

Klaus Kjøller

Bedre offentlig sprogbrug: Gode hensigter rammer grum virkelighed

Det er en selvfølgelighed at offentlige myndigheder bør udtrykke sig let forståeligt. Men mange monopolorganisationer gør modstand mod forbedringer, og alt forbliver uændret når sprogkonsulenterne er draget videre efter at have modtaget organisationens officielle hyldest.

Hvordan undgår vi at konsulenten og hendes produkter: kurser, pjecer, diasshows, innovationsforløb og teambuildingdage, ender som skueværdier og hyldesucceser uden at kommunikationen forbedres? Artiklen svarer på spørgsmålet ved at give et overblik over udviklingen i Danmark inden for sprog- og kommunikationsrådgivningen fra 1970 til i dag. En udvikling frem mod en mere effektiv rådgivning.

Hyldesucceser

Et af de mest sejlivede emner inden for sprog- og kommunikationsrådgivningen er historien om gode intentioner, glimrende vejledningspjecer og imponerende kommunikationspolitikker som bare desværre aldrig blev til virkelighed i organisationen. De blev sat på hylden. De blev en hyldesucces.

I Jørgensen & Windfeld (2003) gives en række råd om hvordan man undgår at en kommunikationspolitik bare ender på hylden. Blandt andet skal man ved opstarten af arbejdet med en kommunikationspolitik gøre følgende (s. 154):

- Find ud af hvem der er tilhængere og modstandere af ”projekt kommunikationspolitik”. Inddrag både venner og fjender i udarbejdelsen af politikken.

- Sæt en kollektiv læreproces i gang hvor de involverede og eventuelt hele målgruppen kan sætte ord på tanker, idéer, forestillinger og synspunkter om kommunikationstilstanden i organisationen.

Og efter kommunikationspolitikken er lavet, råder Jørgensen & Windfeld (2003, s. 156) blandt andet til:

- Hold netværksarbejdet i gang mellem de involverede. Pas på med at hvile på laurbærrene efter udarbejdelsen af kommunikationspolitikken.
- Sæt en ny proces i gang der skal ende med et nyt produkt: en opdateret kommunikationspolitik.
- Tænk arbejdet med kommunikationspolitikken som en vedvarende, fortløbende proces.

Morale er at man er nødt til realistisk at kortlægge modstanden, involvere alle relevante fra begyndelsen og gøre arbejdet med udvikling af kommunikationspolitikken til en fast del af organisationens liv. Ellers ender man på hylden.

Udviklingen inden for sprog- og kommunikationsrådgivningen kan anskues som reaktion på stadig flere oplevelser af hvor hård ansattes modstand mod at følge gode råd egentlig er. For at gennembryde modstanden har rådgivningen måttet tage stadig flere faktorer i betragtning.

Sproglig rådgivning classic: oversættelse

Først troede man at bare man oplyste de ansatte om hvordan de burde skrive og tale, så gjorde de det også. Op gennem 1970'erne og 1980'erne fremkom en del populære bøger, især fra sprogfolk, med kritik af det offentlige sprog og med anvisninger på hvorledes man udtrykte tingene enklere, effektivere, mere økonomisk og demokratisk. Her kan fremhæves Hansen (1971) *Ping- og pampersprog* (førsteudgaven kom i 1971, flere senere udgaver, blandt andet 1986) og Hansen & Møller (1981) – *Og uden om-svøb, tak!* (flere senere udgaver).

Kritikken var (og er) båret af en demokratisk holdning som tager den almindelige borgers krav om forståelighed og lighed mest muligt på ordet: Kommunikationen skal have et klart indhold og i sin stil og tone tegne en servicereation mellem borger og myndighed. Væk med alt pamperi og magtbrynde. Det opfattes i høj grad som et rent sprogligt problem at få oversat de offentlige tekster til et forståeligt, almindeligt dansk.

Mange af sprogfolkene afholdt talrige kurser for de offentligt ansatte hvor principper og færdigheder blev indlært. Her forklarede og trænede skriveregler som følgende

- Undgå ord som modtageren ikke forstår.
- Undgå upersonlige konstruktioner: Benævn modtageren og dig selv.
- Lug ud i lideformerne (undgå så vidt muligt passiv).
- Erstat sætningsord (-else, -ing) med udsagnsord.
- Kassér papirklichéerne.
- Pas på indskud og parenteser.
- Fjern forvægten: Sæt tunge led til sidst.
- Lange sætninger lammer: Put flere punktummer ind.
- Store led lammer også: Bryd dem op i sætninger.
- Sæt det som modtageren finder vigtigst, i begyndelsen.

Der er ingen tvivl om at kurserne og reglerne har åbnet mange ansattes øjne for at de havde flere sproglige udtryksmuligheder end de tidligere havde forestillet sig. Men på kurserne blev det også klart for underviserne hvor mange ikke-sproglige konserverende faktorer der indgår når der for eksempel skal skrives et brev til en borger. Selv om administrationens sprog, efter underviserens vurdering, langsomt blev forbedret, så var det iøjnefaldende hvor trægt det gik.

Dette førte til et behov for refleksion.

Sproglig rådgivning revised: forvaltning som diskurs

Det er Jensen der med *Kancellistil eller Anders And-sprog?* (1998) bringer den sproglige rådgivning ind i sin anden fase hvor de modstandere som den sproglige rådgivning er oppe mod, beskrives realistisk, og hvor den sproglige rådgivning classics teori og praksis diskuteres.

Resultatet af refleksionen er ikke at opgive den sproglige (gen)opdragelse af de offentligt ansatte. Men ved at forklare hvorfor det går så trægt, kan man både mental-hygienisk afklare sine eventuelle frustrationer som underviser og forberede mere effektive fremstød og opstille mere realistiske mål.

Jensen anbefaler blandt andet at man så vidt muligt har en hel afdeling på kursus samlet fordi man så bedst kan bruge kurset til at forpligte alle ansatte over for hinanden på nogle helt konkrete beslutninger om forandringer. Jensen giver også ret detaljerede råd om hvorledes kurser tilrettelægges så de bliver mest muligt effektive, og hvilke krav der må stilles til kursusholderen. Sådanne anvisninger på skrivekurser for ansatte gives med mange detaljer og refleksioner over praktisk tilrettelæggelse i Lund (2004) som bygger på erfaringer fra både offentlige og private organisationer.

Jensens revision af den sproglige rådgivnings forståelsesramme består i at den sproglige rådgivning og dens objekt: forvaltningssproget, underkastes en sprogbrugs- eller diskursanalyse: Koden ses i sin institutionelle, samfundsmæssige kontekst. Og

den påstand der argumenteres for, er at kun en sproglig rådgivning som praktiseres på dette diskursgrundlag, kan lykkes. I stedet for den rendyrkede modtageridentificerede tekniske kritik²⁵ som sproglig rådgivning classic byggede på, får vi en rådgivning som i høj grad inddrager afsenderinstitutionens mange hensyn og interesser. Sørensen giver en opdateret (2014) status over dette arbejdes mange facetter og metoder.

Sproglig rådgivning unlimited: alle organisationer, alle formål

Kjøller 2004, *Tekst for viderekomne*, repræsenterer den sproglige rådgivnings tredje fase. Bogen rummer en række væsentlige ændringer i forhold til det billede af den sproglige rådgivning som findes i Jensen. Disse ændringer består dels i udvidelser, dels i at helt nye elementer tages ind.

Kort kan man sige at sproglig rådgivning ikke mere er en særlig slags rådgivning som sprogvidenskabeligt skolede forskere udfører i det offentlige. Det er en angrebsvinkel på tekstarbejdet som kan anvendes af alle kategorier af rådgivere og tekstskrivere: tekstforfattere, informationsmedarbejdere og kommunikationsrådgivere. Sproglig rådgivning er blevet til sprog- og kommunikationsrådgivning.

Denne udvidelse var dog egentlig sket allerede i 1997 med *Image*, den papribog som e-bogen *Image* er anden fase reviderede udgave af. Og udvidelsen havde siden slutningen af 80'erne været praktiseret på kurset Kommunikationsanalyse og -vejledning (Koko) på Københavns Universitet²⁶. Også Lund & Petersen *Det sku' vær' så godt* fra 1999 som introducerer til organisationskommunikation, har denne udvidede tilgang. Og har ovenikøbet i sin titel sat fokus på hyldesucces-syndromet i sprog- og kommunikationsrådgivningen.

Der fokuseres i sproglig rådgivning unlimited ikke mere særligt på de tre størrelser i venstre kolonne i diagrammet nedenfor. De indgår som en del af det der nu prioriteres, og som her står i højre kolonne:

25 <http://www.kjoeller.dk/KU/sprogligraadgivning/Sprogbrugsbegreber/kritik.htm>

26 http://www.kjoeller.dk/KU/sprogligraadgivning/kk_plao4.htm



Figur 1: sproglig rådgivning før og nu

De traditionelle prioriteringer i den sproglige rådgivning indgår stadig, men har fundet en naturlig, begrænset plads inden for området rådgivning i organisationskommunikation. Jeg uddyber forholdet mellem venstre og højre kolonne i diagrammet i afsnittene nedenfor.

Alle organisationer

Når man bevæger sig bort fra den traditionelle sproglige rådgivnings område, bliver kommunikationens værdiaspekter mere iøjnefaldende: Enhver organisation har en kultur hvori der indgår en ideologi, det vil sige en teori om verdens/samfundets beskaffenhed og en etik. Enhver tekst og andet som udgår fra organisationen, vil også skulle udbrede denne ideologi. Derfor skal en sprog- og kommunikationsrådgiver være uddannet i kulturanalyse og ideologikritik.

Men han eller hun skal også stadig til fulde beherske den tekniske kritik af kommunikationens sprogligt-stilistiske faktorer.

Fra sproglig stil til kommunikation

Sproglig rådgivning classic udsprang af sprogligt-stilistiske iagttagelser og blev i høj grad offentligt markedsført og konkret praktiseret af sprogfolk som kom fra en syn-

taktisk baseret sproguddannelse og -forskning. Man havde fødderne solidt plantet i sætningsanalysen.

Men de sprogligt-stilistiske mangler som er noget af det første man bemærker ved en tekst som er uhensigtsmæssig, er næsten altid symptomer på informationsproblemer: Udvalget af informationer og strukturen imellem dem er uhensigtsmæssig. Hvis man koncentrerer sin rådgivning til sprogligt-stilistiske problemer, så begrænser man sin opgave til at levere overfladeændringer i de tekster som organisationen allerede har produceret.

Det er en værdifuld kompetence at have for en sproglig rådgiver at kunne nøjes med at revidere stilen i allerede foreliggende tekster. Jensen kan læses som et stærkt indlæg for den påstand at selv en minimal ændring i en offentlig organisations stilistiske praksis er et stort skridt fremad – i betragtning af den betydelige modstand man er oppe imod.

Men samtidig er det klart at det ikke er tilfredsstillende for en sproglig rådgiver at man kun kan rette stil i allerede foreliggende tekster. Man skal selvfølgelig være i stand til at skrive en tekst fra scratch, enten fordi den tekst der allerede foreligger, er så elendig at den kun kan bruges som én af flere kilder til en ny tekst, eller fordi der slet ikke foreligger en tekst man kan revidere i. Man skal kunne skrive en velfungerende tekst i en helt ny situation. Den sproglige rådgiver er også tekstproducent.

Fra sprogbeskrivelse til tekstproduktion

Når produktionen står i centrum, er det vigtigt at kunne analysere kommunikations-situationen, udvælge relevante informationer, opbygge informationsstruktur og sammensætte informationer så der fremkommer en tekst som er god på alle niveauer.

Det er det jeg – i vekslende detaljeringsgrad – har gjort i Kjøller 2014 (i kapitlerne 4–9). I Kjøller 2004, især del III om ”Informationsstruktur og komposition”, forklares og illustreres i større detaljer hvad en sådan produktion af tekster består i, og dermed hvad der ligger i de forskellige elementer der nævnes i Kjøller 2014.

Rådgivning som skueværdi

Udvidelsen af rådgivningen fra sproglig rådgivning classic til sproglig rådgivning unlimited = sprog- og kommunikationsrådgivning er nødvendig for at gøre rådgivningen mere effektiv. Men når man spørger om rådgivningen faktisk så også i virkeligheden er blevet mere effektiv, blafrer svaret i vinden.

Selv inden for sproglig rådgivnings traditionelle kerneområde: bedre sprog i en offentlig organisations tekster, har det vist sig umuligt at dokumentere en mærkbar bedring efter man har gennemført ret omfattende rådgivning.

Kjærgaard har undersøgt effekten af sprogpolitiske projekter i to offentlige organisationer: Københavns Kommunes Teknik- og Miljøforvaltning og Danmarks Domstole.

Tekster produceret i organisationerne før og efter nogle sprogpoltiske projekter analyseres og sammenlignes, og sammenligningen viser at projekternes gennemslagskraft er forsvindende lille. I bedste fald.

I Københavns Kommune gennemførte medarbejderne et bedre breve-kursus. I sin forklaring af den ringe effekt afdækker Kjærgaard at projektet for den centrale leder nok primært var et organisationsforandringsprojekt og ikke et sprogforandringsprojekt. Desuden stemte de problemer i de ”gamle” breve som kurset fokuserede på, ikke overens med de problemer sagsbehandlerne opfattede som centrale for brevskrivningen. Kjærgaard vurderer at projektet ikke fik gennemslagskraft fordi det manglede tilstrækkelig forankring på afdelingsniveau, og fordi centerlederen i den undersøgte afdeling ikke selv deltog i kurset, hvilket signalerede at projektet ikke var så vigtigt.

Undersøgelsen af dommerne består i en sammenligning af alle de domme som to dommere ved Sø- og Handelsretten afsagde i årene 2002 og 2007, dvs. før og efter indførelsen af skriveguiden *Sprogpolitik for Danmarks Domstole*. Tekstanalysen viser at der ikke er sket nogen særlige forandringer fra 2002 til 2007, selv om der blev indført en sprogpolitik og skriveguide i 2003.

Kjærgaard ser to mulige forklaringer. Den ene er dommernes uafhængighed, herunder retten til selv at bestemme hvordan domme skal udformes. Det sprogpoltiske projekt, skriveguiden, kunne ses som et forsøg på at begrænse denne uafhængighed, og dommerne følte derfor ikke nogen forpligtelse over for det, selvom de i samlet flok selv har hele magten over indholdet i vejledningsteksten. Men da man valgte at undgå enhver konflikt i gruppen, for eksempel en beslutning om man skulle placere dommens konklusion først eller sidst i dommen, så kom vejledningen kun til at indeholde råd som alle betragtede som selvindlysende. Og derfor blev skrivevejledningen efterfølgende ikke opfattet som særlig brugbar.

Lidt brutalt kan man konkludere af Kjærgaards undersøgelse at den største værdi for begge organisationer af de undersøgte rådgivningsaktiviteter har været den skueværdi (Schein) der ligger i at have gennemført aktiviteterne. Værdien ligger ikke i konkrete, påviselige resultater af rådgivningen for sådanne resultater kan stort set ikke påvises. Sat på spidsen kan man sige at netop de fysiske beviser på rådgivningen:

1. skrivekurset og dets forskellige artefakter (powerpointdiasser, hand-outs, opgaveark osv.)
2. skrivevejledningen for hele organisationen og dens forskellige grupper af berørte ansatte

af alle berørte kan bruges som et håndfast bevis på at man har udviklet sig og gennemført en forbedring. Samtidig med at realiteten er at alting fortsætter stort set uændret.

Det er altså ikke kun rådgiveren der risikerer at miste al kraft fordi rådgivningsfiguren indgår i organisationens skueværdier. Også de rådgivningsprodukter der frembringes: kurser, pjecer, diasshows, innovationsforløb og teambuildingdage kan ende som skueværdier. Fordi ansatte og ledelse i ly af sådanne rådgivningsskueværdier kan fortsætte uden at påføre sig selv nye arbejdsbyrder, hvis nødvendighed de egentlig ikke er overbevist om.

Petersen (2000) afdækker at kommunikationsdelen af selv store private virksomheders forandringsprojekter kan komme i problemer, delvis på grund af samme mekanismer. Forandringsprojektet Novo Nordisk Way of Management skulle – som værdiforandringsprojekter i enhver virksomhed – udbrede og styrke firmaets højeste skueværdier blandt virksomhedens medarbejdere. Når forandringsprojektet, ifølge undersøgelsen, ikke blev en succes, skyldtes det blandt andet at firmaet kommunikerede projektet ud i eksterne medier før det blev kommunikeret ud i interne medier, og at ledelsen mistede interessen for projektet da det først var igangsat. Det viste sig ved at topledelse ikke afsatte tid til at instruere lavere ledelseslag i de nye værdier. De følte sig derfor ikke klædt ordentligt på til at føre an i forandringsprocessen over for medarbejderne på gulvet.

Et firmas skueværdier og de medfølgende dokumenter: vision og mission, er en ekstra udfordring for en sprog- og kommunikationsrådgiver. Problemet er at ethvert firmas skueværdier består af de samme 12, højst 20 forskellige nøgleord, som alle er lette sproglige variationer over de fire landsdækkende dyder ærlighed, idealisme, stabilitet og kompetence²⁷. Det betyder at ethvert forandringsprojekt, som af ledelsen skal sælges som noget unikt til omverdenen og interessenter, herunder de ansatte, egentlig altid udelukkende rummer dette enkle, substantielle budskab: ”Vi skal alle her i firmaet + firmaet som helhed i højere grad end vi allerede gør, leve op til de fire landsdækkende dyder”.

Enhver sprog- og kommunikationsrådgiver er naturligvis her nødt til at gå ind i firmaets projekt og med hud og hår forsøge at sælge firmaets ”gamle værdier på nye flasker” som om de faktisk var noget nyt. Det er en overlevelsesbetingelse for en professionel sprog- og kommunikationsrådgiver. Men det gør jo altså samtidig automatisk rådgiveren til en del af firmaets skueværdiinventar.

Og da det er langt sværere at fastslå sådanne værdiforandringer – udbredelsen af firmaets skueværdier – end de konkrete sproglige ændringer som Kjærgaard forsøger at finde med så ringe held, så vil den eneste effektmåling i værdiforandringsprojekter ligge i hvordan medarbejdere, ledelse, interessenter og pressen opfatter resultatet. Her finder Petersen (2000) stor usikkerhed hos medarbejderne som føler sig svigtet af mellemlederne som igen føler sig svigtet af topledelsen. Alle har meget svært ved at få øje

27 Læs kort om dem på nettet: <http://www.kjoeller.dk/komtar/101230Dyderne.htm>. Kjøller 2014, især kapitel 9 og 10

på det nye indhold i projektet, altså forandringen. Og konklusionen er så at årsagen er at topledelsen ikke har været god nok til at tilrettelægge og udføre kommunikationen.

Sandheden er at det aldrig i et værdiforandringsprojekt vil være muligt at finde andet reelt indhold end at vi skal leve bedre op til dyderne end vi allerede gør. Men da hverken rådgiver eller topledelse kan sige det ligeud fordi det vil få virksomheden til at gå i ét med enhver anden virksomhed, så leder personalet forgæves efter et særligt indhold. Det ville de altid gøre, men enhver sprog- og kommunikationsrådgiver bør være klar over, at hvis personalet har mulighed for at give ledelsen ansvaret for at de ikke fatter en pind af projektet, så gør de det også. Rådgiveren skal derfor sørge for at ledelsen i firmaet overholder *ansvarsreglen: Sørg altid for at modtageren påtager sig ansvaret for at forstå* (Kjøller 2014, kapitel 6).

Især fordi det i et værdiforandringsprojekt altid handler om at pakke noget letforståeligt og banalt – bedre dydsopfyldelse – ind som noget meget specielt og anderledes, så er det særligt vigtigt at få modtageren, her: de ansatte, til at påtage sig ansvaret for at forstå ledelsens udspil. Rådgiveren må regne med at de ansatte altid vil finde den absurde kommunikationssituation man anbringer dem i ved en værdiforandringsprojekt, så frustrerende at de vil benytte selv den mindste tekniske kommunikationsbrist i processen som anledning til at give ledelsen skylden for at de ikke fatter det nye indhold som de fejlagtigt tror der er at forstå.

Især i offentlige organisationer, hvor afstanden mellem den officielle kultur og medarbejdernes individuelle projekt med at være ansat ofte er betydelig (Kjøller 2014), vil en svag ledelse kunne være godt tilfredse med at lade et rådgivningsforløb og måske storslåede forandringsprojekter lande som en hyldesucces. Så har ledelsen officielt gjort hvad den skulle, og de ansatte kan fortsætte som de plejer.

Dette er nok en af de stærkeste årsager til at der rundt omkring, især i offentlige organisationer, fagforeninger og brancheforeninger findes mange hyldesucceser.

Og også rådgiveren er måske tilfreds. Hun kan have gjort stor lykke – også i sin egen opfattelse – så længe personer som Kjærgaard holder sig væk med sine videnskabelige undersøgelser af om rådgivningen har gjort nogen forskel ud over herlighedsværdien ved selve rådgivningen. Virksomheders egne eventuelle kontroller af kommunikationskvaliteten (ud fra ”benchmarks” og lignende) er aldrig rettet specielt mod nøgternt og objektivt at måle resultaterne specielt af sprog- og kommunikationsrådgivningen. Det indgår i bedste fald i overordnede målinger af organisationens ”brand”, arbejdsmiljøkvalitet og effektivitet.

Effektiv rådgivning, kort

Vejen frem for en effektiv rådgivning er at motivere de ansatte til aktivt at følge rådgiverens råd. Kun ansatte og chefer som opfatter det som absolut nødvendigt at omsætte disse råd til daglig praksis, vil gøre det. Offentlige organisationer, fagforeninger og

brancheforeninger er præget af anciennitetsansatte tryghedsnarkomaner (både ansatte og chefer) som kun ændrer adfærd hvis de frygter at konsekvenserne af ikke at følge rådene, overstiger farerne ved ikke at gøre det.

I private virksomheder vil rådgiveren i højere grad kunne argumentere med de spændende udfordringer og muligheder der ligger for virksomheden og afdelingen og den enkelte i at følge rådene. I sådanne organisationer dominerer karrieremagere som vil gøre som rådgiveren råder til, hvis de tror på at det kan hjælpe dem til at komme højere op i hierarkiet.

Læs om effektiv håndtering af modstandertyperne tryghedsnarkoman og karrieremager og andre modstandertyper i Kjøller 2007.

Referencer

Alle referencers udgivelsessted er København, hvis andet ikke nævnes. Og alle referencer er p-bøger, hvis andet ikke nævnes.

Hansen, E., 1971: *Ping og pampersprog* Hans Reitzel.

Hansen, E. & B. Møller, 1981 (og flere senere oplag): – *Og uden omsvøb, tak! Eller: Hvordan man ved hjælp af lidt sund fornuft kan forbedre sine sprogvaner, når man skriver til sine medborgere*, Statens Informationstjeneste.

Jensen, L.B., 1998: *Kancellistil eller Anders And-sprog? En undersøgelse af forvaltningssproget og dets institutionelle betingelser*, Roskilde Universitetsforlag (3. rev. udg; 1. udg. 1990)

Jørgensen, J. & S. Windfeld, 2003: *Kommunikationspolitikker. Fra hyldesucces til styringsdokument*, Samfundslitteratur.

Kjærgaard, A., 2010: *Sådan skriver vi – eller gør vi? – en undersøgelse af de tekstlige effekter af to sprogpoltiske projekter i Danmarks Domstole og Københavns Kommune og af årsagerne til projekternes gennemslagskraft*, ph.d.-afhandling, Det Humanistiske Fakultet, Københavns Universitet.

Kjøller, K., 2004: *Tekst for viderekomne. Tekstproduktion og sproglig rådgivning*, Samfundslitteratur.

Kjøller, K., 2007: *Manipulation. En håndbog. 2. reviderede udgave – nu med indoktrinering, vold og hjernevask*, Borgen (Gyldendal Business, 7. oplag 2013)

Kjøller, K., 2014: *Image – effektive råd til virksomheden om sprog og kommunikation*, 2.rev.udg. SAXO.com, e-bog (1. udg. Akademisk Forlag 1997).

Lund, A.K., 2004: *Den forsømte kommunikation – brevet i organisationskommunikationen*, Samfundslitteratur.

Lund, A.K. & H. Petersen, 1999: *Det sku' vær' så godt. Organisationskommunikation – cases og konsekvenser*, Samfundslitteratur.

Petersen, H., 2000: *Forandringskommunikation*, Samfundslitteratur.

Schein, E.H., 1994: *Organisationskultur og ledelse*, 2. rev.udg. Holte: Forlaget Valmuen.

Sørensen, C.H. (red.), 2014: *Godt sprog i organisationer. Vejen til vellykket sprogarbejde*, Hans Reitzel.

Netreferencer i form af links i artiklen:

<http://www.kjoeller.dk/KU/sprogligraadgivning/Sprogbrugsbegreber/kritik.htm>

http://www.kjoeller.dk/KU/sprogligraadgivning/kk_plao4.htm

<http://www.kjoeller.dk/komtar/101230Dyderne.htm>

Summary

It is a truism that public authorities should express themselves clearly. But many monopoly organisations are resisting improvement, and everything remains unchanged after the language consultants have received official thanks and moved on.

How do we prevent the consultants and their products – courses, brochures, slide shows, innovation processes and teambuilding days – ending up as advertised values and hollow successes without communication being improved? This article answers the question with an overview of developments in the field of language and communication consultancy in Denmark from 1970 to today: a trend towards more effective counselling.

Bibliografiske oplysninger

Kjøller, Klaus, 2016: Bedre offentlig sprogbrug: Gode hensigter rammer grum virkelighed. I: *Fra myndig maktsspråk til klar kommunikasjon · Rapport fra Nordisk klarspråkskonferanse Oslo 28.–29. mai 2015*, 59–69.

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

© Författarna och Nätverket för språknämnderna i Norden
