

Klarspråk.

BULLETIN FRÅN SPRÅKRÅDET NUMMER 2014 | 1

Det dunkelt sagda är det tydligt tänkta

ett tillfälle av klarsyn förklarade Göran Persson för mig att den högsta politiska konsten var att försöka få det luddiga och oklara att verka fast och bestämt. En politiker behöver utgångar för att ändra sig om verkligheten förändras eller förhandlingarna inte går i lös.

Det finns några väldigt tydliga trick.

”Om budgetläget så tillåter” är en liten lurig undantagsformulering som slår ut alla löften. Något kan i förstone se ut som ett riktigt bra vallöfte, men det gäller inte förrän budgetläget tillåter. Och det vet man aldrig så noga när det kan bli. Löftet lyser i neonskrift, undantaget finns i en fotnot. Inte så lätt för den stackars väljaren.

Se upp inför valrörelsen. Akta er för löften om att man ska ”titta på något”. Eller för påståenden om att något är intressant eller viktigt. Läs inte in egna tolkningar som bygger på förhoppningar.

Mästerskapet innehas av de Gaulle. På torget i Alger, när den franska militären i praktiken nästan begått en statskupp framträder Generalen. Stridsvagnarna är framkörda, ska militären fullfölja? Till soldaternas jubel förklarar de Gaulle att ”jag har förstått er”. Militären tolkar det på sitt sätt och drar sig tillbaka. Men generalen hade förstått det på sitt sätt, återtog makten och straffade kuppmakarna.

Det är inte alltid man förstått, när man tror sig ha förstått.

Erik Fichtelius,
vd för Utbildningsradion (UR)



Med synlighet som ledstjärna

Varför ska en myndighet kommunicera? Tre ganska givna svar är att kommunikationsarbetet ska bidra till effektivitet, rättssäkerhet och demokrati. Därför är det inte så förvånande att 82 procent av förvaltningsmyndigheterna menar att deras kommunikation ska bidra till att man når sina mål och att kommunikationsarbetet ska vara välordnat, planerat och strategiskt. Inte heller är det så konstigt att 65 procent lyfter fram att man vill stödja samhällets demokratiska processer med sin kommunikation. Mer förvånande är det däremot att det absolut vanligaste argumentet – som används av 85 procent – är att myndigheter med sitt kommunikationsarbete ska göra organisationen synlig, påverka hur man uppfattas och skapa ett positivt anseende.

Till stor del drivs alltså myndigheters kommunikationsarbete av en strävan efter att nå ut med sina budskap för att på så vis stärka varumärket. Ibland motiverar man det med att det underlättar för myndigheten att genomföra sina uppdrag. En välkänd myndighet antas ha större möjligheter att bl.a. driva igenom beslut, påverka människor och rekrytera personal. I många sammanhang är dock kopplingen till verksamheten mindre tydlig. I dessa är synlighet något som ges ett värde i sig själv, något man söker för att bekräfta sin existens och på så vis skapa en bild av betydelse, allt enligt devisen ”Syns vi inte, finns vi inte”.

Att en alltför stor fokusering på att få uppmärksamhet – eller undvika uppmärksamhet i de fall den är av fel sort – innebär stora risker är uppenbart. I flera fall har myndighetsledningarna uppmanat anställda att inte ”läcka” till medierna trots att meddelarfrihet är grundlagsskyddad.



Bild: Robert Nyberg

I andra fall har policydokument tagits fram som explicit anger att de anställda ska ställa sig bakom fattade beslut. Det förekommer också att innehållet i rapporter justeras och läggs till rätta för att skapa uppmärksamhet i medierna. I samtliga fall är drivkraften att omvärldens uppfattningar om myndigheten är överordnad andra värden. I förlängningen innebär därför synlighetsjakten att det uppstår osäkerhet om vad vi kan kräva och förvänta oss av myndigheter. Dessutom gör fokuseringen på synlighet att vissa saker tenderar att lyftas fram och andra undanhållas. Detta gör att vi får svårt att avgöra på vilka grunder myndigheternas verksamheter ska utvärderas och bedömas.

Magnus Fredriksson, docent i medie- och kommunikationsvetenskap,
Göteborgs universitet och
Josef Pallas, docent i företagsekonomi,
Uppsala universitet

Se vidare rapporten ”Med synlighet som ledstjärna”, uu.diva-portal.org.

Konsten att övertyga

●● Det är inte bara den som skriver debattartiklar som har nytta av att kunna skriva argumenterande. Många av våra texter handlar om att presentera ett beslutsunderlag, ett förslag eller en rekommendation. För att kunna övertyga läsaren måste vi bena ut argumenten och presentera dem tydligt och överskådligt.

Utgå från dina läsare

Vad vill du att läsaren ska känna, tänka eller göra? Vad behöver du ta reda på för att hitta rätt argument? Tänk igenom ditt syfte och situationen så att du kan anpassa din text till läsaren.

Skapa trovärdighet

Var noga med innehåll, bakgrund och fakta. Lyft fram motargument och bemöt dem ärligt och nyanserat. Visa omsorg om dina läsare genom att skriva klarspråk och disponera texten överskådligt.

Konkretisera och levandegör

Vi vet att människor inte fattar beslut enbart med hjälp av logik och förnuft, utan också utifrån sina känslor. En skribent som är väl insatt i ämnet och visar genuint intresse för sakfrågan skapar inlevelse och engagemang hos läsaren. Konkretisera din text genom

att använda exempel som mottagaren kan relatera till.

Steg för steg

1. Vem ska läsa texten?

Tänk igenom vem du riktar dig till: bakgrund, kunskap om ämnet, åsikter i frågan.

2. Formulera en tes.

Vad vill du övertyga läsaren om? Var tydlig och konkret. Det är viktigt att hålla sig till *en* tes. Försöker man argumentera för flera saker samtidigt blir det rörigt.

3. Lista dina argument för tesen.

Hur kan du stödja dessa med fakta och exempel? Välj ut de starkaste argumenten.

4. Vad talar emot din tes?

Lista argumenten mot tesen – och fundera på hur du kan bemöta dessa.

5. Gör en överskådlig struktur.

Inledning: Några ord om syftet med din text. Här ska tesen framgå tydligt och klart.

Bakgrund: Förklara situationen så att läsaren förstår att det behövs en förändring, ett nytt sätt att se på saken, en utveckling.



Fotograf: Bodil Bergman Hughes

Tes: Upprepa budskapet, kort och koncist.

Argument: Använd argumenten för att belysa och stödja din tes på olika sätt. Konkretisera med exempel och belys vid behov med siffror och andra fakta. Ta också upp eventuella motargument och bemöt dessa. Ofta passar det bra att börja med motargumenten och bemöta dem innan man presenterar sina huvudargument.

Avslutning: Sammanfatta genom att påminna om budskapet och ett eller två av de starkaste argumenten.

6. Se över språket och se till att texten är överskådlig och indelad i logiska stycken. Använd gärna underrubriker som lyfter fram dina argument.

Gunilla Granbom, språkkonsult

Varför är retorik så populärt i dag?

●● Att intresset för retorik länge har varit stort beror antagligen på att vi i dagens starkt medialiserade värld kan ta del av kommunikation på ett enkelt sätt och att vi även uppmuntras att interagera. Vi kommer närmare den som talar och ställer oss frågor om hur en god kommunikation kan se ut och varför. Kanske finns det också ett behov av att förbättra den egna kommunikationsförmågan.

● När någon politiker, koncernchef eller vd uttalar sig brukar retorikexperter kallas in för att bedöma det som sägs. Vad är det ni bedömer?

Bedömningen är lite olika beroende på vilken typ av uttalande som ska analyseras. Infallsvinkeln kan skifta beroende på talsituationen. Det är stor skillnad på att tala i blåsveder och att hålla ett föreberett anförande i en lugn miljö. Generellt är det samspelet mellan personens karaktär, budskapet och kontexten som är mest givande och intressant att analysera, dvs. vad en person gör utifrån de förutsättningar som gäller.

● Hur kan man använda retorik i det dagliga arbetet?

Retoriken kan användas på många sätt. Själv tänker jag enligt de retoriska principerna och med utgångspunkt från diverse retoriska begrepp när jag ska skriva artiklar. Och självklart när jag ska hålla föredrag eller föreläsningar. Retoriken kan också vara till stor hjälp för att analysera och därmed lösa olika problem som dyker upp i vardagen.

Annika Ström,
professor i retorik vid Södertörns högskola



Ny modell för köp av översättningar

● ● Priserna i översättningsbranschen har länge pressats och blivit allt lägre. Visserligen har tekniska framsteg medfört effektivitetsvinster, men översättning är och förblir en verksamhet som tar tid, inte minst när det är fråga om översättningar som kräver både avancerade sakkunskaper och stilistisk bearbetning. Den tid som en översättare kan lägga ner på arbetet påverkar i hög grad kvaliteten



på resultatet. Och översättaren måste få betalt för sin tid.

Enligt lagen om offentlig upphandling ska myndigheter "anta det anbud som är det ekonomiskt mest fördelaktiga". Med tiden har insikten vuxit fram att "ekonomiskt mest fördelaktig" inte är liktydigt med "billigast". En översättning som inte håller önskad kvalitet kräver ofta omfattande efterarbete, vilket ju också är en kostnad. I värsta fall kan översättningen inte användas och då är pengarna bortkastade.

Fast pris och kvalitetsbedömning

Vi i Regeringskansliet ville komma bort från "lägsta pris"-modellen och i stället fokusera på kvalitet vid upphandling av översättningstjänster. Vår modell består av: ett fast pris, där

endast kvalitet är avgörande för rangordningen, och en mekanism för förnyad utvärdering med möjlighet till ändringar i rangordningen.

Vi bestämde alltså ett fast pris som vi bedömde skulle motsvara en rimlig ersättning till en kvalificerad översättare. Anbudsgivarna fick utse en översättare som de skulle använda för uppdrag från oss och lämna in cv och arbetsprov för den personen. De som godkändes fick göra en provöversättning och en granskning av en översättning. Proven avidentifierades och bedömdes enligt en rad kriterier. De översättare som fick högst poäng inom olika delområden erbjöds att ingå avtal med oss. Inom varje delområde antogs flera leverantörer som rangordnades.

För att öka sannolikheten att leverantörerna bibehåller den begärda kvaliteten har vi dess-

utom infört en mekanism för förnyad utvärdering. Levererade översättningar kommer att bedömas och poängsättas, med möjlighet för leverantörerna att stiga eller falla i rangordningen.

Det återstår att se om resultatet motsvarar våra förväntningar men vi tror och hoppas att vi med vår modell för upphandling har flyttat fokus från pris till kvalitet. Att arbeta som översättare eller granskare är ett kvalificerat arbete, som måste få ta den tid som behövs och som kräver kompetenta yrkesutövare som får skälig ersättning för sitt arbete.

Timothy Chamberlain, chef för språktjänsten vid Utrikesdepartementets kommunikationsenhet

Språkfrågan

eHälsomyndigheten eller E-hälsomyndigheten?

Apotekens Service AB har blivit myndighet med uppdrag att bl.a. sammanställa läkemedelsstatistik och lagra och förmedla elektroniska recept.

Myndighetens namn är formellt *E-Hälsomyndigheten* men själv använder myndigheten formen *eHälsomyndigheten*. Men hur bör man egentligen skriva?

Namn behandlas på samma sätt som vanliga språkliga uttryck. Det normala vore därför att skriva *E-hälsomyndigheten*: namn har stor begynnelsebokstav, även när det inleds med en förkortning; sammansättningar med förkortningar skrivs med bindestreck, som i *e-post*; och bara det första ordleddet skrivs med stor bokstav.

En namnform som *eHälsomyndigheten* kommer mest att bli ett praktiskt problem, och namnet kommer att skrivas på olika sätt av olika aktörer. Vi rekommenderar därför i första hand just *E-hälsomyndigheten*.

En helt annan aspekt rör begripligheten, och möjligen lämpligheten, i namnet. Förkortningen *e* för 'elektronisk' har en mycket allmän och oprecis innebörd. Dessutom kan man ifrågasätta relevansen av det när det mesta i dag redan sker på elektronisk väg. Man bör följaktligen vara mycket sparsam med att bilda organisationsnamn med *e*, i synnerhet som myndighet.

Ola Karlsson



Notiser

Klarspråksombudsman föreslås i Finland

ETT HANDLINGSPROGRAM för bättre myndighetsspråk i Finland presenterades i slutet av januari. Ett mål är att det ska produceras färre och kortare texter, och att texterna ska vara begripliga för mottagaren. Man rekommenderar att varje myndighet utser en klarspråksansvarig och en grupp som ska utveckla myndighetsspråket.

Andra förslag är att alla som arbetar i den offentliga förvaltningen ska få utbildning i att skriva och få klara språkliga anvisningar. Viktigt är också att kvaliteten på texterna utvärderas.

Dessutom föreslås en ny tjänst som klarspråksombudsman. Klarspråksombudsmannen ska bland annat följa upp klarspråksarbetet på myndigheterna, främja samarbete mellan myndigheter, utveckla gemensamma hjälpmedel och samla in och producera information om myndighetsspråket. Om klarspråksombudsmannen inrättas blir det den första i sitt slag i världen.

Läs hela programmet: *Klart myndighetsspråk – ett handlingsprogram* på www.minedu.fi



Handbok i retorik

RETORIK ÄR INTE konsten att tala – det är konsten att få andra att lyssna. Retorikkonsulten Elaine Eksvärd presenterar i sin utökade och reviderade *Snacka snyggt* (Norstedts 2014) hur det går till.

Det är en modern handbok i retorik som lär ut hur man blir populär på tre minuter, hur man genomskådar andras retoriska knep och hur man påverkar reptilhjärnan genom att klä sig i rätt färger. Andra användbara kapitel handlar om konsten att övertyga – argumentationsteknik, om presentationsteknik”du är

verktyget – inte din Powerpoint” och om modern förhandlingsteknik.

Pengar pratar

I *Money talks* (Morfem 2013) ger Lars Melin, docent i svenska, en underhållande bild av dagens ekonomiska modeord, hämtade från aktiemarknadsjargong, kristerminologi och managementfloskler.

I *Money talks* får vi bl.a. veta vad aktierådgivarna egentligen menar, hur politiker pratar pengar, hur man pratar bort ett dåligt resultat eller pratar upp en aktiekurs, varför de flesta företag heter så konstigt, vilka som är de senaste modeorden och vilka som kan uppfattas som floskler. Det är ord som *räntegap*, *cash flow* och förkortningar som *LTRO* (long-term refinancing operation). Melin ger inga direkta råd om lämpligt och olämpligt språk utan reflekterar bara över de ekonomiska modeorden.



Samlade språkspalter

DET BÖR HETA *fotbollsförbundet*, inte *fotbollförbundet*, inget språk har så många *det* som svenskan, och subjektregeln finns

inte. Normmän gillar engelska lånord mer än danskar och svenskar gör, rektorer har ofta enspråkighetsfördomar, svenska barn argumenterar mer vid middagsbordet än finska, och utan Selma Lagerlöf hade vi kanske dröjt med att förenkla verböjningen.

Olle Josephson, professor i svenska och tidigare chef för Språkrådet, har samlat ett urval av de språkspalter han skriver för Svenska Dagbladet i *Mitt i svenskan* (CKM förlag 2013). Det handlar om allt från språkvård,

språkpolitik och språkliga nyheter till språkperspektiv på vardagsliv och samtid.

Att skriva författningar

Gröna boken. Riktlinjer för författningsskrivande. Ds 2014:1, Statsrådsberedningen, utkommer i ny uppdaterad upplaga under februari. *Gröna boken* riktar sig i första hand till dem som skriver författningar. Här finns riktlinjer för såväl författningsteknik som redaktionell och språklig utformning. Boken finns som pdf på www.regeringen.se/publikationer

Studentuppsatser

- *För vårt lands bästa – Hur klarspråk motiveras i Sverige respektive Mexiko*, av Laura Betné, Uppsala universitet.
 - *Klarspråkets effekter för myndighetsspråk. En studie av utformning och effekter av ett autentiskt klarspråksarbete*, av Olof Petersson, Uppsala universitet.
- Laddas ner här: uu.diva-portal.org.

Ur kalendariet

- **8 maj: Språkrådsdagen.** Språkrådets årliga konferens med utdelning av Klarspråkskristallen
- **12–14 november Clarity**, internationell klarspråkskonferens, i Antwerpen, Belgien.

Klarspråk.

Ett informationsblad från Språkrådet, Institutet för språk och folkminnen.
Box 20057, 104 60 Stockholm
Ansvarig utgivare: Ann Cederberg
Redaktör: Eva Olovsson
Tfn (växel): 08-442 42 00
E-post: klarsprak@sprakradet.se
Webbplats: www.sprakradet.se
facebook.com/sprakradet
twitter.com/sprakradgivning
Tryck: Lenanders Grafiska AB.