

Finlandssvenskt myndighetsspråk i sociala medier

En studie av språket i Folkpensionsanstaltens inlägg på Instagram

Jannika Lassus¹ & Andreas Nord²

¹Helsingfors universitet, ²Uppsala universitet

1 Inledning

Många myndigheter har under 2000-talets första decennier blivit aktiva på sociala medier som Instagram och Facebook, något de också uppmuntras till av statsmakten (se t.ex. *Öppet, frimodigt och tillsammans*, 2016). Trots ökad myndighetsnärvaro i sociala medier är myndighetskommunikation i sociala medier rätt outforskat. En av de myndigheter som är aktiva på Instagram är den finländska socialförsäkringsmyndigheten Folkpensionsanstalten (FPA). Här undersöker vi FPA:s inlägg på Instagram under ett år med syftet att ta reda på vad som utmärker myndighetsspråket de använder i denna kommunikationskanal. Myndighetsspråket i sociala medier, i synnerhet på Instagram, har beforskats sparsamt såväl i Norden som internationellt.

I denna artikel är avsikten att undersöka vad som utmärker språket i FPA:s inlägg på Instagram. Vi har valt att studera FPA som är en offentlig-rättslig institution som bland annat administrerar pensioner, sjukförsäkring och studiemedel. Många människor i Finland är ekonomiskt beroende av FPA vars målgrupper sträcker sig från studerande och barnfamiljer till arbetslösa och pensionärer. Trots ständiga åtstramningar av den offentliga ekonomin är FPA en föregångare när det gäller myndighetskommunikation och kommunicerar sedan länge i flera digitala kanaler och på flera

sociala medier. FPA:s kommunikation i mer traditionella kanaler som broschyrer har undersökts språkvetenskapligt i flera studier (t.ex. Lassus, 2010; Tolvanen, 2016), medan FPA:s närvaro i sociala medier inte har undersökts i någon högre utsträckning (se dock Partanen, 2020).

Det aktuella sociala mediet Instagram har på senare tid blivit ett av de sociala medier som har störst spridning och förknippas ofta med unga användare. År 2020 användes det av 39 procent av finländarna (Kohvakka & Saarenmaa, 2021). Det var det mest använda sociala mediet i åldersgruppen 16–24 år och ett av de tre mest använda i andra åldersgrupper.

I inläggen på Instagram är det obligatoriskt att ha med en bild eller en video, men inläggen behöver inte innehålla skrift. FPA har valt att alltid ha skrift i sina inlägg och eftersom skriftdelen är lång måste den läsas genom att klicka upp den. Figur 1 visar hur ett inlägg ser ut på en mobil och figur 2 hur uppklickade inlägg ser ut på en datorskärm.



Figur 1. Inlägg 51 (25 februari 2022), skärmbild från en mobilskärm (tagen 19 februari 2024) (foto: FPA:s insta-team).



Figur 2. Inlägg om regler för stöd vid barns sjukdom (inlägg 59, 5 april 2022) (foto: Keksiagency).

Som det går att se i figur 1 och 2 är utgångsläget för inläggen majoritetsspråket finska och förutom bild finns det mycket skrift. I denna studie undersöks endast den svenskspråkiga skriften som i dessa inlägg följer efter den finskspråkiga skriften i inläggets skriftdel. Bilderna undersöks i en annan studie (Nord & Lassus, u.u.).

2 Myndighetsspråk – vad vet vi?

Det finns nordiska studier av myndigheters användning av sociala medier ur olika perspektiv men få av dem undersöker mer specifikt hur språket ser ut. Ett undantag är Almström Perssons (2018) studie av den information som kom från svenska Krisinformation på Twitter (numera X) efter ett terrorattentat i Stockholm år 2017. Materialet omfattade både inlägg från myndigheten Krisinformation och svar på dessa från ett drygt dygn. Myndighetsrösten framträder i inläggen på ett varierat sätt i inlägg som myndigheten initierar (utspelsinlägg) och inlägg som myndigheten skriver som svar. Analysen berör bland annat språkhandlingar och formalitet och det framkommer att utspelsinläggen är mer formella och inte inbjuder till dialog medan responsinläggen är mer relationsskapande och mer informella. Ett annat undantag är en jämförelse mellan ett digitalt frågeforum från en svensk kommun och svenska Försäkringskassans Facebook-sida där föräldrar kan ställa frågor om föräldraförsäkring (Nord & Sörlin, 2017). Undersökningen handlar om hur privatpersoner i sina frågor och

institutionsföreträdare i sina svar använder och förhåller sig till institutionellt anknytet språk och språkliga kategoriseringar. Privatpersoner tenderar att vara mycket mer specifika och göra mer vardagsnära språkliga kategoriseringar, medan institutionsföreträdarna förklarar institutionella begrepp på ett sätt som brygger till vardagsförståelsen.

Ser man bredare finns det ett antal studier med mer språklig profil som handlar om myndigheters språk. Finlandssvenskt myndighetsspråk, som vi undersöker här, har studerats framför allt i informationsbroschyrer från just FPA (Lassus, 2010; Tolvanen, 2016). Texterna är huvudsakligen översatta från finska, vilket betyder att dåligt mottagaranpassad finskspråkig text antagligen blir en dåligt mottagaranpassad svenskspråkig text, om inte översättaren vågar sig på vissa friheter.

Några karaktärsdrag som har visats för finlandssvenskt myndighetsspråk är till exempel att det finns ett *du*-tilltal av läsaren, men först sedan 2006, dvs. betydligt senare än i Sverige där *du* använts av myndigheter sedan 1970-talet och av Försäkringskassan mer konsekvent sedan 1990-talet (t.ex. Lind Palicki, 2010; Mertzluft, 2013). Institutionen framträder oftare som *FPA* än som t.ex. *vi*. Passivkonstruktioner med s-passiv och *man* är vanliga, något som möjligtvis kan vara en följd av att texterna har översatts från finska där motsvarande konstruktioner är vanliga i myndighetsspråk. Terminologin, bl.a. för bidragstyper och servicekanaler, är central och ansluter till fackspråk. Samtidigt finns det en vaghet p.g.a. frekvent bruk av verbet *kan* (Lassus, 2006).

3 Material och genomförande

Materialet för denna studie utgörs av FPA:s inlägg på Instagram från ett år (juli 2021–juni 2022). Det rör sig om varaktiga inlägg (inte så kallade händelser, som är tidsbegränsat tillgängliga) och totalt består materialet av 85 inlägg med bild eller film och tillhörande skrift. Insamlingen gjordes från webbgränssnittet dels som skärmdumpar, dels genom att den svenska skriften kopierades till word-filer. Inläggen har numrerats i kronologisk ordning och vi kommer att hänvisa till inläggen med nummer 1–85.

Inläggen är öppen myndighetsinformation. De är öppna för alla och syns i flödet hos dem som följer kontot. I kampanjer där FPA betalar för större synlighet kan inlägg markeras som ett marknadsfört inlägg och synas även i andra användares flöden, inte enbart följarnas. Det är möjligt

att kommentera inläggen, något som görs sparsamt i detta material. Kommentarererna är främst på finska varför vi inte analyserar dem.

Inlägget i figur 2 är ett typiskt inlägg under den undersökta perioden. Det används en fotografisk bild, vilket förekommer i ungefär hälften av inläggen. I figuren är det bara början av texten på svenska som syns. Den svenskspråkiga skriftdelen i FPA:s inlägg i vårt material varierar från 6 ord till 176 ord. Genomsnittet är ca 80 ord per inlägg och materialet uppgår till ca 6 769 ord (beräknat med Antconc, Anthony, 2021). För att vara i ett socialt medium som beskrivits som primärt inriktat på bildkommunikation (Li & Xie, 2020; Perea m.fl., 2021; Zappavigna, 2016) är skriftdelen i FPA:s inlägg således ofta påfallande lång och dessutom på två språk, där den finska versionen oftast kommer först. I vissa fall finns även text på de samiska språken.

Som syns av figur 2 består skriften av hela, sammanhängande om än relativt korta stycken. Det är också vanligt att inleda med frågor som etablerar ämnet för inlägget samt att använda punktlistor för att strukturera informationen. Skriftbilden bryts upp av ett relativt tätt bruk av emoji'er, vilket är typiskt för materialet. I snitt förekommer det fyra emoji'er per inlägg och det är bara i tre inlägg som emoji'er helt saknas.

Här analyserar vi det skrivna språket i FPA:s inlägg på Instagram, i synnerhet i relation till vad tidigare studier av finlandssvenskt myndighetsspråk har visat. På grund av det begränsade utrymmet har vi avgränsat undersökningen till följande aspekter som i tidigare forskning på myndighetsspråk har visat sig vara relevanta:

- ordfrekvenser som rör innehållsord (substantiv och verb)
- tilltal och omtal (mottagar- och avsändarrepresentation)
- satstyper (huvudsatser) och språkhandlingar i dem.

Preciseringar av vad som undersöks ges i samband med resultatredovisningen nedan. Ordfrekvensanalysen har gjorts med stöd av Antconc (Anthony, 2021) medan övriga analyser utgår från kodning som har gjorts av båda forskarna parallellt i MS Excel och sedan jämförts och jämkats.

4 Resultat

4.1 Innehållsord

Ett sätt att karakterisera texter i en viss kontext eller ett register är att till exempel se på vilka innehållsord som är vanligast (Halliday & Matthiessen, 2013). Vi kommer att redovisa de vanligaste substantiven och verben i vårt material i tabell 1.

Listan över de tio mest frekventa substantiven i tabell 1 visar tydligt att inläggen är präglade av den institutionella kontexten, dvs. att det handlar om institutionen och dess servicekanaler, bidragsformer och kringfrågor till dem. Listan överensstämmer endast vad gäller ett par ord (*FPA* och *barn*) med de som identifierades av Lassus (2010, s. 99), men mönstret var även där att substantiven var institutionellt präglade. Skillnaden kan förklaras av att materialet hos Lassus gällde broschyrer om föräldraförsäkring specifikt, medan det är ett bredare utbud av socialförsäkringsfrågor som behandlas i vårt material.

Tabell 1. De tio mest frekventa substantiven och verben, alla former, procentuell andel av alla ord i materialet.

substantiv	andel	verb	andel
FPA	2,1	kunna	2,5
studiestöd	0,6	vara	1,4
barn	0,5	ha	1,2
månad	0,5	få	1,1
studerande	0,3	betala	0,6
dag	0,3	komma	0,5
studier	0,3	ansöka	0,4
ärende	0,3	skola	0,4
bostadsbidrag	0,3	skicka	0,3
ansökan	0,3	sköta	0,3

Tabell 1 visar också de tio mest frekventa verben i materialet. Mönstret är att modala verb är vanliga, vid sidan av sådana som är knutna till verksamheten, nämligen *ansöka*, *sköta* och *skicka*. (*Sköta* handlar här framför allt om att sköta ärenden.) Här är likheterna stora med vad som framträdde hos Lassus (2010, s. 101), dvs. de specifika socialförsäkringsfrågorna syns inte lika tydligt i de vanligaste verben som de gör i de vanligaste substan-

tiven. Kommunikationskanalen verkar således inte ha påverkat substantiv- och verbvalet utan texterna bär stark prägel av sitt fackområde.

4.2 Tilltal och omtal av mottagare och avsändare

Ett drag som karakteriserar moderna svenskspråkiga informationstexter från myndigheter är en stark tendens att tilltala mottagaren med *du* medan avsändaren ofta blir mindre personlig. Vi har därför analyserat hur mottagaren tilltalas eller omtalas och hur avsändaren omtalar sig själv.

4.2.1 Tilltal och omtal av mottagaren

Ett tydligt resultat är att ett *du*-tilltal används genomgående och frekvent. Ett *du* (eller böjningarna *din*, *ditt*, *dina*, *dig*) förekommer 409 gånger, dvs. i snitt närmare fem gånger per inlägg.

Det förekommer också ett antal gånger (20) att *man* används, ofta i omväxling med *du*.¹

- (1) 📄 I FPA:s nyhetsbrev om service på de samiska språken får du aktuell information och tips om hur man kan sköta sina FPA-ärenden på samiska. (inlägg 23)

Man ska i dessa texter, med något undantag, alltså tolkas som att det står för en potentiell mottagare, eller i alla fall att en mottagare kan identifiera sig som referent till *man*.

Även *hen* (*hens*) förekommer i en liknande funktion, totalt 9 gånger. Ett exempel är:

- (2) Studerande kan om hen vill ansöka om studielånet från banken då statsgarantin är beviljad. (inlägg 16)

Som i detta exempel förekommer det också att potentiella målgrupper för FPA:s service omnämns med substantiv. Studerande är en viktig målgrupp och mottagare av bidrag vilket avspeglas i de vanliga substantiven *studerande* (23 belägg) och *högskolestuderande* (10). Substantiven används ofta, som i exemplet ovan, för att tala om specifikt vem t.ex. en

¹ I återgivna exempel ges utdrag ur inläggen. Understrykningarna är alltid vårt tillägg och syftar till att peka ut de språkliga detaljer i exemplet som ska uppmärksammas. Eventuella normbrott i exemplen har inte markerats.

regel gäller, eller som en vokativfras för att peka ut den som inlägget vänder sig till:

- (3) Högskolestuderande, fick du tillräckligt med studiepoäng under föregående läseår? 🤔 (inlägg 11)

När det har etablerats vem som är den avsedda läsaren växlar texten över till ett direkt tilltal med *du*.

Det finns samtidigt en glidning mellan när substantiv för grupper som berörs av socialförsäkringsfrågor ska tolkas som tänkbara mottagare av den faktiska texten och när andra grupper är berörda. Som exempel kan tas följande, där både värnpliktiga och anhöriga utgör avsedd målgrupp:

- (4) Militärunderstöd kan betalas till den värnpliktiga och hens anhöriga. 😊

Den värnpliktiga kan ansöka om bostadsunderstöd och studielånsröntor. Den anhöriga kan å sin sida ansöka om grundunderstöd, bostadsunderstöd, särskilt understöd. 🏠

Ansök i tid! (inlägg 74)

Här är olika delar av informationen potentiellt intressant för olika målgrupper, vilket gör omtalet mest ändamålsenligt.

Barn är sällan mottagare av bidrag och inte heller så väntade som inläggsläsare på Instagram, men de kan leda till att ett bidrag aktualiseras. *Barn* omnämns ofta, totalt 32 gånger. Dessa omnämnanden förknippas alltid med ett explicit eller implicit aktualiserande av någon annan aktör, som får ses som primär mottagare för texten i dessa fall. Primära mottagare är ofta en eller flera *föräldrar* (13) eller *vårdnadshavare* (6), men det kan också vara ett *du* eller *man*. Även andra benämningar, t.ex. *ensamförsörjare*, förekommer. Följande utdrag ur ett inlägg exemplifierar återigen att flera mönster kan förekomma i samma inlägg:

- (5) ✅ Barnbidraget stiger med antalet barn i familjen, så beloppet varierar beroende på hur många barn du har.

[...]

✅ Till ensamförsörjare betalas även ett tillägg för varje barn som man får barnbidrag för. (inlägg 19)

Textens *du* framstår som den normala läsaren, medan *ensamförsörjare* omnämns som ett slags undantag (jfr Lind Palicki, 2010).

Könade föräldrabeteckningar som *mamma* och *pappa* används endast enstaka gånger i materialet: *pappa* nämns en gång i ett inlägg som behandlar studerande föräldrar och ett inlägg uppmärksammar *mors dag*. På den punkten har det skett en förändring jämfört med de tidigare studierna då könade föräldrabeteckningar fortfarande användes. De FPA-broschyrer till barnfamiljer (från år 2004 och år 2006) som analyserades av Lassus (2010) innehöll flera förekomster av *mamma* och *pappa*.

Ett intressant fynd är att även *jag* förekommer i inläggen fyra gånger. Samtliga gånger finns ordet i frågor som ramas in som att det vore den tänkta läsaren som ställde dem:

(6) Hur gör jag om jag blir arbetslös? 🤔 (inlägg 48)

Sammanfattningsvis om tilltalet kan vi konstatera att det finns mycket variation. *Du*-tilltalet dominerar. Det kan omväxla med andra sätt att referera till en tänkt målgrupp, också inom ett och samma inlägg. Substantiv används också för att peka ut målgrupper, och i ett inlägg kan flera målgrupper aktualiseras. På det stora hela liknar tilltalsmönstret det som tidigare visats av Lassus (2010) och Tolvanen (2016) för FPA:s kommunikation i andra kanaler. FPA använder substantiv och *du*-tilltal även i sin kommunikation på Instagram för att tilltala den avsedda målgruppen.

4.2.2 Omtal av avsändaren

Avsändaren är ofta närvarande i inläggen. I likhet med hur det var i de tidigare studierna är det vanligast att det görs just med beteckningen *FPA*, som förekommer 145 gånger, och dessutom används *FPA* i namnet på e-tjänsten *MittFPA* (36). Det förekommer också ett *vi* (*oss*, *vår*, *vårt*, *våra*), men betydligt mer sparsamt – totalt 54 gånger. De refererar oftast till *FPA* som myndighet eller någon serviceinstans inom *FPA*:

(7) 💡 Visste du att du kan boka en tid till vår telefon tjänst? (inlägg 22)

Det förekommer också ett mer universellt *vi*, som i följande exempel där både *FPA* och läsaren kan inkluderas i pronomenet:

- (8) Imorgon 28.8.2021 firar vi Finska naturens dag! 🌲🍃💚 (inlägg 9)

Mönstren för omnämmanden av avsändaren är likartade de som framkom i tidigare studier (Lassus, 2010, s. 154). En observation är att *vi* främst förekommer i inlägg om service och aktualiteter, mer sällan i sådana som informerar om socialförsäkring.

4.3 Satstyper

I analysen av satstyperna i materialet och vilka språkhandlingar de uttrycker utgår vi från den systemisk-funktionella grammatiken (SFG, Halliday & Matthiessen, 2013; Holmberg & Karlsson, 2006) där olika satstyper – motsvarande olika typer av huvudsatser inom traditionell grammatik (t.ex. Teleman m.fl., 1999) – uppfattas som typiskt förknippade med språkhandlingsfunktioner. Vi utgår från SFG:s antagande att påståendesatser (deklarativa satser) typiskt är förknippade med språkhandlingen påstå eller ge information, frågesatser (interrogativa satser) med språkhandlingen fråga eller kräva information och uppmaningssatser (direktiva satser) med språkhandlingen uppmana eller kräva vara/tjänst. Samtidigt finns det, enligt SFG, en typ av grundläggande språkhandling som inte har någon egen, typisk form i svenskan, nämligen erbjudandet – som då behöver realiseras med någon annan språkhandlings grammatik. Det är också vanligt att betydelsen av en språkhandling uttrycks metaforiskt, dvs. med en annan form än väntat. Till exempel är det inte ovanligt att det som till formen ser ut som en fråga eller ett påstående till funktionen är en uppmaning.

Om vi startar med satstyperna visar det sig att merparten av satserna utgörs av påståendesatser (ca 72 %), men att det också finns ett antal frågesatser (ca 11 %) och uppmaningssatser (ca 13 %). Exemplet nedan visar hur olika typer av satser byts av inom ett och samma serviceinriktade inlägg:

- (9) [frågesats:] Funderar på någon FPA-grej? 🤔

[uppmaningssats:] Fråga oss! [påståendesats:] FPA:s insta-team svarar på meddelanden på vardagar kl. 10-16. 😊

[påståendesats:] Vi ger råd angående vilka FPA-förmåner eller FPA-ärenden som helst. [påståendesats:] Vi ger råd på en allmän nivå och handleder vidare. 👍 (inlägg 66)

Här exemplifierar första meningen en frågesats, andra meningen en uppmaningssats och de följande påståendesatser.

4.4 Språkhandlingar

Ser vi på vilka språkhandlingar som realiseras genom satserna blir mönstret delvis ett annat, eftersom materialet i hög grad utmärks av ett metaforiskt bruk av språkhandlingar. Med det avser vi att satstyperna i sin grammatiska form förmedlar en betydelse, medan de utifrån en språkhandlingsaspekt förmedlar en annan betydelse. Vidare menar vi att inläggen genom flera olika satstyper förmedlar betydelsen av språkhandlingen erbjudande, som saknar en etablerad grammatisk form i svenskan.

4.4.1 Frågor som strukturerar (och erbjuder)

Frågesatserna i materialet är metaforiska i den meningen att dessa *aldrig* realiserar en egentlig fråga, om detta förstås som någon form av genuint efterfrågande av information riktad till mottagaren. Sådana hade varit tänkbara i ett forum som Instagram där läsaren kan svara genom gillande eller kommentarer, men det förekommer inte här. Frågesatserna är i stället nästan genomgående fiktivt kontaktskapande. Exempel på sådana frågor är:

- (10) Har du planerat att fira sommaren på stugan eller annanstans, borta från stadens liv och rörelse? (inlägg 73)
- (11) Kan man ansöka om stöd från FPA ifall barnet insjuknar? 🤔 (inlägg 59)

De pekar båda ut vad som kommer att avhandlas. Den första gör det genom att formulera en fråga till läsaren vilket följs av tips om hur man kan kontakta FPA digitalt. Den andra ger så att säga röst åt en undrande läsare vilket följs av ett svar på frågan. (Ett sådant exempel med ett *jag* i återgavs också i avsnitt 4.2.1.) I stället för att vara egentliga frågor blir detta alltså i båda fallen en typ av informationsstrukturerande mekanism i dessa inlägg som saknar rubriker. I stort sett alla frågesatser som vi identifierat har en sådan funktion.

Det finns i materialet ett exempel på en frågesats som snarare realiserar ett erbjudande (om en vara/tjänst). Det handlar om ett nyckelband:

- (12) Skulle du vilja ha ett av FPA:s regnbågsfärgade nyckelband? 🗝️
(inlägg 1)

Den läsare som lockas av erbjudandet kan hämta nyckelbandet vid ett evenemang under Pride.

4.4.2 Uppmaningar som uppmanar och tipsar (och erbjuder)

Uppmaningssatserna är mer kongruenta i den meningen att de faktiskt realiserar uppmaningar till handling. Dock sträcker de sig från mer egentliga uppmaningar till tips. Ett exempel på en uppmaningssats som realiserar en ”hårdare” uppmaning – som innebär att avsändaren förväntar sig ett visst handlande – är:

- (13) Ta hand om din hälsovårdsavgift senast nu ! (inlägg 25)

Denna typ av ”strängare” uppmaningar innefattar ofta en konstruktion med ”kom ihåg”:

- (14) Universitetsstudent, kom ihåg att betala höstens vårdavgift senast 30.9. 👉 (inlägg 8)

Ett exempel där uppmaningssatsen snarare blir ett sätt att paketera ett råd (dvs. en beskrivning av lämpligt handlande i en viss situation) är följande:

- (15) Börjar du dina högskolestudier till hösten? 🧐

Här kommer några tips gällande FPA-ärenden:

1. Sök studiestöd i MittFPA när du har tagit emot din studieplats. 📖

2. Ansök om allmänt bostadsbidrag, ifall att du under studietiden bor någon annanstans än hos dina föräldrar. (inlägg 79)

En annan funktion som blir synlig när uppmaningssatser dyker upp i serviceerbjudanden är att de tolkas som erbjudanden snarare än som uppmaningar. Ett exempel gavs ovan i 4.3 (”Fråga oss!”) och ett annat är följande:

- (16) Om du vill fråga om beslutet eller skälen för beslutet, ring servicenumret för studerande 020 692 229. (inlägg 47)

Omständigheten som beskrivs med en villkorsbisats pekar ut läsarens önskemål varför denna uppmaningssats knappast kan tolkas som en egentlig uppmaning.

4.4.3 Påståenden som informerar och erbjuder

I materialet är påståendesatserna flest, men också mest komplicerade att analysera. Det går att urskilja flera funktioner hos dem. Till att börja med finns det många som är tydliga informerande påståenden. Det kan handla om enkla faktakonstateranden:

- (17) Många av FPA:s serviceställen har ändrade öppettider på sommaren och t.ex. midsommaren påverkar öppethållningstiderna. (inlägg 80)

Det kan också handla om att beskriva t.ex. regelverk, exempelvis:

- (18) 🗑️ Även i fortsättningen har föräldrarna lika rätt till föräldraledighet oberoende av kön. (inlägg 84)

Här handlar informationen om förändringarna i regelverket, som sammanfattande konstateras. Många påståendesatser som beskriver regelverk eller aspekter av regler är dock mer tvetydiga utifrån hur de ska tolkas som språkhandlingar. Två exempel är:

- (19) En annan person kan sköta dina FPA-ärenden, ifall du inte kan eller vill göra det själv. 😊 (inlägg 50)
- (20) Om du blir sjuk mitt i studierna, kan du ansöka om sjukdagpenning. (inlägg 53)

Gemensamt för dessa är att de samtidigt informerar om ett förhållande och formulerar något som för rätt läsare fungerar som ett erbjudande. Det finns i denna typ av formuleringar nästan alltid ett modalt verb, oftast ett *kan*. I undantagsfall kan även flertydigheten uppstå i omodaliserade påståendesatser. Andra meningen i följande exempel kan tolkas så:

- (21) Kan man ansöka om stöd från FPA ifall barnet insjuknar? 🤔

FPA ersätter en del av arvoden för privatläkare, och en del av kostnaderna för undersökningar och behandlingar som ordinerats av läkare.

FPA kan även betala ersättning för läkemedel, liksom också för barnets och följeslagarens resa till vård och undersökningar. 🍌
(inlägg 59)

Tolkningen av språkhandlingen blir i dessa fall – som oftast handlar om socialförsäkringsfrågor – konkret mycket avhängig av tolkningen av relationen avsändare–mottagare och av mottagarens situation i det enskilda fallet (jfr Lassus, 2006). Det kan bli skillnad om man tänker sig att mottagaren är intresserad av att tillämpa upplysningen på sin egen situation (dvs. som ett erbjudande om en viss service) eller för att orientera sig om vilka regler som gäller (dvs. som ett påstående som ger information om samma service). Formuleringarna kan ses som ett sätt att samtidigt mottagaranpassa för flera läsare med delvis olika intressen.

5 Slutsatser och diskussion

Vår frågeställning handlade om vad som utmärker myndighetsspråket i kommunikationen på Instagram. Vad händer när en myndighet flyttar över delar av sin kommunikation till ett socialt medium? Ett möjligt svar utifrån vår analys är att det inte händer så mycket alls – det vi ser är i mycket hög grad traditionellt myndighetsspråk, påfallande likt det som för inte så länge sedan kännetecknade myndigheters broschyrer. Det är traditionella, mottagarorienterade, sakinriktade informationstexter skrivna för breda målgrupper – fast med emoji.

Det finns dock en viss variation och försök till något mer relationsskapande kommunikation som möjliggörs av mediet, till exempel aktualiteter som kan föranleda inlägg. Någon genuin dialog eftersträvar FPA dock inte, trots att det vore möjligt. Det är också påfallande ordrik, skriftcentrerad kommunikation, trots valet av det bildbaserade mediet Instagram (se Nord & Lassus, u.u.).

Är det så att FPA ännu inte fullt ut förmått anpassa sig till Instagram som medium utan vill nå ut med myndighetsinformation som inte är alltför kort och förenklad till de yngre målgrupper som rör sig på Instagram? Ordfrekvensanalyserna indikerar att FPA vänder sig till studerande och föräldrar, människor som i hög utsträckning är yngre än 40 år, och som därmed enligt undersökningar ofta använder Instagram.

Studien visar att det är svårt att mottagaranpassa denna typ av texter eftersom det finns så många potentiella läsare. Detta tar sig uttryck i att

tilltalet vacklar – *du*-tilltal dominerar, men det växlar ofta och inte alltid helt motiverat med omtal inom samma inlägg. Ibland leder det till en risk att en viss mottagarkategori som inte tilltalas med *du* kan uppfatta sig som mindre inkluderad än en som tilltalas med *du* (jämför Lind Palicki, 2010). I exempel (4) finns det åtminstone två målgrupper, ”den värnpliktiga och hens anhöriga”. Inläggets rubrik har *du*-tilltal (”Kommer du att rycka in i juli 2022?”) men därefter väljer FPA att inte använda *du*-tilltal i inläggs-texten utan använder substantiv för att utvidga målgruppen till den värnpliktigas anhöriga.

Att mottagarorienteringen är något motsägelselfull tar sig också uttryck i att det ofta varit svårt för oss som analyserar att avgöra vilken språkhandling det egentligen handlar om – och säkert är det så även för den som möter inlägget på Instagram. I exempel (14) uppmanas studerande med ”kom ihåg att betala” och en tidsfrist för betalningen ges. Denna betalning måste göras och tidsfristen måste hållas. I exempel (15) används uppmaningarna ”sök studiestöd” och ”ansök om allmänt bostadsbidrag” men dessa är tips eftersom det inte är obligatoriskt att göra det – det går bra att ta emot sin studieplats och inleda sina studier utan att söka studiestöd eller bostadsbidrag. Men hälsovårdsavgiften i exempel (14) måste betalas. Uppmaningar används alltså både för obligatoriska och frivilliga handlingar. Det är svårt att säga om detta innebär ett problem för mottagarna, men ett par tidigare svenska studier indikerar att flertydiga språkhandlingar kan ha negativa effekter (Sörlin, 2012, Näslund m.fl., 2019). Motsvarande tendenser till vaghet, framför allt på grund av det flertydigt modala *kan*, har även tidigare observerats inom FPA:s kommunikation (Lassus, 2006, 2010).

När allt fler myndigheter är aktiva i sociala medier och resurser läggs ner på detta, behövs fler studier om språkbruket i dessa kommunikationskanaler. Utifrån denna studie verkar denna myndighets språkbruk inte ha förnyats, det är endast kanalen som är ny.

Litteratur

- Almström Persson, G. (2018). ”Kredd till dig för vår senaste tweet”: Kommunikativa val på Twitter under terrorattentatet på Drottninggatan. I A. M. Hipkiss, P. Holmberg, L. Olvegård, K. Thyberg & M. P. Ångsal (Red.), *Grammatik, kritik, didaktik: Nordiska studier i systemisk-funktionell lingvistik och socialsemiotik* (s. 79–95). Göteborgs universitet.

- Anthony, L. (2021). AntConc (Version 4.0.0 rc-200) [Program]. Tokyo, Japan: Waseda University. <https://www.laurenceanthony.net/software>
- Halliday, M. A. K., & Matthiessen, C. M. I. M. (2013). *Halliday's Introduction to Functional Grammar* (4 uppl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203431269>
- Holmberg, P., & Karlsson, A.-M. (2006). *Grammatik med betydelse: En introduktion till funktionell grammatik*. Hallgren & Fallgren.
- Kohvakka, R., & Saarenmaa, K. (2021). *Median merkitys on kasvanut pandemian aikana – monet ikäihmiset ovat ottaneet melkoisen digiloikan* (Tieto & Trendit). Statistikcentralen. <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2021/median-merkitys-on-kasvanut-pandemian-aikana-monet-ikaihmiset-ovat-ottaneet-melkoisen-digiloikan/>
- Lassus, J. (2006). Hjälpverbet ”kan” och dess betydelse i broschyrer till barnfamiljer. *Folkmålsstudier*, 45, 49–69. <https://journal.fi/folkmalsstudier/article/view/82101>
- Lassus, J. (2010). *Betydelser i barnfamiljsbrochyrer: Systemisk-funktionell analys av den tänkta läsaren och institutionen*. [Doktorsavhandling, Helsingfors universitet]. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-10-6050-2>
- Li, Y., & Xie, Y. (2020). Is a picture worth a thousand words? An empirical study of image content and social media engagement. *Journal of Marketing Research*, 57(1), 1–19. <https://doi.org/10.1177/0022243719881113>
- Lind Palicki, L. (2010). *Normaliserade föräldrar: En undersökning av Försäkringskassans broschyrer 1974–2007*. [Doktorsavhandling, Örebro universitet].
- Mertzluff, C. (2013). *Nähe und Distanz im Kontrast: Deutsche und schwedische Behördentexte von 1950 bis heute*. Georg Olms.
- Nord, A., & Lassus, J. (u.u.). Socialförsäkringens ansikte(n)? Bild och skrift på finska Folkpensionsanstaltens Instagram. I B. Straszer, M. Nordmark, M. A. Niendorf, M. Garcia-Yeste, S. Lindén & Å. Wedin (Red.), *Språk och kommunikation i en digitaliserad värld: Rapport från ASLA-symposiet vid Högskolan Dalarna, 18–19 april 2024*. ASLA: Svenska föreningen för tillämpad språkvetenskap.
- Nord, A., & Sörlin, M. (2017). Med vardagens eller myndighetens ord? Ordval och kategoriseringar i offentliga e-servicemöten mellan enskilda och myndigheter. I E. Sköldberg, M. Andréasson, H. A. Eryd, F. Lindahl, S. Lindström, J. Prentice & M. Sandberg (Red.), *Svenskans beskrivning 35. Förhandlingar vid trettiofemte sammankomsten för svenskans beskrivning. Göteborg den 11–13 maj 2016* (s. 255–269). Göteborgs universitet.
- Näslund, S., Skoglund, A., & Ström, P. (2019). En bomb i brevlådan eller ett blad bland andra? En receptionsstudie av Om krisen eller kriget kommer. *HumaNetten*, 43, 17–36. <https://doi.org/10.15626/hn.20194303>
- Partanen, S. (2020). *FPA på Instagram: En kartläggning av myndighetsspråk på Instagram*. [Magisteravhandling, Helsingfors universitet]. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:hulib-202012155151>

- Perea, D., Bonsón, E., & Bednárová, M. (2021). Citizen reactions to municipalities' Instagram communication. *Government Information Quarterly*, 38(3), 101579. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101579>
- Sörlin, M. (2012). När texten lämnat myndigheten: Mottagarupplevelser av ett Skatteverkssutskick. I C. Nyström Höög, H. Söderlundh & M. Sörlin (Red.), *Myndigheterna har ordet: Om kommunikation i skrift* (s. 123–154). Norstedts.
- Teleman, U., Hellberg, S., & Andersson, E. (1999). *Svenska Akademiens grammatik: 4. Satser och meningar*. Svenska Akademien.
- Tolvanen, E. (2016). *Myndighetskommunikation på två språk – pensionstexter på svenska och finska i Finland och Sverige i ett systemisk-funktionellt perspektiv* [Doktorsavhandling, Åbo universitet]. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-6663-9>
- Zappavigna, M. (2016). Social media photography: Construing subjectivity in Instagram images. *Visual Communication*, 15(3), 271–292.
- Öppet, frimodigt och tillsammans: Rekommendationen om statsförvaltningens kommunikation. (2016). (Statsrådets kanslis publikationsserie 15/2016.) Statsrådet. <https://vnk.fi/documents/10616/3541383/Valtionhallinnon-viestintasuositus-2016-sv.pdf>