loetavad ja arusaadavad ka neile, kes käsitletavate valdkondadega kursis ei ole.

### Kas juriidiliselt korrektne termin või rahvakeelne väljend?

Veebikasutaja ei tule veebilehele tekste lugema, vaid oma probleemi lahendama. Peale juriidiliselt korrektsete terminite peavad teksti märksõnades seega kajastuma ka rahvakeelsed väljendid. Infot otsitakse tihti otsingumootorite kaudu ning kasutaja ei pruugi teada termineid. Näiteks ütlevad paljud töövõimetuslehe kohta „sinine leht“ ja sisestavad selle ka otsingumootorisse.

(PILT)

### Kas ohtralt sünonüüme või läbivalt üks termin?

Ilukirjandustekstis räägitakse tihti ühest ja samast asjast mitme sünonüümi kaudu, et tekst igavaks ei muutuks. Asutuse veebiteksti terminikasutus peaks olema selge ja järjepidev. Nii on info otsingumootoritele hästi leitav. See ei tähenda, et kõik laused peaksid olema vormilt ühesugused. Dünaamikat saab teksti tuua nii lauseehitust kui ka muud sõnavalikut varieerides. Näitena võib tuua asendusteenistuse info eesti.ee-s: „asendusteenistus“ on väga levinud otsingusõna ja ka ametlik termin, sellele ei ole otstarbekas otsida sünonüüme.

(PILT)

### Kuidas veebilehel kodaniku poole pöörduda?

Üldjuhul sobib kodanikku kõnetada *teie*-vormis, näiteks: *Reisile minnes võtke kaasa Euroopa ravikindlustuskaart*. Esisuurtähena viisakusvormi *Teie* kasutatakse vaid siis, kui pöördutakse kindla inimese poole, näiteks küsitluses.

### Hea veebitekst vastab õigekirjareeglitele

Asutuse veebitekst on ametlik tekst, mis peab vastama eesti kirjakeele normile. Kirjakeele norm on määratud Eesti Keele Instituudi uusima õigekeelsussõnaraamatuga, Emakeele Seltsi keeleteoimkonna otsustega ning keeleteoimkonnas heaks kiidetud ortograafiareeglistiku, normatiivse käsiraamatu ja grammatikaga.

- Õigekeelsussõnaraamatust saab kontrollida täheortograafiat ning kokku- ja lahkukirjutamist: <http://www.eki.ee/dict/gs/>.
- Suure ja väikese algustähe, kirjavahemärgistuse ja lausestuse kohta leiab näpunäiteid eesti keele käsiraamatust: <http://www.eki.ee/books/ekk09/>.
- Emakeele Seltsi keeleteoimkonna otsused on üleval ka Eesti Keele Instituudi keelenõuande veebilehel, sealtsamast saab nõu kõikvõimalike keeleküsimuste kohta: <http://keeleabi.eki.ee/>.

Õigekeelsusallikate loend on juhendi lõpus.

### Millal kasutada suurt, millal väikest algustähte?

Asutuste registreeritud täisnimed kirjutatakse läbiva suurtähena, näiteks *Eesti Haigekassa*. Vabamas keelekasutuses võib tarvitada ka väiketähte *Eesti haigekassa* ja lühemat nimetust *haigekassa*.

Õigusaktidel, dokumentidel jms on pealkirjad ning neid kirjutatakse esisuurtähena ja jutumärkides, näiteks „*Riigivaraseadus*“, „*Energiamajanduse riiklik arengukava aastani 2020*“. Kui ei ole tarvis pealkirjana vormistada, võib kirjutada ka väikse tähena: *riigivaraseadus, energiamajanduse riiklik arengukava aastani 2020*.

### Hea veebiteksti sõnastus on lihtne ja selge

Vältige kantseliiti ja tarbetut keerulisust. Kantseliit ehk bürokraatlik släng ei tee teksti tähtsamaks. Asutuste veebitekstit põhinevad tihti seadustel ehk nende kirjutamisel on aluseks võetud juriidiline tekst. Sageli koostavad veebitekste needsamad inimesed, kes sõnastavad õigusakte. Kantseliidi kasutamist põhjendatakse pahatihti ametliku tekstiga, mis peabki olema raskepärane. See ei ole õige. Kantseliit pole õigustatud ka juriidilistes tekstides, kuid eriti hoolikalt tuleb jälgida, et kantseliitlikud tarindid veebikasutajani ei jõuaks.

Kantseliidist hoidumiseks tuleb silmas pidada järgmisi põhimõtteid.

- Jälgige lausepikkust. Näiteks teadustekstile on iseloomulikud 20-sõnalised laused, ajalehes soovitatakse aga lause pikkuseks kõige rohkem 10–15 sõna, sellega võiks piirduda ka veebitekstides. 40–50-sõnalise lause puhul kaob lugejal järg käest, näiteks: *Kesksed eesmärgid selleks on seatud Eesti konkurentsivõime kavas „Eesti 2020“, mille järgi on Eestil vaja saavutada tootlikkuse kiire kasv 80 protsendini ELi keskmisest nii suurema kapitalimahukuse kui ka suurema lisandväärtusega toodete ja teenuste kaudu ning taastada majanduskriisi eelne kõrge tööhõive tase 76 protsendini vanuserühmas 20–64.*

Ka osalause (lause teise lause sees) peaks olema mõistliku pikkusega, osalause tavapikkus on 5–7 sõna. Lauseehitus olgu võimalikult lihtne.

- Vältige sisutühje vormeleid, nagu *antud*, *käesolev*, *-põhine*, *-poolne*. Näiteks: *antud dokument* → *see dokument* või lihtsalt *dokument*, *käesolev taotlus* → *see taotlus* või lihtsalt *taotlus*, *veebipõhine küsitlus* → *veebiküsitlus*, *meiepoolne otsus* → *meie otsus*.
- Vältige nimisõnastiili ning sisutühje tegusõnu, nagu *teostama* ja *läbi viima*. Näiteks: *Lõpparuande etteantud tähtjaks mittelaekumisel saadab spetsialist teate.* → *Kui lõpparuanne tähtjaks ei laeku, saadab spetsialist teate. Teostatakse teedeparandustöid.* → *Parandatakse teid. Viidi läbi analüüs.* → *Analüüsiti.*
- Vältige kantseliitlike *lt*-lõpulisid määrsõnu, näiteks: *koheselt* → *kohe*, *esialgselt* → *esialgu*, *õigeaegselt* → *õigel ajal*, *igapäevaselt* → *iga päev*.
- Eelistage isikulist tegumoodi, vältige *poolt*-tarindit. Näiteks: *Nõukogud moodustatakse regionaalse jahindustegevuse korraldamiseks võrdsetel alustel jahipiirkonna kasutajate ja maaomanike esindajatest Keskkonnaameti peadirektori poolt seaduse jõustudes 1. juunist.* → *Keskkonnaameti peadirektor moodustab pärast seda, kui seadus on 1. juunil jõustunud, regionaalse jahindustegevuse korraldamiseks võrdselt nii jahipiirkonna kasutajatest kui ka maaomanike esindajatest koosnevad nõukogud.*
- Eelistage selgesti arusaadavaid sõnu, vältige ähmaseid väljendeid. Näiteks kui jutt on rahast, tulebki kirjutada *raha*, mitte (*rahalised*) *vahendid*, *ressursid* vms. *Negatiivne areng* tähendab enamasti millegi *vähendamist*, *kahanemist*, *langust*. *Tööjõu* või *personali* asemel ei ole vaja kirjutada *inimkapital* või *inimressurs*; *hinnanumbrid* on *hind* ja *kasvunumbrid* kasv.

Neid põhimõtteid võib nimetada ka selge keele põhimõteteks. Pisut teistsuguses sõnastuses ja pikemalt lahti kirjutatuna leiab need Euroopa Komisjoni väljaandest „Kirjuta selgelt“:

[http://ec.europa.eu/translation/writing/clear\\_writing/how\\_to\\_write\\_clearly\\_et.pdf](http://ec.europa.eu/translation/writing/clear_writing/how_to_write_clearly_et.pdf).

Kantseliidi kohta vt ka Egle Pulleritsu brošüüri „Kuidas hoiduda kantseliidist“:

[http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl\\_files.php/kantseliit.indd.pdf](http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl_files.php/kantseliit.indd.pdf).

Abiks on ka „Ametniku soovitusõnastik“: <http://www.eki.ee/dict/ametnik/>.

### Pealkirjas olgu esitatud kõige tähtsam mõte

Pealkiri annab edasi teksti kõige olulisema sõna või mõtte. Hea pealkiri on lühike, vastab teksti sisule ja on üheselt mõistetav. Ta on teksti tähtsaim element, sest lugeja otsustab pealkirja põhjal kogu teksti kasulikkuse üle. Väga praktilist laadi tekstide puhul võib kasutada küsivaid pealkirju (nt „Kuidas taotleda töövõimetushüvitist?“), enamasti aga piisab nominatiivsest pealkirjast („Töövõimetushüvitise taotlemine“).

Pikast ja segasest pealkirjast ei saa lugeja aru. Kumb kõlab selgemalt, kas „Tartu linnale avaldus teatise väljastamiseks tagastatud eluruumi üürnike registris arvel olemise kohta“ või „Teatis tagastatud eluruumi üürnike registris olemise kohta“?

(PILT)



Ka lühike ja sisutu pealkiri on kasutu. „Seadusest tulenevad õigused“ ei ütle midagi, küll aga „Kuidas omandit kaitsta?“.

Hea pealkiri on

- lühike – kuus-seitse sõna;
- sisuline – põhiline on öeldud;
- otsingusõnaga – sisaldab kõige tähtsamat otsingusõna;
- selge – üheselt mõistetav esimesel lugemisel.

### **Juhtlõik annab ülevaate kõige tähtsamast**

Sõltumata žanrist on juhtlõik pealkirja järel tähtsuselt järgmine element. Juhtlõik koos pealkirjaga on tihti ainuke tekstiosa, mida kasutaja järjest loeb. Seetõttu peab juhtlõik andma edasi teksti tähtsaima info või viitama selle tulekule järgnevas tekstis. Ülejäänud teksti loetakse enamasti diagonaalis – otsitakse vajalikuna tunduvaid sõnu ja fraase. Juhtlõik peab olema katkestusteta loetav ja mõistetav. Samas ei tohi see olla liiga lühike, vastasel juhul võib jääda mulje, et alahindate oma lugejat või ei pea ise teksti oluliseks.

**Halb näide:** pikk ja segane juhtlõik koos väheütleva pealkirjaga peletab lugejat ega aita tal küsimustele vastust leida.

(PILT)

**Hea näide:** hea juhtlõik on selge ja konkreetne, sisaldab peamist otsingusõna ning vastust võimalikule küsimusele („Kui suur on sünnitoetus?“).

(PILT)

### **Juhtlõik on**

lühike – 1–2 lauset ja lause ei ole pikem kui 15 sõna;

- tihe – kirjas on kõige olulisem;
- lihtne – kiiresti loetav ja mõistetav.

### **Liigendatud tekstist leiab otsitava info kiiremini**

Pikk tekst peab olema jaotatud loogilistesse osadesse. Liigendatud teksti on lihtsam lugeda ja sealt infot leida.

- **Lõik.** Teksti loetavust nii paberil kui ka veebis aitab tublisti parandada teksti liigendamine lõikudeks. Iga lõik peaks sisaldama teema tähtsaimat otsingusõna. Sisulõigu parim pikkus on kaks kuni neli lauset. Lähtuda tuleb reeglist „üks lõik, üks mõte“.
- **Vahepealkirjad.** Eraldage iga uus teema vahepealkirjaga. Pikemas tekstis aitab vahepealkiri kiiremini otsitava info üles leida. Vahepealkiri täidab tihti ka sisukorra rolli.
- **Loendid.** Loendid tuleks esitada kas number- või täpploendina. **Numberloendit** kasutage, kui info on kindlas loogilises järjekorras, näiteks kui kolmandat tegevust ei saa teha enne esimest või teist või kui esimesena nimetatud on kõige tähtsam. **Täpploendi** korral ei ole järjekord väga tähtis, kuid lugeja abistamiseks on alati hea, kui loend on mingis arusaadavas järjekorras: olgu siis tähtsuse, tähestiku või millegi muu alusel.

Loetelurühmad eraldatakse üksteisest

- o **mitte millegagi**, kui loetelurühma ees on täpid, kriipsud vm mitterumbriline märgistus ning rühmas ei ole enam kui 4–5 sõna;
- o **komaga**, kui loetelurühma ees on suluga numbrid (1), (2), (3) jne), selles ei ole muid kirjavahemärke ning rühmas ei ole enam kui 4–5 sõna;
- o **semikooloniga**, kui loetelurühma ees on suluga numbrid (1), (2), (3) jne), loetelurühm sisaldab mingeid kirjavahemärke (koma, sulg, punkt vm) või on pikem kui 4–5 sõna;
- o **punktiga**, kui loetelurühma ees on punktiga numbrid (1., 2., 3. jne) ja loetelurühma moodustab täislause (või mitu täislauset). NB! Sellisel juhul algab loetelurühm suure tähega.

**Loendi ees olev lauseosa** võib moodustada koos loendiga ühe lause, sel juhul seda osa mingi kirjavahemärgiga ei eraldata ning punkt pannakse viimase loetelurühma lõppu (vt loend siinsamas ülal). Loendil võib olla ka pealkiri, mille lõppu ei panda samuti ühtki kirjavahemärki (vt loend

allpool). Koolon pannakse loendi ees oleva fraasi järele siis, kui see on kokkuvõttev fraas (näiteks *järgmised dokumendid*). Muul juhul on õige punkt.

- **Teemaga seotud info.** Vahel on vaja viidata alg- või lisamaterjalidele, asjasse puutuvatele telefoninumbritele vm teemaga seotud infole, mida alati ei ole hea teksti sisse paigutada. Sisuartiklite juures saab sellise info eraldi esitada.

#### **Võimalikud viidatavad lisamaterjalid**

1. Õigusaktid – viited kehtivatele õigusaktidele Riigi Teatajas, tuleb jälgida, et lingi lõpus oleks *leiaKehtiv*. [screenshot Riigi teatajast]
2. Teemaga seotud teenused – viited teemaga seotud e-teenustele samal veebilehel või sellest väljaspool.
3. Kasulikud lingid – viited teemaga seotud infole teistel veebilehtedel.
4. Teemaga seotud asutused – riigiportaalis viide teabe omanikasutusele, asutuse veebilehel teistele asutustele, kes sama teemaga tegelevad. Ühel artiklil võib olla ka mitu omanikku.
5. Telefoninumbrid – teemaga seotud telefoninumbrid, mis tuleb eraldi esitada, näiteks 112, kasutajatoe number vms.
6. Riiklikud arengukavad – viited teemaga seotud arengukavadele.
7. Uuringud.
8. Statistika.
9. Tariifid.
10. Blanketid.

## 5. PILDID JA VIDEOD

Tiina Rekand, riigiportaal eesti.ee

***Pilt räägib rohkem kui tuhat sõna. Valige oma tekstide juurde pilte, mis illustreerivad teksti või annavad asjakohast infot. Lisage piltidele alati allkirjad, viited autorile ja selgitav tekst, et ka vaegnägijad saaksid teada, mis pildil on.***

### **Kas valida illustratiivne või informatiivne pilt?**

Pildid, videod ja muud illustratsioonid kuuluvad veebi juurde. Iga teksti juurde võib leida pildimaterjali – tihti märgatakse pilti enne, kui hakatakse pealkirja või juhtlõiku lugema. Kui pilt annab lisainfot, nagu näiteks uudise juurde kuuluv samateemaline foto, tuleks seda rohkem esile tõsta. Illustratiivset pilti võib kasutada teksti liigendamiseks, lisades asjakohase pildiallkirja, mis haakub teksti sisuga. Peale allkirja lisage pildile viide autorile või allikale.

Võimalikud pildiallikad:

- tasuta ja tasulised pildipangad, näiteks <http://www.stockvault.net/>;
- asutuste enda pildipangad, näiteks on mitmel ministeeriumil ja omavalitsusel oma pildigalerii;
- temaatiliste fotokonkursside korraldamine, näiteks kasutades teenust <http://www.camorka.com/>.

### **Milliseid pilte kasutada?**

Kasutage kvaliteetseid ja paraja suurusega pilte. Tavaliselt on piltide suuruse ja kasutamise kohta juhiseid veebi stiiliraamatus. Mõelge pildikasutus läbi, veebilehe kasutaja ei peaks juurdlema, mida üks või teine pilt teksti juures tähendab. Väga levinud on ekraanitõmmiste kasutamine veebis olevate juhiste juures. Kasutage neid nii, et selgitatav osa oleks tähistatud või muud moodi esile tõstetud (näiteks lisatud nool või ring vms element).

(PILT, tuleb teha!)

### **Mida võtta video avakaadriks?**

Kui kasutate videot, lisage sellele ka pealkiri ning lühiselgitus. Valige avakaader ehk video avapilt, mis aitab kasutajal otsustada, kas käivitada video või mitte. Avakaader peab andma aimu video ülejäänud sisust.

### **Piltide ja videote tekstiline alternatiiv**

Andke pildil olev info edasi ka tekstiline alternatiiv või mõnel muul viisil. Tekstiline alternatiiv ehk Alt-tekst on üldjuhul sisuhalduses lisatav kirjeldav tekst, mida näidatakse juhul, kui pilt ei ole kättesaadav. Samuti annab see informatsiooni pildist nii otsingumootoritele, kui ka vaegnägijatele. Alternatiivteksti on vaja ka neil, kes kasutavad veebi lugemiseks ekraanilugejat. Alternatiivteksti ülesanne on lühidalt kirjeldada, mis on pildil. Näiteks ei ole hea kasutada Eesti Vabariigi 95. aastapäeva logo alternatiivteksti „EV 95“, vaid kirjeldada pikemalt: „Eesti Vabariigi 95. aastapäevale pühendatud logo“.

Videote juurde kirjutage ka sisukokkuvõtte. Kui võimalik, lisage subtiitrid.

## 6. TABELID JA SKEEMID

Mariliis Kampus, riigiportaali.eesti.ee

**Mahukama ja liigendatava info esitamiseks on veebis kõige õigem kasutada tabeleid. Tabel annab kasutajale infost parema, lihtsama ja selgema ülevaate. Sisu aitavad paremini mõista ka skeemid ja infograafika.**

### Millal panna info tabelisse?

Mõelge tabeli kasutamise peale, kui loetelus või tekstilõikudes on palju samalaadset infot, mis tekstina osutub liiga pikaks. Tabelit ja muud infograafikat kujundades tuleb järgida veebi stiiliraamatut. Tavaliselt on tabelite kujundusmall veebi sisuhaldusteenuses olemas.

Tabeleid on hea kasutada, kui esitate näiteks

- seaduste või määruste tingimusi ja erandeid („kui ..., siis“);
- arvandmeid;
- kategooriaid ja nende kirjeldusi;
- teavet toetuste ja nende taotlemise kohta;
- ajalises järjestuses tegevusi või menetluse etappe juhistega;
- võrdlusi;
- infot, mis on esitatud pika loeteluna;
- teavet, mille lugemist lihtsustaks jaotus etappideks või esitamine tabelina;
- teksti, milles kasutate korduvaid väljendeid (korduv info pange tabeli päisesse).

### Millal esitada info skeemina?

Kui tekstilõigud, sh loetelud, venivad pikaks ja teave on keerulisem, kasutage skeeme. Skeemid annavad info esitamisel suurema vabaduse ning aitavad teemat kiiremini mõista. Kui võimalik, kasutage kujundaja abi.

Skeemiga võite kirjeldada

- protsessi: eri isikute ülesandeid, dokumentide liikumist ja tähtaegu, vastutajaid;
- ülesannete või etappide mahtu, mille osakaalu tervikust saab kujundite suuruse abil visualiseerida;
- osaliste või tegevuste seoseid ja järjestust.

### Mis on hästi tehtud tabeli ja skeemi (ka graafiku, pildi jms) põhitunnused?

LOOGILISUS	
Lugeja peab esimesel pealevaatamisel aru saama, mis infot ja kuidas lugeda.	
TABEL	SKEEM
Tulpadel või ridadel peavad olema pealkirjad. Sisu peab nendega kokku sobima. Kui tabeliga ei õnnestu infot lihtsamini esitada, kasutage liigendatud teksti või tehke skeem.	Skeemi silmates peab tekkima ettekujutus, mis infot sellel on esitatud. Info üleküllus skeemil ei tee seda paremaks. Skeemi või graafikut tehes tuleb vaadata, kuidas see veebiteksti toetab või täiendab.
LIHTSUS JA SELGUS	
Tähelepanu peab olema sisul, mitte kujundusel.	
TABEL	SKEEM
Kasutage tavatekstiga sarnast või lihtsamat kirjastiili. Tabeli ruudustik ja teksti paigutus peab olema ühtlane (üldiselt joondatakse tekst	Pildi või skeemi jooned peavad olema selged. Ärge kasutage kujundusvõtteid, mis tõmbavad sisult tähelepanu eemale (näiteks 3D, varjutamine,

vasakule). Ruudustik võiks olla hele ja tagasihoidlik. Tulpade ja ridade pealkirjad tuleb esile tuua. Värvide ja rasvase kirjaga ei tasu üle pingutada. Lingid ja pildid tabelis on teretulnud, kui need on vajalikud.	liikuvad või vilkuvad märgid). Mõelge, kas ja millal kasutada ruumilisi ja eri suurusega kujundeid.
<b>PARAS SUURUS</b>	
Tabel, skeem vms peab sobima veebilehele ja olema kergesti loetav.	
TABEL	SKEEM
Tabel tehke nii lai, et selle vaatamiseks ei pea hiirega ekraanil edasi-tagasi kerima. Ärge tehke liiga pikka tabelit, selle asemel võiks lisada tekstiga vaheldumisi mitu lühemat tabelit. Jälgige, et tabel sobiks veebilehele liigenduse poolest. Kasutage paraja suurusega kirja, et tabelis olev info mõjule pääseks. Ka tabeli pealkiri ja päis peab olema hõlpsasti loetav.	Skeemi märgid ja tekst märkide peal peavad olema arusaadavad, mitte liiga väiksed. Kui skeemi saab sellel klõpsates suuremaks teha, peab see olema kirjas. Märke või ikoone kasutades kontrollige, et need õigesti töötaks. Katsetage töökaaslastega, kas kõik saavad kujunditest ühtemoodi aru. Ärge kasutage kujundeid vms lihtsalt sellepärast, et need on ilusad.
<b>SEOTUS TEKSTIGA</b>	
Kasutaja silma on lihtne suunata tekstilt tabelile või skeemile, kui sellele on viidatud.	
TABEL	SKEEM
Kui tabel on teksti sees ja see järgneb tekstile loogiliselt, piisab ühest kokkuvõtvast lausest, et sellele viidata. Kui tabel illustreerib pikemat mitmelõigulist teksti (s.o pealkirjaga tabel), tuleb sellele teksti sees sulgudes viidata (vt tabel „Pealkiri“ või vt tabel 3).	Kui skeem on teksti sees (võib ka ilma pealkirjata), piisab ühest kokkuvõtvast lausest, et sellele viidata. Kui kirjeldate tekstis ainult üht osa skeemist või tahate jätkata tekstiga, viidake teksti sees skeemile või diagrammile.
<b>PEALKIRJASTATUS</b>	
Kui tabel või skeem on teksti kõrval, peab tal kindlasti olema kas pealkiri või allkiri.	
TABEL	SKEEM
Pealkiri on kindlasti vajalik, kui tabel on lisamaterjal, mis võtab kokku suure tekstiosa (mitu lõiku). Kui tabel on lühike ja teksti sisse põimitud, ei pea pealkirja panema. Võib lisada allkirja, kus on ka viide allikale. Tulpadel või ridadel peavad alati pealkirjad olema.	Skeemidele ja diagrammidele lisage kindlasti pealkiri või allkiri. Diagrammide puhul linkige allikale, kust statistika võetud on.
<b>SELGITUSTEGA VARUSTATUS</b>	
Värvide, märkide ja erandite märkimise reegleid tuleb selgitada.	
TABEL	SKEEM
Erandeid võib markeerida täрни või muude märkidega, nii et need oleksid hästi märgatavad ja nende funktsioon arusaadav. Märkide ja värvide selgitus peab olema kohe tabeli juures. Ka tasub mõelda, millal võiks kasutada „pluss-miinus“-nupust tabeli koondamist ja info avamist.	Kui värvid ja kujundid on skeemis ilma tekstita ja neist võib mitut moodi aru saada, lisage kindlasti selgitus. Kui on kasutatud teada-tuntud märke, ei pea selgitust lisama. Kasutage ühel veebilehel skeemide koostamisel ühesuguseid märke.

### Millal kasutada diagramme ja graafikud?

Kasutage arvnäitajate ja võrdluste esitamisel diagramme ja graafikuid. Kui skeemidel, graafikutel, pildidel, kujunditel vms saab klõpsata ning selle tulemusel jõuab kasutaja edasi täpsema infoni, siis viidake sellele skeemi vms all. Diagrammid ja graafikud on tavaliselt taustinfo esitamise vahendid.

Kui lisate tabeli, skeemi või muu kujundi pildifailina, lisage kindlasti tekstiline alternatiiv.

## 7. METAINFO

Tiina Rekand, riigiportaal eesti.ee

***Veebiteksti eristab tavatekstist see, et veebitekstis on ka kasutajale nähtamatut teavet ehk metainfot, mille järgi otsingumootorid ja sisuhalduslahendused veebisisu üles leiavad ja kuvavad. Olge metainfo sisestamisel järjekindel, sest selle puudumine võib teie hoolega koostatud veebi teistele nähtamatuks muuta.***

### Mis kasu on metainfost?

Veebiteksti metainfo aitab otsingumootoritel vajaliku teksti üles leida ja kasutajal otsustada, kas otsingutulemusel klõpsata. Veebilehe metainfot kuvavad ka sotsiaalmeediakanalid. Hoolitsege selle eest, et teie veebilehe sisukirjeldus oleks lühike, kuid võimalikult täpne ja ammendav. Veebilehe metainfo on lehe tiitel (*meta title*), sisukirjeldus (*meta description*), märksõnad (*tagging*) ning linkide, piltide ja videote sisukirjeldused ning tekstilised alternatiivid.

- **Lehe tiitlit** kuvavad otsingumootorid leitud lehe pealkirjana. Oluline on lehe üldisele pealkirjale lisada asutuse andmed (kui see ei ole seadistatud automaatseks). Tiitli pikkus on kuni 70 täheruumi (tähemärgid ja tühikud). Kui tiitliinfo on pikem, ei kuvata seda otsingumootori tulemustes täielikult. Kuigi tavaliselt lisavad sisuhaldusmootorid lehe tiitli automaatselt, jälgige siiski, et see oleks võimalikult täpselt ja teaberikkalt sõnastatud – asutuse nimi ei anna kasutajale üldjuhul piisavalt infot, samuti peab igal lehel olema oma tiitel mitte kõigil lehtedel sama.
- **Lehe sisukirjeldus** on osa, mida otsingumootorid kuvavad lehe tiitli all. Igal lehel peab olema unikaalne sisukirjeldus pikkusega 155 täheruumi (tähemärgid ja tühikud). See võib olla ka pikem, kuid siis ei kuva otsingumootorid kõike. Kui sisukirjeldus on lühem või puudub, on selle asemel näha lehe menüüpunktid. Hea sisukirjeldus on nagu teksti juhtlõik, mis annab sisust selges ja lihtsas keeles ülevaate, sisaldab peamisi märksõnu ja aitab lugejal otsustada, kuidas edasi toimida.
- **Märksõnade** lisamine aitab veebilehte otsingumootoritega veelgi paremini leida. Samuti kuvatakse sisu märksõnade järgi teistel veebilehtedel. Märksõnadena võib lisada ka selliseid sõnu, mida kuvatavas tekstis näha pole, kuid mida kasutaja võib tõenäoliselt päringut tehes kasutada. Samad märksõnad ei tohi korduda kõigil lehtedel, sest siis ei saa ei otsingumootor ega kasutaja ikka aru, milline on otsitav leht.
- **Linkide tekstiline alternatiiv** võimaldab hiirega lingi peale minnes näha pikemat selgitust, mis selle taga avaneb. Link on oluline element, mille kaudu kasutaja veebis infot otsib. Seetõttu on väga tähtis nimetada linke sisutäpselt, sest nii aitavad need kasutajal sisus kiirelt orienteeruda. Näiteks ekraanilugejaga veebilehte kuulaval kasutajal ei ole mingit kasu linkidest, mis ei ütle, mis nende taga avaneb. Linkimisel on oluline märkida ära seegi, kas link viib asutuse veebilehelt mõnesse teise veebi või avab mingit tüüpi faili. Viimasel juhul tuleb näidata, mis tüüpi ja kui suure failiga tegu on – kasutaja peab enne teada saama, milliseid ja kui mahukaid faile ta oma arvutis avama hakkab.

Linke tuleb kirjeldada selgelt ja ammendavalt.

Hea näide:  
(PILT)

Halvad näited on „Loe siit“, „Vajuta siia“, „Lisainfo siin“.

## 8. TOIMETAMINE

Aarne Seppel, riigiportaal eesti.ee

**Igal tekstil peab lisaks kirjutajale olema ka toimetaja. Toimetaja eesmärk on kaitsta veebikasutaja huve ehk veenduda, et kasutaja leiab otsitava info tekstist kiiresti ja saab sellest raskusteta aru. Toimetaja ülesanne on teksti vajaduse korral parandada, muuta ja täiendada.**

### Miks toimetada?

Kõigil veebis olevatel tekstidel peab olema omanik, selleks võib olla kas teksti looja või kommunikatsiooniüksuse toimetaja. Veebiteksti omaniku ülesanne on hoolitseda, et sisu oleks alati ajakohane, ning vajadusel tekst arhiveerida või veebist kustutada. Iga tekst vajab aga lisaks autorile ka toimetajat, kelle ülesanne on tagada, et teksti sisu, struktuur ja keel moodustaksid teksti eesmärki täitva terviku.

### Kuidas toimetada?

Enne toimetama asumist tuleb tekst algusest lõpuni läbi lugeda. Esimese lugemise ajal võiks parandada ainult ilmseid tähe- ja kirjavahemärgistusvigu. Pärast läbilugemist peaks olema selge, kas tekst annab kõik olulise edasi ja kas struktuur toetab seda eesmärki. Kui see nii pole, tuleb asuda struktuuri korrastama: tõstke lõike ringi, lühendage teksti või lisage sellesse teavet. Lõike ümber paigutades jälgige, et teksti esialgne mõte kaduma ei läheks. Kui tekst on toimetatud, lugege see veel üks kord läbi, soovitatavalt häälega. Nii leiate üles kohad, kus tekst ei kulge lodusalt.

### Mida toimetada?

Toimetades lähtuge samadest põhimõtetest nagu teksti kirjutamisel (vt ptk 4). Jälgige, et pealkirja ja juhtlõiguga oleks öeldud kõige olulisem, ühes lõigus oleks üks mõte, loendid oleks esitatud loenditena jne. Toimetatud tekst peab jääma stiililt ühtne, suuremaid muudatusi tehes tuleks võimalusel konsulteerida autoriga.

Pöörake kogu teksti toimetamisel tähelepanu järgmistele valdkondadele.

**Õigekiri** – parandage tähevead, jälgige kokku-lahkukirjutamise, suure ja väikese algustähe õigekirja, kontrollige, kas on lisatud kõik vajalikud kirjavahemärgid (komad, koolonid, semikoolonid jne). Mõistlik oleks pikemad ja keerulisemad sõnad silphaaval kõvasti ette lugeda, sest õigekirjakontroll ei aita sugugi kõiki tippimisvigu leida.

**Lausestuse** eksimustest on levinud **rektsioonivead**, nt *põhinema, baseeruma, rajanema – millele?*, aga *tuginema – millele?* Vt ka Sirje Mäearu „Valik rektsioone”:

[http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl\\_files.php/rektsioonid\\_7.indd.pdf](http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl_files.php/rektsioonid_7.indd.pdf)

**Sõna tähenduse vead** – kas sõna kasutatakse õiges tähenduses? Seda saab kontrollida „Eesti õigekeelsussõnaraamatust ÕS 2013“ (<http://portaal.eki.ee/dict/qs/>), „Eesti keele seletavast sõnaraamatust“ (<http://www.eki.ee/dict/ekss/>) ja „Ametniku soovitusõnastikust“ (<http://www.eki.ee/dict/ametnik/>).

**Teksti kopeerimise vead** tekivad siis, kui osa sisu kopeeritakse mõnest varasemast tekstist ega loeta seda uuesti üle. Viga võib olla juba algses tekstis.

**Faktivead** tekivad tavaliselt lohakusest (nt kirjutatakse mõni arv valesti) või teadmatuses. Kõik olulisemad numbrid, nimed ja faktid tuleb alati ka toimetajal üle kontrollida. Faktivead tuleb parandada koos artikli autoriga, sest tal võivad olla teised andmete allikad kui toimetajal, või kui fakt on valesti saanud, siis võib ta ka seda mujal korranud olla.

Toimetamise kohta leiate näpunäiteid Katrin Kerni brošüürist „Nõuandeid toimetajale”:

[http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl\\_files.php/toim\\_9.indd.pdf](http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl_files.php/toim_9.indd.pdf)



## 9. RIIK RÄÄGIB INIMESE HÄÄLEGA

Villu Arak, *General Specifics*

**Sõbraliku sõna juhendis on kümneid näpunäiteid. Ent olukorrad, tekstid, ametkonnad, kirjutajad ja adressaad vajavad tuhandeid väikesi otsuseid. Kuhu juhend ei jõua, seal on kompassiks lihtne mõte: millise hoiaku, tooni ja sõnaga peaks riik kõnetama neid, kellest ma kõige rohkem hoolin – mind ennast, mu vanemaid, elukaaslast, lapsi?**

### Sõna võim

Ma olen enamat kui riigi tahte vahendaja. Ma olen üks neist, kes annavad riigile hääle. Minu riigile.

### Ma kujundan reaalsust

Nii nagu toit mõjutab sööjat või nagu meedia häälestab oma lugejaid-kuulajaid, nii loovad minu sõnastatud tekstid inimestes tunnet, mismoodi Eesti riik neisse suhtub, nagu ka seda, mismoodi nad seda suhtumist riigile tagasi peegeldavad. Minu valitud sõnadesse on kodeeritud riigi suhtumine minusse enesesse, mu lähedastesse, mu võõrastesse. Sõbralikkus tekitab sõbralikkust, selgitamine mõistmist, kaasamine kaasamõtlemit.

### Suhtumine on valik

„Kui arvad, et suudad, või kui arvad, et ei suuda, siis on sul õigus,” ütles Henry Ford. See käib ka heade tekstide kirjutamise kohta. Anonüümsesse eetrisse, abstraktsesse veebi kirjutamine motiveerib teksti lihtsalt kaelast ära saama. Seda enam, et tekstide loomulik seisund on keskpärasus, ent millegi parema loomine nõuab tahtmist. Kirjutan mõttes inimestele, keda ma tunnen ja oluliseks pean.

### Olen julge

Teen tekstides seda, mis on õige. Olen ju üks neist, kes annavad riigile hääle. Kui tundub, et kergem oleks minna ametkondliku inertsi ja lihtsama vastupanu teed, siis küsin, miks ma juba eos alla annan. Kuidas käituks ja kirjutaks minu parim versioon? Kui pähe tuleb mingi vabandus, siis muigan, sest puiklemise kaudu ei räägi mina ise, vaid laisk, keskpäraseks jääda tahtev tekst.

### Olen sõbralik, selgitav ja kaasav

Riigiasutuste veebilehtedele kirjutavad kümned, isegi sajad inimesed. Igaühele meist on sõnad „sõbralikkus”, „avatus”, „selgus”, „kaasavus”, „kantseliit” ja „kirjutamine” mõnevõrra erineva tähendusega. Kultuuri- ja sõjandusvaldkond ei saagi kõlada ühtmoodi. Ent nii kaitseväge kui ka kultuuriministerium on osa samast tervikust, samast ühisest meiest. Mismoodi kirjutab ja kõlab sõbralik, selgitav ja kaasav riik oma rollides? Niimoodi, nagu võiks meeldida inimestele, kellest ma kõige rohkem hoolin.

### Kasutatud kirjandus

- Don't make me think – <http://www.amazon.com/Dont-Make-Me-Think-Usability/dp/0321344758>
- Forms that work – <http://www.amazon.com/Forms-that-Work-Interactive-Technologies/dp/1558607102>
- Kraavi, H. 2011. Kuidas kirjutada veebitekste? Koolitusmaterjal. Euroopa Liidu struktuurifondideprogramm „Infoühiskonna teadlikkuse tõstmine“
- Nielsen, J. 2006. F-Shaped Pattern For Rereading Web Content. <http://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>
- Redish, J. 2007. Letting Go of the Words. Writing Web Content that Works. Morgan Kaufmann Publishers

- Veebide koosvõime raamistik. <http://www.riso.ee/wiki/2010raamistik>
- WCAG 2.0 ligipääsetavuse põhimõtted <http://www.w3.org/TR/WCAG20/>

## **Õigekeelsusallikad ja sõnastusabi**

- Ametniku soovitus sõnastik: <http://www.eki.ee/dict/ametnik/>
- Eesti õigekeelsussõnaraamat ÕS 2013: <http://www.eki.ee/dict/qs/>
- Eesti keele käsiraamat: <http://www.eki.ee/books/ekk09/>
- Eesti keele seletav sõnaraamat: <http://www.eki.ee/dict/ekss/>
- Eesti etümoloogiasõnaraamat: <http://www.eki.ee/dict/ety/>
- Eesti Keele Instituudi keelenõuanne: <http://keeleabi.eki.ee/>
- Euroopa Komisjoni selge keele põhimõtted:  
[http://ec.europa.eu/translation/writing/clear\\_writing/how\\_to\\_write\\_clearly\\_et.pdf](http://ec.europa.eu/translation/writing/clear_writing/how_to_write_clearly_et.pdf)
- Kern, Katrin, „Nõuandeid toimetajale“:  
[http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl\\_files.php/toim\\_9.indd.pdf](http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl_files.php/toim_9.indd.pdf)
- Mäearu, Sirje „Valik rektsioone“:  
[http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl\\_files.php/rektsioonid\\_7.indd.pdf](http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl_files.php/rektsioonid_7.indd.pdf)
- Pullerits, Egle „Kuidas hoiduda kantseliidist“:  
[http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl\\_files.php/kantseliit.indd.pdf](http://engine.koduleht.net/templates/keelehooldekeskus/files/mdl_files.php/kantseliit.indd.pdf)