

# **Minoritetsspråk i sociala medier**

**En överblick över offentliga institutioners språkval**

**Anna Antonsson**  
**Språkrådet**

<b>Kapitel 1. Överblick över språkval i sociala medier</b> .....	<b>4</b>
<b>Sammanfattning</b> .....	<b>4</b>
<b>Syfte och mål</b> .....	<b>4</b>
Resursbank för minoritetsspråk i sociala medier .....	5
Avgränsningar.....	5
<b>Överblick över språkval i sociala medier – varför?</b> .....	<b>6</b>
Språkval i sociala medier är ett utforskat ämne.....	6
<b>Bakgrund</b> .....	<b>6</b>
<b>Metod</b> .....	<b>7</b>
<b>Kapitel 2. Offentliga institutioner i sociala medier</b> .....	<b>8</b>
Sociala medier – ett komplement till webbplatsen.....	8
Vad gör de offentliga institutionerna i sociala medier? .....	8
Vad är vitsen med att följa en offentlig institution i sociala medier? .....	9
Möjligheter och risker med kommunikation i sociala medier .....	9
Risk för digitalt utanförskap .....	10
Digitalt utanförskap: språkliga perspektiv .....	10
De sociala medierna är en underutnyttjad resurs.....	10
<b>Språklagarna och sociala medier</b> .....	<b>11</b>
Sociala medier – ett steg på vägen till att efterleva minoritetslagen.....	11
Vad ska offentliga institutioner gå ut med i sociala medier? .....	12
Vilka språk ska man använda – och i vilket sammanhang? .....	12
Att använda majoritetsspråket är också ett val .....	13
Svårigheter med minoritetsspråkskommunikation .....	13
Fördelar med minoritetsspråkskommunikation.....	13
<b>Språkliga riktlinjer för sociala medier</b> .....	<b>14</b>
<b>Kapitel 3. Sammanfattning av enkätsvar</b> .....	<b>14</b>
Sammanfattning av enkätsvar – minoritetsspråkstalare.....	14
Så gjordes enkätundersökningen .....	15
Språkbeteckningar.....	15
<b>Sammanfattning av enkätsvar – offentliga institutioner</b> .....	<b>15</b>
Offentliga institutioner kommunicerar inte på andra språk än svenska ...	15
Dialog är syftet med aktiviteten i sociala medier .....	16
Ser myndigheterna ett syfte med att kommunicera på andra språk? .....	16
Diskuterar man språkval? .....	17
Svenskans ställning är stark även i sociala medier .....	17
Språket i sociala medier tillåts vara informellt .....	17
Stor variation på den information som publiceras.....	17
Finns språkliga riktlinjer för sociala medier? .....	18
<b>Slutord om enkätundersökningarna</b> .....	<b>18</b>
<b>Referenser</b> .....	<b>20</b>
<i>Diki-Kidiri, Marcel (2007). Securing a place for a language in cyberspace. Unesco.</i> <a href="http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001497/149786E.pdf">http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001497/149786E.pdf</a> .....	<b>20</b>
<i>Domeij, Rickard (2010a): Språksituationen på internet. Språkrådet, Institutet för Språk och folkminnen.</i> <a href="https://www.iis.se/docs/Språksituationen-på-internet-färdig-rapport.pdf">https://www.iis.se/docs/Språksituationen-på-internet-färdig-rapport.pdf</a> . .....	<b>20</b>

<i>Domeij, Rickard (2010b): En språkpolitik för internet. Språkrådet, Institutet för språk och folkminnen. ....</i>	<b>20</b>
Lagar .....	<b>20</b>
Språklag (2009:600) Lag (2009:724) om nationella minoriteter och minoritetsspråk .....	<b>20</b>
Webbplatser.....	<b>20</b>
Digitala staten, lista över myndigheter i sociala medier, 1 oktober 2012 .....	<b>20</b>
<i>Elektronisk bilaga 1: Enkät svar, representanter för offentliga institutioner .....</i>	<b>21</b>
<i>Elektronisk bilaga 2: Enkät svar, minoritetsspråkstalare Bilagan finns tillgänglig för nedladdning på <a href="http://www.språkradet.se/16036">www.språkradet.se/16036</a> .....</i>	<b>21</b>
<i>Elektronisk bilaga 3: Resurser för minoritetsspråkskommunikation i sociala medier .....</i>	<b>21</b>
<i>Bilaga 4: Språklag (2009:600).....</i>	<b>21</b>
<i>Bilaga 5: Lag (2009:724) om nationella minoriteter och minoritetsspråk .....</i>	<b>21</b>

Till rapporten hör en digital bilaga med enkät svar som finns att hämta på Språkrådets webbplats. Där finns också en lista med minoritetsspråksverksamheter som uppdateras löpande.

# Kapitel 1. Överblick över språkval i sociala medier

## Sammanfattning

Undersökningen visar att nationella minoritetsspråk och invandrarspråk sällan förekommer i svenska offentliga institutioners kommunikation i sociala medier. Även bland förvaltningskommunerna och centrala myndigheter förekommer andra språk än svenska mycket sparsamt. Svenskan är det självklara, och enda, språket när myndigheterna blir sociala på nätet; bara i undantagsfall använder man andra språk, främst då engelska.

Public service-företagen är dock ett undantag; såväl SR som SVT har verksamhet i sociala medier på fyra av fem nationella minoritetsspråk och några av de större invandrarspråken.

Majoriteten av de institutioner som ingår i undersökningen har inte reflekterat över sitt språkval; endast en tredjedel säger sig ha gjort det. Över hälften säger sig dock se ett syfte med att kommunicera även på andra språk än svenska. Det tyder på en medvetenhet om att vi lever i ett flerspråkigt samhälle och att det bör återspeglas när myndigheterna tar steget ut i de sociala medierna. Att majoriteten uteslutande använder svenska (och i några fall även engelska) kan bero dels på resursbrist, dels på att verksamheten i sociala medier ännu är på försöksstadiet.

Minoritetsspråken är i princip osynliga i sociala medier för andra än den primära målgruppen, dvs. minoritetsspråkstalarna själva. I den mån minoritetsspråk förekommer, är det på separata sidor som tagits fram speciellt för ändamålet. Därmed missar det allmänna den chans att främja de nationella minoritetsspråken som de sociala medierna ger, och den chans att nå andra målgrupper än modersmålstalare av svenska som det skulle kunna ge att kommunicera på de största invandrarspråken.

Den enkätundersökning som utförts inom ramarna för studien tyder på att minoritetsspråkstalare gärna och ofta använder sitt språk i sociala medier, men inte i första hand i kontakt med offentliga institutioner – public service-företagen undantagna.

## Syfte och mål

Undersökningen kan ses som ett komplement, eller början till ett sådant, till *En språkpolitik för internet*<sup>1</sup>. Den nämnda rapporten ger ”en beskrivning av möjligheterna att använda de nationella minoritetsspråken och det svenska teckenspråket på internet, särskilt i kontakt med myndigheterna på webben”. Men *En språkpolitik för internet* behandlar inte sociala medier, annat än i förbigående. Det är ett konstaterande, och ska inte ses som kritik – men eftersom sociala medier är ett så självklart inslag i dagens medielandskap behöver rapporten kompletteras med just det perspektivet, särskilt med tanke på hur vanligt det är att myndigheter och organisationer etablerar sig i sociala medier.

Huvudfrågan för undersökningen är hur tillgängliga svenska offentliga institutioner är i sociala medier ur ett minoritetsspråksperspektiv. Med det vill jag göra en översiktlig kartläggning av kommunikation på andra språk än svenska i offentliga institutioners verksamhet i sociala medier. Ambitionen är inte att göra en uttömmande undersökning eller komma med pekpinningar om hur det borde vara, utan att ”glänta på dörren”, för att låna ett uttryck från rapporten

---

<sup>1</sup> Domeij 2010b, s. 7.

*Språksituationen på internet*<sup>2</sup>, till en beskrivning av det faktiska läget för de nationella minoritetsspråken i sociala medier.

Utgångspunkten för undersökningen kan sägas vara tudelad. Syftet har varit att undersöka

- i vilken utsträckning offentliga organisationer har gett sin informationsverksamhet uppdrag och medel att bedriva verksamhet på minoritetsspråken i sociala medier
- i vilken utsträckning offentliga organisationer faktiskt använder minoritetsspråk för information och kommunikation i sociala medier.

”Offentliga institutioner” innebär här dels myndigheter, dels andra offentliga resurser, exempelvis sådana som administreras av bibliotek och public service-bolag.

I första hand avses de nationella minoritetsspråken och svenskt teckenspråk, men projektet omfattar också en mycket översiktlig kartläggning av resurser för övriga språk i Sverige.

Min undersökning är långt mindre omfattande än *En språkpolitik för internet*. Jag har inte heller ambitionen att ge förslag på insatser eller lägga grunden till en språkpolitik för sociala medier. Målet är i stället att beskriva läget och ringa in områden som kan vara intressanta att undersöka mer ingående i framtiden.

### **Resursbank för minoritetsspråk i sociala medier**

Utöver rapporten har jag inom ramarna för projektet påbörjat en resursbank för minoritetsspråkskommunikation i sociala medier, i form av en sida på Språkrådets webbplats. Tanken är att sidan ska uppdateras löpande. Genom att överskådligt samla befintliga resurser kan projektet i någon mån främja möjligheterna till minoritetsspråkskommunikation på internet.

### **Avgränsningar**

Undersökningen är begränsad till offentliga institutioner och tar inte upp kommersiell verksamhet eller kommunikation mellan privatpersoner. Det beror inte på att dessa kommunikationsformer är ointressanta utan för att en sådan undersökning skulle bli alltför omfattande.

Ursprungligen var avsikten att undersöka situationen inte bara för de nationella minoritetsspråken och svenskt teckenspråk, utan även för de största invandarspråken. Men det visade sig snart att det fanns ett antal praktiska problem med en sådan undersökning. Delvis gäller det urval. Vilka invandarspråk ska man välja att titta på? Det förs ingen officiell språkstatistik i Sverige och de uppskattningar som gjorts är inte okontroversiella. Därtill kommer problemet att få tag i informanter. Sammanfattningsvis blev de praktiska problemen alltför omfattande för en undersökning av den här storleken.

---

<sup>2</sup> Domeij 2010a, <https://www.iis.se/docs/Språksituationen-på-internet-färdig-rapport.pdf>.

## Överblick över språkval i sociala medier – varför?

### Språkval i sociala medier är ett utforskat ämne

Offentliga institutioners information och kommunikation på andra språk än svenska är ett ämne som har undersökts och diskuteras i relativt stor utsträckning<sup>3</sup>. Val av språk i sociala medier är dock ett ämne som hittills knappt har tagits upp. Men i takt med att allt fler myndigheter och andra offentliga institutioner startar verksamhet i sociala medier blir språkvalet aktuellt. Språkrådet skriver i sin lägesrapport för 2011 att ”tillgången till medier på minoritetsspråket är en viktig fråga för alla minoriteter.” Det finns inga skäl att det bara ska gälla traditionella medier.

Vikten av att främja och synliggöra mångspråkigheten i samhället har exempelvis lyfts fram av EU-parlamentet: ”Vart och ett av de många nationella och regionala språken och de många minoritets- och invandrarspråk som talas i Europa tillför en facett till vår gemensamma kulturbakgrund. Vi bör använda flerspråkigheten för att främja dialog och ömsesidig respekt<sup>4</sup>.” Med andra ord: Det är viktigt att de nationella minoritetsspråken inte tillåts bli rena prydnader på Europas mångspråkighetskarta; de måste användas för att ha en chans att överleva.

Den snabba digitalisering av samhället som har skett under de senaste 10–15 åren skapar nya möjligheter att bevara och främja all världens språk. Men digitaliseringen kan också utgöra ett hot mot den språkliga mångfalden. I en nyligen publicerad rapport skriver några av Europas ledande experter på språkteknologi om den hotande språkdöden:

Många av världens 7 000 språk kommer inte att överleva i det globala informationssamhälle som vi nu i ilfart är på väg in i. Språkforskare har uppskattat att åtminstone 2 000 språk kommer att dö ut under de närmaste decennierna. Andra språk kommer att överleva i hemmen och lokala miljöer, men inte användas i större sammanhang, t.ex. i handel eller undervisning och forskning.<sup>5</sup>

Sverige är ett flerspråkigt land, vilket åtminstone i någon utsträckning speglas på myndigheters webbplatser. Men hur är det med de mer dialogiska texterna som myndigheterna publicerar i sociala medier? Speglas flerspråkigheten även där? Om den inte gör det, hur tänker man kring sociala medier och flerspråkighet? I takt med att allt fler människor, kanske i första hand unga, förväntar sig att kunna påverka och kontakta offentliga institutioner på andra sätt än de traditionella, blir dessa frågor alltmer relevanta.

### Bakgrund

År 2010 fick E-delegationen i uppdrag av regeringen att ta fram riktlinjer för myndigheters användande av sociala medier. Riktlinjerna behandlar i första hand juridiska aspekter av kommunikation i sociala medier och tar

<sup>3</sup> se exempelvis Domeij 2010a, Domeij 2010b samt Språkrådets omvärldsanalys 2011: <http://www.sprakradet.se/9869>.

<sup>4</sup> Resolution 2008/2225 (INI), s. 7: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52009IP0162:SV:NOT>.

<sup>5</sup> Svenska språket i den digitala tidsåldern, 2012, s 1: <http://www.meta-net.eu/whitepapers/volumes/swedish>.

bland annat upp språklagens<sup>6</sup> krav på att språket i offentlig verksamhet ska vara vardat, enkelt och begripligt: ”Språket ska vara lättbegripligt och även på andra sätt underlätta för den enskilde att ha med myndigheten att göra. Hänsyn bör tas dels till de som inte behärskar svenska språket väl, dels till personer som har olika former av funktionsnedsättningar”<sup>7</sup>. Mer utförligt än så behandlas inte språket. Men eftersom principerna för kommunikation i sociala medier är desamma som för annan e-kommunikation med enskilda<sup>8</sup> bör samma språkliga överväganden göras.

Språklagen anger att det allmänna har ett särskilt ansvar för att skydda och främja de nationella minoritetsspråken. Enligt minoritetslagen ska det allmänna ”även i övrigt främja de nationella minoriteternas möjligheter att behålla och utveckla sin kultur i Sverige” samt särskilt främja ”barns utveckling av en kulturell identitet och användning av det egna minoritetsspråket”<sup>9</sup>.

Mot bakgrund av det ständigt ökande antalet offentliga institutioner som kommunicerar med allmänheten på internet, och det faktum att den språkpolitiska forskningen och debatten på senare år lyft fram betydelsen av att främja ett mångspråkigt samhälle, behövs en undersökning om språksituationen i de sociala medierna. Vad händer om myndigheter och andra offentliga institutioner publicerar ny information i sociala medier, information som inte finns tillgänglig i andra kanaler och på andra språk? Och hur är det med myndigheter i förvaltningsområdena för minoritetsspråken – har de resurser att besvara frågor på minoritetsspråken även i sociala medier? Tar man tillvara den chans att skydda och främja de nationella minoritetsspråken som de sociala medierna medför?

## Metod

För att besvara de frågor som ligger till grund för undersökningen har jag arbetat med dels observation, dels enkätundersökningar. I observationsdelen utgår jag från den lista över myndigheter i sociala medier<sup>10</sup> som finns på webbplatsen Digitala Staten som den såg ut 1 oktober 2012. Digitala Staten är ett privat initiativ vars syfte är att ”fungera som idéspidare och katalysator till förändring”. På webbplatsen finns bland annat diskussionsforum, länkar till konferenser samt resurser i form av publika dokument, bilder och filmer om bland annat digital samhällsutveckling. Skälet till att jag utgått från listan på Digitala Staten är att det inte finns någon officiell förteckning över offentliga institutioner i sociala medier. Listan på Digitala Staten är den mest omfattande jag har kommit över, men den är långt ifrån komplett.

Två enkäter ingår i undersökningen: en som är riktad till kommunikatörer på offentliga institutioner, en som är riktad till minoritetsspråkstalare. Informanter till båda enkäterna har hittats genom efterlysning på Facebook och Twitter. Till kommunikatörsenkäten har jag även samlat informanter genom att skicka e-post till samtliga institutioner

<sup>6</sup> [http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-](http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Spraklag-2009600_sfs-2009-600/)

[Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Spraklag-2009600\\_sfs-2009-600/](http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Spraklag-2009600_sfs-2009-600/)

<sup>7</sup> E-delegationen 2010, s. 23: <http://www.edelegationen.se/sida/riktlinjer-for-sociala-medier>.

<sup>8</sup> E-delegationen 2010, s. 13.

<sup>9</sup> [http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Lag-2009724-om-nationella-m\\_sfs-2009-724/](http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Lag-2009724-om-nationella-m_sfs-2009-724/).

<sup>10</sup> <https://spreadsheets.google.com/pub?key=0AicydV2wd24qdEt6RkZQRHQwNkxfMXJVUXJHWFdISXc&hl=en&output=html>.

som har verksamhet i sociala medier, enligt listan på Digitala Staten. Minoritetsspråkstatalkäten har även skickats till informanterna i *Språksituationen på internet*.

## Kapitel 2. Offentliga institutioner i sociala medier

I det här kapitlet diskuterar jag förutsättningarna för offentliga institutioners närvaro i sociala medier, samt för- och nackdelar med denna närvaro. Jag redogör också överskådligt för vad myndigheter och andra offentliga institutioner använder de sociala medierna till.

### Sociala medier – ett komplement till webbplatsen

Sociala medier medför goda möjligheter till information och interaktion mellan myndigheter och medborgare. Många offentliga institutioner använder i dag exempelvis Twitter, Facebook och Youtube som kommunikationskanal vid sidan av den egna webbplatsen. Hur stor andel av myndigheter och andra offentliga organ som använder sociala medier är svårt att svara på; enligt en enkätundersökning<sup>11</sup> som E-delegationen gjorde 2010 använde 44 procent av myndigheterna sociala medier, men utvecklingen är snabb och två år gamla siffror kan anses vara inaktuella. Det finns i dagsläget ingen officiell förteckning över myndigheter i sociala medier.

De sociala kanalerna används kanske framför allt som ett komplement till den egna webbplatsen, ett sätt att nå människor utan att de aktivt behöver söka upp informationen. En användare som ”gillar” en viss institution på Facebook eller följer den på Twitter får automatiskt nyheter därifrån i sitt flöde, precis som från vilken vän som helst.

Sociala medier, främst Twitter och Facebook, kan också användas som en chatt eller en frågelåda där allmänheten kan ställa frågor till de offentliga institutionerna och få mer eller mindre personliga svar. Det finns fördelar och nackdelar med denna metod; en fördel är att man med små medel kan nå många läsare och en nackdel är att flödet ofta skiftar så snabbt att det kan vara svårt att hitta till svaren i efterhand. En annan nackdel är naturligtvis att man i många fall måste vara medlem i det sociala nätverket för att kunna ta del av svaren och ställa frågor.

Ytterligare en aspekt, som i många fall kan vara svår för myndigheterna att förhålla sig till, är att de svar som ges på frågor från enskilda medborgare riskerar att bli eller tolkas som myndighetsutövning. Många gånger måste representanter från offentliga institutioner därför ge mycket allmänna svar, eller be frågeställaren att välja en annan kontaktväg.

### Vad gör de offentliga institutionerna i sociala medier?

Offentliga institutioner kan ha många olika skäl att vara aktiva i sociala medier. Några av de vanligaste argumenten i den enkät som jag gjort är att man vill omvärldsbevaka, att man vill finnas där medborgarna finns och att man vill kunna bemöta synpunkter och kritik som förekommer om verksamheten oavsett om den är representerad i det sociala mediet eller

---

<sup>11</sup>[http://www.edelegationen.se/sites/default/files/imce/filer/publikationer/Enkatsvar\\_utdrag\\_ur\\_betankande.pdf](http://www.edelegationen.se/sites/default/files/imce/filer/publikationer/Enkatsvar_utdrag_ur_betankande.pdf).



inte. Ett annat motiv kan vara att man vill nå ut till nya målgrupper. Ofta är det lite oklart vilka dessa nya målgrupper är, men inte sällan nämns ”ungdomar” i sammanhanget.

I sociala medier kan nyheter och åsikter spridas snabbt – inte bara från myndighet till allmänhet, utan andra hållet också. Många handböcker<sup>12</sup> framhåller vikten av att inte använda de sociala medierna för envägskommunikation, utan att utnyttja alla de möjligheter som finns att kommunicera och interagera med allmänheten. Det ställer nya krav på institutionernas kommunikatörer: dels för att användarna ofta förväntar sig snabba svar, dels för att kommunikationen blir synlig för alla följare, inte bara för den som ställde frågan. Det gör att man som representant för exempelvis en myndighet måste vara extra lyhörd och professionell.

### **Vad är vitsen med att följa en offentlig institution i sociala medier?**

Enligt undersökningen Svenskarna och internet 2012 är det 57 procent av internetanvändarna över 12 år som letar upp offentlig myndighetsinformation på internet<sup>13</sup>. Hur stor andel av befolkningen som använder sociala medier för ändamålet framgår inte. Enligt samma undersökning besöker 64 procent av internetanvändarna över 18 år sociala nätverk. Det gäller i första hand nätverkssidor som Facebook och (i mycket mindre utsträckning) mikrobloggar som Twitter.

Det är svårt att veta hur mycket unik information som publiceras i de sociala medierna. Många gånger publiceras information som också ligger på den vanliga webbplatsen genom att exempelvis länka till en nyhetsartikel. Men det förekommer att myndigheterna skriver unika och för mediet anpassade inlägg, som inte går att hitta på den vanliga webbplatsen. Det är också ganska vanligt att man svarar på frågor, alltså för en dialog med följarna. Den som följer en myndighet på exempelvis Facebook har alltså möjlighet att ställa frågor och få svar utan att behöva anpassa sig till telefontider eller leta reda på kontaktinformation. Dialogfunktionen är, åtminstone i teorin, en av de huvudsakliga poängerna för både myndigheter och medborgare att interagera med varandra i sociala medier. (Läs mer om de offentliga institutionernas syn på detta i kapitel 3, där jag redovisar resultaten från enkätundersökningen.)

### **Möjligheter och risker med kommunikation i sociala medier**

Att använda sociala medier för envägskommunikation, t.ex. genom att enbart länka till artiklar på den vanliga webbplatsen, är ingen lyckad strategi. Sociala medier är gjorda för dialog, och den organisation som bortser från det kommer inte att bli särskilt framgångsrik. Men det finns ett potentiellt problem i att myndigheter lägger upp unik information i sociala medier. Så här skriver Språkrådet i *Vägledningen för flerspråkig information*: ”För att Sverige ska kunna vara en fungerande demokrati måste organisationer som bedriver offentlig verksamhet se till att medborgarna får tillgång till nödvändig samhällsinformation och samhällsservice på lika villkor”<sup>14</sup>.

---

<sup>12</sup> se exempelvis Forsberg 2012.

<sup>13</sup> Findahl 2012, <https://www.iis.se/docs/SOI2012.pdf> (s. 15).

<sup>14</sup> Språkrådet 2011, *Vägledningen för flerspråkig information*, s. 6: <http://www.sprakradet.se/11573>.

## **Risk för digitalt utanförskap**

Att myndigheter lägger ut information i sociala medier och finns tillgängliga för dialog med dem som är digitalt delaktiga, låter förvisso positivt men är inte enbart av godo. Vad händer med dem som står utanför? Problemet har uppmärksammats av exempelvis Statens institut för kommunikationsanalys (SIKA) och av en mängd myndigheter och organisationer genom kampanjen Digidel. I en rapport år 2008 skrev institutet exempelvis att ”den ökade digitaliseringen av information och samhällsfunktioner ställer större krav på enskilda medborgare. Det är tydligt att en allt större digitalisering av informationen i samhället medför en risk för att en del medborgare marginaliseras och utesluts ur samhällsdebatten”.<sup>15</sup>

## **Digitalt utanförskap: språkliga perspektiv**

Den digitala klyftan handlar inte bara om kunskap och intresse, utan också om språk. Andraspråks- och minoritetsspråkstalare kanske inte bryr sig om att följa en myndighets Facebooksida när det enda språk som går att använda där är majoritetsspråket svenska.

Den digitala, språkliga klyftan bör alltså uppmärksammas, men ska inte överdrivas. I de flesta fall finns det förstås andra vägar för den som vill framföra sina åsikter till myndigheter och politiker. Offentliga institutioners enspråkighet i sociala medier är knappast ett hot mot demokratin, så länge det finns andra, flerspråkiga kanaler för den som inte kan eller vill använda svenska. Däremot är det synd att många offentliga institutioner missar den chans att nå nya målgrupper som flerspråkig information i sociala medier faktiskt utgör. Genom att använda ett eller flera minoritetsspråk skulle myndigheterna kunna bidra till att synliggöra och höja statusen för andra språk, som annars riskerar att hamna på efterkälken i det digitala informations-samhället. Detta uppmärksammas bland annat i en rapport om språkteknologi i Europa: ”Ett språks status beror inte bara på hur många som talar det eller hur många böcker, filmer och tevekanaler som använder det, utan även på hur väl det är representerat i digitala medier och datorprogram”.<sup>16</sup>

## **De sociala medierna är en underutnyttjad resurs**

Det är det allmännas uppgift att nå ut med information till alla människor, inte bara dem som har svenska som modersmål. ”Myndigheter, kommuner och andra offentliga organ har en skyldighet att nå ut med information till alla i Sverige, oavsett modersmål eller funktionsförmåga”,<sup>17</sup> skriver Språkrådet. Informationen behöver inte förmedlas via sociala medier; det går bra att använda mer konventionella kanaler i stället. Men man kan fråga sig varför myndigheter och andra aktörer i det allmänna inte skulle vilja utnyttja de sociala kanalerna som ett sätt bland andra att uppfylla den här skyldigheten genom att nå nya målgrupper. Eftersom sociala medier är något helt nytt för många institutioner kan man förstås inte förvänta sig att de ska dra igång fullt fungerande flerspråkighetsprojekt över en natt. Men genom att lyfta flerspråkighetsaspekten till diskussion hoppas jag – förutom att beskriva

<sup>15</sup> SIKA 2007:6: [http://www.folkbildning.net/digklyftakurs/05DFF74C-005B8E21.5/sr\\_2007\\_6.pdf](http://www.folkbildning.net/digklyftakurs/05DFF74C-005B8E21.5/sr_2007_6.pdf).

<sup>16</sup> <http://www.meta-net.eu/whitepapers/volumes/swedish>, s. 2.

<sup>17</sup> Vägledningen för flerspråkig information, s. 8.

det faktiska läget – med denna undersökning kunna väcka tanken om framtida flerspråkighetsprojekt.

## **Språklagarna och sociala medier**

Varken språklagen eller minoritetslagen berör digital kommunikation. Enligt E-delegationens riktlinjer gäller samma regler för kommunikation i sociala medier som för exempelvis e-postkommunikation. E-delegationen skriver:

När myndigheten använder sociala medier bör den vara medveten om kraven i språklagen. Språket ska vara lättbegripligt och även på andra sätt underlätta för den enskilde att ha med myndigheten att göra. Hänsyn bör tas dels till de som inte behärskar svenska språket väl, dels till personer som har olika former av funktionsnedsättningar<sup>18</sup>.

Språklagens krav på att språket i offentlig verksamhet ska vara vårdat, enkelt och begripligt gäller alltså även för kommunikation i sociala medier. Samtidigt råder speciella omständigheter för sådan kommunikation som bara i mindre utsträckning gäller exempelvis e-post eller statisk webbtex. En sådan omständighet är att kommunikationen i sociala medier i många fall är bunden till nuet, precis som muntlig dialog. En statusuppdatering eller ett Twittermeddelande som är fullt begripligt idag kanske är svårt att tolka om bara någon månad. Vad som är ”vårdat språk” torde också variera med mediet; text som fungerar bra i ett informationsblad skulle kunna ses som onödigt formell och omständlig i en dialog på Facebook.

Samtliga offentliga institutioner i min undersökning följer språklagens krav på så sätt att de nästan uteslutande använder svenska, och inte exempelvis engelska, för sin kommunikation i sociala medier. Det får sägas vara positivt. Det finns alltså inga tecken på att svenskan hotas på domänen myndighetskommunikation i sociala medier.

## **Sociala medier – ett steg på vägen till att efterleva minoritetslagen**

Språklagen slår fast att organ som bedriver offentlig verksamhet har ett särskilt ansvar för att skydda och främja de nationella minoritetsspråken. Det kan de offentliga organen naturligtvis göra på många sätt. Men det är förvånansvärt att så få tar tillvara den chans att göra detta som de sociala medierna ger. Åtminstone kommuner och landsting i förvaltningsområdena, samt centrala myndigheter som Skatteverket och Försäkringskassan bör i många fall redan ha tillgång till personer som klarar av att kommunicera med medborgarna på ett eller flera minoritetsspråk.

Som exempelvis Unescos utredare har påpekat, kan digitala medier ses som både ett hot och en möjlighet för minoritetsspråk:

Information and communication technologies (ICT:s) play a key role in the linguistic transformations under way worldwide: they may provide an important vehicle for communication among the various linguistic communities. On the

---

<sup>18</sup> E-delegationen 2010, s. 23.

other hand, ICTs may be an aggravating factor in the marginalization of languages in cyberspace<sup>19</sup>.

Det borde ligga i det allmännas intresse att göra vad det kan för att dess kommunikation sociala och digitala medier inte bidrar till marginalisering av minoritetsspråken.

### **Vad ska offentliga institutioner gå ut med i sociala medier?**

*I Vägledningen för flerspråkig information kan man läsa att*

alla myndigheter bör lägga ut grundläggande information på webben på minoritetsspråk, till exempel information om den egna verksamheten, kontaktinformation, information som rör den aktuella minoritetsgruppen och så långt möjligt den viktigaste och den mest efterfrågade informationen på webbplatsen (21).

Det är ett bra råd för hyfsat statiska texter, som webbtexter och informationsblad. Men det kan inte appliceras på sociala medier, där fokus ligger på kommunikation, inte information.

Det går inte att säga generellt vad myndigheter ska eller bör använda sina sociala medier till – oavsett vilket språk det gäller. Men många myndigheter skulle nå långt i sin skyldighet att skydda och främja de nationella minoritetsspråken genom att exempelvis skriva sina statusuppdateringar på två språk (i förvaltningsområdena). För att kunna göra det måste man naturligtvis ha en minoritetsspråkskunnig anställd som kan engageras i kommunikationsarbetet. Just det faktum att det behövs språkkunskaper och extra personalresurser är en trolig orsak till att få offentliga institutioner är aktiva i sociala medier på andra språk än svenska.

### **Vilka språk ska man använda – och i vilket sammanhang?**

*Vägledningen för flerspråkig information* säger: ”Varje myndighet måste själv avgöra vilka språk som är aktuella för just sin verksamhet. För en kommun kan det innebära att se över vilka språk som talas i kommunen. För en myndighet kan det innebära att fundera över vilka språkliga målgrupper som är särskilt viktiga för verksamheten (20)”. Det stämmer i hög grad även för sociala medier. För vissa myndigheter finns troligen inget syfte med att använda andra språk än majoritetsspråket svenska. Man kanske har fullt tillräcklig ”tidlös” information på minoritetsspråk på sin vanliga webbplats.

Men andra institutioner, exempelvis kommuner i förvaltningsområden, bör fundera noga på sitt språkval. Varför ska man endast använda majoritetsspråket i just sociala medier, om många kommuninvånare har ett minoritetsspråk som modersmål? Det är en fråga som åtminstone bör lyftas. Kanske har man goda skäl att endast använda svenska. Det enda alternativet kanske är att inte alls ha verksamhet i sociala medier. Men om man åtminstone har lyft frågan har man öppnat för att i framtiden utvidga verksamheten för att täcka in ett eller flera andra språk. *Vägledningen för flerspråkig information* konstaterar att

för att veta vilka språk man bör översätta till kan man inte bara utgå från språkliga rättigheter och språkets storlek i Sverige, som dessutom kan skilja sig

---

<sup>19</sup> Diki-Kidiri 2007, s. 4.

mycket åt mellan olika kommuner och delar av landet – och förändras över tiden. Man måste först veta vilka målgrupper man har, och dessa gruppers behov. Det kräver målgruppsundersökningar och kontakt med olika språkgrupper (21).

### **Att använda majoritetsspråket är också ett val**

De allra flesta offentliga organ i Sverige som är aktiva i sociala medier kommunicerar enbart på svenska. Det kan tyckas vara ett helt självklart val – och i de flesta fall är det inte ens ett val, utan något som man inte reflekterat över eller diskuterat. Att använda vårdad, enkel och begriplig svenska i sociala medier är helt i linje med språklagens intentioner. I många fall skulle man dock kunna reflektera över målgruppens behov och önskemål, och fundera på att erbjuda andra språk parallellt med svenskan.

Vilket eller vilka språk man bör välja beror förstås helt på målgrupp och verksamhetens inriktning, precis som det står i *Vägledningen för flerspråkig information*. I avsnittet ”Exempel på minoritetsspråkskommunikation” i denna rapport finns kortfattade beskrivningar av olika verksamheter som kommunicerar på andra språk än svenska.

### **Svårigheter med minoritetsspråkskommunikation**

I många fall är det givetvis mycket mer resurskrävande att bedriva verksamhet i sociala medier på andra språk än svenska, än att ha webbtexter – som ofta är hyfsat statiska – på dessa språk. De sociala medierna är av naturen dialogiska, inte monologiska – Facebooksidan, Twitterkontot, Youtubekanalerna eller vad det nu handlar om måste fortlöpande läsas och uppdateras. Det går inte att kontrollera mängden inlägg från följarna, eller innehållet i detta. Dessa aspekter innebär ofta svårigheter för en offentlig institution även när alla aktivitet i det sociala mediet sker på svenska. Den myndighet som har en Facebooksida, exempelvis, som uppdateras på ett minoritetsspråk måste ha tillräckliga personalresurser för att kunna följa och uppdatera sidan. Det krävs inte för en statisk webbtext som kanske bara uppdateras någon gång per år, om ens det.

### **Fördelar med minoritetsspråkskommunikation**

En fördel med att informera och kommunicera på ett minoritetsspråk i sociala medier är förstås att det är mycket enkelt att gå ut med aktuell information i sådana kanaler. Man behöver inte aktivt söka upp sin målgrupp, utan informationen kommer rakt in i följarens flöde (naturligtvis förutsatt att hon eller han inte valt bort att få nyheter från myndigheten).

En annan fördel är att det är ett bra och enkelt sätt för exempelvis en kommun att föra en dialog med sin minoritetsspråkstalande befolkning (naturligtvis förutsatt att man har minoritetsspråkstalande informatörer). Ett annat är att de sociala medierna ökar möjligheterna till ”insyn och dialog, direktdemokrati och medborgarkontroll” som det heter i en regeringsproposition från 2000-talets början<sup>20</sup> (som givetvis inte har någon specifik information om sociala medier – de fanns bara i mycket begränsad omfattning när propositionen skrevs).

---

<sup>20</sup> Prop. 1999/2000:125 ”Ett informationssamhälle för alla”.

## **Språkliga riktlinjer för sociala medier**

Eftersom samma krav gäller för sociala medier som för digital kommunikation i övrigt, ska all kommunikation i sociala medier vara vårdad, enkel och begriplig. Av det skälet kan man argumentera för att språkliga riktlinjer för sociala medier inte behövs – det går lika bra med myndighetens vanliga skrivregler och kommunikationspolicyer. Men man ska komma ihåg att det råder andra förutsättningar för kommunikation och information i sociala medier än för exempelvis webbtexter. Institutionens vanliga språkliga riktlinjer går därför inte att applicera rakt av. Man behöver förstås inte ta fram en helt ny skrivregelsamling. Däremot är det en god idé att se över de befintliga skrivreglerna och anpassa delar av dem med sociala medier i åtanke.

## **Kapitel 3. Sammanfattning av enkätsvar**

I det här kapitlet presenteras svaren på den enkätundersökning som har skickats till talare av nationella minoritetsspråk och invandrarspråk, samt till offentliga institutioner.

### **Sammanfattning av enkätsvar – minoritetsspråkstalare**

Antalet deltagare i enkäten är litet; det går inte att dra några slutsatser av svaren. Däremot kan man med svaren som utgångspunkt föra en diskussion om minoritetsspråkstalets möjligheter att använda sina språk i sociala medier, samt möjligheter till främjande och synliggörande som dessa medier ger.

Undersökningen tyder, inte oväntat, på att inställningen och möjligheterna till att använda ett minoritetsspråk i kontakt med myndigheterna på sociala medier varierar beroende på vilket språk det handlar om. Informanterna för finska (3 av 5), samiska (2 av 3) och meänkieli (1 av 10) känner i viss utsträckning till minoritetsspråksresurser i sociala medier, medan samtliga informanter för romani, jiddisch och svenskt teckenspråk svarar att de inte känner till några sådana resurser. Det tyder på att de språk som har förvaltningsområden i större utsträckning finns representerade i sociala medier än övriga minoritetsspråk. Det är inte särskilt överraskande; för dessa språk torde det redan i viss utsträckning finnas en infrastruktur för information på internet. För offentliga institutioner med anställda som har kunskaper i ett minoritetsspråk är startsträckan kortare för aktiviteter i sociala medier på dessa språk.

Ingen av informanterna har kontaktat en myndighet i sociala medier på ett minoritetsspråk. Flera har kontaktat myndigheterna på andra sätt: telefon, e-post, personligt besök. Det går inte att med säkerhet säga vad detta beror på. Sociala medier är troligen sällan förstahandsalternativet när det gäller myndighetskontakter; det gäller även svenska. Talar man ett minoritetsspråk använder man troligen redan upparbetade kanaler där man vet att man har chans att få svar av någon som har kunskaper i språket. Sociala medier är ännu inte en sådan kanal. Däremot är man positiv till och ägnar sig i stor utsträckning åt kommunikation på minoritetsspråken med andra privatpersoner.

Det är värt att notera att flera av informanterna tar upp revitalisering, statushöjning och synliggörande som möjliga positiva bieffekt av att språket används i sociala medier. Särskilt positiva är de meänkielitalande informanterna. De framhåller att meänkieli i sociala medier kan bidra till ett språket ”legitimeras”, att det ”berikas och breddas” och att det ”synliggörs”. Just meänkieli är ett exempel på ett språk som vore intressant att titta närmare på ur perspektivet sociala medier, eftersom språket fram till relativt nyligen inte hade något standardiserat skriftspråk. Språket har varit och är fortfarande i stor utsträckning marginaliserat, och därför vore det intressant att närmare undersöka de möjligheter till kommunikation talare emellan som de sociala medierna ger.

### **Så gjordes enkätundersökningen**

Deltagare till minoritetsspråksenkäten efterlystes via Språkrådets sida på Facebook och via Twitter. Ett e-brev med förfrågan om deltagande skickades också till samtliga uppgiftslämnare i lägesundersökningen i Språksituationen på internet (27) samt till Språkrådets språkvårdare för respektive minoritetsspråk. Eftersom det visade sig vara svårt att hitta informanter för några av språken (romska, meänkieli och jiddisch) gjordes riktade förfrågningar i Facebookgrupper för talare av dessa språk.

I det följebrev som skickades ut framgick undersökningens syfte samt ett önskemål om att deltagarna skulle vara bosatta i eller ha regelbunden kontakt med Sverige och tala svenska och minst ett minoritetsspråk eller invandrarspråk på modersmålsnivå.

Troligen hade det varit möjligt att hitta fler informanter genom exempelvis ideella föreningar än genom sociala medier. Men eftersom undersökningen handlar om sociala medier vore det inte intressant med informanter som är helt oinsatta i eller ointresserade av sådana.

### **Språkbeteckningar**

Jag har valt att använda språkens samlingsnamn, i stället för att dela in dem i olika varieteter. Det beror inte på att jag (eller uppgiftslämnarna) tycker att variationen är oviktig, utan på att materialet är så litet att varietetsindelning snarare skulle göra svaren svårare att överblicka. Det vore naturligtvis intressant att titta på exempelvis vilken av de olika samiska eller romska varieteterna som används i olika sammanhang i sociala medier, men det ingår inte i den här undersökningen.

### **Sammanfattning av enkätsvar – offentliga institutioner**

Här sammanfattas svaren i den enkät som har skickats till informatörer på offentliga institutioner. Samtliga svar redovisas som helhet i en elektronisk bilaga som finns att ladda ner på Språkrådets webbplats.

#### **Offentliga institutioner kommunicerar inte på andra språk än svenska**

På frågan ”har ni vid något tillfälle använt något annat språk än svenska i sociala medier” svarar 67 uppgiftslämnare nej, 25 svarar ja och 5 lämnar inget svar eller svarar något annat (”oklart”). I en följdfråga uppmanas de som svarat ja att ange vilket språk och i vilket sammanhang. Av dem som

specificerar ett språk svarar 10 engelska, 1 finska, 1 tyska och 1 italienska. Det framgår att inlägg eller svar på andra språk än svenska eller engelska är engångshändelser (möjligen med undantag av finska, men det går inte att utläsa av svaret om användningen av finska gäller ett eller flera tillfällen).

Engelska är det enda språk förutom svenska som används med viss regelbundenhet. Svaren visar inte hur ofta engelska används men flera av uppgiftslämnarna anger att man använder engelska vid internationella evenemang eller för att välkomna utländska gäster eller utbytesstudenter.

### **Dialog är syftet med aktiviteten i sociala medier**

I enkätundersökningen ingick en fråga om institutionens syfte med att kommunicera i sociala medier. För att kunna fatta beslut om vilket eller vilka språk man ska använda måste man veta vad man vill uppnå med verksamheten. Ett museum som vill nå turister från andra europeiska länder kanske väljer att ha en sida där man skriver på engelska, tyska eller franska. En förvaltningskommun kan tänkas vilja bredda sin service gentemot minoritetsspråkstalarna genom att föra en dialog på finska, samiska eller meänkieli. En stad med många invandrare från ett visst land kanske vill publicera nyheter på landets språk.

Bland svaren sticker ”att föra dialog” ut som viktigast för många av uppgiftslämnarna. Andra vanliga syften är att sprida information och att nå nya målgrupper. Det framgår dock sällan vilka de nya målgrupperna är. I några fall anger man att det är ungdomar. Det verkar alltså som om det vanligaste skälet för ett offentligt organ att finnas i sociala medier är att det går att vara interaktiv där, på ett sätt som är svårt på verksamhetens vanliga webbplats. Facebook och Twitter, exempelvis, erbjuder färdiga lösningar för medborgardialog.

Att döma av tillgänglig statistik är sociala medier en bra startpunkt för den myndighet som vill nå målgruppen ungdomar. Enligt Svenskarna och internet 2012 dominerar åldersgruppen 12–20 år inom aktiviteten *besöka sociala nätverk*, jämför med andra internetanvändare. Huruvida de eftertraktade ungdomarna verkligen väljer att följa sin kommun eller en annan myndighet är oklart, och det finns mig veterligen hittills ingen undersökning som fokuserar på detta.

### **Ser myndigheterna ett syfte med att kommunicera på andra språk?**

Det blir troligen inte bra om en myndighet kommunicerar på minoritetsspråk utan att vara motiverad att göra det. Man kan jämföra med att ha verksamhet i sociala medier över huvud taget – att ha ett tydligt syfte med verksamheten är viktigt, vilket E-delegationen lyfter fram i sina riktlinjer. Flera av de informanter som besvarat den enkät som riktats till minoritetsspråkstalare betonar att det viktiga är *vad* offentliga institutioner gör i sociala medier, inte *att* de gör något.

Man kan förmoda att tröskeln i många fall är lägre för att starta verksamhet i sociala medier på svenska. I många fall finns redan svenskspråkiga kommunikatörer som kan ta sig an uppgiften. På frågan ”skulle det fylla något syfte för er att informera eller kommunicera i sociala medier på andra språk än svenska” svarar 52 uppgiftslämnare ja, medan 28 svarar nej och 18 svarar något annat (”kanske”; ”det beror på”). Att siffran är så pass hög i förhållande till det



antal institutioner som verkligen kommunicerar på andra språk, tyder, inte oväntat, på att det är en resursfråga.

### **Diskuterar man språkval?**

En intressant fråga är huruvida man internt diskuterar vilket eller vilka språk som ska användas i sociala medier. 31 uppgiftslämnare svarar ja på frågan – vilket visserligen är en minoritet, men ändå överraskande högt och måste ses som positivt. Det visar att det finns en medvetenhet om att Sverige är ett mångspråkigt samhälle. Att man i nästan samtliga fall ändå väljer att använda svenska kan bero på många saker, men det är troligt att eftersom många myndigheter är så nya i sociala medier vill man börja i liten skala på majoritetsspråket. Kanske får vi om några år se fler myndighetssidor på minoritetsspråk.

### **Svenskans ställning är stark även i sociala medier**

Trots att flerspråkigheten i stor utsträckning är en bristvara när myndigheterna blir sociala, måste man ändå se det som positivt att svenska är det självklara valet för de allra flesta offentliga institutioner. Ingen uppgiftslämnare har angivit att man endast kommunicerar på engelska, eller har ambitioner att göra det. Några uppger att man har eller överväger att börja med en engelskspråkig sida som komplement. Det tycks i första hand gälla högskolor, som vill ha ett forum för utbytesstudenter.

### **Språket i sociala medier tillåts vara informellt**

Flera av uppgiftslämnarna tolkade enkäten som om den handlade om språkbruk, inte om språkval. Det är också en intressant aspekt att ta upp. Många skriver att de har uttalade riktlinjer om att språket i sociala medier ska vara mindre formellt än i övrig information och kommunikation. Det skäl som många anger är att det är ett dialogiskt medium där kommunikationen har talspråkliknande drag. Att man har sådana riktlinjer är till övervägande del positivt. Det tyder på att myndigheten har förstått att det är dialog som gäller i sociala medier och att man måste röra sig bort från den traditionellt mer monologiska myndighetstonen. Men samtidigt är det viktigt att man har i åtanke att språket ska vara vårdat och begripligt – inte bara enkelt. Risken är annars att man utvecklar en jargong med vana användare av de sociala medierna som kan verka främmande eller utestängande för den som är ovan eller den som inte har svenska som modersmål.

I den här undersökningen ingår inte textanalys; jag har inte tittat på vad eller hur myndigheterna skriver. Jag vet därför inte om de når upp till ambitionen att använda ett mer informellt, dialogiskt språk. Det vore en intressant uppgift för en textanalytiker.

### **Stor variation på den information som publiceras**

68 av 97 uppgiftslämnare anger att man publicerar information i de sociala medierna som inte publiceras på den vanliga webbplatsen. 25 anger att man inte gör det, och 5 har svarat både ja och nej. De som svarade ”ja” uppmanas specificera vilken sorts information det gäller, och här är variationen stor: allt från ”oviktiga” och ”lätt samma” nyheter till ”larm i realtid”.

Man kan diskutera huruvida det är problematiskt ur demokratisk synpunkt om myndigheter publicerar unik information i sociala medier, information som inte är tillgänglig på annat sätt. Det finns en uppenbar risk för att det digitala utanförskapet ökar om offentliga institutioner förutsätter att ”alla” finns på exempelvis Facebook. Eftersom syftet i stor utsträckning tycks vara att nå nya målgrupper som inte brukar ta till sig myndighetsinformation, exempelvis ungdomar, kan man naturligtvis hävda att användandet av sociala medier är ett steg på vägen mot ett mer demokratiskt, inkluderande samhälle. Men det förutsätter dels att man når rätt målgrupper, dels att den information som publiceras också finns tillgänglig på annat håll och på andra språk än svenska.

För vana användare av sociala medier kan en myndighets sida på Facebook bidra till att minska avståndet mellan myndighet och medborgare. Men för den som befinner sig i ett digitalt utanförskap eller inte behärskar majoritetsspråket riskerar de nya informationsvägarna att öka avståndet till beslutsfattare och offentlig förvaltning.

Lösningen på det här potentiella problemet är naturligtvis inte att avråda myndigheter från att vara aktiva i sociala medier. Men det är viktigt att offentliga institutioner är medvetna om riskerna med digitalt utanförskap och att de gör fortlöpande målgruppsanalyser för verksamheten i de sociala medierna. Den myndighet som vet vilka målgrupper som nås av informationen får också ett hum om vilka målgrupper som *inte* nås – och kan därmed hitta alternativa vägar för kommunikation och information som inkluderar flera.

### **Finns språkliga riktlinjer för sociala medier?**

I enkäten ingick en fråga om huruvida myndigheterna har språkliga riktlinjer för sociala medier. En knapp tredjedel (25 av 98) svarar ja, 61 svarar nej och 12 svarar något annat (”inga specifika riktlinjer för sociala medier”; ”vi håller på att utarbeta riktlinjer”). Naturligtvis kan man se det som att språket i sociala medier ska följa samma riktlinjer som e-kommunikation i övrigt. I praktiken är det dock mycket som skiljer sig mellan exempelvis e-postkommunikation och kommunikation på Twitter. Även här torde det vara viktigt att göra en målgruppsanalys och att vara klar över sitt syfte med verksamheten. De språkliga riktlinjerna bör naturligtvis omfatta samtliga språk, inte bara svenska.

### **Slutord om enkätundersökningarna**

Majoriteten av de institutioner som ingår i undersökningen har inte reflekterat över sitt språkval, men att en tredjedel ändå säger sig ha gjort det får ses som positivt. Eftersom svenska i så stor utsträckning är det enda språk som används när myndigheterna blir sociala på nätet, hade man annars lätt kunnat anta att institutionerna inte alls reflekterat över eller diskuterat språkvalet internt. Att man reflekterat över språkvalet och först därefter valt svenskan, tyder däremot på att man är medveten om att vi lever i ett mångspråkigt samhälle där svenskan dock är majoritetsspråket, och vårt gemensamma, samhällsbärande språk.

Naturligtvis är språkvalet också en resursfråga. Få offentliga institutioner har råd att anställa modersmålstalande informatörer för verksamheten i sociala medier. När verksamheten i sociala medier blir mer etablerad kan man tänka sig att vissa verksamheter hittar lösningar på resursproblemet, exempelvis genom att gå samman och dra igång gemensamma projekt på minoritetsspråk.

Undersökningen som riktades till minoritetsspråkstalare är förstås för småskalig för att några slutsatser ska kunna dras. Man kan dock konstatera att minoritetsspråken, åtminstone bland just dessa informanter, lever och frodas i de sociala medierna – men inte i kontakten med offentliga institutioner.

## Referenser

- Diki-Kidiri, Marcel (2007). *Securing a place for a language in cyberspace*. Unesco.  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001497/149786E.pdf>.
- Domeij, Rickard (2010a): *Språksituationen på internet*. Språkrådet, Institutet för Språk och folkminnen.  
<https://www.iis.se/docs/Språksituationen-på-internet-färdig-rapport.pdf>.
- Domeij, Rickard (2010b): *En språkpolitik för internet*. Språkrådet, Institutet för språk och folkminnen.
- Språkrådet (2011): *Språksituationen i Sverige 2011. En tillbakablick*. Omvärldsanalys för 2009 framtagen vid Språkrådet, Institutet för språk och folkminnen. <http://www.sprakradet.se/13025>.
- Språkrådet (2012): *Vägledningen för flerspråkig information*. Språkrådet, Institutet för språk och folkminnen.
- E-delegationen (2010): *Myndigheters användning av sociala medier*.  
[http://www.edelegationen.se/Documents/Vagledning/Riktlinjer\\_sociala\\_medier\\_v1\\_0.pdf](http://www.edelegationen.se/Documents/Vagledning/Riktlinjer_sociala_medier_v1_0.pdf).
- Forsberg, Jenny (2012): *Blogga, twittra och fejsbucka*. Norstedts.
- Findahl, Olle (2012): *Svenskarna och internet 2012*. Stiftelsen för internetinfrastruktur.
- SIKA (2007): *Digitala klyftor – Insatser för att överbrygga dessa*. *SIKA Rapport 2007:6*. [http://www.sika.institute.se/Doclib/2007/SikaRapport/sr\\_2007\\_6.pdf](http://www.sika.institute.se/Doclib/2007/SikaRapport/sr_2007_6.pdf)
- Prop. 1999/2000:125. *Ett informationssamhälle för alla*.
- Borin, Brandt, Edlung, Lindh, Parkvall (2012): *Svenska språket i den digitala tidsåldern*. Meta-net. <http://www.meta-net.eu/whitepapers/volumes/swedish>.

## Lagar

- Språklag (2009:600)
- Lag (2009:724) om nationella minoriteter och minoritetsspråk

## Webbplatser

Digitala staten, lista över myndigheter i sociala medier, 1 oktober 2012

## **Elektronisk bilaga 1: Enkät svar, representanter för offentliga institutioner**

Bilagan finns tillgänglig för nedladdning på [www.språkrådet.se/16032](http://www.språkrådet.se/16032)

## **Elektronisk bilaga 2: Enkät svar, minoritetsspråkstalare**

Bilagan finns tillgänglig för nedladdning på [www.språkrådet.se/16036](http://www.språkrådet.se/16036)

## **Elektronisk bilaga 3: Resurser för minoritetsspråkskommunikation i sociala medier**

Bilagan finns i form av en lista på Språkrådets webbplats, där den uppdateras löpande. Se [www.språkrådet.se/socialamedier](http://www.språkrådet.se/socialamedier).

## **Bilaga 4: Språklag (2009:600)**

Se [http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Spraklag-2009600\\_sfs-2009-600/](http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Spraklag-2009600_sfs-2009-600/).

## **Bilaga 5: Lag (2009:724) om nationella minoriteter och minoritetsspråk**

Se [http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Lag-2009724-om-nationella-m\\_sfs-2009-724/](http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Lag-2009724-om-nationella-m_sfs-2009-724/).