

Nyinflyttad

En analys av tidningen "Nyinflyttad" som skickas till alla nya arvikabor

Beyar Abdullahi
Handledare: Lena Stenberg
Examinator: Yvonne Eriksson
15hp
Mälardalens högskola
Akademin för information, design och teknik
Eskilstuna
VT 2012

Förord

Jag vill börja med att tacka alla som varit delaktiga i mitt examensarbete.

Ett stort tack till Erika Norqvist och Eva Österlind från Arvika kommun. Tack för att ni visat intresse för mitt arbete och hjälpt mig med allt ifrån problemformulering till att söka upp telefonnummer till undersökningspersoner. Tack för alla gånger ni har träffat mig och svarat på mina e-poster och frågor. Ni har underlättat arbetet stort för mig!

Jag uppskattar all hjälp jag har fått från min handledare, Lena Stenberg, som har varit positiv under hela denna period. Tack för alla råd och tips jag har fått och för all konstruktiv kritik du har kommit med under arbetets gång.

Tack till alla som deltagit i undersökningen och tack till Hilde Axelsson från Arvika kommun som hjälpt mig ta fram statistiken för de nyinflyttade i kommunen.

Jag vill även tacka min fantastiska familj, min underbara man och mina nära vänner som varit ett stort stöd för mig. Tack för att ni har haft överseende med att jag har varit frånvarande.

Abstract

This thesis aims to provide Arvika with a deeper insight into what their new residents think about the information they receive. Anyone moving to Arvika gets the magazine "Nyinflyttad/Recently moved in" sent home. The year 2011 Arvika had 1017 new residents, and they all got the same version of the magazine "Nyinflyttad/Recently moved in." A simpler version of the magazine hasn't been made, although the municipality is aware that it is needed.

The aim of my thesis is to see if the information that Arvika is sending to its new residents in meeting their information needs.

To get the answer on this question, I have examined data from the target group perspective. Through a focus group and various interviews, I have come up with a design proposal that is informative, clear and easy to read. I also think that my design proposal would benefit a much wider audience.

Sammanfattning

Det här examensarbetet syftar till att ge Arvika kommun en djupare inblick i vad deras nyinflyttade invånare tycker om informationen de får. Alla som flyttar till Arvika kommun får tidningen "Nyinflyttad" hemskickat. År 2011 hade Arvika 1017 nya invånare, och samtliga fick samma version av tidningen "Nyinflyttad". Det har inte gjorts enklare versioner av tidningen, fastän kommunen är medvetna om att det skulle behövas.

Målet med mitt examensarbete är att se hur informationen som Arvika kommun skickar till sina nyinflyttade invånare kan förändras så att det uppfyller de nyinflyttades behov.

För att få svar på frågeställningen har jag undersökt informationen utifrån målgruppens perspektiv. Genom en fokusgrupp och olika intervjuer har jag kommit fram till ett gestaltungsförslag som är informativt, överskådligt och enkelt att läsa. Dessutom tror jag att mitt gestaltungsförslag skulle gynna en mycket bredare målgrupp.

Nyckelord

Informationsdesign, läsbarhet, läslighet

Innehållsförteckning

Förord _____	s.2
Abstract _____	s.3
Sammanfattning _____	s.3
Nyckelord _____	s.3
1. Inledning _____	s.6
1.1 Bakgrund _____	s.6
1.1.2 Arvika kommun _____	s.6
1.1.3 Fler invånare till kommunen _____	s.6
1.2 Syfte _____	s.7
1.3 Problemformulering _____	s.7
1.4 Frågeställning _____	s.8
1.5 Avgränsning _____	s.8
1.6 Målgrupp _____	s.8
1.7 Precisering av begrepp _____	s.8
2. Metod _____	s.9
2.1 Urval _____	s.9
2.2 Fokusgrupp _____	s.10
2.3 Kvalitativa intervjuer _____	s.10
2.3.1 Utförandet av de kvalitativa intervjuerna _____	s.11
2.4. Analys av de kvalitativa intervjuerna och fokusgruppen _____	s.12
3. Teori _____	s.14
3.1 Lättläst _____	s.14
3.1.1 Klarspråk _____	s.15
3.1.2 Att göra en text lättläst _____	s.15
3.2 Läsbarhet, läslighet & läsvärde _____	s.16
3.3 Stilanalys _____	s.17
3.4 Läsbarhetsanalys _____	s.17
3.4.1 Läsbarhetsanalys av "Nyinflyttad" _____	s.17
3.4.2 Lässituation _____	s.18
3.4.3 Den grafiska formen _____	s.19
3.4.4 Textens språk _____	s.19
3.4.5 Textens innehåll _____	s.19
3.4.6 Sammanfattning av läsbarhetsanalysen _____	s.20
4. Att utforma informationsmaterial _____	s.20
4.1. Informationsdesign _____	s.21
5. Gestaltungsförslag _____	s.21
5.1 Målgruppen för gestaltningen _____	s.21
5.2 Mitt gestaltungsförslag _____	s.22
5.3 Språket _____	s.22
5.4 Genomförbar gestaltning _____	s.23

6. Diskussion	s.24
6.1 Konsekvenserna av undersökningen	s.25
6.2 Metodkritik	s.26
6.3 Källkritik	s.27
7. Källförteckning	s.29
Bilaga 1	
Manualen till de kvalitativa intervjuerna	s.31
Bilaga 2	
Statistik från Statistiska centralbyrån	s.32
Bilaga 3	
Karta över Arvika kommun	s.33
Bilaga 4	
Tidningen nyinflyttad	s.34

1. Inledning

År 2011 hade Arvika kommun 1017 nyinflyttade i kommunen. Bland dessa flyttade det in 428 personer från det egna länet Värmland, 425 personer från övriga städer i Sverige och 164 personer från utlandet (statistiska centralbyrån, 2012-05-09). Alla som flyttar till Arvika får tidningen "Nyinflyttad" hemskickat inom en vecka (Erika Norqvist, 2012-04-18). Syftet med tidningen är dels att få de nyinflyttade att känna sig välkomna och dels att informera dem om vad som finns i staden. Till alla de 1017 nyinflyttade personerna skickades det samma version av tidningen "Nyinflyttad", oavsett deras bakgrund.

Eftersom 1017 nyinflyttade är en stor siffra undrar jag över hur kommunen har arbetat för att tillgodose deras behov. Hur mycket information har de producerat? Saknas det någon information? Vad vill de nyinflyttade egentligen veta? Vilka är deras tänka målgrupp? Det enda som alla de 1017 personerna har gemensamt är att de alla är nyinflyttade.

Eftersom jag inte kan kontakta samtliga nyinflyttade i staden, kommer arbetet endast att ge en fingervisning om vad de nyinflyttade tycker om informationen de får från kommunen. Därför kommer jag heller inte kunna presentera något generaliserbart resultat.

1.1 Bakgrund

I Sverige har vi kommuner och landsting. Enligt lag ska kommuner finnas. En kommun omfattar en del av landets område och är på så sätt "ett geografiskt avgränsat område" (Bohlin, 2011:20). "Medlem av en kommun är den som (1) är folkbokförd i kommunen, (2) äger fast egendom i kommunen eller (3) är taxerad till kommunalskatt där" (KomL 1:4 1 st. i Bohlin, 2011:20).

1.1.2 Arvika kommun

Arvika är en glesbygdskommun med 16 invånare per kvadratkilometer. Arvika styrs av socialdemokraterna och har gjort det i många år. Inom Värmland har Arvika näst flest invånare. Flest har Karlstad som har 86 409 invånare, jämfört med Arvikas 25 907 invånare (statistiska centralbyrån, 2012-05-09).

1.1.3 Fler invånare till kommunen

Kommunen vill ha fler invånare och genom åren har man arbetat på olika sätt

med att få inflyttningssiffrorna att öka. Sedan två år tillbaka har Arvika deltagit i emigrantmässan i Holland. Två representanter från Arvika deltar årligen i mässan och berättar om kommunen för att locka dit fler invånare. Förutom emigrantmässan, leder Region Värmland ett projekt som kallas Attraktiva Värmland. Där arbetar man med att locka människor i yrkesverksam ålder till länet. Det projektet riktar in sig på att få fler invånare till hela Värmland och inte specifikt till Arvika.

För några år sedan skickade dessutom Arvika kommun ut en enkät till fritidshusägare i Sverige, Norge och Danmark. Syftet med enkäten var att få kunskap om hur fritidshusägarna uppfattade kommunen och hur de utnyttjade sina fritidshus. Bland frågorna i enkäten fanns en fråga om de planerade att bosätta sig permanent i fritidshuset, och i så fall när. Enkäten skickades till runt 1000 personer och besvarades av drygt 500 personer. Av dessa var det 200 personer som tackade ja till inbjudan till förmiddagskaffe på kommunen. Detta var också ett sätt för kommunen att locka till sig fler invånare.

Arvika kommuns kundtjänst är ansiktet utåt för Arvika. De ska kunna besvara de frågor man har när man är nyinflyttad i kommunen eller funderar på att flytta dit (Axelsson, 2012-05-09).

1.2 Syfte

Syftet med examensarbetet är att undersöka om informationen i tidningen "Nyinflyttad", som Arvika kommun skickar till de nyinflyttade invånarna, är ändamålsenlig. I undersökningen ska jag ta reda på om de nyinflyttade tycker att det saknas någon information eller om den behöver förbättras på något sätt.

1.3 Problemformulering

Booth m.fl. (2004:73f) skriver om två olika forskningsfält, grundforskning och tillämpad forskning. Grundforskning innebär att få en större insikt och förståelse om ett problem eller ett intresseområde. Tillämpad forskning innebär att resultatet leder till praktiska konsekvenser, till någon form av handling. För att ta reda på vilket av dessa forskningsfält ett problem hör till, kan man definiera projektet i tre steg; tema, fråga och betydelse. Vad studerar man, varför gör man det och vad ska studien leda till.

Förhoppningsvis kan mitt arbete räknas som tillämpad forskning

eftersom min förhoppning är att resultat från undersökningen ska leda till en handling. Jag ska undersöka om tidningen "Nyinflyttad" tillgodoser de nyinflyttades behov av information. Jag gör denna undersökning för att se om det är någon information som den nyinflyttade saknar, tycker är överflödigt eller som behöver förbättras.

1.4 Frågeställning

Min huvudfråga är:

– Hur kan Arvika kommuns information förändras så att den uppfyller mitt behov som nyinflyttad i kommunen?

Underfrågor:

- Vilken information saknas eller behöver förbättras?
- Hur påverkar tidningens språk och grafiska formgivning läsligheten och läsbarheten?
- Hur kan informationen förbättras för att tillgodose de nyinflyttades behov?

1.5 Avgränsningar

I undersökningen kommer jag att begränsa mig till att endast utföra kvalitativa intervjuer på personer som är nyinflyttade i Arvika kommun. Bland dessa kommer jag dessutom begränsa mig till att endast inkludera de som bott i kommunen i högst 12 månader. Jag kommer inte intervju personer från andra kommuner eller personer som varit bosatta i Arvika kommun under längre perioder.

Jag kommer att granska informationen i tidningen och undersöka om tidningens språk och grafiska utformning påverkar läsligheten och läsbarheten.

1.6 Målgrupp

Tidningens målgrupp är alla nyinflyttade invånare i Arvika kommun, därför är de också min målgrupp för undersökningen.

1.7 Precisering av begrepp

Nyinflyttad: Personer som varit bosatta i Arvika kommun under högst ett år.

Intervjupersonerna: Avser deltagarna i mina kvalitativa intervjuer.

Undersökningsspersoner: Avser deltagarna i samtliga undersökningar.

Undersökningsspersoner är personer från både fokusgruppen och de kvalitativa intervjuerna.

Läsbarhet: Behandlar läsarens möjlighet att läsa och förstå text, bilder och form.

Läsbarheten bestäms av innehållet i ett dokument och hur det presenteras.

Läsbarheten bestäms också av hur anpassat innehållet är till mottagarens tidigare erfarenheter och kunskaper (Pettersson, 2011:448).

Läslighet: Innebär tydligheten i texternas och bildernas tekniska utförande.

Läslighet är oberoende av hur pass bra vi förstår textens innehåll. Det är dess yttre gestaltning som är i fokus. Man kan anpassa typografi och layout för att få god läslighet (Pettersson, 2011:449).

2. Metod

I detta avsnitt kommer jag att redogöra för vilka metoder jag har använt mig av.

2.1 Urval

Syftet med undersökningen är att med hjälp av intervjupersoner få en djupare kunskap och inblick i tidningen "Nyinflyttad". Till undersökningen behöver jag därför intervjua personer som är nyinflyttade i kommunen så jag får rätt personer i urvalet.

Om man gör en undersökning i syfte att få en djupare inblick i ett ämne, kan man inte göra slumpmässigt urval av undersökningsspersonerna. Urvalet görs noggrant efter de kriterier man har satt upp för sitt arbete. Personer som uppfyller kriterierna är de som bör vara med i undersökningen (Holme & Solvang, 1997:101).

Kriterierna för att delta i den här undersökningen är att de ska vara nyinflyttade i Arvika kommun och ha varit bosatta i kommunen i högst 12 månader.

I urvalet har jag tagit hjälp av Arvika kommun med att hitta personer som uppfyller kriterierna för undersökningen. Kommunen har varit hjälpsam och hittat många kvalificerade deltagare. Dessvärre har det varit svårt att få dessa att

ställa upp. Många tackade nej till att delta och detta kommer givetvis att påverka resultatet.

2.2 Fokusgrupp

Till första undersökningen ordnade jag en fokusgrupp med de personer som ville delta.

En fokusgrupp kan genomföras på minst två deltagare, jag hade tre personer närvarande (Obert & Forsell, 2008:35). Två dagar innan mötet hade deltagarna fått varsitt exemplar av tidningen "Nyinflyttad".

Mötet hade en tidsram på en timme och det blev deltagarna informerade om innan vi började. Informationen som deltagarna saknade i tidningen var bland annat information om lokaltidningen – Arvika Nyheter. Hur man sökte till utbildningar – exempelvis vuxenutbildningen, och information om polisen – om det fanns en polisstation och hur man kunde ta sig dit. Deltagarna tyckte även att det skulle finnas information om vilka man kunde kontakta om man ville köpa fastighet, eller hyra lokal.

Trots att fokusgruppen saknade en del information i tidningen kom de fram till att det inte spelade någon roll, eftersom många idag söker information via internet. Den information som saknades kunde man söka fram på egen hand, menade de. Därför tyckte fokusgruppen att tidning inte var det rätta mediet. Det är för mycket text i tidningen, och det krävs mycket tid till att läsa allt, sa en deltagare. Fokusgruppen tyckte att endast viktig information skulle presenteras, enkelt och överskådligt.

2.3 Kvalitativa intervjuer

I kvalitativa intervjuer har respondenterna stor möjlighet att påverka samtalets utveckling. Den som intervjuar ska endast ange temat och ramarna för det som respondenterna ska belysa. Utförandet sker genom att man har ett ämne eller företeelse som man vill få en djupare kunskap om och sedan väljer ut intervjupersoner för att belysa ämnet. Intervjuaren får en personlig kontakt till respondenterna. Fördelen med kvalitativa intervjuer är att man i senare skede åter kan kontakta respondenten om man behöver mer information för sin insamling (Holme & Solvang, 1997:99ff).

Till intervjuerna förberedde jag en manual med frågor om mitt ämne (se

bilaga 1). Manualen följdes inte till punkt och pricka, men intervjun täckte ändå mitt ämnesområde (Holme & Solvang, 1997:101). Mina ledfrågor i manualen var: personlig information, vilka synpunkter respondenten hade kring tidningen och vilken information denne ville ha som nyinflyttad.

2.3.1 Utförandet av de kvalitativa intervjuerna

Inför de kvalitativa intervjuerna hade intervjupersonerna två dagar innan intervjun fått varsitt exemplar av tidningen "Nyinflyttad" att läsa inför intervjun.

De kvalitativa intervjuerna gjordes på en man och en kvinna, båda 50+. De var ett gift par som hade flyttat från Stockholm till Arvika eftersom de ville bo på landet. Paret hade flyttat till Arvika 1 november 2011 och hade hittills bott i staden i drygt sex månader. Mannen arbetar som avdelningschef för biståndsavdelningen på kommunen och kvinnan arbetar som sjuksköterska. Intervjun med dessa ägde inte rum samtidigt, utan det gjordes separat.

En sammanställning av deras synpunkter på tidningen var att den var tråkig, och hade för mycket text som stod i en för liten typgrad. Tidningen saknade väsentlig information om sjukvården, till exempel om akutmottagningen. De tyckte heller inte att tidningen generellt gjorde någon nytta för en nyinflyttad, eftersom mycket av informationen var intetsägande. De saknade även en karta som markerade det man behöver veta som ny i en kommun, som exempelvis var sjukhuset och polisstationen ligger.

Förslag på förbättringar var att man kunde göra en mindre handbok istället, eftersom tidningen idag är för stor. ("Nyinflyttad" är i tabloidformat, det är ett vanligt format för kvälls- och dagstidningar (Aakula, 2012-05-09)). I handboken kunde det finnas information som endast avsåg de viktiga saker man behöver veta när man är ny i kommunen. Det kunde innehålla bibliotekets öppettider, information om sjukvården, hur man kan resa från Arvika och utomlands, information om affärerna i staden och utbudet, information om polisen och räddningstjänsten samt lite om badhuset och hur man tar sig dit, med mera. Handboken kunde vara som en uppslagsbok, som man kunde bevara länge. Tidningen är idag alldeles för stor för att kunna behållas i samma skick under en längre period. Det saknades även en innehållsförteckning i "Nyinflyttad" som kunde vara med i handboken, tyckte intervjupersonerna.

Det som även framkom under intervjuerna var klagomål på språket. Avdelningschefen för biståndsavdelningen nämnde att de arbetar med personer som har kognitiva funktionsnedsättningar. Det betyder att man har nedsatt förmåga i en del psykologiska funktioner. Man glömmer saker lättare och har svårt att ta eget initiativ. Avdelningschefen menade att dessa aldrig skulle kunna tillgodogöra sig informationen i tidningen. Det finns många termer i en del texter som man måste vara insatt i för att förstå. Några exempel på dessa är: LSS, daglig verksamhet och rehabiliteringsverksamhet, med flera.

Tidningen tyckte de för övrigt inte gjorde någon nytta eftersom de flesta idag söker efter information på nätet. Ville man veta något kunde man gå in på kommunens hemsida och söka.

2.4 Analys av de kvalitativa intervjuerna och fokusgruppen

Många bra synpunkter har kommit fram både vid de kvalitativa intervjuerna och vid fokusgruppen. De kvalitativa intervjuerna gjordes på två personer och fokusgruppen bestod av tre deltagare. Det är således svar från fem personer som jag analyserar.

Då jag analyserar svararen och iakttagelserna från båda metoderna får jag ett intryck av att undersökningspersonerna inte orkat läsa all text i tidningen inför mötet med mig. Förmodligen har de inte haft tid eller helt enkelt inte tyckt att det har varit intressant att läsa. Anledningen till att jag får det intrycket är att mycket av det som undersökningspersonerna tyckte saknades i tidningen, stod med, fast de hade missat det. Det kan å andra sidan också betyda att informationen i tidningen är svår att ta till sig eller svår att tyda.

Undersökningspersonernas syfte med läsningen var att de skulle vara förberedda inför mötet med mig. När man är helt nyinflyttad i en stad har man ett annat syfte med läsningen, och då tar man sig förmodligen tid till att läsa och förstå innehållet. Personerna som var med i undersökningen hade bott i Arvika mellan 6-8 månader vid undersökningstillfället, och samtliga hade kommit in i arbetslivet och gjort sig hemmastadda i staden. Trots att viss information i tidningen var ny för dem, ansåg de inte att tidningen var intressant att läsa. Många som flyttar till en ny stad brukar vara nyfikna på vad som finns och vad man kan göra i den nya staden, och det kanske är i det skedet man måste vara för

att uppskatta tidningen "Nyinflyttad". Resultaten hade varit intressanta att se om jag hade avgränsat målgruppen till personer som endast bott i Arvika under en månad eller mindre. En jämförelse mellan båda målgruppernas resultat hade kunnat vara intressant information för kommunen inför deras omarbetning av tidningen.

Det kom både under intervjuerna och vid fokusgruppen fram en hel del synpunkter som även jag håller med om. Det klagades på tidningens språk, textens grad och att tidningen innehöll alldeles för mycket information. Många texter i tidningen är enkla och informativa, medan andra är lite svårare att ta till sig. Till exempel finns det en text om det mångkulturella Arvika där termer som "Flyktingenhet" och "Flyktingverksamhet" nämns och inte definieras, betyder dessa samma sak? Skribenten har utgått från att målgruppen förstår dessa termer. Texten inleder med "I Arvika kommun finns 27 nationaliteter representerade" (Nyinflyttad. En tidning för alla nya arvikabor, Arvika kommun, 2012:10). Eftersom skribenten skriver att det lever människor från olika länder i kommunen, bör hon också känna till att alla inte har samma språkkunskaper. Som en av intervjupersonerna nämnde, har en del människor inte en chans att förstå informationen, dels för de svåra orden och dels för överflödet av information. Därför bör texterna bearbetas så fler kan tillgodogöra sig informationen.

Å andra sidan bör situationen också granskas från kommunens sida. De vill ge sina nyinflyttade invånare information som kan ge dem en bra start i kommunen. Därför förser kommunen sina nyinflyttade med lite information om många olika saker. Eftersom alla människor har olika behov av information, är det här ett bra sätt att ta hänsyn till många intresseområden. Paret jag intervjuade hade inga små barn hemma och nämnde därför inte att de ville ha information om skola och lärande. Hade jag däremot intervjuat en barnfamilj är sannolikheten stor att de hade velat ha information om skola och utbildning. Undersökningspersonerna har utgått från sina behov och sina livsstilar när de pratat om tidningen. Resultaten hade varit annorlunda om jag haft andra undersökningspersoner, eller om jag hade haft fler. Då hade jag kunnat täcka fler behovsområden och personligheter. Dessvärre var det inte många som ville delta.

Undersökningspersonerna nämnde att de saknade en karta i tidningen. En

karta över staden finns att beställa hem från kommunens hemsida och detta nämns många gånger i tidningen "Nyinflyttad", men undersökningsspersonerna missade den informationen. Återigen handlar det om vilket syfte man har med läsningen. Varför läser man tidningen och hur mycket tid lägger man ned på läsningen? Samtidigt kan det handla om att det har funnits för mycket information i tidningen som gjort att läsaren inte orkat fokusera. Det som är viktigt försvinner i mängden bland all övrig information. Hur ska kommunen göra? Minska informationen och endast ha kvar det som är viktigt? Hur vet man vad som är viktigt?

Kommunens syfte är att förse de nyinflyttade invånarna med information om staden, och det har de gjort genom att skicka ut tidningen "Nyinflyttad" till alla som flyttat till Arvika kommun. Vad ska kommunen göra nu när de nyinflyttade menar att det står alldeles för mycket i tidningen och att de endast vill veta det som är väsentligt? Hur ska man ta reda på vad som är väsentligt för en så pass bred målgrupp? En mycket större undersökning skulle kunna svara på den frågan, möjligtvis en kvantitativ undersökning, där man kan göra statistiska generaliseringar (Holme & Solvang, 1997:80). Med hjälp av en kvalitativ undersökning har vi fastställt att det finns ett informationsdesignproblem. För att ta reda på vilken lösning som skulle vara bra för den breda målgruppen kan man kombinera resultatet från den kvalitativa undersökningen med en kvantitativ undersökning (Holme & Solvang, 1997: 87). Med en kvantitativ undersökning kan man avgöra vilka svar som kan vara tänkbara med hjälp av statistiska mätmetoder (Holme & Solvang, 1997:14). På så sätt kan man avgöra vad många fler tycker är väsentlig information för tidningen "Nyinflyttad".

3. Teori

Eftersom undersökningarna som jag gjorde på de nyinflyttade i Arvika kommun visade att texterna i tidningen var bristfälliga fokuserar jag på språk och text i min litteratursökning.

3.1 Lättläst

"Alla måste kunna ta del av informationssamhället." (Näringsdepartementet. prop. 1999/2000:86). Det låter som en självklarhet att alla invånare ska kunna ta del av informationssamhället, men så är det inte alla gånger. Svenskan kan vara

mycket svår att läsa och förstå, även för en svenskfödd. Därför behöver språket förenklas så en bredare målgrupp kan förstå och tillägna sig informationen. Om kommunen kan erbjuda sina medborgare information som är lättläst, får fler människor möjlighet att delta i offentliga samhällsdiskussioner (Sundin, 2007:13).

Alla människor kanske inte tycker om att läsa lättlästa texter men det brukar uppskattas av dem som tillhör målgruppen. Att skriva lättläst innebär, enligt Centrum för lättläst, ofta att skriva, läsa, skriva om, låta någon annan läsa och skriva om igen. Skribenten måste våga vara kritisk och misstänksam om dennes läsare kommer att förstå det han/hon har skrivit. I denna metod har skribenten ständigt målgruppens behov i centrum (Sundin, 2007:79).

Enligt undersökningspersonerna förekom det svåra termer i tidningen "Nyinflyttad" som inte definierades. Förutom svåra termer, krävde många texter förkunskaper från läsaren. Lättläst kan vara ett bra sätt att nå ut till en bredare målgrupp. Lättläst behöver inte endast vara till för personer med funktionshinder, dyslexi eller för de som inte behärskar det svenska språket fullständigt. Även personer som vill ha snabb och konkret information på ett enkelt sätt, kan ta del av lättlästa texter.

3.1.1 Klarspråk

Klarspråk och lättläst är mycket lika varandra. Båda formerna har samma grundprinciper. Man utgår från läsarens behov, lyfter budskapet så det blir tydligt, man har en tydlig struktur, logiska samband och använder enkla ord. Skillnaden mellan dessa former är att lättläst går mycket längre när det gäller att förenkla. Vid lättläst blir språket enklare och mer konkret. Vad används då klarspråk till? I Sverige har vi klarspråksgruppen som arbetar med att förbättra myndighetstexter. Språkexperterna kontakter myndigheterna och uppmanar dem att använda klarspråk när de skriver. Undersökningar har visat stora framsteg i myndighetstexter under de senaste tio åren (Lundberg & Reichenberg 2008:65).

3.1.2 Att göra en text lättläst

Med mycket enkla knep kan man göra en text lättläst. Texten behöver inte

tillämpa samtliga punkter men åtminstone några av dessa (Lundberg & Reichenberg 2008:8).

Lättlästa texter:

- Är inte speciellt långa
- Har ett personligt tilltal, dvs. ett du tilltal eller en författarröst.
- Varierar mellan korta och långa meningar
- Innehåller satskonnektorer, dvs. ord som: eftersom, trots att, därför att, osv. för att tydliggöra sambandet mellan satserna
- Har inte långa substantiv
- Undviker svåra ord
- Har tydliga orsakssamband, till exempel: om du gör... får du...
- Undviker passiv form, att inte sätta –s i slutet av verbet.
- Undviker abstrakta begrepp och skriver istället konkret
- Har praktiska exempel

Det finns skribenter som är kritiska till lättlästa texter, och som tror att de framstår som mindre professionella om de skriver på ett förenklat sätt. Men oftast har dessa fel. Med lättläst får läsaren en större klarhet i texten och det ger även en mätbar ökning av läsförståelsen.

När man skriver lättlästa texter är det extra viktigt att man hela tiden har målgruppen i fokus. Skribenten bör använda sig av informativa rubriker som fångar innehållet i stycket. Även tabeller och punktlistor kan användas för att det ska bli enklare att ta till sig informationen (Lundberg & Reichenberg 2008:64).

3.2 Läslighet, läsbarhet & läsvärde

En kommunikation är inte fullständig om inte mottagaren tar emot och förstår informationen. Att informationen inte blir begriplig kan bero på många faktorer. Det kan bland annat bero på sändaren, mottagaren eller på hur materialet framställs. Läslighet, läsbarhet och läsvärde är viktiga faktorer som har betydelse för om mottagaren ska förstå informationen. Dessa tre faktorer är avgörande för läsprocessen. Om en text varken är läslig, läsbar eller läsvärd kan den bli svår att begripa (Pettersson, 2011:60).

Många av undersökningspersonerna uppmärksammade att typgraden i

tidningen var för liten och ansträngande att läsa. Men texter i tidningar brukar skrivas i mindre typgrad. De brukar skrivas i 7, 8 eller 9 punkter, eftersom de ofta sätts i smalare spalter (Hellmark, 2006:27). Tidningen "Nyinflyttad" har 9 punkter i typgrad och 11 punkter i radavstånd (Aakula, 2012-05-09).

Radavståndet bör aldrig vara mindre än typgraden, och det har utformarna också tagit hänsyn till i tidningen "Nyinflyttad" (Hellmark, 2006:32).

Anledningen till att undersökningspersonerna upplevde typstorleken som för liten, kan vara för att tidningen är oerhört textrik. Detta har påverkat läsprocessen för dem och gjort läsandet tungt.

3.3 Stilanalys

Man kan dela upp begreppet stilanalys och definiera orden var för sig. Stil innebär vilken metod man har använt för att framhålla en text och analys betyder att sönderdela och bryta upp (Cassirer, 2003:17).

Det finns flera faktorer som påverkar vilken stil en text har. Dessa är bland annat: skribentens och mottagarens engagemang och attityd till ämnet, ämnet, situationen och kontexten som texten framhålls i, mediet och syftet. Syftet kan ha den mest betydelsefulla styrfaktorn av dem alla. Den innefattar skribentens avsikt med texten (Cassirer, 2003:26ff). Är syftet att informera eller att påverka? Syftet med tidningen "Nyinflyttad" är att informera. Detta framgår tydligt eftersom det är en tidning om kommunen som skickas till alla nya invånare i staden i syfte att informera dem om vad som finns.

3.4 Läsbarhetsanalys

Hur läsbar en text är beror bland annat på läsarens läsvana, intressen och ämneskunskaper. Hur svår eller lätt en text är beror på vilka krav skribenten ställer på läsaren. Ju längre tid, ansträngning och förkunskaper en text kräver, desto svårare är den att läsa. Det är inte enbart textens innehåll som påverkar svårighetsgraden utan också dess språkliga faktorer som ordval och meningsbyggnad. Svåra ord och krångliga meningsformuleringar tynger ner texten. Även textens yttre gestalt, val av typsnitt och dispositionen, påverkar textens svårighetsgrad (Hellspong, 2001:85).

3.4.1 Läsbarhetsanalys av "Nyinflyttad"

Syftet med läsbarhetsanalysen är att ta reda på hur tillgänglig tidningen "Nyinflyttad" är och om den kräver förkunskaper hos läsaren (Hellspong, 2001:86).

3.4.2 Lässituation

Tidningen riktar sig till nyinflyttade invånare i Arvika kommun. För att läsa och förstå vissa texter i tidningen krävs det en del förkunskaper, både språkligt och ämnesmässigt. Ett tydligt exempel på detta finns under rubriken; Annorlunda kommunorganisation sätter medborgaren i fokus.

Arvika är en kommun som är organiserad på ett annorlunda sätt om man jämför med de flesta andra kommuner i Sverige. Det är en modern politisk organisation med medborgarkommunikation i fokus, som siktar till ett större helhetstänkande. I Arvikas politiska organisation finns inga facknämnder. Organisationen består av Kommunfullmäktige och dess två framtidsgrupper, Kommunstyrelsen och tre utskott samt en Myndighetsnämnd som ansvarar för myndighetsutövning inom miljö- och byggområdet.

(Nyinflyttad. En tidning för alla nya arvikabor, Arvika kommun, 2012:3).

Utdraget handlar om hur Arvikas politiska organisation ser ut. Skribenten nämner att Arvika saknar facknämnder, och utgår från att läsaren vet vad facknämnder är. Det krävs även förkunskaper om hur en kommun allmänt är uppbyggd, eftersom skribenten jämför Arvika med övriga kommuner i landet.

Skribenten nämner att organisationen "siktar till ett större helhetstänkande", men nämner inte vad helhetstänkandet innebär. Eftersom informationen berör kommunmedborgarna, bör skribenten vara specifik med vad denne menar med ett "större helhetstänkande". Dessutom gör de kommunala termerna texten svår att läsa och förstå, särskilt för personer som inte är politiskt insatta.

För att främja läsbarheten och göra texten mer förståelig kan skribenten inkludera läsaren genom att skriva texten med ett personligt tilltal, definiera termerna och skriva konkret. Textens målgrupp är alla nyinflyttade i kommunen,

och dessa är människor med olika ämnes- och språkkunskaper. Därför bör texten skrivas konkret och enkelt, så fler personer kan tillägna sig informationen.

3.4.3 Den grafiska formen

Undersökningspersonerna klagade på att texterna var skrivna i för liten typgrad, men dagstidningar brukar överlag använda mindre typgrad. Dessutom saknar Arvika kommun direkt inflytande över tidningens layout, (typsnitt, typgrad, sidantal, färger, med flera). Det är tidningshuset Storstadspress som styr över dessa delar (Österlind, 2012-05-24).

Nästan alla texter i tidningen har en bild till, och dessa är väl samordnade så ögonen inte behöver röra sig mycket mellan bild och text. Det som undersökningspersonerna tyckte var dåligt i den grafiska formen var att det var för mycket text. Ändå har kommunen försökt hitta någon form av balans i tidningen genom att avskärma varje avsnitt/ämne med färg och linjer. De har även arbetat med att markera varje nytt ämne med stora rubriker, så ögonen enkelt kan se vart det börjar och slutar.

3.4.4 Textens språk

Texterna i tidningen har olika skribenter och är därför skrivna på olika sätt (Eva Österlind, 2012-04-18). I vissa texter förekommer det svåra ord. Till exempel i texten om Ingesunds folkhögskola, står det "Folkhögskolan har en egen intagningskvot och det personliga studiemålet, studietiden och den egna arbetsinsatsen avgör behörigheten" (Nyinflyttad, 2012:6). Om man inte vet vad en intagningskvot är eller vad som menas med ett personligt studiemål, kan hela meningen bli svår att begripa. Det beror också på vem som läser texten. Är det en nyinflyttad som behärskar det svenska språket fullkomligt eller är det nyinflyttad som inte har lika höga språkkunskaper?

Texterna skulle dessutom bli mer överskådliga om det fanns fler underrubriker. Det är snålt med underrubriker i tidningen och många texter saknar det helt. En lång text utan underrubriker kan bli tung och jobbig att läsa.

3.4.5 Textens innehåll

En del texter i tidningen kräver en del ämnesbehärskning, som i exemplet jag gav ovan om Arvikas politiska organisation. Sedan finns det texter som inte kräver några förkunskaper överhuvudtaget. Ett exempel på en sådan text är Biblioteket

serverar alla (Nyinflyttad, 2012:8). Det är en informativt och målgruppsanpassad text utan svåra ord och krånglig meningsbyggnad.

Dock framkom det från undersökningen att innehållsmängden i tidningen gjorde att läsarna missade viktig information bland alla detaljer och övrig information. Det textrika innehållet gör tidningen tung att läsa.

3.4.6 Sammanfattning av läsbarhetsanalysen

Det är svårt att skapa information som fungerar för många och olika människor. Det är svårt att veta vilka behov den nyinflyttade har. Har personen läs- och skrivsvårigheter? Är det en person som talar och skriver på svenska obehindrat? Är det en person som inte kan läsa och behöver få informationen uppläst? Behöver den nyinflyttade tolk, eller behöver denne information skriven på lättläst eller på sitt modersmål?

Läsbarhetsanalysen visar att språket inte är helt målgruppsanpassat. Svåra ord förekommer på många ställen och det är många texter som kräver en del förkunskaper. När man har en stor målgrupp som "alla nyinflyttade", kan det vara vilka som helst. Alla har rätt till att ta del av samhällsinformationen. Därför kan det vara bra om kommunen är förberedd, och har information på lättläst tillgänglig också, ifall någon skulle kräva det (Sundin, 2007:12). Det är inte heller helt säkert att en lättläst version skulle lösa problemet, men det skulle åtminstone göra informationen tillgänglig för många fler.

4. Att utforma informationsmaterial

När man skapar informationsmaterial är det viktigt att anpassa det efter målgruppens behov. Informationsmaterialet ska vara:

- tillgänglig för samtliga berörda
- enkelt att hitta
- korrekt, både språkligt och innehållsmässigt
- ha en tydlig struktur
- vara begripligt för samtliga i målgruppen
- ha en konsekvent struktur
- ha god läslighet och läsbarhet
- vara intressant och läsvärt för målgruppen

Dessa är grundläggande krav för att uppnå god informationsdesign. Genom att följa dessa grundregler för god informationsdesign kan utformaren försäkra sig om att informationen alltid är relevant och begriplig för mottagaren (Pettersson, 2010:54f).

4.1 Informationsdesign

Informationsdesign kan definieras som design av information och budskap. Det handlar om hur man gestaltar information i samspel mellan ord, bilder, grafisk form, men också mellan ljud, ljus, rum och tid (Pettersson, 2011:140). Viktigast för en god informationsdesign är att mottagaren ska förstå budskapet. Om det rör sig om instruktioner för hur en produkt ska användas är det viktigt att mottagaren förstår anvisningarna så att produkten används på ett säkert sätt (Pettersson, 2011:317f).

God informationsdesign kan göra vardagslivet enklare. Det kan röra sig om all information vi stöter på dagligen, vägmarkeringar, informationsblad, kallelser till möten, med mera. Genom att följa grundreglerna för informationsdesign, att göra informationen aktuell, begriplig, korrekt och relevant för målgruppen, kan man göra vardagslivet enklare för dessa (Pettersson, 2011:318f).

5. Gestaltungsförslag

Mitt gestaltungsförslag är baserat på intrycken jag fick från undersökningen. Förslaget jag har kommit fram till är enkelt att utföra och användbart för alla nyinflyttade i kommunen, oavsett vilka språk- och ämneskunskaper den nyinflyttade har.

5.1 Målgruppen för gestaltungsningen

Undersökningspersonerna tyckte inte att tidning var det rätta mediet för att ge de nyinflyttade den information de behövde. De ansåg att tidningen innehöll för mycket information och ville hellre ha något som var enkelt och konkret.

Informationen i tidningen "Nyinflyttad" är en bra start för personer som precis har bosatt sig i kommunen och som vill veta vad som finns i staden. Tidningen uppfyller således sitt syfte. "Nyinflyttad" skickas antingen innan personen har flyttat till sin nya bostad, eller inom en vecka. Inte efter sex månader. Det är därför jag har fått det förvånansvärda resultatet. Mina förväntningar var att

undersökningspersonerna skulle tycka att det saknades mycket information, att de ville veta mer om staden, inte att de skulle tycka att informationen var överflödig. Anledningen kan vara att mina undersökningspersoner var fel målgrupp för tidningen. Min målgrupp har redan lärt känna staden och sett sig omkring. När man är helt ny i staden, är man förmodligen mer nyfiken på vad som finns och då kan det vara intressant att läsa tidningen "Nyinflyttad".

5.2 Mitt gestaltungsförslag

Om kommunen vill, kan de behålla tidningen "Nyinflyttad" och kombinera den med mitt gestaltungsförslag. Förslaget är att man skapar en karta över Arvika kommun och markerar viktiga platser som sjukhus, polisstation, centrum, centralstation, brandstation, posten, bibliotek, skolor med mera. Varje plats ska markeras med en ikon och ett namn. Till markeringarna ska det följa en kort text, vid sidan av kartan, med namn, telefon, adress och kort information om platsen. Endast konkret information som läsaren behöver veta om platsen, ska skrivas ut. Om ikonen för en skola är en byggnad, ska samma ikon finnas på sidan av kartan för tillhörande text. Eftersom det finns flera skolor i kommunen vet man vilken skola texten tillhör, eftersom namnet på skolan finns både vid ikonen på kartan och på den tillhörande texten.

Det finns redan idag en karta att beställa hem från kommunens hemsida. På kartan finns det dessutom små ikoner med textförklaringar i en ruta vid sidan av. Men den kartan ser mer ut som en turistkarta. Under- och vid sidan av kartan finns det många annonser som upptar väldigt stor plats. Det är tack vare annonseringen som kartan trycks, men annonserna kan mycket väl placeras på baksidan. Om det är en kostnadsfråga för kommunen, kan de ta bort tidningen "Nyinflyttad" och istället satsa på att göra kartan så informativ som möjligt. På framsidan kan de istället för annonserna ha informationen om de olika platserna. På baksidan av kartan finns det idag information om sevärdheter i Arvika kommun, datum för olika evenemang, fler annonser och kartor över närområden som gränsar till staden. För att genomföra min gestaltning skulle baksidan rensas på kartorna på närområdena, och istället ersättas med annonserna som finns på framsidan. Information om sevärdheterna och datumen för evenemangen skulle kunna vara kvar, men i mindre omfattning.

5.3 Språket

Informationen om de olika platserna på kartan ska skrivas på lättläst svenska. Endast besöksadress, telefonnummer och kort information om platsen ska finnas utskrivet. Till exempel på det här sättet:

Polisen

Telefon: 114 14

Vid akut larm ring 112

Adress: Styckåsgatan 10-12

Hos oss kan du:

- Göra anmälan
- Ansöka om pass
- Hämta saker som du har tappat bort eller lämna det du har hittat.

Arvika sim och sporthall

Telefon: 0570-818 10

Adress: Skolgatan 34-36

Hos oss kan du:

- Simma i simhallen
- Träna på gymmet
- Sim- och sporthallen kan du också hyra i förväg för träning eller för fester. Boka i god tid!

Utan att behöva skriva en hel text om polisen eller om sim och sporthallen kan läsaren på det här sättet få den information han eller hon behöver, kort och enkelt. Med hjälp av punktlistor kan man ta till sig informationen på ett enklare sätt (Lundberg & Reichenberg, 2008:64), därför kan det vara bra att skriva på det här sättet när man har många olika platser att informera om. Informationen blir överskådlig och läsaren kan enklare hitta det han eller hon söker.

5.4 Genomförbar gestaltning

Det enda kommunen behöver göra för att verkställa gestaltningen är att göra ikonerna på kartan lite större och istället för att bara ha textförklaringar, kan de skriva kort information om platsen vid sidan av kartan. För att inte behöva anstränga ögonen, skulle kartan kunna göras mycket större eller zoomas in mera. På kartan står det idag väg- och gatunamn. Endast få ikoner på kartan har

namn på platserna. Till exempel för museerna i kommunen, står namnen på museerna också utskrivna, men inte för badhuset, matplatserna, hotellen, idrottsplatserna, med flera. Mitt förslag är att det ska finnas namn på alla platser som har en ikon. För en person som är ny i kommunen kan det vara bra att också veta vad platserna heter, och inte endast veta var de finns. Idén är enkel och genomförbar. Kartan får dessutom ett större användningsområde. Den fungerar inte bara som en vägvisare, utan läsaren kan också få konkret information om de olika platserna. Då kan alla kommuninvånarna ha nytta av den, inte enbart de nyinflyttade.

Idag behöver de nyinflyttade beställa hem kartan över kommunen. Det står i tidningen "Nyinflyttad" hur man beställer hem den på kommunens hemsida. Eftersom tidningen är så pass textrik, finns det risk att läsaren missar det. Mitt förslag är att kartan skickas automatiskt hem till den nya Arvikabon, tillsammans med tidningen "Nyinflyttad". På så sätt går inte den nya kommuninvånaren miste om kartan och informationen om de olika platserna. Om de övriga invånarna i kommunen också vill ta del av informationen på karta kan de beställa hem den på kommunens hemsida.

6. Diskussion

Resultaten från undersökningarna visar att tidningen som Arvika kommun skickar till sina nyinflyttade invånare, inte är det läsarna vill ha. Läsarna vill ha kort och konkret information om väsentliga saker i kommunen som de kan ha nytta av. I tidningen finns det istället mycket information om många olika saker. När undersökningsspersonerna blev tillfrågade om de saknade någon information i tidningen som de hade velat ha, var det största behovet en karta över staden. Samtliga undersökningsspersoner önskade en karta i tidningen, eftersom det är svårt att hitta till olika platser när man är ny i en kommun. Förutom kartan fanns det också en stor efterfråga på kortare och mer konkreta texter.

Undersökningsspersonerna hade inte haft problem med att läsa texterna, men önskade ändå mindre text i tidningen. Undersökningsspersonerna var även missnöjda med den grafiska formen. Graden var för liten, det fanns för mycket text på varje sida och formatet var för stort. Läsligheten påverkades således negativt av tidningens grafiska formgivning, men detta är ingenting som

kommunen styr över. Språket i tidningen varierar mellan enkelt och svårt. En del texter är svårlästa eftersom de kräver vissa ämneskunskaper och har interna termer som inte definieras. Om texterna var enklare att läsa skulle fler personer kunna tillgodogöra sig informationen i tidningen.

Resultaten hade visat annorlunda om undersökningen hade gjorts på den riktiga målgruppen, de som är helt nyinflyttade i kommunen. Det är de nyinflyttade som får tidningen hemskickad och inte personerna som bott i kommunen i flera månader. De alldeles nyinflyttade borde ha varit min målgrupp för undersökningen, men det var svårt att få tag på kvalificerade undersökningspersoner. Framförallt var det svårt att få personerna att delta. Därför hade jag avgränsat mig till personer som bott i kommunen i högst ett år. Examensarbetet har en tidsgräns, och för att inte låta för mycket tid gå åt att endast söka efter undersökningspersoner, valde jag en bredare målgrupp. På så sätt fick jag fler kvalificerade deltagare att kontakta till min undersökning. Men trots att jag hade en bredare urvalsgrupp, fick jag endast fem deltagare till undersökningen. Risken finns att jag inte hade haft en enda undersökningsperson, om jag hade gjort den smalare avgränsningen.

6.1 Konsekvenserna av undersökningen

Hur kan fem personers åsikter om tidningen "Nyinflyttad", avgöra om kommunen uppfyller de nyinflyttades behov av information eller inte? Kan fem personer tala för en så pass stor målgrupp? Är resultaten trovärdiga och godtagbara? Mitt svar är ja, till en viss del. Personerna som valdes till undersökningen var personer som uppfyllde mina kriterier för undersökningen – att de skulle ha varit nyinflyttade i Arvika och bott i kommunen i högst ett år. Bland alla kvalificerade deltagare hade alla lika stor chans att komma med i urvalet, eftersom de alla är målgruppen. Eftersom jag endast fick fem deltagare till undersökningen har resultaten fått en del konsekvenser. Jag kan inte hävda att resultaten är statistisk säkra för alla nyinflyttade i kommunen. För ett sådant påstående krävs det att ett betydligt större urval deltar i undersökningen. Resultaten från mina undersökningar är ändå viktiga, eftersom de kan fungera som icke-statistiska generaliseringar. Vi har genom undersökningen fått vissa kunskaper och kan uttala oss om vad en del av målgruppen tycker om

informationen de får från kommunen (Holme & Solvang, 1997:304).

Anledningen till att jag inte kan erbjuda statistisk säkerhet på resultaten beror till stor del på tidsgränsen för examensarbetet och på målgruppens engagemang till undersökningen.

6.2 Metodkritik

Till mina undersökningar tog jag även hjälp av litteratur för att avgöra vilken metod som skulle vara bra för mina undersökningar. En fokusgrupp verkade lämplig för undersökningen, eftersom diskussioner kunde komma fram och många tankar och idéer kunde dyka upp. Dessutom verkade det tidsparande när många undersökningspersoner träffades under samma dag och tid. Nackdelen med fokusgrupper generellt är att deltagarna ibland bara håller med om vad den tidigare talaren har sagt och inte våga säga vad denne själv tycker. Det kan bli så att gruppen tillsammans kommer fram till en slutsats, istället för att det skapas debatt och många olika synpunkter kommer fram. Så blev det dessvärre i fokusgruppen jag höll i. Deltagarna samtyckte om varandras synpunkter och eftersom det inte skapades någon debatt hade deltagarna efter en kort stund inte något att säga längre. Det finns chans att deltagarna var blyga inför varandra och inte vågade vara ärliga. Skulle det vara så, har det givetvis påverkat resultaten. Alla människor är inte lika vana och bekväma vid att tala och yttra sig framför folk. En del personer kan lida av talängslan. Om man har talängslan har man en stark känsla av osäkerhet och bristande självförtroende över att tala inför andra (Skiöld:1992:70). För att inte känna att man säger något dumt, kanske man hellre är tyst. Detta borde jag ha tänkt på innan fokusgruppen. Det kanske inte var rätt metod för undersökningen, men det gav ändå mycket information som jag kunde tänka på till gestaltningen. Efter fokusgruppen gjorde jag kvalitativa intervjuer för att jämföra resultaten med vad fokusgruppen hade kommit fram till. Fördelen med kvalitativa intervjuer är att deltagarna är ensamma med intervjuaren och endast deras svar är i fokus. Nackdelen med kvalitativa intervjuer i allmänhet är att det är tidskrävande. Man måste hitta tider som passar både för respondenten och för den som intervjuar, dessutom vet man inte hur lång tid varje intervju kan ta. Ska man intervjuar många personer kan det ta långt tid att göra intervjuerna och sedan sammanställa svaren (Holme & Solvang,

1997:100). Men mina intervjuer tog inte lång tid, varken för att hitta lämpliga tider eller för intervjuerna och sammanställningen.

6.3 Källkritik

”Gränsen mellan äkta och falskt kan ibland vara svår att dra” (Pettersson, 2011:417). Hur vet man då om det man har läst är korrekt? Det finns en del källkritiska principer att utgå ifrån för att kontrollera en källa (Thurén, 2005:13).

Dessa är:

- Äkthet – Är källan vad den utger sig att vara?
- Tidssamband – Hur lång tid har det gått mellan händelsen och källans berättelse?
- Oberoende – Är källan ett referat av en annan källa?
- Tendensfrihet – Har författaren av någon anledning förvrängt verklighetsbilden?

Även vetenskapliga resultat bör granskas med kritiska ögon. ”Att ett påstående är vetenskapligt behöver inte innebära att det är sant” (Thurén, 2005:82). Det kan hända att forskare överdriver resultatens betydelse eller påverkas av önsketänkande och drar ogenomtänkta slutsatser av sina resultat (Thurén 2005:82).

Maria Sundins bok, *Lättläst – så funkar det* (2007), är en bok som bör granskas närmre. Några av hennes påståenden saknar belägg. Två exempel på detta är: ”Flera undersökningar visar att klyftorna mellan olika människors språkanvändning ökar” (2007:17) och ”Många undersökningar visar att vi generellt läser mindre idag jämfört med för tio-femton år sedan” (2007:21). Vilka undersökningar är det Sundin refererar till? Dessa undersökningar finns varken som fotnoter eller i litteraturlistan att hitta. Hennes argument blir vaga och oäkta, när hon inte kan styrka sina påståenden med källor. Om källorna för undersökningarna presenterades kunde läsaren avgöra trovärdigheten i undersökningarna.

Bortsett från dessa svagheter har Sundin ändå tillräckligt många bra och välstyrkta argument i sin bok som kan användas. Hon ger konkreta tips om hur man kan skriva, formge och testa sina lättlästa texter (Sundin, 2007:11). Boken är skriven av en opartisk författare som är examinerad språkkonsult med många

års erfarenhet. Därför tror jag inte att hon har något intresse av att ge läsaren en falsk bild av innehållet. Däremot hade jag önskat att samtliga källor för undersökningarna hade skrivits ut.

Källförteckning

Litteratur

Bohlin, A. (2011): *Kommunalrättens grunder*. 6:e uppl. Stockholm: Norstedts Juridik AB. ISBN: 913920510X.

Booth, W., Colomb, G., Williams, J. (2004): *Forskning och skrivande*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 9144032277.

Cassirer, P. (2003): *Stil, stilistik & stilanalys*. Stockholm: Natur och Kultur. ISBN: 9127408299.

Hellmark, C. (2006): *Typografisk handbok*. 5:e uppl. Stockholm: Ordfront förlag. ISBN: 9170370885.

Hellspong, L. (2001): *Metoder för brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 9144016395.

Holme, I., Solvang, B. (1997): *Forskningsmetodik. Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. 2:a uppl. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 9144002114.

Skiöld, B-A. (1992). En talande tystnad. I Strömquist S. *Tal och Samtal*. (red). Lund: Studentlitteratur. ISBN: 9144347219

Sundin, M. (2007): *Lättläst - så funkar det*. 1:a uppl. Stockholm: Jure Förlag AB. ISBN: 9172232803.

Obert, C., Forsell, M. (2008): *Håller din verksamhet måttet? En bok om att arbeta med fokusgrupper*. 2:a uppl. Höganäs: Kommunlitteratur AB. ISBN: 9172510692.

Pettersson, R. (2010): *Gestaltning*. Tullinge: Institutet för infologi. ISBN: 9789185334186.

Pettersson, R. (2011): *Informationsdesign från a till ö*. 5:e uppl. Tullinge: Institutet för infologi. ISBN: 978-91-85334-21-6.

Proposition 1999/2000:86. *Ett informationssamhälle för alla*. Stockholm, Näringsdepartementet.

Thurén, T. (2005): *Källkritik*. 2:a uppl. Stockholm: Liber AB. ISBN: 9147052937.

PDF

Lundberg, I., Reichenberg, M. (2008): *Vad är lättläst?*. Edita: Specialpedagogiska skolmyndigheten. ISBN: 978-91-28-00147-2.

Muntlig källa

Kanslichef på Arvika kommun, Erika Norqvist – 2012-04-18

Informationssekreterare på Arvika kommun, Eva Österlind – 2012-04-18

Utredningssekreterare på Arvika kommun, Hilde Axelsson - 2012-05-09

Layouten för tidningen "Nyinflyttad", Storstadspress, Sven Aakula – 2012-05-09

Tidning

Arvika kommun. (2012): NYinflyttad. En tidning för alla nya arvikabor. Hämtad 2012.04.01. (Se bilaga 4. Finns att hämta som pdf-fil också på:

www.arvika.se/omkommunen/flyttahit)

Elektroniska källor

Arvika kommuns hemsida: www.arvika.se/omkommunen/statistik/befolkning
2012-05-09

Statistiska centralbyrån: <http://www.scb.se/> 2012-05-09 (Statistiken finns även som bilaga. Se bilaga 2)