

Finskan och sociala medier. Hur påverkas språkvården?

Henna Makkonen-Craig

I den här artikeln diskuteras följande frågor: Varför är det viktigt att språkvårdare känner till sociala medier och den praxis som råder där? Hur har de finska språkvårdarna vid Institutet för de inhemska språken dragit konkret nytta av sociala medier? Vilka möjligheter å ena sidan och begränsningar och bot å andra sidan innebär de sociala medierna för språkvården? Och på vilket sätt är de sociala medierna närvarande och relevanta också i den mest traditionella formen av språkvårdens tjänster, det vill säga i telefonrådgivningen? Med hjälp av sociala medier bygger språkvårdarna upp en ny slags relation till arbetet – till språkvården, det språk som vårdas och naturligtvis till språkbrukarna. Trots alla förändringar förblir kärnan i arbetet och det viktigaste målet ändå desamma.

1. Språkvårdens kunder finns på sociala medier

På en minut görs 3,7 miljoner sökningar på Google, nästan en miljon människor loggar in på Facebook och 120 personer skapar ett nytt LinkedIn-konto. Under samma minut skrivs ungefär en halv miljon tweetar på Twitter, 18 miljoner sms och 38 miljoner Whatsapp-meddelanden. Det här är siffror från 2017 och 2018.¹

Aktiviteten på nätet är alltså omfattande och en stor del av den gäller sociala medier. Aktiviteten sker på olika språk, och diskussionerna handlar också ofta om språk: normer, nyord, översättningar osv. Därför är det både intressant och viktigt att fundera på hur de sociala medierna påverkar vårt arbete som språkvårdare och vårt arbetsredskap, det vill säga i vårt fall det finska allmänspråket.

Förutom privatpersoner är också många statliga myndigheter, kommunala organisationer och företag aktiva på sociala medier. Hos oss på Institutet för de inhemska språken syns det här tydligt i t.ex. de kursförfrågningar som vi får. De första webbspråkskurserna höll vi år 2007. Därefter blev bloggkurserna efterfrågade. Twitterkurser har vi ordnat sedan 2014, och det nyaste är chattkurser. Många statliga myndigheter i Finland är intresserade av att öppna

¹ <http://www.visualcapitalist.com/internet-minute-2018/>

chattjänster, men de saknar de kunskaper och färdigheter som krävs: chatten är ett slags socialt medium, men vilket grepp lämpar sig för myndigheternas kommunikation? Hurdant språk kan myndigheten använda på chatten? Frågorna är komplicerade, och för att vi ska kunna ordna kurser måste vi som språkvårdare själva förstå fenomenet och ha egna erfarenheter av olika roller på sociala medier. Här krävs information om chattinteraktion, men också kunskap och expertis baserad på erfarenheter.

Utmaningen för finskan som chattspråk är större än för många andra språk, eftersom skillnaden mellan skriftspråk och talspråk är speciellt stor. I chatten kombineras drag från både tal och skrift, men särskilt i myndigheternas chattforum krävs en viss försiktighet i balansen mellan tal och skrift.

2. Språkvårdarna på Facebook och andra sociala medier

Den finska språkvården (Kielitoimisto) startade ett eget Facebookkonto 2017 med sloganen ”Språket tillhör alla”, se <https://www.facebook.com/kielitoimisto/>. Resurserna är tyvärr minimala; i praktiken använder två språkvårdare endast en liten del av sin arbetstid för Facebook.

På Facebook publiceras främst färdigt material som Språkinstitutets egna experter eller andra experter har producerat tidigare. Där publiceras också tips om nya nätpublikationer och om evenemang liksom länkar till artiklar i Språkinstitutets egen nätpublikation Kielikello. Också det här kräver ett visst arbete och gemensam planering, eftersom inläggen måste kommenteras och innehållet riktas till en specifik mottagargrupp.

Ibland publiceras också sammanställningar av olika slag, t.ex. ”Vilka frågor ställdes i språk- och namnrådgivningen i maj?”. Erfarenheterna visar att man ska vara försiktig med vad man lägger ut, eftersom materialet inverkar på vilka frågor som ställs i rådgivningen under de följande veckorna. Det är t.ex. lätt att skriva kort om sär- och sammanskrivning på Facebook, men i just särskrivningsfrågor och liknande enkla frågor är det i de flesta fall mera ändamålsenligt och resurseffektivt om frågeställarna i stället letar efter svaren bland skrivreglerna i nättjänsten.

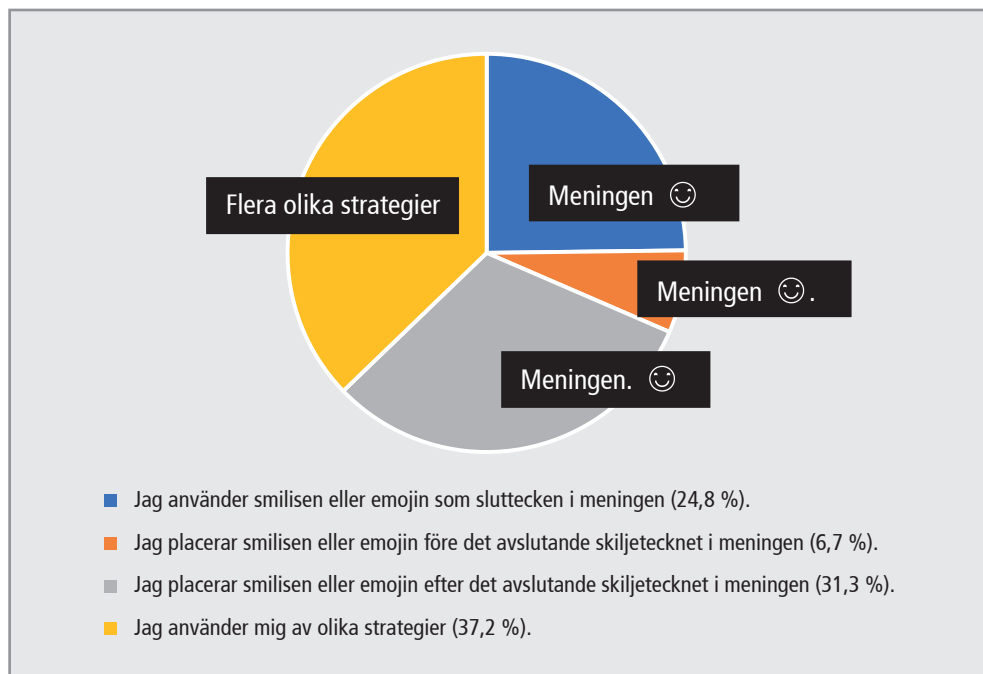
2.1 Facebookundersökningar om språkfrågor

Därtill har det publicerats en del enkäter på finska språkvårdens Facebooksida. I juni 2018 bad språkvårdarna allmänheten om tips på lämpliga finska ord för det engelska uttrycket *phone grip* eller *pop socket*. Det kom in ungefär 150 olika förslag. I september 2018 efterlyste vi exempel på förkortningar som används i sociala medier. Vi efterfrågade också åsikter om användningen av smilisar och avslutande skiljetecken och initierade en diskussion

kring översättningen till finska av vissa termer och ord från området sociala medier.

Följande frågor om smilisar eller emoji och avslutande skiljetecken ställdes i enkäten: "Om du använder ett skiljetecken i slutet av en mening, alltså punkt, frågetecken eller utropstecken, var placerar du då smilisen eller emoji, före eller efter skiljetecknet? Kan smilisen eller emoji också avsluta en mening? Föredrar du ett visst sätt eller växlar du mellan olika sätt?" Därtill kunde de som svarade på frågorna också motivera sina svar på Facebook.

Enkäten visade att strategierna på de sociala medierna varierar kraftigt (se Figur 1). Flest röster fick nämligen alternativet "Jag använder mig av olika strategier" (37 procent). Av svaren framgick att smilisar och emoji kan ersätta punkt, men sällan utrops- eller frågetecken. I sådana fall verkar utrops- eller frågetecknet oftast komma efter smilisen eller emoji.

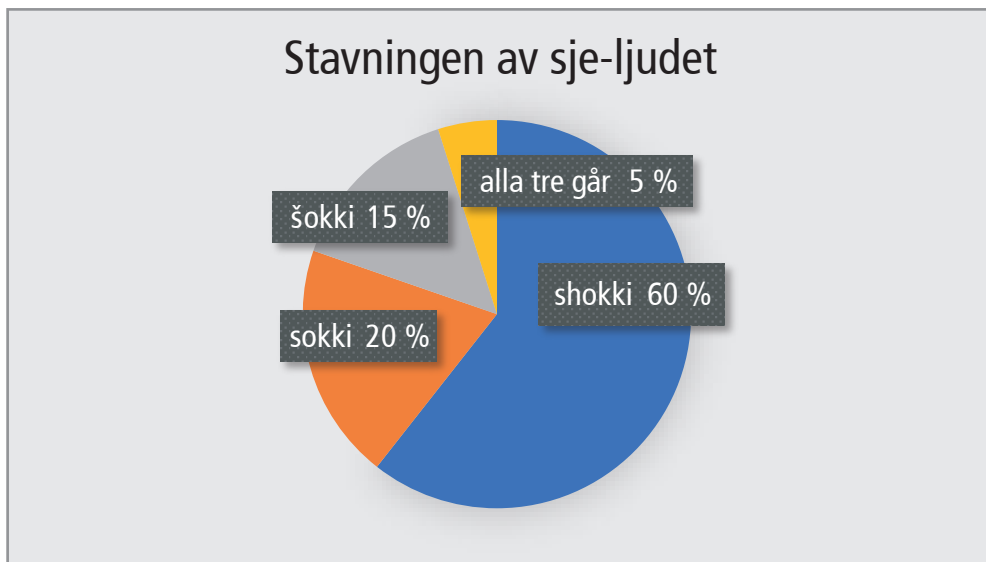


Figur 1. Smilisar, emoji och avslutande skiljetecken. Vilket sätt använder du?

Ett populärt svarsalternativ var också "Jag placerar smilisen eller emoji efter det avslutande skiljetecknet" (31 procent) och "Jag använder smilisen eller emoji som sluttecken i meningen" (25 procent). Endast ett fåtal valde alternativet "Jag placerar smilisen eller emoji före det avslutande skiljetecknet". En del skrev ändå i sina kommentarer att smilisen eller emoji är en del av

meningen och därför ska placeras före det avslutande tecknet. Uppenbarligen är det här ämnet något som många funderat på eftersom samtliga som svarade på enkäten också hade en åsikt i frågan: inte en enda valde alternativet ”Kan inte säga”.

I september 2017 lanserades en webbenkät om stavningen av sje-ljudet. Sje-ljudet är problematiskt i finskan, eftersom det inte är ett gammalt finskt fonem, men det förekommer ändå i relativt nya lånord. En viktig princip i modern finska är att varje ljud ska stavas med endast ett tecken (grafem). I enkäten efterfrågades vilken stavning de tillfrågade föredrog: *shokki*, *sokki* eller *šokki* (svenska *chock*). Dessutom gavs ett fjärde alternativ där alla dessa tre varianter ingick. Stavningen av sje-ljudet i lånord har länge varit en aktuell principiell fråga för den finska språkvården. Frågan har diskuterats i årtionden och orsakar fortfarande problem t.ex. i ordboksarbetet. Resultatet i enkäten är tydligt: över 60 procent röstade för en stavning med sh, det vill säga *shokki* (se Figur 2). Just det alternativet är det enda som inte ingår som ett alternativ i ordboken *Kielitoimiston sanakirja* – en finsk allmänordbok som redigeras på Institutet för de inhemska språken.



Figur 2. Stavningen av sje-ljudet.

Normeringsarbetet kring den här stavningsfrågan fortsätter, och från språkvårdens sida anser vi att det inte heller är bra att det finns tre olika accepterade skrivsätt i allmänspråket. Den här språkfrågan är också knuten till tekniken. I en av svarskommentarerna kommenteras stavningen så här:

Om tecknet för sje-ljudet [alltså š] skulle kunna återges lika lätt som tyskans ü så hade jag valt att rösta på š. Nu stannade jag för varianten med sh.

2.2 Normeringen avgörs inte i sociala medier

Det är lätt att ställa frågor och framföra åsikter på Facebook, men risken med enkäter är alltid att de kan ge en felaktig bild av hur språkvården fungerar. Allmänspråkets normer slås inte fast på sociala medier eller genom enkäter, utan på helt annat håll. Det är inte i de här diskussionerna som normeringen kring stora frågor avgörs, eftersom allmänheten inte alltid känner till den logik och de argument som styr språkvårdarnas arbete. Inget ord som aktualiserats genom en Facebookdiskussion kan komma direkt in i en ordbok. Normeringen avgörs inte på Facebook utan på annat håll, och det är ett långsiktigt och tidskrävande arbete där språkvårdarna självklart beaktar diskussioner och debatter om språkfrågor på alla håll i samhället. Besluten fattas på språkvårdens avdelningsmöten efter förberedelser och omfattande bakgrundsutredningar samt i finska språknämnden.

Som representanter för den officiella språkvården måste språkvårdarna vara försiktiga också – och framför allt – på sociala medier. När det gäller frågan om sje-ljudet valde vi att kommentera i försiktiga ordalag: "Vi kommer eventuellt att se över stavningen av sje-ljudet på nytt under de närmaste åren. Stora förändringar är inte att vänta men små justeringar kan komma att behövas."

Genom de sociala medierna får språkvården också positiv respons och det är många som gillar oss på sociala medier. Utöver Finland har vi också följare framför allt i Tyskland, Sverige, Estland, Storbritannien, USA och Polen.

2.3 Potential för språkvård på Twitter

På Twitter har Språkinstitutet funnits i fyra år, men den finskspråkiga tjänsten administreras inte av språkvårdarna själva, utan av en Twitterredaktion som består av språkexperter av olika slag. Det upplevs som viktigt att vi känner till vilka språkfrågor som diskuteras på Twitter. Vi ger dock inget löfte om att vi ska svara på frågor där, men å andra sidan innebär kommunikationen på Twitter ändå ofta att språkfrågor riktas direkt till oss. Twitterredaktionen kan svara på sådana frågor som är relativt lätta att snabbt besvara med hjälp av hänvisning till Språkinstitutets material. Ibland förmedlas frågorna vidare för noggrannare utredning till språkvårdarna eller experter på dialekter, gammal skriftfinska och etymologi vilka sedan kan leverera ett underbyggt svar.

Vi erbjuder alltså inte fullständiga språkvårdstjänster på Twitter, men vi får ändå mycket positiv respons för vår verksamhet där. När vi svarat på språkfrågor får vi ofta beröm för snabb och god service.

Twitter och Facebook är också mycket viktiga informationskanaler för oss utöver webbplatsen Kotus.fi, t.ex. när vi informerar om nya blogginlägg och annat nytt som publicerats.

2.4 Tidskriften Kielikello på sociala medier

Den finska språkvårdens tidskrift Kielikello, som har utkommit sedan 1968, fyllde 50 år 2018. Tidskriften blev samma år helt och hållet en nätpublikation som är gratis tillgänglig för alla användare. Det har gjorts stora satsningar på Kielikello i samband med digitaliseringen av publikationen. Kielikkelos redaktion utgörs av tre språkvårdare som arbetar med tidskriften vid sidan av sina övriga arbetsuppgifter. Tidskriften utkommer fyra gånger per år och den prioriteras högt i språkvårdarnas arbete.

Enligt den färskaste webbstatistiken har den nya nättidskriften också hittat fram till sina läsare. Antalet nätbesökare på Kielikkelos webbsidor som stannar länge på webbplatsen var redan 2018 lika många som antalet gamla pappersprenumeranter året innan. Dessutom är antalet kortvariga besökare mycket stort.

Statistiken visar också att de flesta hittar fram till Kielikello genom att googla (83 procent). Men många besökare hittar fram också via sociala medier: Facebook, Twitter och Blogger. Eftersom Kielikello nu helt och hållet är en nätpublikation förses alla artiklar med en delningsknapp. Artiklarna är därför lätta att sprida på sociala medier. Vi informerar på webbplatsen, Twitter och Facebook när ett nytt nummer har kommit ut.

3. Hur påverkar de sociala medierna språkvården?

Språkinstitutet erbjuder allmän språkrådgivning, språkrådgivning till myndigheter och namnrådgivning på finska. Som tidigare nämndes önskar vi att språkbrukarna i första hand ska söka svar på sina enklare frågor i Språkinstitutets nättjänster. Här har språkvården lyckats rätt bra med att styra frågeställarna till nätet.

Språkinstitutet har sammanställt och publicerat två omfattande språkliga hjälpmedel, som båda numera finns gratis på nätet. De två källorna är Kielitoimiston sanakirja (Finska språkvårdens ordbok, www.kielitoimistonanakirja.fi) och Kielitoimiston ohjepankki (Finska språkvårdens söktjänst, www.kielitoimistonohjepankki.fi). Sammanlagt gjordes sju miljoner sökningar i de här källorna 2018 och antalet sökningar ökar hela tiden. En betydande del av den allmänna språkrådgivningen sker alltså på nätet, utan oss språkvårdare – vilket vi ser som enbart positivt.

3.1 Rådgivningen i den nya digitala världen

Många börjar med att googla för att hitta svar på sina frågor och ringer eller mejlar oss först efter att de inte lyckats hitta svar eller tolka det svar de hittat. Frågeställarna har alltså ofta redan varit inne i Kielitoimiston sanakirja eller bläddrat bland språkvårdens rekommendationer, ibland både och, innan de tar kontakt. Diskussionen börjar därför ofta utifrån de här källorna.

I praktiken betyder det här att de frågor som språkvården får per telefon och elektroniskt sällan är sådana som går att besvara snabbt och enkelt. Frågorna är alltså mer krävande än tidigare och de tar också längre tid att besvara. Språkvårdaren letar efter information i olika databaser, t.ex. i Språkinstitutets egna databaser, men också i olika externa termdatabaser. Språkvårdarens uppgift blir att väga olika svarsalternativ mot varandra och skapa sig en uppfattning om frågan utifrån dessa.

Teamarbete är mycket viktigt och språkvårdarna konsulterar ofta kollegor med olika bakgrund, erfarenheter och kompetenser när frågorna är krävande. Det slutliga svaret blir på det sättet ofta mångsidigare och starkare motiverat.

Dessutom kan man konstatera att själva rådgivningssituationen har blivit mer jämlik jämfört med tidigare, eftersom frågeställaren numera ofta själv har mycket att bidra med i frågan. Därför kan rådgivningssituationen ibland till och med beskrivas som expert till expert-kommunikation.

Ibland får språkvårdarna, som tidigare nämndes, svara på språkfrågor som uppstått på de sociala medierna. I chattrådgivningen aktualiserades t.ex. en fråga om hur namnet på Finlands ambassad i Sverige ska skrivas på finska: behövs det ett bindestreck eller inte? Personen som ställde frågan hade i en Facebookgrupp stött på ”relativt märkliga” teorier om hur bindestreck ska användas i just det här fallet och vände sig därför till språkvården. Efter språkvårdens svar ville frågeställaren veta om hen fick dela svaret i den grupp där diskussionen hade uppstått. Oss passar det förstås bra att våra svar delas, eftersom det betyder att många personer kan ta del av svaret och delta i språkdiskussionen.

3.2 Kortformen *some* för sociala medier i finskan

I finskan används *some* allmänt som förkortning för sociala medier. Förkortningen antecknades i språkvårdens ordregister redan år 2009, och numera är ordet så högfrekvent att de flesta känner till det. Situationen var dock en annan år 2011, då en författare kontaktade språkrådgivningen. Hen skrev då så här:

Frågeställare (telefon, 2011): Kan jag använda förkortningen ”*some*” i min bok? Jag behöver begreppet ofta.

Då gavs svaret att förkortningen inte var tillräckligt känd. Några år senare är situationen en helt annan. Nu handlar frågorna mest om sammansättningar med *some* som förled ska stavas med bindestreck eller inte.

3.3 Finska ord för fenomen i sociala medier

Språkvårdarna, men också termexperter på annat håll, har fått att ta ställning till finskspråkiga motsvarigheter till många ord som används specifikt inom sociala medier. Dessa ord är oftast engelska till sitt ursprung. Exempel på sådana ord är det engelska *hashtag* som blev *aibetunniste* eller helt enkelt *hashtag* på finska. Den färskaste frågan gäller vänförfrågan där språkvården har rekommenderat *jstäväpyyntö* eller *kaveripyyntö* på finska.

De nya ord och uttryck som uppstår på området sociala medier kan ofta vara informella till sin karaktär. Men när orden och uttrycken ska användas i ett mer formellt sammanhang, som t.ex. i en vetenskaplig artikel eller i en forskningsrapport, ställs nya krav på språkbruket. Därför får de här begreppen ofta två eller tre olika finska motsvarigheter – alla med olika stilvalör. Ordet Facebookuppdatering har åtminstone tre olika finska motsvarigheter, av vilka *Facebook-postaus* är mer vardagligt än *Facebook-julkaisu* eller *Facebook-päivitys*.

I ordboksarbetet dyker de nya orden upp i form av helt nya ordartiklar, men också genom att redan existerande ord får nya betydelser eller förses med nya exempel. Verbet *jakaa* 'dela' har t.ex. i den nyaste upplagan av Kieli-toimiston sanakirja försetts med exemplet *Jakaa päivitys, uutinen sosiaalisessa mediassa*, 'dela en nyhet på sociala medier'.

3.4 Uttryck enbart i sociala medier och textmeddelanden?

I det följande redogörs för två konkreta fall som språkvården nyligen diskuterat. Anledningen till att de diskuterats är att språkvårdarna är tveksamma till om de ska beaktas i skrivreglerna, som trots allt i första hand gäller allmänspråket och neutral sakprosa.

Den så kallade aggressiva punkten är ett fenomen inom sociala medier och i textmeddelanden. Vissa yngre språkbrukare anser nämligen att en punkt som avslutning på ett meddelande kan upplevas som aggressivt. En del språkbrukare har därför börjat undvika att sätta ut punkt, och många använder rutinmässigt smilisar i stället. Fenomenet håller uppenbarligen på att sprida sig också till den digitala kommunikationen i arbetslivet.

Ett annat exempel på ett nytt fenomen i finskan är de nya förkortningarna: I många stora Facebookgrupper har ett eget språkbruk etablerats. Ett exempel på detta är de olika köp- och säljgrupperna på Facebook där förkortningar som

YV för *yksityisviesti*, 'privat meddelande', och förkortningen *AV* för *alustava varaus* 'preliminär reservering' är synnerligen vanliga. (Niemi 2015.) Troligtvis kommer de här frekventa förkortningarna att tas in i listan över förkortningar 2019. Att frekventa drag på sociala medier noteras och förklaras och upptas av språkvårdens rekommendationer innebär att språket i sociala medier och det traditionella skriftspråket på sätt och vis närmar sig varandra.

3.5 Egen normering för språket i sociala medier?

Twitter och Facebook fungerar bra i engelskspråkig kontext, men de tekniska lösningarna och begränsningarna är en stor utmaning för alla som vill använda finska. Här utgör finskans ordböjning kärnan i problemet. Ordböjningen sker genom att en ändelse fogas till ordstammen och stammen avviker ofta från ordets grundform. Också egennamn böjs på detta sätt. På Twitter och Facebook fungerar hashtaggar så att det ord som förses med hashtaggen står i grundform. Det här ställer följaktligen till problem i finskan. De finska språkbrukarna har dock löst detta på ett kreativt sätt: böjningsändelsen fogas till ordets grundform i stället för till stammen, och i stället sätter man in ett extra tecken – ett kolon eller en apostrof – för att markera gränsen mellan stam och ändelse.

Det här markerings sättet med kolon eller apostrof har använts i finskan redan tidigare i en del fall, närmare bestämt vid böjningen av initialförkortningar och i samband med böjningen av vissa franska och engelska personnamn. På sociala medier har alltså kolon och apostrof fått ett nytt användningsområde och man kan därmed säga att bruket spritt sig från det specifika till det generella.

Här nedan redogörs för tre exempel på olika lösningar för genitivformen på Twitter och Facebook (Onkamo 2017); understrykningarna i exemplen innebär länkar till användarnas konton):

- a) Hyvä kahvi toi #joulujuhla'n sateisimmassakin aamuhämärässä! (i stället för *joulujublan*) 'Ett gott kaffe ger julstämning i den regniga gryningen!'
- b) Pelattiin @Kosunen:in kanssa hyvä matsi! 'Vi spelade en bra match med Kosunen!' (efternamnet *Kosunen* böjs normalt *Kosusen* i genitiv)
- c) Ketkä kaikki on tulossa tänään Riikkan juhliin? 'Vem kommer på Riikkas fest i dag?' (förnamnet *Riikka* böjs normalt *Riikan* i genitiv)

För finskans del är det beklagligt att de sociala medierna gör det omöjligt att tillämpa sådana drag som är grundläggande för finskan, såsom stadväxling, konsonantväxling eller vokalväxling (omljud) i ordstammen. Anpassningen av

ordböjningen till de sociala mediernas strikt tekniska och begränsade system strider mot det finska språket struktur.

Den här typen av normbrott har ännu inte noterats i de grammatiska beskrivningarna av det finska allmänspråket eller i skrivreglerna. Å andra sidan verkar de här innovationerna från de sociala medierna avspegla sig i allmänspråket redan nu: det förefaller som om bruket av apostrof och kolon i böjningsformer vållar en viss osäkerhet hos en del skribenter.

Trots att dessa normbrott som fenomen är begränsade till de sociala medierna är det ändå möjligt att de sprider sig till andra domäner. Det är ju trots allt samma språkbrukare som pendlar mellan sociala medier och andra kanaler.

3.6 Den nya textaktiviteten förnyar grammatiken

Användningen av digitala medier kan också påverka och förnya de språkliga resurserna. För en tid sedan fick telefonrådgivningen ett samtal från en klasslärare som rättade elevuppsatser. En elev hade skrivit *olla pubelimella* (direktöversättning till svenska: 'vara på telefonen') i sin text och avsåg då att hen hade surfat på nätet via mobiltelefonen och använt Whatsapp och Instagram. I allmänspråket lyder det etablerade uttrycket *olla pubelimessa* – det vill säga kasusformen är en annan – i betydelsen 'tala i telefon', eller direktöversatt 'vara i telefonen'.

Eftersom mobiltelefonen numera används också (eller kanske framför allt) till att surfa på nätet så är det naturligt att ett uttryck som *olla pubelimella* uppstår. För att uttrycka den nya aktiviteten används alltså en annan kasusform (-*lla*, allativ), medan den etablerade kasusformen (-*ssa*, inessiv) fortfarande betecknar den traditionella aktiviteten. Språkrådgivningens svar i det aktuella fallet var att det nya uttrycket går att använda i ledig och vardaglig stil. I mer formell stil är uttrycken *selata pubelinta* eller *selailla pubelinta* (på svenska ungefär 'bläddra i mobilen', det vill säga svajpa) fortfarande att föredra.

3.7 Stil och ton – balanserande mellan olika syften

Informaliseringen av språket syns också i finskan. I praktiken innebär detta att i de svar som ges i språkrådgivningen och i de diskussioner som förs med frågeställarna går språkvårdarna allt mer in på stil, ton, genrer och publiceringskanal, samtidigt som de måste ringa in målgruppen, både den primära och den sekundära, samt klargöra vilka syften skribenten och texten har. Ibland kan de här olika syftena också leda i olika riktningar.

Frågeställarna är ofta oroliga över att deras texter ska uppfattas som alltför sakliga eller torra, men å andra sidan anser de också att det är viktigt att texten är trovärdig och känns tillförlitlig. De efterlyser nu en lättare och vardagligare

stil än tidigare. Den här tendensen torde ha stärkts av inflytandet från de sociala medierna. Det är också många textproducenter som har fått nya arbetsuppgifter – förutom de traditionella tryckta texterna ingår numera också bloggande och twittrande i arbetet.

3.8 Normeringsperspektivet

Nya ord som *kaveri*pyyntö 'vänförfrågan' kommer säkert med tiden att tas in i ordböckerna, på samma sätt som verbet *jakaa* 'dela' har etablerat sig i sin nya betydelse i de sociala medierna.

Än så länge har de specifika språkliga dragen från de sociala medierna inte uppmärksammats så stort i de allmänspråkliga grammatikböckerna eller beskrivningarna av allmänspråket. Grammatikböckernas beskrivningar måste vara tillförlitliga, vilket i sin tur förutsätter noggrann grundforskning i språket och i fenomenen i de sociala medierna. Fenomen föds och förändras snabbt i de sociala medierna. Det kan förstås ses som ett problem om det som är praxis i sociala medier inte alls noteras i de befintliga publicerade rekommendationerna. Språkliga riktlinjer för det här området skulle vara till stor hjälp för många språkbrukare och framför allt skulle sådana riktlinjer ge språkbrukarna information om de sociala mediernas förhållande till praxis för allmänspråket.

4. Sociala medier kräver nya skriftpraktiker

Det är tydligt att de sociala medierna har ställt – och fortsätter att ställa – nya krav på språkbrukarna när det gäller nya skriftpraktiker, och detta gäller såväl allmänheten som språkvårdarna. Nya skriftpraktiker innebär också ofta att vi börjar använda och förhålla oss till språket på ett nytt sätt. De nya praktikerna kräver därtill nya färdigheter, t.ex. tekniska eller språkliga färdigheter eller både och. (Barton 2007.) För att vi ska förstå oss på sociala medier och kommunikationen och språkbruket där, borde språkvårdarna själva också vara aktiva där.

Som språkvårdare bör vi fundera på hur och i vilken omfattning vi kan eller borde delta i olika aktiviteter på sociala medier. Borde t.ex. finska språkvårdare vara aktiva inom de otaliga inofficiella Facebookgrupper där finskan diskuteras? Vissa av grupperna riktar sig till lärare och översättare, och vissa språkvårdare är redan medlemmar i sådana grupper. Dessutom finns det många amatörgrupper och mindre seriösa grupper av olika slag. Vilken ska vår roll vara i de här grupperna? Hur långt kan språkvårdarens arbete och ansvar sträcka sig?

Ofta är språkliga förändringar också förknippade med förändringar i tanke-sätt och värderingar. Är de sociala medierna viktiga för oss språkvårdare, och är de sociala medierna något som vi känner oss bekväma med? Eller är det

mer fråga om ett nödvändigt ont som vi bara blir tvungna att befatta oss med? Och anser vi att kommunikationen på sociala medier är så viktig att den kan inkluderas i någon form också i våra skrivregler och rekommendationer?

5. En fungerande och levande finska

Även om de sociala medierna är en del av vår vardag nu och kommer så att förbli i en överskådlig framtid förblir kärnan i vårt arbete densamma, så också vår uppgift: De finska språkvårdarna vill fortsätta att vårda det finska allmänspråket och slå vakt om att finskan ska fungera på alla områden i det finska samhället. Vi vill också fortsätta att hjälpa språkbrukarna genom att svara på sådana frågor som de vill ha svar på. Därtill vill vi fortsätta att profilera oss som en expertorganisation som erbjuder modern språklig information som baserar sig på forskning, liksom kvalitativa publikationer och tillförlitliga tjänster.

Summary

This article discusses the role of social media in Finnish language planning at the Institute for the Languages of Finland (Kotimaisten kielten keskus, Kotus). Drawing on authentic examples of language-planning work, this article explores both the opportunities and the threats and limits of social media. More specifically, it demonstrates how social media in multiple ways affect even the most traditional form of language advice services: the telephone help-line service. Despite many challenges, changes and insecurities, the core of the language-planning work remains the same, as do its principal goals. The Institute strives to ensure the status and functionality of Finnish language in all domains of society, and in line with this function, it aims to provide reliable, insightful and up-to-date language advice for modern audiences.

Henna Makkonen-Craig är specialexpert och språkvårdare på Institutet för de inhemska språken i Finland samt docent i finska språket vid Helsingfors universitet. Hon är framför allt intresserad av kommunikationen i arbetslivet (t.ex. chattjänster), skrivande, översättning och språkkonsultverksamhet samt forskning och utbildning som ansluter sig till dessa områden.



Referenser

Barton, David, 2007: Literacy. An introduction to the ecology of written language. Second edition. Oxford: Blackwell Publishing.

Kielitoimiston ohjepankki [Finska språkvårdens söktjänst], Institutet för de inhemska språken: www.kielitoimistonohjepankki.fi

Kielitoimiston sanakirja [Finska språkvårdens ordbok], Institutet för de inhemska språken: www.kielitoimistonsanakirja.fi

Niemi, Laura, 2015: Somekielen syövereissä. I: Kielikello 1/2015. <https://www.kielikello.fi/-/somekielen-syovereissa>

Onkamo, Ulla, 2017: Pari perusasiaa nimien taivuttamisesta. I: Kielikello 1/2017. <https://www.kielikello.fi/-/pari-perusasiaa-nimien-taivuttamisesta>

Nyckelord: språkvård, finska, skriftpraktiker, sociala medier, normering

Bibliografiska uppgifter

Makkonen-Craig, Henna, 2019: Finskan och sociala medier. Hur påverkas språkvården? I: Gabriella Sandström (red.): *Språk i Norden 2019*, s. 36–48.

<https://tidsskrift.dk/sin/index>

© Författaren och Nätverket för språknämnderna i Norden
