

Klarspråk.

BULLETIN FRÅN SPRÅKRÅDET NUMMER 2012 | 1

Ska vi twittra?

INGEN MYNDIGHET klarar i dag sitt uppdrag utan en bra, interaktiv webbplats. Men är sociala medier ett forum som statliga myndigheter ska ge sig in på? Jag tror inte att det finns ett kategoriskt svar på den frågan. Det handlar snarare om den aktuella myndighetens behov och ambitionerna man har för kommunikationen.

Arbetsmiljöverkets huvuduppdrag är att verka för en bra arbetsmiljö och för att arbetsolyckor och ohälsa bland de anställda ska minska. Vi informerar om arbetsmiljöfrågor, och vi inspekterar att reglerna följs av arbetsgivarna. Och då är det viktigt att det språk vi använder är klart och begripligt, liksom att vi använder rätt kanal, så att vi når ut med vårt budskap.

Många berörs av vår verksamhet och vi måste hela tiden hitta nya och bättre sätt att kommunicera. Det konkreta arbetet för en bra arbetsmiljö görs ju ute på arbetsplatserna, det är där arbetet om-



sätts i praktiken – av arbetsgivare, skyddsombud och arbetstagarare. Det är dem vi måste nå, och då har sociala medier en viktig funktion. De erbjuder helt nya möjligheter till kommunikation och dialog. Därför har Arbetsmiljöverket valt att vara med på både Facebook och Twitter, och det har bara varit positivt för oss.

Mikael Sjöberg,
generaldirektör, Arbetsmiljöverket

Klarspråk i kontext

I nom myndigheternas klarspraksverksamhet är det oftast de skrivna texterna som står i fokus. Så är det också i boken *Myndigheterna har ordet*, som presenterar färsk forskning om myndigheters kommunikation i skrift. (Läs mer s. 4). Tryckta papperstexter – broschyrer och beslutsbrev – ställs i relation till den typ av texter som ingick i en utvärdering av begriplighet i myndighetstext 2001. Jämförelsen visar bland annat att texterna har blivit längre, och att du-tilltalet nu är så allmänt utbreddt att *du* faktiskt kan vara det mest frekventa ordet i ett beslutsbrev.

Men skrivna texter är inte bara papperstexter. Webbplatserna blir allt viktigare verktyg i myndigheternas kommunikation. Hur sådana kan fungera visas i ett av bokens kapitel, där Linnea Hanell dels beskriver två webbplatser, dels redovisar en mindre enkät där användare fått kommentera webbplatserna. Trots att de som besvarar enkäten är vana webbanvändare visar de viss irritation över att de måste sätta sig in i myndighetens terminologi för att hitta rätt information. Det är inte heller säkert att myndigheternas anpassning till ledigt talspråk hälsas med glädje. Alla gillar exempelvis inte tilltalet i "Vabba på webben". Folk är olika helt enkelt, och utmaningen för myndigheterna är att hitta en framställningsform som passar så många som möjligt.

Boken *Myndigheterna har ordet* behandlar inte bara texter utan också

textproduktion och textmottagande. Textproduktionen vid Försäkringskassan studeras bland annat utifrån frågan om vem som skriver. När beslutsbrev skrivs har mallar av olika slag en central plats, och flera olika yrkeskategorier är inblandade i textproduktionen: specialister på socialförsäkringen, språkspecialister och handläggare. De här tre kategorierna beskriver sig själva i ganska olika utsträckning som inflytelserika i textproduktionen.

Det är ett resultat som ställer klarspraksarbetet inför centrala frågor. Vilka yrkeskategorier ska involveras i språkvärdsprojekt på myndigheter? Och var ska ansvaret läggas för att klarspraksdiskussionen ska hållas levande – hos språkspecialisterna eller

hos alla? Till sist beskrivs några mottagares reaktioner på ett utskick från Skatteverket som gick till nästan 4 miljoner lägenhetsinnehavare under 2010 och 2011. Texten i utskicket kan knappast bli enklare än den är, ändå är det inte alldeles självklart att kommunikationen ska beskrivas som framgångsrik. Varför inte? Läs mer om detta i *Myndigheterna har ordet!*

Catharina Nyström Höög,
professor i svenska och
en av författarna till
Myndigheterna har ordet

● ● "Utmaningen för myndigheterna är att hitta en framställningsform som passar så många som möjligt."



Bild: Robert Nyberg

Svårbegripligt om viktiga faser i livet

● Försäkringskassan fick Klarspråkskristallen 2008 för sina enkla och begripliga beslut. Men FK får ofta kritik för sina texter. Är det regelverket som styr och måste det vara så?



– Tyvärr är regelverket kring socialförsäkringen mycket komplicerat, och det gör det svårt att informera på ett lättbe-

gripligt sätt. Här har jag stora förhoppningar på socialförsäkringsutredningen, som ser över lagstiftningen. Vi själva jobbar hårt med att förenkla det vi råder över.

● Inspektionen för socialförsäkringen (ISF) har bl.a. pekat på att det inte framgår tillräckligt tydligt vilka era skäl är för beslut. Vad gör ni åt det?

– Våra beslut står sig väldigt väl i förvaltningsrätten och det visar att vi i grunden skriver bra. Det hindrar inte att vi kan utveckla förmågan att motivera besluten. Vi försöker nu bättra oss på den punkten, framför allt i särskilt svåra ärenden.

● Vad kan du göra för att öka medborgarnas förtroende för Försäkringskassan?

– Att erbjuda mycket bra tjänster! Det är det bästa sättet att skapa förtroende. En viktig del är att öka myndighetens tillgänglighet. Vi inför fler självbetjäningstjänster på internet, och till hösten kommer man att kunna sköta sina ärenden via mobilen eller Ipad.

*Dan Eliasson, generaldirektör,
Försäkringskassan*

Skrivrådet

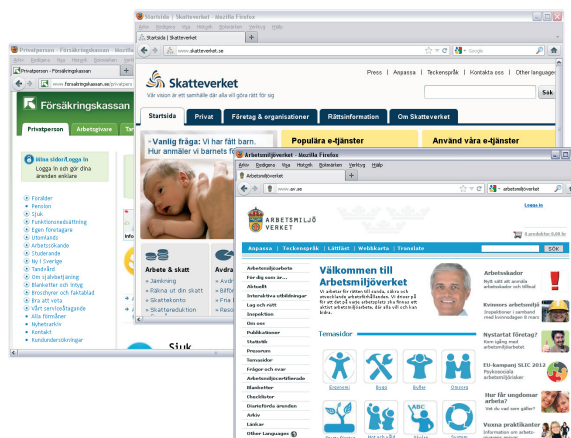
Samma principer men andra villkor för webbtexterna

Textforskningen har på senare tid riktat sin uppmärksamhet mot internet. Också där ska ju språket vara värdat, enkelt och begripligt. Studier har kunnat visa att personer som läser på internet oftare är ute efter specifik information, att de gärna har flera aktiviteter igång samtidigt under olika flikar, och att de lägger ner mindre tid på varje text i jämförelse med hur de läser papperstexter. Vad innebär detta för hur man bör skriva en webbtex och utforma en webbplats?

Till att börja med behöver själva grunderna slås fast. Vi läser olika texter på olika sätt, och i själva verket handlar skillnaden om en enda sak: vad vi ska ha texten till. Vill vi hitta kontaktuppgifter, förstå bakgrunden till ett beslut, sätta oss in i ett synsätt, eller ta reda på hur vi ska montera den nya bokhyllan? Målet med läsningen gör att vi betar oss på olika sätt. Detta gäller digitala texter såväl som tryckta texter, men undersökningar visar att vissa läsmål – och därmed vissa läsbeteenden – är vanligare för webbtexter än för papperstexter.

En person som använder internet för att hitta en specifik upplysning kommer troligen att leta målmedvetet och ganska otåligt. Det innebär att den som skapar en webbplats bör fråga sig vilka specifika upplysningar besökarna kan vara intresserade av. Kontaktuppgifter och öppettider är uppgifter många vill få besked om. Sådana upplysningar bör därför framgå på alla sidor på webbplatsen.

Olika besökare kommer att bete sig på olika sätt när de söker information på webbplatsen. Vissa kommer in på webbplatsen via Google, och passerar aldrig startsidan. Vissa tar varje chans att klicka på genvägar, medan andra hellre utnyttjar webbplatsens menyer. En del vill gärna använda webbplatsens sökfunktion. Alla dessa besökare



kan vara ute efter samma information, så det är viktigt att se till att det går att nå webbplatsens sidor på olika sätt.

Vissa klarspråksprinciper är särskilt viktiga för webbtexter. För den otåliga läsaren är rubriker och inledningar outhärliga. Med hjälp av dem kan läsaren snabbt få en uppfattning om innehållet. Då gäller det att de är informativa och varken lovar för mycket eller för lite.

I grund och botten är dock inte webbtexter så olika andra texter. Precis som för alla andra texter handlar det helt enkelt om att fundera över vad mottagaren kan vilja ha texten till, och att anpassa texten efter det. Lättare sagt än gjort?

*Linnea Hanell,
doktorand i svenska
vid Stockholms universitet*

Skatteverket vill göra det lätt att göra rätt

● ● SKATTEVERKET'S VISION är ett samhälle där alla vill göra rätt för sig. Visionen ska genomsyra allt vi gör. Det är en vision som förpliktar och som för vår del innebär att vi inte i första hand ska vara en kontrollinstans utan vi ska ge god service till medborgarna, och det gör vi genom att tillhandahålla begriplig information men också genom ett vänligt bemötande. Vi ska också se till att det är enkelt rent praktiskt att göra rätt. Och då är tekniken till stor hjälp.

E-tjänster, appar ...

Skatteverket använder teknik till mycket. Mest känd är kanske möjligheten att deklarerat elektroniskt, som fyller tio år i år. Tjänsten har utvecklats successivt under åren. Det senaste tillskottet är en mobilapp som gör det möjligt att deklarerat i telefonen. På skatteverket.se finns många andra e-tjänster, t.ex. för att anmäla flyttning eller beställa personbevis, och företagare kan redovisa moms och arbetsgivaravgifter, begära utbetalning för husarbete med mera.

Fördelarna med tekniska lösningar är många. De sparar oftast tid för användaren. De ökar också säkerheten, genom automatiska kontroller av t.ex. uträkningar. Det minskar risken för fel, vilket minskar arbetsbördan för Skatteverkets handläggare. I slutändan gynnar det samhällsekonomin och oss alla.

Med hjälp av teknik kan också informationen på skatteverket.se göras lätt att nå via olika sökfunktioner. Vi undersöker regelbundet vilka sökord de som hamnat på vår webbplats har använt. Det säger mycket om vad som är mest angeläget under olika perioder. Att studera vilka sökord som används



i webbplatsens egen sökfunktion ger annan viktig information. Exempelvis görs många fruktlösa försök att hitta taxeringskalendern på skatteverket.se, men den finns inte hos Skatteverket. Vi har dock en hänvisning om var man kan skaffa den – som den servicemyndighet vi vill vara.

Vi studerar också hur människor rör sig på vår webbplats. Dessutom uppmannas ett slumpurval av besökarna att svara på en enkät. Sammantaget ger det en god bild av hur väl webbplatsen lyckas uppfylla människors behov.

... och om vikten av att be om kvitto

Teknik kan också användas för att skapa indirekta positiva effekter, genom stilmiddel som roar och väcker känslor. Ett exempel är den film som är en del av Skatteverkets kampanj för att begära kvitto som ett sätt att minska orättvis konkurrens och motverka skattefusk. Filmen har laddats ned mer än 250 000 gånger. Ta gärna en titt på den på skatteverket.se/kvitto eller genom att med hjälp av din mobiltelefon skanna QR-koden ovan.

*Camilla Lindholm,
Skatteverkets kommunikationsstab*

Språkfrågan

Språket i sociala medier

I dag utnyttjar många myndigheter sociala medier. Liksom i all annan kommunikation ska man där ta hänsyn till språklagen. E-delegationen påpekar i sina riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier att språket i offentlig verksamhet ska vara värdat, enkelt och begripligt. Man lyfter även fram att "hänsyn bör tas till dem som inte behärskar språket väl". Riktlinjerna berör dock inte flerspråkig information mer ingående och tar inte heller upp lagen om minoriteter och minoritetsspråk. Varje myndighet som använder sig av sociala medier bör dock beakta flerspråkighets- och tillgänglighetsaspekterna.

Ett socialt medium definieras i Kungliga bibliotekets termlista som en "mötesplats på internet där innehållet skapas av användarna och vars syfte är att skapa, upprätthålla och utveckla kontakter och relationer genom informationsutbyte". Till de sociala medierna räknas alltså inte bara Twitter och Facebook, utan även Youtube, Wikipedia och bloggar med kommentarsmöjligheter. Hela definitionen finns på rikstermbanken.se.

Förhoppningsvis är det självklart för myndigheter att behandla sitt språk i sociala medier som i vilket medium som helst: det ska vara klart och begripligt. Oavsett om det gäller myndighetens sida på Facebook, Youtube, Twitter eller Flickr eller kommentarsfältet i en blogg.

Anna Antonsson

Läs mer: edelegationen.se

Notiser

Färsk forskning om klarspråk – Myndigheterna har ordet

Vad vet vi om dagens myndighetstexter? Är de svåra eller lätta att läsa och förstå? Vad tycker läsarna? Och hur går skribarbetet till på myndigheter?

Myndigheterna har ordet – om kommunikation i skrift är titeln på en forskningsrapport om dagens myndighetstexter, som ges ut i Språkrådets småskriftserie. I boken, som kommer ut i april 2012 (Norstedts), presenteras undersökningar av texter och av skrivande. Läs mer om boken i artiklarna på s. 1 och 2.

Boken vänder sig främst till skribenter hos myndigheter, kommuner och andra offentliga organ men också till språkforskare och andra som ur ett vetenskapligt perspektiv är intresserade av myndigheters kommunikation.

Författare är Catharina Nyström Höög, professor i svenska vid Högskolan Dalarna, och språkforskarna Hedda Söderlundh och Marie Sörlin. Även Linnea Hanell, doktorand i svenska, har medverkat.



Kurs i att skriva föreskrifter

TILLVÄXTVERKET ANORDNAR kurser för myndigheter i att skriva föreskrifter. Kurserna vänder sig till alla som arbetar med att skriva föreskrifter på en myndighet. Ur innehållet: om regler som styr utformningen av föreskrifter, för vem föreskrifter skrivs och varför, vad en konsekvensut-

redning ska innehålla och hur föreskrifter publiceras och följs upp. Kurserna tar även upp hur man skriver föreskrifter och gör dem tydliga.

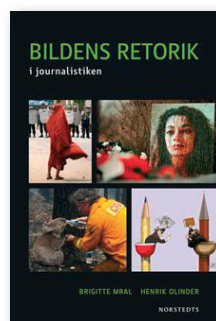
Sista kurstillfället i vår: 26–27 april 2012. För mer information: tillvaxtverket.se.

Bildens retorik i journalistiken

BILDEN ÄR ETT AV retorikens viktigaste redskap – det är temat för boken *Bildens retorik i journalistiken* (Norstedts 2011).

Retorik beskrivs ofta som ”konsten att övertyga” med ord och talekonst, men bilder kan vara än mer effektiva. Bilder talar direkt till våra känslor och fastnar i vårt minne. Syftet med boken är att ge grundläggande kunskaper och öka medvetenheten om bilders budskap, deras effekter och hur de kan analyseras med hjälp av retoriken. I boken visas hur bildjournalistiken kan användas för att styra våra uppfattningar – speciellt vid kriser och konflikter – och få oss att ta ställning och gå till handling.

Boken, som är rikligt försedd med bilder i fyrfärg, är skriven av Brigitte Mral, professor i retorik, och Henrik Olinder, Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.



Bästa språktipsen

DET NYSTARTADE förlaget Producta har gett ut sin första bok, *Bästa språktipsen*, skriven av en grupp språkkonsulter. Många vanliga språkfrågor och språkriktighetsfrågor diskuteras. Boken innehåller också korta artiklar om hur vi läser, hur man gör för att övertyga sina läsare, hur man

anpassar en text till olika genrer m.m. I flera artiklar ges konkreta råd för att göra texter bättre, roligare och mer stringenta. Mer information: producta.se

Ur kalendariet

Dags att anmäla sig till Språkrådsdagen!

- 3 maj 2012: *Språkrådsdagen*, Språkrådets årliga konferens med kristallprisutdelning. Det blir intressanta föreläsningar, nyheter inom språkpolitik och språkforskning och utdelning av tre priser: Klarspråkskristallen, Minoritetspråkspriset och Erik Wellanders pris. Program och formulär för anmälan hittar du på sprakradet.se.
- 21–23 maj 2012: Clarity, internationell klarspråkskonferens, i Washington, USA. Mer information: <https://sites.google.com/site/claritydc2012/>
- 1–2 juni 2012: Föreningen Språkrådgivning och textvård arrangerar tillsammans med Linnéuniversitetet en konferens på temat ”Textvård i yrkeslivet”. Mer information: lnu.se/om-lnu/konferenser/textvard-i-yrkeslivet-1-2-juni



Klarspråk.

Ett informationsblad från Språkrådet, Institutet för språk och folkminnen. Box 20057, 104 60 Stockholm
Ansvarig utgivare: Lena Ekberg
Redaktör: Eva Olovsson
Tfn (växel): 08-442 42 00
Fax: 08-640 80 30
E-post: klarsprak@sprakradet.se
Webbplats: www.sprakradet.se
Tryck: Katarina tryck AB.

INSTITUTET FÖR SPRÅK OCH FOLKMINNEN
Språkrådet