

Klarspråk.

BULLETIN FRÅN SPRÅKRÅDET NUMMER 2020|2

Vinnare av Klarspråkskristallen 2020:

Uthållighet och engagemang viktigast

På konsument- och medborgarservice i Göteborgs Stad har vi ett aktivt klarspråksarbete sedan 2017. Det innefattar bland annat obligatorisk grundutbildning för alla medarbetare och riktade insatser till särskilda grupper. Förutom det interna arbetet så utbildar vi också stadens webbredaktörer, som publicerar innehåll på goteborg.se.

Många av våra medarbetare har direktkontakt med medborgare varje dag. Både per telefon, vid besök och skriftligt i olika kanaler. En vanlig upplevelse hos medarbetarna är att den skriftliga kommunikationen är svårast, och att språket ofta blir mer byråkratiskt där.



Konsument- och medborgarservice i Göteborgs Stad höll en prisceremoni på distans. Foto: Andrea Utbult.

På våra grundutbildningar får alla möjlighet att samtala om klarspråk, lära sig grundläggande principer, öva på olika typer av texter och reflektera tillsammans. Efter utbildningen får alla ett diplom med klarspråkstips att sätta upp vid sitt skrivbord.

Kommunikationsavdelningen har dessutom utvecklat en egen metod som kallas e-postcoaching, där vi tar stickprover på mejlsvar och analyserar dem enligt nio olika principer. Sedan återkopplar vi till arbetsgruppen i en workshop.

För att säkerställa att de politiska beslutsunderlagen är begripliga är klarspråksgranskning numera också en del i nämndprocessen. Om politikerna ska kunna fatta välgrundade beslut måste våra tjänsteutlåtanden och underlag vara skrivna på ett sätt som är tillgängligt för alla.

Klarspråk är ju ytterst en fråga om demokrati. För att Göteborgs Stads målgrupper ska kunna ta del av och påverka stadens tjänster och service måste de förstå vilka tjänsterna är.

Vikten av ett enkelt och begripligt språk måste genomsyra allt arbete vi gör varje dag. Klarspråk kan aldrig vara ett

Forts. på sidan 2

Viktigt! Anmäl din e-postadress för att fortsätta läsa Klarspråk

Det här numret av Klarspråk blir det sista som trycks. I fortsättningen kommer vi bara att ge ut Klarspråk i digital form, som artiklar på webben och som en pdf-fil.

För att fortsätta prenumerera måste du därför anmäla din e-postadress. Det här gäller *alla* prenumeranter, även dig som redan är prenumerant på den digitala utgåvan. Vi behöver samtidigt begära ditt samtycke till att vi lagrar e-postadressen, enligt dataskyddsförordningen GDPR.

Hur går det då till? Det är väldigt enkelt – gör så här:

1. **Gå in** på *Klarspråks* startsida på webben: www.isof.se/bulletinen
2. **Fyll i** din e-postadress under "Prenumerera på Klarspråk" och klicka på OK.
3. **Klicka** på länken som du får i mejlet för att godkänna att vi lagrar din e-postadress.
4. **Klart!** Nu är prenumerationen aktiverad och du kommer att få ett mejl när vi publicerar ett nytt nummer.

Om du *inte* vill fortsätta läsa Klarspråk behöver du inte göra någonting.

Det finns flera anledningar till att vi

övergår till en helt digital tidning. Ett skäl är att kostnaderna för postutskick har ökat väldigt mycket. Ett annat skäl är miljön. Ett tredje skäl är att vår myndighet Isoref har antagit en strategi om att i första hand publicera publikationer digitalt.

Har du frågor om förändringen? Mejla mig på klarsprak@isof.se.

Temat för det här numret är nya metoder och nya kanaler för klarspråksarbete, som vi ger flera exempel på. Mycket nöje!

*Gabriella Sandström,
redaktör*

Kommunicera begripligt och tillgängligt i kriser



Under coronapandemin har kravet på myndigheter att kommunicera begripligt blivit extra tydligt. Viktig samhällsinformation måste nå ut till *alla* människor, oavsett deras förutsättningar.

Här är några praktiska råd om översättningar och tillgänglighet:

Följ klarspråksprinciperna oavsett vilket språk som används. Det innebär bland annat att ha ett relevant innehåll, en genomtänkt disposition, en lagom

personlig ton och informativa rubriker.

Informera också på andra språk än svenska. Erbjud informationen på svenskt teckenspråk, och översätt åtminstone grundläggande information till de nationella minoritetsspråken finska, jiddisch, meänkieli, romska och samiska. I övrigt bör man prioritera språk som har många talare.

Se till att texten som ska översättas är tydlig och begriplig. Anlita i möjligaste mån professionella översättare. Tänk på

att informationen på andra språk också behöver hållas aktuell!

Informera även på lättläst svenska.

Se till att webbtexter kan läsas upp av skärmläsare. Exempelvis måste rubriknivåerna vara korrekt uppmärkta.

Erbjud informationen i andra format än text, exempelvis som film eller ljud. Använd gärna bilder som komplement. Muntlig information bör textas och teckenspråkstolkas.

Gabriella Sandström

Tre frågor till ...

Niklas Laninge, psykolog och expert på beteendedesign. Han är också en av författarna till boken *Beteendedesign*.

● **Vad menas med beteendedesign, eller nudging, som det också kallas?**

Jag brukar prata om det som att omätta beteendevetenskaplig forskning i syfte att påverka människors beteenden. I korthet handlar det om att göra det lätt att göra rätt, vilket oftast innebär att underlätta beteenden som användare gärna vill göra mer av. Exempelvis träna mer, äta nyttigare eller spara mer pengar.

● **Hur kan skribenter använda sig av metoden, exempelvis när de utvecklar e-tjänster eller skriver webbtexter?**

Jag tänker spontant på två designknep jag ofta använder i mina projekt. Skrämmande ofta är texter och de bete-



Niklas Laninge. Foto: Niklas Nyman.

enden de förväntas leda till inte tydliga nog, och användaren måste gissa vad hen förväntas göra. Så mitt första knep är att göra texten och den handling som du vill att läsaren ska göra tydligare.

Mitt andra knep är att göra det önskade beteendet mer attraktivt genom att strömlinjeforma de alternativ lä-

saren har. Ge gärna det önskade beteendet lite större chans genom att vara tydlig med alla nackdelarna hos konkurrerande beteenden.

● **Hur kan man utnyttja beteendedesign för att få organisationer att i första hand använda klarspråk?**

Mitt första tips är att utreda *varför* organisationen inte redan använder klarspråk. I stället för att bombardera målgruppen med en kunskapskampanj som berättar alla fördelar med klarspråk skulle jag jobba på två fronter: 1) Gör det lätt att göra rätt. Skapa ett startpaket som talar om när och hur de ska använda klarspråk. 2) Öka målgruppens motivation genom att börja prata om riskerna med att *inte* använda klarspråk. Veldig ofta motiveras människor mer av att undvika risker än att få belöningar.

Forts. från sidan 1

separat projekt för kommunikationsavdelningen. Förutom kommunikatörerna är även förvaltningscontrollerna, nämndsekreteraren, verksamhetsutvecklarna och webbstrategerna drivande i klarspråksfrågan.

Uthållighet och engagemang på alla

nivåer är de viktigaste faktorerna för att hålla liv i klarspråksarbetet. Det blir aldrig färdigt. Vi kan aldrig luta oss tillbaka och tänka att ”nu har alla gått kursen, check på den”. Min känsla är ändå att vi har kommit en bit på väg och skapat en högre medvetenhet. För-

hoppningsvis kan det sprida sig till fler och inspirera andra.

Malin Baeza Roos, kommunikationschef vid Konsument- och medborgarservice, som samordnar och utvecklar Göteborgs Stads service

Sluta anta, börja fråga – att sätta användaren i centrum

Hur vet vi att en tjänst verkligen skapar nytta? Att vi gör rätt saker? I en tjänstedesignprocess är dessa frågor centrala, och vi måste alltid söka svaren hos våra användare.

För oss som jobbar med tjänstedesign är *användare* nästan ett uttjat ord. Man skulle också kunna säga *brukare*, *patient*, *invånare* eller *medborgare*, beroende på verksamhet. Men betydelsen är densamma – användarna är de som vi måste förstå för att se till att det vi gör skapar värde och nytta.

I en tjänstedesignprocess har man inte lösningen klar när arbetet påbörjas. Startpunkten är snarare att säkerställa



Emelie Risberg Hellström.
Foto: Henning Österlund.

att vi tar oss an *rätt* problem. Därefter kan vi prata med dem som berörs och tillsammans med dem ta fram och testa olika lösningar. Inte sällan kan lösningarna i slutändan handla om tydligare

information och anpassad kommunikation. Men hur vet man det säkert?

Ofta är det alltför lätt att börja ett utvecklingsarbete i ett antagande om vad våra användare behöver, men risken är då att vi lägger resurser på att göra saker som kanske inte ens efterfrågas eller behövs.

Ett exempel är ett kommunalt kontaktcenter, som upplevde en ökad press på telefonlinjerna och övervägde att anställa fler. Tills en klok person ställde den så viktiga frågan: Varför är det så många som ringer till oss? Det visade sig att de flesta inte alls ville ringa kundtjänst, utan hellre få svar på sina frågor via digitala kanaler. Utan användarens perspektiv hade man lätt kunnat förstärka en telefontjänst som ingen egentligen efterfrågade.

Så vi måste sluta anta och börja fråga för att kunna göra rätt saker. När vi jobbar med tjänstedesign involverar vi dem vi finns till för i hela utvecklingsprocessen. Lösningar som tas fram samskapas med användarna, och på vägen dit testar vi våra idéer tidigt och ofta.

Det här är ett viktigt förhållningssätt för vilken verksamhet som helst som har med människor att göra, inte minst när det handlar om kommunikation. Vilka är mina användare, när nås de av budskapet, av vem, och hur är det utformat? Vilken betydelse har vi i deras liv? Och hur vet vi det?

Steg 1 – börja fråga, och ta det därifrån.

*Emelie Risberg Hellström,
projektkoordinator på Innovationsguiden, Sveriges Kommuner och Regioner*

Innovationsguiden erbjuder olika typer av stöd för att arbeta med användardriven innovation och tjänstedesign i offentlig sektor. På innovationsguiden.se guidas du genom en tjänstedesignprocess i sex steg, med steg-för-steg-instruktioner i form av texter, filmer och metodmallar.



Språkfrågan

Hur bör myndighetsnamn bildas och förkortas?

Myndighetsnamn, alltså namn som används på myndigheter, kommuner, regioner och andra offentliga organ, ska vara enkla att komma ihåg, förstå, skriva och uttala. Och de ska följa gängse skrivregler, till exempel vad gäller användning av stora och små bokstäver. Innan ett nytt sådant namn skapas är det därför viktigt att rådfråga interna eller externa språkexperter.

Namnet bör avspegla myndighetens verksamhet – men behöver inte täcka allt – och signalera typ av myndighet, som *-myndigheten*, *-verket*, *-styrelsen*, *-inspektionen*, *-rådet*. Myndighetsnamn, även på avdelningar och enheter, ska vara på svenska.

Om en översättning av namnet till ett annat språk är motiverad, är det viktigt att anlita professionella översättare och ha tydliga riktlinjer för hur översättningen ska användas i myndighetens kommunikation.

Samma språkliga krav som ovan gäller eventuella kortformer och förkortningar av ett myndighetsnamn. Använd då en initialförkortning och skriv med stora bokstäver när den utläses bokstav för bokstav, *SCB*, och med liten när den utläses som ett ord, *Stim*. Använd den svenska förkortningen även på andra språk: *Swedish Post and Telecom Authority, PTS*.

För mer detaljerade råd, se Namnvärdsgruppens rekommendationer på www.isof.se/namnvrdsgruppen.

Ola Karlsson, Språkrådet

Notiser

Skrivhandbok för webbredaktörer



I DEN SJUNDE, om-
arbetade upplagan
av *Webbredaktörens
skrivhandbok* har
författarna Karin
Guldbrand och
Helena Englund
Hjalmarsson an-
passat innehållet

efter den tekniska utvecklingen och använ-
darnas föränderliga beteenden. Boken är
tänkt som handbok eller kurslitteratur på
skrivkurser.

Vinnarna av årets språkpriser



NU ÄR 2020
års vinnare av
Klarspråkskris-
tallen (se sidan
1), Minoritets-
språkpriset och

Erik Wellanders pris utsedda. Kultur- och
demokratiminister Amanda Lind skickade
videohälsningar, och vinnarna kommer att
få ta emot få sina priser på Språkrådsdagen
2021.



Minoritetsspråkpriset tilldelas förening-
en **Teckenspråkets röst** (bilden), för arbe-
tet för att döva personer ska kunna delta
i samhällslivet på samma språkliga villkor
som andra i samhället. **Emma Sköldberg**
tilldelas Erik Wellanders pris för sitt vikti-
ga, mångsidiga och nydanande arbete inom
lexikografi.

Språkrådsbloggen: Ord i coronans spår

HAR DU SETT vår nya blogg?
På Språkrådsbloggen följer vi
orden i coronans spår och skriver
bland annat om *karantän*,
rekommendation, *hälsolitteracitet*
och om facktermer som *pato-
gnomon* och *observation*. Ett av
inläggen handlar om de många
nyord som uppstått under pan-
demin. Dit hör exempelvis sam-
mansättningar med *corona*, *covid*
och *karantän*, men också fyndiga
teleskopord som *karanträna* och
covidiot. Alla inlägg finns på
isof.se/språkrådsbloggen.

Norsk språklag på gång

SNART SKA ÄVEN Norge få en modern
språklag. Lagförslaget presenterades av
kulturministern den 12 maj, och senare ska
stortinget besluta om det. I förslaget slås
fast att det offentliga har ansvar för ny-
norska och bokmål, norskt teckenspråk, de
samiska språken och nationella minoritets-
språk. Även klarspråk tas upp i förslaget.

Kärt barn har många namn

I STÄLLET FÖR klarspraksarbete pratar man
numera ofta om bemötande, nudging,
tjänstedesign eller kundresor. Exempelvis
erbjuder föreningen Sveriges Kommunika-
törer utbildningen *Kundresan som verktyg
för effektiv kommunikation*, som bland
annat handlar om att skapa förståelse för
målgrupps behov.

Ur kalendariet

30 september–2 oktober 2020: Clarity,
internationell klarspråkskonferens, tema:
Access for all, Washington DC, USA

9 oktober 2020: Språktidningens konfe-
rens Språkforum, Stockholm

19–20 november 2020: Nordisk klar-
språkskonferens, tema: *Klarspråk 2020
– nya metoder och nya samarbeten*, Stock-
holm (se notisen här intill)

Viktigt! Anmäl din e-postadress!

Vill du fortsätta läsa Klarspråk? Alla pre-
numeranter måste nu registrera sin e-post-
adress för att fortsätta få tidningen. Det
gäller både dig som är prenumerant på den
tryckta tidningen och dig som redan har en
digital prenumeration. (Läs mer om föränd-
ringen på sidan 1.) Registrera din e-post-
adress på www.isof.se/bulletinen.

Nordisk klarspråkskonferens

VISST VORE DET kul att gå på konferens,
nätverka och lära sig något nytt? Den
19–20 november arrangerar Språkrådet en
nordisk klarspråkskonferens i Stockholm
med föredragshållare från hela Norden.
Temat är nya metoder och samarbeten för
klarspraksarbete. Vi vet ännu inte exakt vil-
ka former det blir, men konferensen blir av!
Håll utkik efter mer info på konferensens
webbsida: www.isof.se/klarsprak2020.

Klarspråk.

En tidning från Språkrådet,
Institutet för språk och folkminnen.
Box 20057, 104 60 Stockholm
Ansvarig utgivare: Harriet Kowalski
Redaktör: Gabriella Sandström
Tfn (växel): 0200-28 33 33
E-post: klarsprak@isof.se
Webbplats: www.isof.se/klarsprak
facebook.com/sprakradet
twitter.com/sprakradgivning
Tryck: Lenanders Grafiska AB.