

# Klart språk i Norden

Titel: Skattemyndigheter på webben – dubbel mottagaranpassning eller ingen alls?

Forfatter: Merja Koskela

Kilde: Klart språk i Norden, 2009, s. 65-80

URL: <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/ksn/issue/archive>



© 2009 författarna och Språkrådet

## Betingelser for brug af denne artikel

Denne artikel er omfattet af ophavsretsloven, og der må citeres fra den. Følgende betingelser skal dog være opfyldt:

- Citatet skal være i overensstemmelse med „god skik“
- Der må kun citeres „i det omfang, som betinges af formålet“
- Ophavsmanden til teksten skal krediteres, og kilden skal angives, jf. ovenstående bibliografiske oplysninger.

# Skattemyndigheter på webben

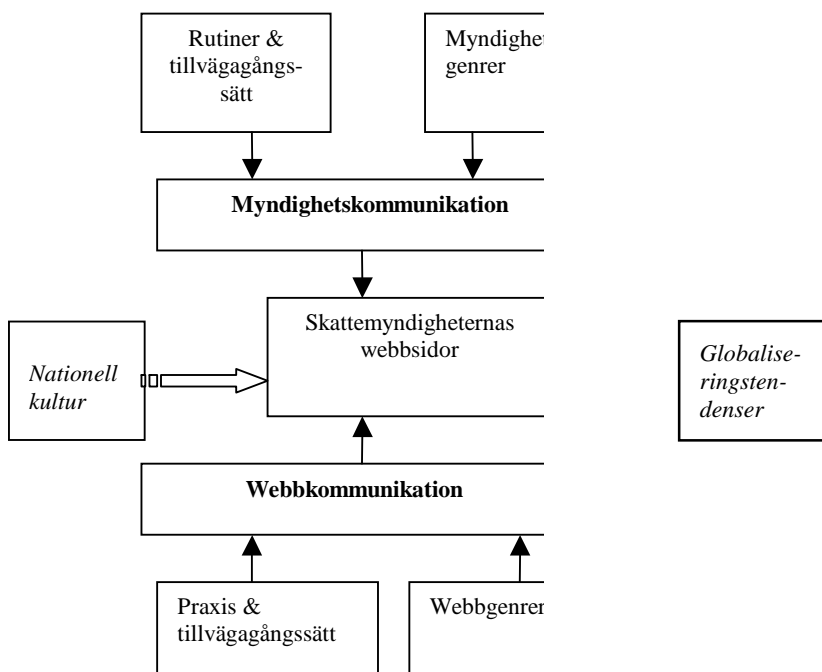
## – dubbel mottagaranpassning eller ingen alls?

**A**dministrativ och politisk teknologi har sedan 1980-talet i allt högre grad styrt myndigheternas uppgifter (Frykman 1988:34). Ett betydande led i denna utveckling är införandet av Internet som medium i myndighetskommunikationen. Exempelvis har det svenska skatteverket haft en webbplats från och med år 1996 och det finska från 1998 (Skatteverket 2008; Viitanen 2008). Webben är alltså inte längre något nytt medium i myndighetskommunikationen, utan under de senaste tio åren har användningen av Internet blivit en självklar del av myndigheternas dagliga verksamhet. Internet har förändrat myndigheternas arbetssätt, som nya medier tenderar att göra, men det har också påverkat medborgarnas relation till myndighetsinformation (jfr Cheney, Christensen, Zorn & Ganesh 2004). Med andra ord har relationen mellan avsändare och mottagare förändrats.

Myndighetsinformationen på webben, exempelvis skattemyndigheternas webbsidor, påverkas av olika, delvis motstridiga kontextuella faktorer. Dessa faktorer tillsammans avgör hur texterna på webben blir och vad som upplevs som lyckade texter. De mest centrala kontextuella faktorerna beskrivs i figur 1 (jfr Koskela 2006b).

Som framgår av figuren påverkas skattemyndigheternas webbsidor för det första av arbetsrutiner och tillvägagångssätt som hör till den institutionella kulturen hos myndigheten samt av de genrer som myndighetskommunikationen inordnats under. Myndighetstexter fungerar som medium för social handling och därför styrs de i hög grad av sociala konventioner och typifieringar (se Ledin & Selander 2003: 106). Dessa regelbundenheter är åtminstone delvis desamma för myndigheter och medborgare tack vare den nationella kulturen; det finns vissa gemensamma kontextuella förväntningar, vilket underlättar förståelsen.

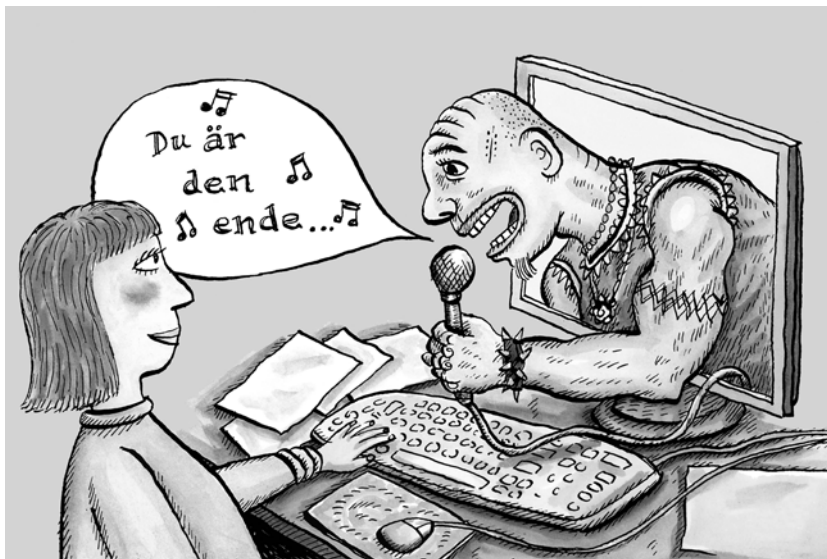
**Figur 1.** Skattemyndigheternas webbsidor och några kontextuella faktorer.



För det andra påverkas webbsidorna av de regelbundenheter och den praxis som hör till webben som medium. Dessa påverkas av att webben är ett internationellt medium (jfr till exempel Marcus & Gould 2000). Webben som medium präglas också av sina, ofta kommersiellt betingade, genrer och kommunikationen på webben har sin säregna karaktär. Bland annat är sättet att läsa på webben inte detsamma som sättet att läsa på papper (se till exempel Karlsson 2002). Hit hör också att kommunikationen på webben inte behöver vara textbaserad, eftersom webben erbjuder olika multimediala presentationssätt och interaktivitet (Chapman & Chapman 2000). Trots detta använder många organisationer sina innehållshanteringssystem för att lägga ut texter direkt på nätet, som ursprungligen skrivits för att läsas på papper (Englund & Guldbrand 2004:149). Bland annat Karlsson (2000:7) varnar dock för sådant "webbskrivande", eftersom webbanvändarna har en tendens att ögna igenom texter snarare än att läsa dem.

Skattemyndigheternas webbsidor kan alltså, om man utgår från figur 1, ses som en balansgång mellan nationell och global påverkan å ena sidan och mellan rutiner och genrer i myndighetskommunikation och webbkommunikation å andra sidan. Resultatet av balanseringen kan se olika ut i olika delar av en webbplats. Det är exempelvis möjligt att strukturen påverkas i högre grad av webbkommunikation och globala modeller, medan innehållet styrs mera av nationella intressen och myndighetskommunikationens behov och syften. Balanseringen påverkar också läsarens upplevelse av webbsidorna. Användbarhet är en central term i webbkommunikationen, och den innehåller också tanken att den som skapar webbsidor måste ta hänsyn till den som ska använda dem, alltså mottagaranpassning.

I denna artikel presenterar jag några resultat från ett projekt om skattemyndigheternas webbsidor. Syftet med projektet har varit att undersöka hur webben påverkar myndighetskommunikationen och om den påverkar den alls. Skattemyndigheternas webbsidor är ett bra



*Mottagaranpassning. Bild: Robert Nyberg.*

exempel på hur experter, i detta fall myndigheter, vänder sig till allmänheten med viktig information om deras specialistområde. På skattemyndigheternas webbsidor möts alltså fackspråket, myndighetsspråket och det som nya medier för med sig. Min rubrik hänvisar till tanken om skattemyndigheter som experter som anpassar sin information till mottagaren, det vill säga skattebetalaren. Dubbelheten kommer från det faktum att information som producerats för myndigheterna själva, först omformuleras med tanke på medborgarna och sedan på nytt för att den ska kunna ges ut på webben.

#### OLIKA TYPER AV MOTTAGARANPASSNING

Mottagaranpassning innebär att avsändaren tar hänsyn till den avsedda mottagaren när han eller hon ger sitt budskap språklig och grafisk

form. När det gäller myndighetstexter på webben kan mottagaranpassning vara speciellt svår, eftersom samma text är tillgänglig för alla. Myndighetstexter kan läsas och användas av många olika typer av läsare och behovet av att läsa texten kan variera.

I diskussioner om klarspråk är mottagaranpassning ett allmänt använt begrepp, och det har använts för både teoretiska och praktiska ändamål (Nyström 2002:26–27). För att kunna analysera myndighetsinformation på webben har jag delat in mottagaranpassning i tre kategorier (se Koskela 2005). Dessa är *innehållslig mottagaranpassning*, som betyder att innehållet har valts så att texten är intressant för den avsedda läsaren, *visuell-hypertextuell mottagaranpassning*, som står för att texten är typografiskt tilltalande och lätt att ta del av och *språklig-stilistisk mottagaranpassning*, som står för val av ord och uttryck. I de följande avsnitten presenterar jag några resultat från pilotstudier som ingår i mitt projekt om skattemyndigheternas webbsidor.

#### INNEHÅLLSLIG MOTTAGARANPASSNING

Innehållslig mottagaranpassning omfattar förutom valet av innehåll för skattemyndigheternas webbsidor även sättet att organisera innehållet så att det är lätt att hitta. Ett explicit tecken på innehållslig mottagaranpassning är att både de finska och de svenska skattemyndigheternas webbsidor är strukturerade så att det finns anpassad information som gäller bland annat privatpersoner, företag, arbetsgivare och ungdomar. Sådan anpassning är en del av webbkommunikationen och finns, förutom på myndigheternas webbsidor, på många kommersiella sidor.

En helt annan form av innehållslig mottagaranpassning är att det finns innehåll på olika språk för olika mottagargrupper. I en delstudie i mitt projekt granskade jag vilken översättningspolitik skattemyndigheterna i Finland och i Sverige har när det gäller deras webbsidor (Koskela 2007). Mina resultat baserar sig på intervjuer från 2007. Ut-

gångspunkten för studien var att det på sidorna finns ett utbud av information på olika språk.

På de svenska sidorna finns det på första sidan en länk till *International*-sidan, där det i sin tur finns länkar till dokument på flera språk (14 olika år 2007), men navigeringen finns bara på svenska. På de finländska sidorna finns det utbud på tre språk, finska, svenska och engelska, och navigering på respektive språk.

I Finland översätts allt till svenska, eftersom Finland enligt lag är ett tvåspråkigt land, medan det som ska översättas till engelska väljs efter vad som är aktuellt vid olika tidpunkter. Den finska skattestyrelsen har sina egna översättare för både svenska och engelska.

I Sverige avgörs det från fall till fall vad som ska översättas och till vilka språk. En viktig bestämmande faktor är enskilda handläggares initiativ: det är ju de som möter "kunderna" och vet vad som behövs. Översättningen sköts av översättningsbyråer och verksamheten har konkurrensutsatts. En intressant detalj är att man ibland använder studerande vid Tolk- och översättarinstitutet i Stockholm som översätter dokument till mera exotiska språk. I Sverige är det därtill ofta informatörerna och inte skribenterna själva som fungerar som länkar mellan myndigheten och översättningsbyråerna.

Slutsatsen av min studie är att själva översättningsverksamheten är professionellt skött, men för översättarna är det inte nödvändigtvis klart om de översätter webbtexter eller texter som ska publiceras enbart på papper. De anställda översättarna har en bättre position, eftersom de är nära skribenten och kan ta reda på hur det förhåller sig. För översättningsbyråerna är det svårare. Min undersökning visar också att det inte finns någon uttalad översättningspolitik hos skattemyndigheterna. Jag anser dock att en sådan kunde vara på sin plats när internationaliseringen av arbetslivet fortskrider som den gör i dag.

## VISUELL-HYPertextuell MOTTAGARANPASSNING

En analys av finska och svenska skattemyndigheters webbsidor som riktar till unga visar att myndigheterna i båda länderna har använt olika visuella medel och hypertextens möjligheter för mottagaranpassningens behov (se Koskela 2005). Materialet för undersökningen bestod av de finska skattemyndigheternas webbsidor för unga *De ungas egna sidor* (Skattestyrelsen 2004) och av de motsvarande svenska sidorna *Skattungen* (Skatteverket 2004). Webbsidornas flyktighet som forskningsmaterial illustreras dock av att den svenska sidan, som då var Skatteverkets och Kronofogdens gemensamma webbplats, numera har lagts ner. Analysen av visuell-hypertextuell mottagaranpassning visade att man på de dåvarande svenska sidorna använde sig av klart fler olika medel som utnyttjar Internets multimediala möjligheter (animation, rörlig bild, chatt). Detta var inte fallet på de finländska sidorna som profilerade sig som en del av skatteverkets webbplats som helhet, medan de svenska sidorna utgjorde en egen separat helhet med eget utseende och egen struktur.

Skriven text, i synnerhet myndighetstext, har hög status i vår kultur. Myndighetstexter följer traditionellt ett mönster som kan variera från en textgenre till en annan, men huvudbudskapet ingår i en skriven text och det viktigaste framhävs inte (se exempelvis Melin 2000:65–68). De svenska myndigheterna hade ansett att bilder och nöjesrelaterade funktioner intresserar de unga människor som besöker sidan, och detta hade ansetts vara viktigare än behovet att behålla den institutionella karaktären hos myndighetstexten. En möjlig följd var att myndighetstexten inte längre upplevdes som myndighetstext. Detta kan vara en orsak, förutom att sidorna utan tvivel krävde fortgående uppdatering, till att de svenska skattemyndigheternas webbsidor för unga i dag är mycket lika de finländska från 2004.



## SPRÅKLIG-STILISTISK MOTTAGARANPASSNING

Språklig-stilistisk mottagaranpassning är den kanske mest kända formen av mottagaranpassning. Min pilotstudie av språklig-stilistisk mottagaranpassning på skattemyndigheternas webbsidor för unga visar samma tendens som den visuella analysen. De svenska sidorna för unga har klart kortare meningar och lägre procentandel långa ord än de finländska. Jämfört med tidigare forskning i fackspråk, är dock texten på båda sidorna lättläst (se exempelvis Nordman 1992:242). Mottagaranpassningen på skattemyndigheternas webbsidor för unga märks kanske tydligast i stilen i texten. På de studerade webbsidorna kommer skribenten nära läsaren. Det talas bland annat om *skriftskola* [*finl.sv.*; på *sv.* konfirmandundervisning] och *sommarjobb* och mottagaren tilltalas genomgående med *du* på båda sidorna. Dessutom kommer skribenten närmare läsaren genom att använda utrop (uttryck med utropstecken) och imperativ.

Ett annat påfallande stildrag som avslöjar mottagaranpassning är ordvalet. På de svenska sidorna används ord som representerar ledig stil och som eventuellt kan anses höra till ungdomsspråk. Sådana är *jobba* (*arbeta* på den finländska sidan), *svartjobb*, *tipsa* och *chatta*. På de finländska sidorna avslöjar ordvalet inte lika klart mottagargruppen, även om innehållet gör det. Analysen visar alltså att mottagaranpassningen på de finländska sidorna gjorts rätt försiktigt och att man har velat bevara myndighetens röst och en viss auktoritet, medan man på de svenska sidorna framhäver mottagaranpassning och genomför denna mycket medvetet och konsekvent.

### *Tilltal som tecken på mottagaranpassning*

I en annan delstudie från 2006 (Koskela 2006b) har jag tittat på den språkliga-stilistiska mottagaranpassningen genom att studera hur skattemyndigheterna i Finland, Sverige och USA på sina webbsidor skapar eller inte skapar kontakt med läsaren. Jag har tittat på förekom-



*Tilltal. Bild: Robert Nyberg.*

sten av aktiv, passiv, imperativ och interrogativ och förekomsten av personliga pronomen, i synnerhet *du*.

Att mottagaren tilltalas vittnar om att avsändaren har tagit hänsyn till mottagaren när han eller hon skrivit texten. Tidigare undersökningar av tilltal har visat att maktförhållandena är en viktig faktor som reglerar tilltalet. Det är lättare att dua dem som har en lägre position i makthierarkin, och att undvika tilltal är även ett viktigt pragmatiskt val. Man kan tala om negativ hövlighet. (Se till exempel Nuolijärvi & Tiittula 2001:581.)

När det gäller skattemyndigheternas webbsidor är maktrelationerna asymmetriska. I en situation där en myndighet och expert informerar om skatteärenden har vi en avsändare som vet någonting och en mottagare som söker information om något som han eller hon behöver veta något om. Avsändaren har alltså makten.

Materialet för undersökningen består av fem olika webbsidor som finns på skattemyndigheternas webbplats i alla tre länderna. Språken är finska, svenska och engelska. Resultaten för hela materialet visar att

aktiva påståendesatser är de mest typiska, vilket vittnar om att webbplatsens huvudsyfte är att informera. På den finska webbsidan förekommer passiv mera allmänt än på de andra sidorna. Passiv form är vanligare än aktiv både på startsidan och på sidan som gäller nya skattelagar. När det gäller startsidan är detta något oväntat eftersom man där lägger grunden för relationen mellan avsändare och mottagare. Passiv innebär ju större distans mellan skribent och läsare, vilket kan skapa en känsla av auktoritet. Eventuellt har den finska skattemyndigheten avsiktligt velat göra detta, alternativt är det bara det naturliga uttrycks sättet i myndighetsspråk som reflekteras här.

På den svenska startsidan finns det gott om länkar, som ofta är nominalfraser eller till och med enstaka ord. Länkar har då ansetts vara viktiga medel för att skapa kontakt: de inbjuder ju läsaren till att klicka på dem. Mera intressant är kanske att imperativ tycks vara ett viktigt sätt att skapa kontakt med läsaren på den svenska startsidan. Däremot har skattenyheter och anvisningar för skattedeklarationen flera frågor än imperativer. Jämfört med den finska sidan är användningen av passiv klart ovanligare och märks mest, inte helt oväntat, på sidan som gäller nya skattelagar.

På den amerikanska webbplatsen är aktiva påståendesatser mycket mer dominerande än på de två andra. På startsidan finns både imperativformer och frågor, medan anvisningar för skattedeklarationen mestadels står i imperativform. Resultaten visar att även länkarna är aktiva påståendesatser och inte bara nominalfraser eller enstaka ord som på den svenska webbplatsen.

När man jämför andelen *du* av alla ord i materialet är det den amerikanska sidan som är klart mest *du*-orienterad. Finskan är naturligtvis inte helt jämförbar med engelskan och svenskan, eftersom den har personböjning. Därför har även verb i andra person räknats med som förekommer av *du* i materialet, men trots detta har finskan minst *du* i texterna.

Även andelen imperativ är markant större på den amerikanska sidan, medan det inte finns någon större skillnad mellan finska och svenska sidor. Samma gäller frågor, med den skillnaden att frågor är mycket ovanliga på de finska skattemyndigheternas webbsidor.

För att summera hela delstudien kan jag konstatera att den amerikanska webbplatsen – inte helt oväntat – är mest läsarinriktad och den finska minst läsarinriktad. Den svenska placerar sig mellan dessa två. På detta sätt förstärker mina resultat kulturella stereotypier om den skribentorienterade finnen och den läsarorienterade amerikanen. Webbkommunikationens rutiner och praxis är mest synliga på den amerikanska webbplatsen, men de olika ländernas sidor påminner också rätt mycket om varandra.

### *Förklaring av nyckelord*

En form av språklig-stilistisk mottagaranpassning är att man förklarar svåra ord och begrepp. Termer hör till myndigheternas fackspråk och det kan ibland vara svårt för myndigheterna att förstå att termerna inte är lika klara för läsarna som de är för dem själva. Därför är det glädjande att den finska skattemyndigheten på sin webbsida skapat en förteckning där läsaren kan slå upp svåra ord och termer. I en pilotstudie (Koskela 2006a) har jag studerat vad man förklarar och hur man gör det.

Resultaten av studien visar att nyckelorden kan stå för rätt olika fenomen. Det kan vara fråga om:

1. Begrepp som definieras.
2. Företeelser som har någon anknytning till beskattningen, vilket förklaras.
3. Processer och procedurer som beskrivs.
4. Företeelser där man hänvisar till andra källor.

Förklaringarna tycks alltså ha olika funktioner. Ungefär hälften av nyckelorden på webbsidan hör till den första gruppen. Sedan finns det lika mycket av typ 2 och 3 och några få nyckelord av typ 4. Typiskt för dessa beskrivningar är att det förutom själva förklaringen också finns annan information.

Definitionen på nyckelordet *beskattning* lyder: *Beskattning är lagstadgat förfarande att samla in medel för finansieringen av offentliga utgifter.* Detta är ett exempel på en renodlad terminologisk definition. Enligt definitionen är "lagstadgat förfarande" överbegrepp för begreppet beskattning och de särskiljande begreppskännetecknen utgörs av vad förfarandet baserar sig på (lagen) och vad som är syftet med förfarandet (finansiera offentliga utgifter).

Den andra typen av nyckelord är annorlunda. Nyckelordet *Åland* exempelvis beskrivs så här: *I landskapet Åland tillämpas landskapets egna skattebestämmelser vid kommunalbeskattningen. Vid statsbeskattningen tillämpas däremot samma bestämmelser som i övriga riket.* Åland representerar en företeelse som har någon anknytning till beskattningen som ska förklaras. Här behöver man inte definiera vad Åland är med hjälp av en terminologisk definition, utan det som beskrivs är vilka skattebestämmelser som tillämpas på Åland. En beskrivning som denna fyller sin uppgift på webbsidan, eftersom den motsvarar läsarens förväntningar, trots att den inte uppfyller några villkor för en terminologisk definition.

Den tredje typen av nyckelord gäller i synnerhet olika matematiska operationer och andra processer inom beskattningen. Termen *värde av skog* exempelvis har fått följande förklaring: *Om någon äger en skogsfastighet på 5 hektar. Nettoavkastning av skog är 100 euro/ha. Vid förmögenhetsbeskattningen fastställs som skogens värde  $5$  (skogsareal)  $\times$   $100$  euro (nettoavkastning)  $\times$   $10$  (lagstadgad koefficient) =  $5\ 000$  euro.* Förklaringen innehåller inte någon entydig definition på termen utan belyser med hjälp av ett exempel hur värdet ska räknas. Problemet med exem-

plet är emellertid att det innehåller flera andra termer som läsaren ska förstå för att kunna tillämpa formeln på sina egna uppgifter.

Den fjärde typen av nyckelord omfattar företeelser som förklaras med hänvisningar till andra källor. Ett exempel på ett sådant nyckelord är *Acciser* som förklaras så här: *Tullverket tar hand om uppbörd av och kontroll över acciser (www.tulli.fi)*. Som exemplet visar, förklaras det inte vad acciser egentligen är utan man konstaterar bara vem som tar hand om dem och ger en länk vidare till en annan myndighets webbsida. Eftersom nyckelordet inte förklaras av skattemyndigheten, måste den som vill veta vad termen står för, klicka sig bort från webbplatsen. Dessutom är förklaringen svår att hitta på tullens webbsida, eftersom länken går till förstasidan. Det har hänt att två myndigheter hänvisar med länkar till varandras sidor och ingendera förklarar vad det är fråga om.

Resultaten av analysen visar att beskrivningar av nyckelord på skattemyndigheternas webbsidor har olika funktioner. Den viktigaste funktionen är att erbjuda läsaren möjlighet att slå upp svåra termer vid behov. Detta kan göras i samband med annan läsning. Nyckelorden kan också ses som ett slags sökmaskin, det vill säga läsaren kan komma till webbplatsen och slå upp det som han eller hon behöver med nyckelordsfunktionen. Man sparar tid då man inte behöver bläddra genom flera länkar på webbplatsen.

Ur terminologisk synvinkel är det klart att nyckelorden har beskrivits ur beskattningens synvinkel. Därför har de flesta termer som gäller beskattningen också fått en terminologisk definition, medan termer som hör till andra områden (typ *Åland*) förklaras med andra medel. I båda fallen tar man bara upp sådana kännetecken som gäller skatteärenden. Allmänt sett är beskrivningarna av nyckelorden tillräckliga men i vissa fall kan själva begreppet förbli oklart för läsaren, då det inte förklaras utan bara behandlas som något som redan är bekant (typ *Acciser*).

## KLARSPRÅK ÄR BRA WEBBSPRÅK

I min rubrik frågar jag om det på skattemyndigheternas webbsidor finns dubbel mottagaranpassning eller ingen mottagaranpassning alls. Som det är i dag lyder svaret att det finns mottagaranpassning, men att det också finns vissa risker. Som en risk upplever jag det ökande antalet länkar, det vill säga att allt fler webbsidor består av länklister som leder vidare till nya länklister. Då måste läsaren välja den rätta länken flera gånger innan han eller hon når fram till den information som önskas. Det finns då gott om möjligheter att välja fel och navigeringen blir mycket krävande. En annan risk är den ökande användningen av pdf-dokument. Myndigheter skriver texter som är avsedda att läsas på papper och lägger ut dem på webbplatsen som sådana. Detta är säkert ett effektivt arbetssätt för tjänstemännen men underlättar inte skattebetalarens börda när han eller hon försöker ta reda på något.

Det är viktigt att myndigheterna tar hänsyn till alla tre formerna av mottagaranpassning, det vill säga *innehållslig mottagaranpassning*, *visuell-hypertextuell mottagaranpassning* och *språklig-stilistisk mottagaranpassning*, när de utvecklar sina webbplatser. Medborgarna har rätt att få förståelig information som är lätt att hitta på webben. Rekommendationerna för klarspråk liknar mycket de rekommendationer som ges för gott webbskrivande (jfr exempelvis Karlsson 2000; Englund & Guldbbrand 2004). Om myndigheterna följer dessa råd och skriver klara och förståeliga webbtexter får medborgarna på samma gång lättlästa och begripliga myndighetstexter. Detta förutsätter dock att myndighetskommunikationen möter webbkommunikationen halvvägs. I dag finns det redan vissa tecken på att så håller på att ske. Det gäller att komma ihåg att klarspråk är bra webbspråk.

### Litteratur

- Chapman, Nigel & Chapman, Jenny (2000). *Digital multimedia*. New York: Wiley.  
Cheney George, Christensen, Lars Thøger, Zorn Jr., Theodore E. & Ganesh, Shiv

- (2004). *Organizational Communication in an Age of Globalization: Issues, Reflections, Practices*. Long Grove, IL: Waveland.
- Englund, Helena & Guldbrand, Karin (2004). *Klarspråk på nätet*. 3:e upplagan. Sundbyberg: Pagina Förlags AB.
- Frykman, Jonas (1988). Fördelen med att vara informell. Konsten att få ett övertag och behålla det. I: Orvar Löftgren (red.). *Hej, det är från försäkringskassan! Informatiseringen av Sverige*, 17–35. Stockholm: Natur och Kultur.
- Karlsson, Anna-Malin (2002). Läsa kors och tvärs. *Språkvård* 4, 10–15.
- Karlsson, Ola (2000). Råd för webbskrivande. *Språkvård* 2, 4–7.
- Koskela, Merja (2005). Klarspråk för skattebetalare – mottagaranpassning på finska och svenska skattemyndigheters webbsidor. *Fackspråk och översättningsteori. VAKKI-symposium XXV. Vörå 12–13.2.2005. Publikation N:o 32*, 156–165.
- Koskela, Merja (2006a). Verokielestä verkkokieleen – käsitteen kuvaukset ja niiden tehtävät verohallinnon verkkosivuilla. *Fackspråk och översättningsteori. VAKKI-symposium XXVI. Vasa 1–12.2.2006. Publikation No. 33*, 119–131.
- Koskela, Merja (2006b). Writer-oriented Authorities on the Web: Features of Reader-orientation on Tax Authorities' Websites. I: Vijay K. Bhatia & Maurizio Gotti (eds.). *Explorations in Specialized Genres*, 177–199. Bern, Berlin etc.: Peter Lang.
- Koskela, Merja (2007). Verohallintoa monella kielellä. I: *MikaEL. Kääntämisen ja tulkkauksen tutkimuksen symposiumin verkkojulkaisu*. Eds. Jarmo Jantunen, Minna Kumpulainen & Tuija Luokkakallio. Helsinki. Tillgänglig på: <http://www.sktl.fi/MikaEL/index.php>
- Ledin, Per & Selander, Staffan (2003). Institution, text och genre. I: *Teoretiska perspektiv på sakprosa*. Boel Englund & Per Ledin (red.), 203–237. Lund: Studentlitteratur.
- Melin, Lars (2000). *Språk som syns: om den grafiska formens samspel med verbalt språk*. Uppsala: Hallgren & Fallgren.
- Marcus, Aaron & West Gould, Emilie (2000). Crosscurrents: cultural dimensions and global web user-interface design. *ACM Interactions VII* (4), 32–46.
- Nordman, Marianne (1992). *Svenskt fackspråk*. Lund: Studentlitteratur.



## **Merja Koskela**

- Nuolijärvi, Pirkko & Tiittula, Liisa (2001). Rakas Tarja ja hyvä ystävä. Puhuttelu minän ja sosiaalisten suhteiden esittämisen keinoina televisiokeskustelussa. *Virittäjä* 4, 580–601.
- Nyström, Catharina (2002). Mottagaranpassning är mer än tilltalsord. *Språkvård* 3, 24–28.
- Skattestyrelsen (2004). De ungas egna sidor. Helsingfors. Tillgänglig på: <http://www.vero.fi>. Citerad 20.12.2004.
- Skatteverket (2004). Skattungen. Stockholm. Tillgänglig: <http://www.rsv.se/ung/index.html>. Citerad 20.12.2004.
- Skatteverket (2008). Skatteverkets webbplats 10 år! Tillgänglig på: <http://www.skatteverket.se/omskatteverket/omwebbplatsen/skatteverketswebbplats10ar.4.3dfca-4f410f4fc63c8680004340.html>. Citerad 13.8.2008.
- Viitanen, Tiina (2008). VL: Verohallinnon verkkosivujen aloitusvuosi? E-postmeddelande till Merja Koskela 4.8.2008.

MERJA KOSKELA är professor i tillämpad språkvetenskap vid Vasa universitet i Finland. Hennes forskning gäller främst fackspråk, i synnerhet förmedling av information från experter till lekmän, bland annat popularisering av vetenskap. Myndighetskommunikation på webben är temat för ett forskningsprojekt som hon arbetat med sedan år 2004.