



Språk og internkommunikasjon i organisasjoner – en casestudie om klarspråk i Skatteetaten

Masteroppgave i Endringsledelse
Kristine Hansen
15.06.2016

Institutt for media-, kultur- og samfunnsfag
Det samfunnsvitenskapelige fakultet
Universitetet i Stavanger

MASTERGRADSSTUDIUM I

ENDRINGSLEDELSE

MASTEROPPGAVE

SEMESTER: VÅR 2016

FORFATTER: Kristine Hansen

VEILEDER: Gunnar Thesen

TITTEL PÅ MASTEROPPGAVE:

Språk og internkommunikasjon i organisasjoner – en casestudie om klarspråk i Skatteetaten

EMNEORD/STIKKORD:

Klarspråk, internkommunikasjon, kommunikasjon, kunnskap

SIDETALL: 63 (Ekskludert sammendrag, forord, innholdsfortegnelse, referanseliste og vedlegg)

STAVANGER

DATO/ÅR

SAMMENDRAG

I denne studien ser jeg nærmere på klarspråk. Klarspråk er et språkpolitisk arbeid som tradisjonelt har handlet om å forbedre kommunikasjonen mellom det offentlige og landets innbyggere. Klarspråk er korrekt, klart og brukertilpasset språk som skal bidra til at mottakeren finner det de trenger, forstår det de finner og kan bruke det de finner til å gjøre det de skal.

Hensikten med denne studien er å undersøke hvilken betydning klarspråk har i internkommunikasjonen i organisasjoner. Studien har en kvantitativ tilnærming, og Skatteetaten er benyttet som case. Skatteetaten er en stor offentlig organisasjon, med mange ansatte. Skatteetaten har over lengre tid arbeidet med klarspråk. Et eksperimentelt studie er anvendt for å undersøke betydningen klarspråk har i interne tekster ment for alle ansatte.

Gjennom analyse og diskusjon av hypoteser kommer det frem at tekster skrevet med klarspråk oppleves å ha en bedre struktur av respondenter i hele organisasjonen enn tekster som ikke er skrevet med klarspråk. Det er også enklere å forstå innholdet i en tekst skrevet med klarspråk, og språket oppleves som bedre å lese. I studien kommer det frem at klarspråk påvirker hvor relevant respondenten anser innholdet i en tekst for å være. Dersom informasjonen blir presentert i klarspråk oppleves denne informasjonen som mer relevant enn når informasjonen ikke blir presentert i klarspråk. Studien konkluderer med at klarspråk kan ha stor betydning for internkommunikasjon i organisasjoner.

FORORD

Etter to år på Universitetet i Stavanger har jeg endelig levert masteroppgaven som markerer slutten på masterstudiet Endringsledelse. Det har vært to lærerike år. Det siste semesteret har gått med til å arbeide med masteroppgaven. Det har vært utfordrende, stressende, kjekt, forvirrende, morsomt, inspirerende og til tider svært vanskelig. Jeg lærte til slutt at ting tar tid, og at prosessen er vel så viktig som det resultatet som skrives ned til slutt. Det har vært en erfaring jeg har vokst mye på.

Det er mange som skal ha takk for at arbeidet med masteroppgaven lot seg fullføre.

Jeg vil takke min kontaktperson i Skatteetaten, Lars Rønn, som ordnet det slik at jeg kunne bruke Skatteetaten som case for studien. Lars har inspirert med sin interesse for klarspråk i Skatteetaten, og har tipset om gode teoretiske betraktninger som er blitt brukt i oppgaven. Videre må jeg takke andre rundt meg på Skatteetaten, som har vist interesse for oppgaven og som har vært tilgjengelige for hjelp, spørsmål og diskusjon underveis. Takk til alle respondentene som svarte på spørreundersøkelsen min, og spesielt takk til de av dere som tok kontakt med meg for å stille spørsmål eller komme med tips og tilbakemeldinger.

Takk til min venn og medstudent Tom Erik, som har vært drøftingspartner underveis.

Takk til min kjære familie som har støttet meg, forstått meg og som har muntret meg opp når noe ikke gikk som det skulle. Takk for at språket i oppgaven fikk seg en god vask. Denne oppgaven hadde ikke blitt ferdig uten dere.

Til slutt vil jeg rette en stor takk til min veileder, Gunnar Thesen, som har loset meg gjennom prosessen med viktige innspill og tilbakemeldinger underveis.

Stavanger, juni 2016

Kristine Hansen

INNHALDSFORTEGNELSE

SAMMENDRAG	III
FORORD	IV
INNHALDSFORTEGNELSE	V
FIGURLISTE	VII
TABELLISTE	VIII
SITATER	VIII
1 INNLEDNING	1
1.1 PRESENTASJON AV TEMA	2
1.1.1 Hva er klarspråk?.....	2
1.1.2 Språkpolitikk	3
1.1.3 Språk i organisasjoner	6
1.2 BEGRUNNELSE FOR VALG AV TEMA	7
1.3 AVGRENSNING	8
1.4 PROBLEMSTILLING	9
1.5 OPPGAVENS OPPBYGGING.....	9
2 TEORI	10
2.1 KOMMUNIKASJON	10
2.2 INFORMASJONSBEHANDLING	12
2.3 KUNNSKAP I ORGANISASJONER.....	14
2.4 DISKUSJON AV TEORETISK GRUNNLAG	17
2.4.1 Finne	17
2.4.2 Forstå.....	18
2.4.3 Bruke det man finner.....	19
2.4.4 Lik stil og tone for likt innhold.....	19
3 CASEBESKRIVELSE	21
3.1 SKATTEETATENS ORGANISERING	21
3.2 AKTUELLE STRATEGIER	22
3.3 BESKRIVELSE AV TILTAKET "ENHETSTEKSTER"	23
4 FORSKNINGSDESIGN OG METODE	25
4.1 FORSKNINGSSTRATEGI	25

4.2	KVANTITATIV METODE	26
4.2.1	<i>Datatyper og målenivå</i>	27
4.2.2	<i>Spørreundersøkelse og operasjonalisering</i>	27
4.2.3	<i>Tverrsnitt og eksperimentell studie</i>	30
4.2.4	<i>Forberedelse av tekster til eksperiment</i>	30
4.3	UTVALG	32
4.4	DATAINNSAMLING	34
4.5	ANALYSE	35
4.6	STYRKER OG SVAKHETER	38
4.6.1	<i>Styrker</i>	38
4.6.2	<i>Svakheter</i>	38
4.6.3	<i>Validitet</i>	39
5	ANALYSE OG RESULTATER	41
5.1	DEMOGRAFI BLANT RESPONDENTENE	41
5.2	HYPOTESE A	46
5.3	HYPOTESE B	51
5.4	HYPOTESE C	54
5.5	HYPOTESE D	55
6	DISKUSJON OG KONKLUSJON	58
6.1	KONKLUSJON	59
6.2	VIDERE FORSKNING	63
	BIBLIOGRAFI	I
	VEDLEGG	III
VEDLEGG 1	ENHET A ORIGINAL TEKST	I
VEDLEGG 2	ENHET A KONTROLLTEKST.....	III
VEDLEGG 3	ENHET B ORIGINAL TEKST	IV
VEDLEGG 4	ENHET B KONTROLLTEKST.....	VI
VEDLEGG 5	INFORMASJONSSKRIV.....	VII
VEDLEGG 6	SPØRREUNDERSØKELSE	VIII

FIGURLISTE

Figur 1-1 - 10 Språkvetregler (Vinje, 2016)	5
Figur 2-1: Fire hovedkomponenter i kommunikasjonsprosessen (Kaufmann & Kaufmann, 2013).	11
Figur 3-1: Organisasjonskart (Skatteetaten, 2016)	21
Figur 4-1: Skala for LIKS (Skriftlig.no, 2014)	31
Figur 4-2: Liksberegner (Skriftlig.no, 2014)	31
Figur 5-1 Respondenter i hver gruppe	41
Figur 5-2 Kjønn.....	42
Figur 5-3 – Kjønn på gruppenivå.....	42
Figur 5-4 Rolle.....	43
Figur 5-5 Rolle på gruppenivå	43
Figur 5-6 Alder	44
Figur 5-7 Arbeidssted	45
Figur 5-8 – Arbeidssted på gruppenivå.....	45
Figur 5-9 – Inntrykk av struktur/Oppsett (etter enheter)	47
Figur 5-10 – Inntrykk av struktur/Oppsett (etter aldersgruppe).....	48
Figur 5-11 – Inntrykk av struktur/Oppsett (etter rolle).....	49
Figur 5-12 – Forstå.....	51
Figur 5-13 – Forstå (etter enhet)	52
Figur 5-14 Lese.....	52
Figur 5-15 Lese (Etter enhet).....	53
Figur 5-16 – Hvor relevant er enheten for deg	54
Figur 5-17 Nyttig	56
Figur 5-18 Lik stil og tone	57

TABELLISTE

Tabell 3-1 Mal for enhetstekster	24
Tabell 4-1- Variablers målenivå (Storsul & Staksrud, 2012).	27
Tabell 4-2 Indikatorer for "å finne"	29
Tabell 4-3 Indikatorer for "å forstå"	29
Tabell 4-4 Indikator for "å bruke det du finner"	29
Tabell 4-5 Indikatorer for "Lik stil og tone for likt innhold"	30
Tabell 4-6- Tekstenes egenskaper.....	32
Tabell 4-7- Gruppe/Tekst oversikt.....	32
Tabell 4-8 - Fordeling av utvalget	34
Tabell 4-9 – Nullhypotese og alternativ hypotese	36
Tabell 5-1- Variansanalyse	48

SITATER

Sitat 1- Konstruktive prosesser (Språkrådet, 2012)	1
Sitat 2: Klarspråk (Språkrådet, 2015a).....	2
Sitat 3 - Kognitiv evalueringsteori (Kaufmann & Kaufmann, 2013)	15

1 INNLEDNING

”

For konstruktive prosesser i etterkant av skolevurderingen anbefales det at skolen differensierer og tilpasser fremleggingen av resultatene i basisanalysen i tråd med anbefalingene, innholdet og modellene for den umiddelbare oppfølgingen av skolen.

SITAT 1- KONSTRUKTIVE PROSESSER (SPRÅKRÅDET, 2012)

Jeg velger å starte denne masteroppgaven med den bakenforliggende årsaken til at den ble startet på i det hele tatt: *tåke*. Sitatet over er et eksempel på det Språkrådet omtaler som *tåkeprat*, eller uklare formuleringer fra det offentlige. Sitatet er hentet ut av kontekst, men selv i kontekst kan man anta at dette vil være et stort fortolkningsarbeid – og at noen garantert vil falle fra underveis i tolkningen. Hva er det de skal frem til? Hvor stor verdi har denne skolevurderingen dersom få, eller ingen, kan forstå hva som skal differensieres i tråd med hvilke anbefalinger. Å nevne ordet ”konstruktiv” her er svært selvmotsigende, vil jeg påstå.

1.1 PRESENTASJON AV TEMA

Som nevnt innledningsvis i dette kapittelet stiller jeg spørsmål med hvor stor verdi en tekst, og for så vidt hele det bakenforliggende arbeidet, har når den kommuniseres på en slik måte at leseren ikke forstår hva som blir sagt. Jeg tror ikke den har så stor verdi, og jeg tror mye godt og grundig arbeid går tapt i nettopp dette leddet – når budskap og resultat skal formidles. Denne tanken er jeg ikke alene om.

Tema for denne masteroppgaven er språk og internkommunikasjon i organisasjoner. Studien undersøker hvordan språket i interne tekster påvirker tekstens kommunikative egenskaper, og kobler dette opp mot konsekvenser for endringsprosesser i organisasjoner. I følge Kaufmann og Kaufmann (2013) kan kommunikasjon sies å være selve livsnerven i organisasjoner, og forskning viser at det å inneha kommunikativ kompetanse er en avgjørende forutsetning for effektiv ledelse.

Jeg ser nærmere på Klarspråk, et språkpolitisk arbeid som skal forbedre kommunikasjonen mellom det offentlige og landets innbyggere. Deretter vender jeg prinsippet Klarspråk inn mot intern kommunikasjon i organisasjoner, og anvender Skatteetaten som case. Jeg tror nemlig det er gode muligheter i å benytte de samme prinsippene internt i organisasjonen, ikke bare mellom ”oss” og ”dem”.

1.1.1 HVA ER KLARSPRÅK?

Benevnningen ”Klarspråk”, som brukes i de nordiske landene, er opprinnelig svensk. Uten å ha en bestemt definisjon er klarspråk en måte å tilstrebe et klart og tydelig myndighetsspråk (Nord, Nyström Höög, & Tønnesson, 2015). Sitat 2: Klarspråk er hentet fra Språkrådets nettsider, og oppsummerer i en setning hva som menes med begrepet *klarspråk*. Dersom mottakeren **finner** det de trenger, **forstår** det de finner og kan **bruke** det de finner til å gjøre det de skal, anses teksten å være skrevet i klarspråk. Hvorvidt en tekst er skrevet i klarspråk er med

”

Med klarspråk mener vi korrekt, klart og brukertilpasset språk i tekster fra det offentlige.

SITAT 2: KLARSPRÅK (SPRÅKRÅDET, 2015A)

andre ord en subjektiv tolkning og individuell opplevelse. Opplevelsen av om en tekst er skrevet i klarspråk vil kunne variere fra person til person og gruppe til gruppe. Å være bevisst på **hvem** som skal lese, forstå og bruke, altså brukertilpasning, er avgjørende i arbeid med klarspråk.

1.1.2 SPRÅKPOLITIKK

Arbeid med et forståelig språk i det offentlige er pågående i mange land i verden. Dette kommer til uttrykk på forskjellige måter. De nordiske landene betraktes som fremgangsrike i klarspråkarbeidet. Store aktører internasjonalt er for eksempel PLAIN (Plain Language Association International, <http://plainlanguagenetwork.org>) og Clarity (<http://www.clarity-international.net>). Disse to aktørene er ikke like preget av det vitenskapelige som ligger bak klarspråkarbeid slik de nordiske landene er. I 1998 ble den første nordiske klarspråkkonferansen holdt i Stockholm, og i 2015 ble den niende klarspråkkonferansen avholdt i Oslo. Konferansene bidrar til en viktig faglig diskusjon samt til å spre publikasjoner om emnet. I alle de nordiske landene er forklaringen på hvorfor klarspråkarbeidet pågår tydelig: Det handler om å spare tid og penger i tillegg til å styrke rettssikkerheten. (Nord, Nyström Höög, & Tønnesson, 2015) . Språkrådet (2016) utdyper årsakene ytterligere, og disse blir presentert i neste avsnitt.

Selv om begrepet ”klarspråk” ble tatt opp relativt sent i forhold til andre nordiske land har Norge arbeidet med myndighetsspråk lenge, blant annet med utgangspunkt i Finn-Erik Vinjes ”ti språkvettregler” (se Figur 1-1 - 10 Språkvettregler) (Nord, Nyström Höög, & Tønnesson, 2015). Språkrådet (2016) trekker frem fem årsaker til hvorfor klarspråk er viktig å satse på:

- 1. Klarspråk fremmer demokratiet og rettstrygghet.**
- 2. Klarspråk skaper tillit.**
- 3. Med klarspråk sparer styresmaktene tid og penger.**
- 4. Klarspråk fremmer kommunikasjonen.**
- 5. Det offentlige skal være et forbilde.**

De fem punktene over forteller oss om ideer og mål som absolutt er ønskelige i et samfunn, og som det er forståelig at det offentlige vil sette inn tiltak for å oppnå. Et samfunn som preges av demokrati, tillitt og gode forbilder for tydelig kommunikasjon kan man anta er et samfunn som også er enklere å lede, leve i og oppnå resultater i. Ved at vi forstår det vi leser allerede første gang, og slipper å ta kontakt med den aktuelle instansen for nærmere forklaring

sparer vi tid. Tid er penger i alle økonomiske virksomheter. De samfunnsøkonomiske fordelene ved bruk av klarspråk i det offentlige, både eksternt og internt, er dermed potensielt svært store.

10 SPRÅKVETTREGLER

1. DET ER INGEN SKAM Å SETTE PUNKTUM.

En leservennlig periode har sjelden mer enn 22-25 ord.

2. HAR DU FLERE TING PÅ HJERTET, SÅ SI ÉN TING OM GANGEN.

Prøv ikke å si to ting samtidig. Server momentene porsjonsvis, og avslutt gjerne setningen før du begynner på en ny.

3. VÆR HØFLIG MOT LESEREN.

Tenk på leseren når du skriver, og velg ord som du vet han forstår. Må du bruke et vanskelig ord, skal du huske på at det ikke er forbudt å forklare det.

4. BLI IKKE SMITTET AV SUBSTANTIVSJUKEN.

Skriv ikke: Kari foretar innhøsting av epler – når du like gjerne kan skrive: Kari høster (inn) epler.

5. VÆR GJERNE HØYREVRIDD NÅR DU SKRIVER.

Sørg for at (hoved)verbet kommer langt ut til venstre i setningen, og spre resten av setningsinnholdet ut til høyre.

6. DU SKAL IKKE PYNTE DEG MED ORD.

Motstå fristelsen til å bruke sjeldne fremmedord, moteord eller vitenskapeligklingende "påfugl-ord".

7. VÆR IKKE REDD FOR DEN KONKRETE UTTRYKSMÅTEN.

Mener du en spade, så skriv en spade – ikke arbeidsredskap.

8. SLØS IKKE MED ORD OG BOKSTAVER.

En kort uttryksmåte er i regelen bedre enn en lang. Skriv ikke: Idrettslaget er en trivselsfremmende faktor i relasjon til lokalmiljøet – når du like gjerne kan skrive: Idrettslaget skaper trivsel i bygda.

9. VÆR IKKE REDD FOR DET PERSONLIGE TONEFALLET

Personord som du, De, dere, jeg og vi er tillatt i skrift også.

10. BRUK ØREKONTROLLEN

Venn deg til å lese høyt for deg selv det du har skrevet. Det kan hjelpe deg til å sile bort de mest papirknitrende uttrykkene.

1.1.3 SPRÅK I ORGANISASJONER

Det er ikke vanskelig å forstå hvorfor språket i tekster fra det offentlige bør forbedres, det finnes flere eksempler på tåkeprat i tillegg til den tåken jeg startet kapittel 1 med. Man kan ta en titt på Språkrådets sider (<http://www.sprakradet.no/Klarsprak/le-og-laer/le-av-andre/Takeprat/>) for å lese mer tåke.

I følge Fjeld (1995) er det flere grunner til at språket blir som det blir på arbeidsplassen. En av disse grunnene er at vi opptrer som representant for en offentlig instans. Fjeld (1995) trekker også inn det at innholdet i det vi skriver ofte er av en annen karakter enn det vi skriver i personlige brev. Det er lett å la seg påvirke av språket i det man refererer til gjennom teksten, som for eksempel lover og forskrifter. Det høres ut som om dette i all hovedsak skaper problemer eksternt, altså mellom det offentlige og innbygger, men språket er ikke nødvendigvis så annerledes i interne tekster ment for ansatte i organisasjonen.

Etater og kontorer utvikler tradisjoner og normer for hvordan noe skal uttrykkes. Dersom man er usikker på hvordan en formulering bør være ser man etter eksempler på hvordan andre har formulert seg om samme type innhold tidligere. Med dette oppstår det Fjeld (1995) kaller ”arvesynd”. Vi er opptatt av å utøve det som er korrekt ifølge en viss norm, og ansatte i organisasjoner har lett for å respektere den normen som er på arbeidsplassen (Fjeld, 1995).

Man kan argumentere med at organisasjoner ofte er sammensatt av ansatte med samme type faglige bakgrunner som jobber med samme type oppgaver, og at faglige terminologier ikke utgjør så store utfordringer i den interne kommunikasjonen. I følge Språkrådet (2016) er det heller ikke mulig (eller nødvendig) å fjerne fagspråk fra absolutt alle tekster. I følge Språkrådet og prinsippene for klarspråk er det viktigste at språket er tilpasset brukeren. Når mottakeren er en jurist med samme faglige kunnskap som sender utgjør ikke referansene til ulike paragrafer de største utfordringene. Problemene oppstår når mottakeren er en gruppe, for eksempel ansatte i hele organisasjonen. Da er ikke nødvendigvis teksten lenger tilpasset mottakeren.

Jo større en organisasjon er, jo mer kan man sammenlikne de ansatte med befolkningen i et land. Jo større organisasjon, jo større variasjon i utdanning, alder, interesser, arbeidsoppgaver,

språklige kompetanse og så videre. Jo større organisasjon, jo større behov blir det kanskje for klarspråk i internkommunikasjonen.

1.2 BEGRUNNELSE FOR VALG AV TEMA

Valg av tema er basert på både faglige og personlige motiver. I følge Blaikie (2010) vil man alltid ha personlige motiver for å velge et spesielt tema. Å uttale motiver og målsettinger eksplisitt er i følge Blaikie (2010) en god øvelse og kan ofte være avslørende.

Jeg anser språk og kommunikasjon som sentrale elementer i endring og utvikling i organisasjoner. Sammen utgjør disse temaene det sentrale i mitt faglige interessefelt. Gjennom masterstudiet har forutsetninger for vellykket endring vært det store faglige diskusjonsemnet blant meg og mine medstudenter. Selv om det ikke er enighet i alt er det noen ting som går igjen. Formuleringene og detaljene varierer, men i hovedsak ser jeg særlig to viktige ting: *god kommunikasjon og eierskap til endringen*. Disse to punktene henger, slik jeg ser det, nært sammen. For å kunne kjenne eierskap til endringen må man forstå hva endringen består i og samtidig oppleve at man har mulighet for påvirkning og deltakelse i den. For at dette skal la seg gjøre må endringsinnholdet og målet for endringen kommuniseres på en slik måte at de ansatte får en felles forståelse av endringsprosessen. De ansatte må også ha en opplevelse av at endringen betyr noe for dem. Sammen øker disse to elementene sjansene for at endringsprosessen får gode resultater.

Hvordan kan man kommunisere endringsprosesser i store organisasjoner? Dette kan være en stor utfordring, og det er mange kanaler som kan bidra i slike kommunikasjonsprosjekter.

Det finnes ikke en fasit for hvordan dette bør gjøres, men i alle endringsprosjekter i store organisasjoner vil et aktivt og velfungerende intranett kunne spille en viktig rolle. Med en bachelor i IT-støttet bedriftsutvikling vender jeg ofte min interesse for organisasjon og endring mot IT-verktøy, og da særlig intranettet. Et intranett byr på mange muligheter. Skal det brukes, så bør det være brukertilpasset, i tillegg til å være oppdatert, og det gjelder også språket. Jeg hadde et ønske å bruke tekst fra intranett i denne studien. Det fikk jeg mulighet til.

For å kunne jobbe med dette temaet trengte jeg en stor organisasjon som case, og fikk tillatelse til å studere Skatteetaten. Jeg fikk også tilgang til kontorplass og aktuell data.

Skatteetaten som case gir meg mulighet til å studere en svært stor offentlig organisasjon som er spredt på flere lokasjoner rundt i landet. De ansatte i Skatteetaten har ulike bakgrunner og ulik faglig kompetanse, de bor ulike steder og jobber med svært varierende arbeidsoppgaver. Skatteetaten har lenge jobbet med klarspråk i kontakt med innbyggere, og har begynt å vende de samme prinsippene innover i organisasjonen. Med utgangspunkt i et spesifikt internt tiltak ser jeg nærmere på effekten klarspråk har i tekster ment for *alle* ansatte, ikke utvalgte faglige grupper. Dette tiltaket beskrives nærmere i kapittel 3.3. i tilknytning til resten av casebeskrivelsen.

Skatteetaten er en etat med et viktig samfunnsoppdrag, og det er spennende å få bruke Skatteetaten som case i min masteroppgave. Et mål med masteroppgaven er å kunne bidra med kommentarer og tilbakemeldinger av verdi til Skatteetatens arbeid med klarspråk internt i organisasjonen. Klarspråk på intranett i store organisasjoner kan potensielt skape gode forutsetninger for endringsprosesser. Temaet for denne masteroppgaven er med det relevant i forhold til bachelorgrad, mastergrad og fremtidig arbeidsliv. Det syns jeg er utrolig spennende.

1.3 AVGRENSNING

Følgende avgrensninger er lagt til grunn i denne oppgaven:

- Tekstene som brukes er isolert fra sin kontekst. Respondentene blir altså presentert en tekst fra intranett uten å måtte finne frem til riktig plassering på intranettet. Dette betyr at det ikke er tiltaket ”enhetstekster” (se 3.3) som vurderes, men funksjonen klarspråk har i tiltaket.
- Problemstillinger knyttet til målform er ikke aktuelt i denne oppgaven. Informasjon ut til respondenter, spørsmålene i undersøkelsen og tekstene som skal vurderes er skrevet på bokmål. Se avsnitt om *Videre forskning* for ytterligere kommentarer angående målform.
- På grunn av studiens omfang er det bare blitt benyttet informasjonstekster om to enheter i denne studien. Les mer om mine tanker om denne avgrensningen i avsnitt om styrker og svakheter.

1.4 PROBLEMSTILLING

Basert på ovennevnt diskusjon rundt tema formuleres følgende problemstilling for oppgaven:

Hvilken betydning har klarspråk for internkommunikasjon i organisasjoner?

For å besvare denne problemstillingen settes det gjennom diskusjon av teori opp flere hypoteser.

1.5 OPPGAVENS OPPBYGGING

I dette kapitlet har du fått en presentasjon av tema for oppgaven samt en begrunnelse for hvorfor nettopp dette temaet er valgt til denne studien. Oppgaven avgrensninger og problemstilling er også presentert i dette kapitlet.

Videre, i kapittel 2, presenteres det teoretiske rammeverket som legges til grunn for diskusjonen i oppgaven. Underveis i kapitlet presenteres teorier fra flere felt, blant annet organisasjon, kommunikasjon og språk. En diskusjon og sammenfatning av det teoretiske rammeverket utføres mot slutten av kapitlet og i den forbindelse utledes også hypotesene som skal være med å belyse studiens problemstilling. Det teoretiske rammeverket følges opp av en beskrivelse av caseorganisasjonen som er benyttet i denne oppgaven, Skatteetaten, i kapittel 3.

Forskningsdesignet og den metodiske tilnærming som er brukt i denne studien presenteres i kapittel 4. Her beskrives og begrunnes de valgene jeg har tatt underveis i arbeidet med studien. Jeg har utført et eksperimentelt studie ved bruk av kvantitativ metode.

Resultatene fra datainnsamlingen presenteres i kapittel 5, før de deretter analyseres og drøftes i kapittel 6. Studien avrundes med en konklusjon samt ideer til videre arbeid i kapittel 7.

2 TEORI

Jeg ønsker å undersøke effekten av klarspråk i intern kommunikasjon, og for å kunne gjøre dette vil jeg i denne teoridelen gjennomgå og diskutere ulike teorier fra de felt som sammen skaper et bakteppe for de ulike komponentene i klarspråk. Jeg går gjennom teorier fra organisasjons-, kunnskaps-, kommunikasjons- og språkfeltet.

I siste del av dette kapitlet diskuteres det teoretiske grunnlaget, og det utledes hypoteser i tilknytning til klarspråkets tre hovedkomponenter; *finne, forstå og bruke det man finner*. I tillegg til dette utledes det også en hypotese som går nærmere inn på tiltaket ”enhetstekster” (se 3.3).

2.1 KOMMUNIKASJON

Kaufmann og Kaufmann (2013) hevder at en vanlig definisjon av ”kommunikasjon” er ”overføring eller utveksling av informasjon gjennom et felles symbolsystem”. Dårlig kommunikasjon kan føre til svikt i produktivitet og trivsel, mens god kommunikasjon kan gjøre arbeidsplassen til et attraktivt sted å være. Kommunikasjon kan på mange måter være livsnerven i organisasjoner. I følge Kaufmann og Kaufmann (2013) viser forskning at det å inneha kommunikativ kompetanse, altså evnen til å forstå og videreformidle informasjon, er en avgjørende forutsetning for å få til effektiv ledelse.



FIGUR 2-1: FIRE HOVEDKOMponenter I KOMMUNIKASJONSPROsESSEN (KAUFMANN & KAUFMANN, 2013).

Kaufmann og Kaufmann (2013) presenterer flere måter å forbedre kommunikasjon i organisasjoner på, og en av disse er å forenkle språket. I følge Kaufmann og Kaufmann (2013) er språkvansker et av de mest kjente eksemplene på kommunikasjonsbarrierer, og det å tilstrebe et klart språk er viktig.

Et sentralt tema innenfor språk er bruk av kansellistilen. Kansellistilen er formelt og høytidelig språk og er vanlig i offentlige dokumenter (Språkrådet, 2015b). Språkrådet (2015b) presenterer noen kjennetegn på kansellistil:

- Lange og kompliserte setninger med mange innskudd.
- Upersonlige uttrykksmåter.
- Substantivtunge setninger.
- Innskutte komplekse ledd.
- Enkel bestemmelse.

Videre sier Språkrådet (2015b) noe om hvorfor kansellistilen bør unngås. Blant annet kan stilen bli upersonlig, den kan virke nedlatende og den kan gjøre budskapet vanskeligere å

forstå. Det er viktig å tenke over hvem som skal lese det som skrives, og at mottakeren vises respekt. I følge Dalen (2009) er det større sjanse for at vi husker innholdet dersom teksten er redusert til det nødvendige. Bruk av punktlister, korte avsnitt og mellomtitler er positivt. Når man fjerner unødvendige ord og setninger kan man drastisk øke det vi husker fra teksten.

Tall bør ikke skrives med bokstaver, slik det ble anbefalt tidligere. Undersøkelser tyder på at tall bør skrives med siffer, og ikke bokstaver, da dette kan fange leserens øye på en webside. Dette skyldes blant annet at tall assosieres med fakta samt at det skaper en dynamikk i teksten ved at siffer skiller seg fra bokstaver (Dalen, Effektiv nettskriving, 2009). For mange er store tall vanskelig å lese, og i slike tilfeller bør man bruke bokstaver. Dalen (2009) kommer blant annet med følgende anbefalinger:

1. 2 000 000 er bedre enn to millioner.
2. To billioner er bedre enn 2 000 000 000 000.

Å holde språket aktivt er i følge Dalen (2009) et virkemiddel for å skape en mer leservennlig tekst som vekker interesse. Et passivt språk kjeder leseren. Eksempel på aktivt/passivt språk: ”Passiv: Vedtaket kan påklages. Aktivt: Du kan klage på vedtaket (Dalen, Effektiv nettskriving, 2009, s. 43)”.

I følge Dalen (2009) skal alle gode tekster gi leseren svar på hvorfor han/hun får vite dette. Leseren bryr seg ikke nødvendigvis om det vi mener er interessant, men spør seg ”Hvorfor er dette viktig for meg?” (Dalen, Effektiv nettskriving, 2009).

2.2 INFORMASJONSBEHANDLING

Begrepet informasjonsoverlast eksisterte før internett, men det var først når internett kom at informasjonsoverlast ble et problem i menneskers daglige liv (Dalen & Rønjum, 2012). Vi er utsatt for et høyt informasjonstrykk, og hjerneforsker Gary Small hevder internett har satt oss i en tilstand som likner på ADHD. Vi har store problemer med å konsentrere oss om en ting om gangen (Dalen & Rønjum, 2012).

Et verktøy for å kartlegge brukeratferd på websider er eyetracking. Eyetracking måler øyets bevegelser på skjermen, og gir oss detaljerte beskrivelser av hvordan vi forholder oss til innhold på websider (Dalen, Effektiv nettskriving, 2009). Dalen (2009) beskriver flere konklusjoner fra eyetracking-undersøkelser som kan bidra til å gjøre innholdet på websider bedre. To av disse konklusjonene er presentert nedenfor.

⇒ LIKE MANGE LESER OG SKANNER

53 prosent skanner og 47 prosent leser metodisk. Tilbøyeligheten til å skanne en nettside kan være større når vi skal løse en oppgave. Det er ingen aldersmessig forskjell på lesemønstrene. Dalen (2009) anbefaler at det legges til rette for skanning selv om en økende andel av leserne leser metodisk.

⇒ FØRSTE AVSNITT BLIR NESTEN ALLTID LEST

Vi bruker den øverste delen i en tekst på å avgjøre om dette er relevant i forhold til det vi ønsker å vite mer om. Plasser derfor det viktigste først, og skriv gode forklarende ingresser som forteller leseren hva teksten handler om (Dalen, Effektiv nettskriving, 2009).

I følge Dalen og Rønjum (2012) bør brukere utsettes for mindre informasjon da dette øker sjansene for at brukeren finner det de leter etter. Korte avsnitt er bedre enn lange, i følge Dalen (2009). Websider med korte avsnitt har, i følge eyetracker, dobbelt så mange stoppunkter som sider med lange avsnitt. Et kort avsnitt er ikke lengre enn 1-2 setninger (Dalen, Effektiv nettskriving, 2009).

Teknologiske nyvinninger har skapt mange nye kommunikasjonsmedier med basis i datamaskiner og telekommunikasjon, og måten kommunikasjon foregår i organisasjoner har med det forandret seg dramatisk i løpet av de siste 25 årene (Kaufmann & Kaufmann, 2013).

Databasert kommunikasjon gir store muligheter for effektiv kommunikasjon, men det er også mange ulemper knyttet til dette. Blant annet er informasjonsoverbelastning et velkjent problem, en overskridelse av mottakers kapasitet til å motta informasjon (Kaufmann & Kaufmann, 2013).

Intranett er organisasjonens private informasjonsnettverk, og det er en rask og effektiv måte å kommunisere på. Intranett brukes gjerne til interne dokumenter, strategier og så videre (Kaufmann & Kaufmann, 2013). I følge Kydland og Aakre (2013) kan et intranett, i tillegg til å være et sentralt element i de fleste moderne organisasjoners kunnskapsdeling og utvikling, bidra til å skape relasjoner og en flatere kommunikasjonsstruktur.

2.3 KUNNSKAP I ORGANISASJONER

Kompetanse er avgjørende for verdiskapning i alle organisasjoner. Læring og kunnskapsutvikling er en forutsetning for at organisasjoner skal kunne tilpasse seg skiftende omgivelser og lære av feil. Det vil også kunne medføre kontinuerlig forbedring (Rosendahl, Filstad, & Olaisen, 2004). Rosendahl et al (2004) omtaler en lærende organisasjon som en organisasjon som legger til rette for læring, utvikling og endring hos alle sine medlemmer. I en stor organisasjon, for eksempel i en multinasjonal organisasjon, er det i følge Kim (1993, i Rosendahl, Filstad & Olaisen, 2004) viktig å se på den lokale organisasjonen for å oppnå ønsket læring lokalt og globalt. Dette kan sees i sammenheng med at organisasjoner består av individer, og det er nettopp individet i organisasjonen som lærer.

I moderne organisasjoner med raskt utviklende teknologi og stor variasjon i arbeidsstokken har medarbeiderne, i følge Kaufmann og Kaufmann (2013), både mindre tid på seg og mindre anledning til å snakke sammen selv om de samspiller mye med mange. Dysvik og Kuvaas (2013) hevder den moderne organisasjonen blir økende avhengig av at ansatte opprettholder arbeidsinnsats på eget initiativ; Dette kan medføre at det blir mindre fokus på tradisjonelle praksiser som standardiserer og kontrollerer arbeidet.

Motivasjon kan sies å være det samme som hvilke drivkrefter som får oss til å handle, og er med det en viktig faktor i diskusjonen rundt initiativ på arbeidsplassen. I arbeidslivssammenheng er vi ofte interesserte i å vite hva som fører til forskjeller i innsats mellom individer som har samme forutsetninger for å utføre samme handling (Kaufmann & Kaufmann, 2013). Kaufmann og Kaufmann (2013) definerer motivasjon som "*de biologiske, psykologiske og sosiale faktorene som aktiverer, gir retning og opprettholder atferd i ulike grader av intensitet for å oppnå et mål*" (s. 93).

Det finnes flere typer motivasjonsteorier, og i følge Kaufmann og Kaufmann (2013) er det vanlig å skille mellom fire ulike typer.

- Behovsteorier
- Kognitive teorier
- Sosiale teorier
- Jobbkarakteristika-modeller

Av disse ønsker jeg å se nærmere på kognitive teorier. Fordi klarspråk handler om å at brukeren skal finne, forstå og bruke informasjon er kognitive teorier interessante i denne studien. I kognitive teorier er motivasjon et resultat av forventninger for måloppnåelse, belønning, egen ytelse og evalueringer av kilder til motivasjon. Kognitiv psykologi handler om hvordan mennesker behandler informasjon og bruker informasjon som grunnlag for sine handlinger (Kaufmann & Kaufmann, 2013).



”

*Kognitiv evalueringsteori:
Teori som legger vekt på
evalueringen av
oppgavens iboende
motivasjonsverdi.*



SITAT 3 - KOGNITIV EVALUERINGSTEORI
(KAUFMANN & KAUFMANN, 2013)

I kognitiv motivasjonsteori deler man gjerne inn i kognitiv forventningsteori, målsettingsteori, målstyring og kognitiv evalueringsteori (Kaufmann & Kaufmann, 2013). Jeg vil se videre på kognitiv evalueringsteori, og det er da særlig indre motivasjon som spiller en rolle i denne studien.

I følge de amerikanske forskerne E.L. Deci og R.M. Ryan (i Kaufmann og Kaufmann, 2013) kan man skille mellom to motivasjonssystemer: ytre og indre motivasjon. Ytre motivasjon er belønning som for eksempel lønn, bonus og stillingsopprykk. Ytre motivasjon ligger utenfor selve jobbutførelsen. Indre motivasjon ligger i selve jobbutførelsen. Energien som ligger i indre motivasjon kommer fra to grunnleggende behov:

- Behovet for kompetanseopplevelse
 - "Behov for å føle at man mestrer sine oppgaver (Kaufmann & Kaufmann, 2013, s. 103)"
- Behovet for selvbestemmelse

- "*Behov for å føle at man selv bestemmer over det man gjør* (Kaufmann & Kaufmann, 2013, s. 103)"

I følge Deci og Ryan er indre motivasjon egnet til å fremme kompetanse i tilpasning til omgivelsene. De hevder at overfokusering på ytre belønning kan underminere den indre motivasjonen for arbeidet, og dermed trekke vekk gleden ved å utføre arbeidet. Indre motivasjon blir dermed regnet som sunnere fordi den er mer stabil over tid (Kaufmann & Kaufmann, 2013).

2.4 DISKUSJON AV TEORETISK GRUNNLAG

De ulike teoriene som er presentert i det teoretiske grunnlaget for denne studien viser en god del antakelser om at bedre språk kan forbedre kommunikasjonen internt i en organisasjon. Som nevnt i kapittel 1.1.1 er klarspråk et korrekt, klart og brukertilpasset språk. Hvorvidt en tekst er skrevet i klarspråk er altså en subjektiv tolkning som baserer seg på om man finner, forstår og kan bruke det man finner i en tekst. Dette innebærer at oppfatning av språket vil variere fra person til person.

Jeg har valgt å dele diskusjonen av det teoretiske grunnlaget inn i elementene som bygger opp om klarspråk; finne, forstå og bruke det man finner. For hver av de tre delene utledes det en tilhørende hypotese. Til slutt utledes en hypotese som går nærmere inn på tiltaket ”Enhetstekster”.

Den eksperimentelle studien som er utført for å kaste lys over disse hypotesene kan du lese mer om i kapittel 4.2.3. Oppsummert bygger den på å sette to tekster med samme meningsinnhold opp mot hverandre, hvorav den ene anses for å være skrevet i klarspråk og den andre ikke. Hypotesene vil referere til disse tekstene som ”original” (skrevet i klarspråk) og ”kontrolltekst” (ikke skrevet i klarspråk).

2.4.1 FINNE

I følge Dalen og Rønjum (2012) bør man legge til rette for at leseren skal kunne konsentrere seg om en ting av gangen for å øke sjansene for at leseren skal finne det de leter etter. Dette innebærer blant annet at tekster ikke bør gi leseren mer informasjon enn den strengt tatt behøver. Jeg vil anta at fjerning av unødvendige fyllord som ikke bidrar med mening i en setning kan være et virkemiddel som kan bygge opp under det Dalen og Rønjum mener her.

De fleste lengre tekster inneholder ofte mye og variert informasjon, og som regel er ikke alt like relevant for alle lesere. Det å dele inn en tekst i flere avsnitt, gjerne med forklarende og gode overskrifter, vil være en løsning for å gjøre det enklere for en leser å finne frem til det han trenger å lese. En tekst bør ha en god struktur, med andre ord. På den måten kan man utnytte de positive egenskapene som ligger i det Dalen (2009) refererer til som skanning. Man kan finne frem til det man trenger å finne ut av uten å måtte lese teksten fra start til slutt. For å øke kvaliteten på avsnittene bør lengden holdes kort og det viktigste presenteres først.

Tiltak som skal legge til rette for kunnskapsdeling og økt kompetanse i en organisasjon på et globalt nivå som skal gjelde alle ansatte bør, i følge ovennevnt teori, være tilpasset lokale forhold i organisasjonen. Dette tolker jeg dit hen at denne type tiltak bør gjøres aktuelle for alle ansatte, og at tiltakene bør oppleves likt i alle deler av organisasjonen.

På grunnlag av ovennevnt diskusjon av teori utledes følgende hypotese i tilknytning til klarspråkets første forutsetning ”å finne”:

Hypotese A:

Original tekst oppleves å ha en bedre struktur enn kontrolltekst. Dette oppleves likt i alle deler av organisasjonen.

2.4.2 FORSTÅ

Tidligere i dette kapittelet presenterte jeg en modell av det Kaufmann og Kaufmann (2013) omtaler som kommunikasjonsprosessen, *Figur 2-1: Fire hovedkomponenter i kommunikasjonsprosessen* .. Det er ikke alle tiltak som legger like godt til rette for toveis kommunikasjon, selv ikke på et medium som et intranett, som er fokus i denne studien. Når det ikke er mulig med toveis kommunikasjon blir det desto viktigere å gjøre det enklest mulig for mottakeren i en avkodingsprosess. Ved å sette fokus på en god avkodingsprosess vil man legge til rette for at det oppstår færre feiloppfatninger.

Som Kaufmann og Kaufmann (2013) nevner kan dårlig kommunikasjon føre til dårlig trivsel på arbeidsplassen. Dette henger også sammen med bruk av kansellistil, slik Språkrådet omtaler denne typen skrivestil. Språkrådet (2015b) kobler kansellistilen til et språk som kan virke nedlatende overfor leseren. Kansellistilen kan gjøre det vanskelig å forstå innholdet i teksten, noe som ikke er særlig hensiktsmessig for en tekst som har en bred målgruppe.

Å fjerne eller redusere kansellistilen i en tekst vil kunne gjøre den mer forståelig. Ved å unngå bruk av lange og kompliserte setninger med mange unødvendige fyllord og upersonlige

uttrykksmåter, og heller holde språket aktivt og konkret vil mulige konsekvenser være en leser som føler seg respektert og økt trivsel på arbeidsplassen.

På bakgrunn av dette utledes følgende hypotese i tilknytning til klarspråks andre forutsetning ”å forstå”:

Hypotese B:

Det er enklere å forstå innholdet i original tekst enn i kontrolltekst, og språket oppleves som bedre å lese i original tekst enn i kontrolltekst.

2.4.3 BRUKE DET MAN FINNER

En leser vil ikke nødvendigvis være interessert i det forfatteren av en tekst synes er det mest interessante, men spør i følge Dalen (2009) seg selv ”*hvorfor er dette viktig for meg?*”. Det er som tidligere nevnt ikke nødvendigvis slik at en tekst er like aktuell for alle som leser den. Jeg tror man kan øke hvor interessant og aktuell den oppleves av hver enkelt ved å gjøre den forståelig for alle som leser. Det er tross alt få ting man lærer som ikke er godt for noe, og som ikke kan brukes i det hele tatt for den ansatte.

På bakgrunn av dette utledes en hypotese i tilknytning til den siste delen av klarspråkets forutsetninger ”*bruke det man finner*”:

Hypotese C:

Innholdet i original tekst oppleves som mer relevant for leseren enn innhold i kontrolltekst selv om meningsinnhold er det samme.

2.4.4 LIK STIL OG TONE FOR LIKT INNHOLD

Som en siste hypotese er det interessant å undersøke hvordan rammene rundt tiltaket ”Enhetstekster” blir møtt av respondentene. Med dette menes hvordan respondentene

forholder seg til den typen informasjonstekst og hvor appellerende det er at en slik bør være tilgjengelig om andre enheter også.

I store organisasjoner finnes det ofte mye informasjon på intranettet. Denne informasjonen kan både være statisk informasjon eller dynamisk kunnskap som kontinuerlig erstattes, endres eller forbedres. På grunn av økt avhengighet av ansattes eget initiativ i arbeidet vil jeg hevde at kunnskapsformidling bør foregå på en logisk måte og oppfordre til gjenkjennelse. Dette kan ses i sammenheng med ovennevnt teori i forhold til informasjonsoverbelastning.

Dette kan bidra til å øke interessen for informasjonsinnholdet samt øke effektiviteten i selve tilegnelsen av kunnskapen. Jeg vil anta at man i en travel arbeidshverdag vil søke etter informasjon i kilder der man vet hva man vil finne hvor, altså at man ønsker lik stil og tone i tekster som inneholder samme type innhold.

På bakgrunn av dette utledes følgende hypotese:

Hypotese D:

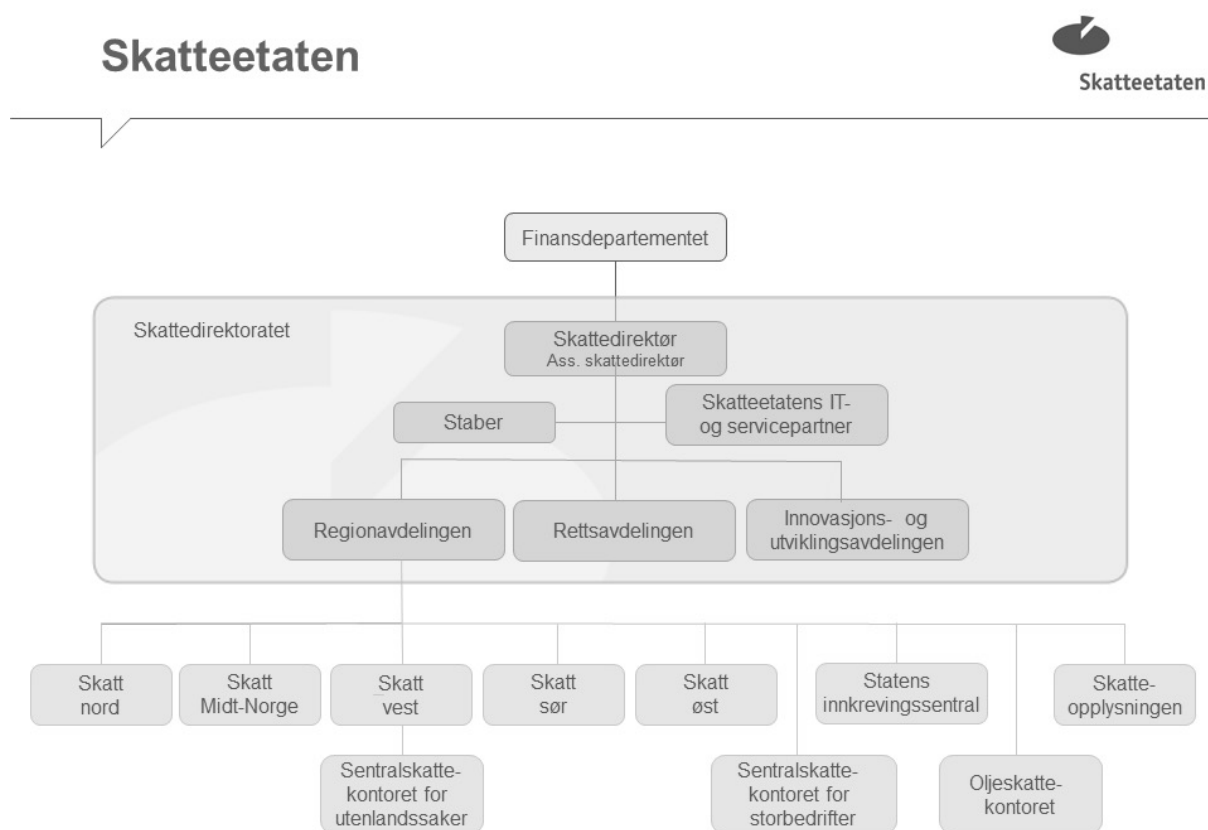
Respondenten er mer positiv til at liknende tekster skal skrives med samme stil og tone når han har lest original tekst.

3 CASEBESKRIVELSE

For å besvare problemstillingen er Skatteetaten brukt som case. Jeg har tidligere, i kapittel 1.2, gitt uttrykk for hvorfor nettopp Skatteetaten er valgt som case. Det er en stor, statlig organisasjon med mangfold blant ansatte og blant arbeidsoppgaver. Ved å benytte Skatteetaten som caseorganisasjon får studien en potensiell overføringsverdi til blant annet andre lignende etater. I dette kapitlet følger beskrivelse av Skatteetatens organisering, aktuelle strategier og tiltaket ”enhetstekster”.

3.1 SKATTEETATENS ORGANISERING

Skatteetaten er underlagt Finansdepartementet, og består av et hovedkontor, fem regioner, Statens innkrevingsentral, Skatteopplysningen, Oljeskattekontoret og Sentralskattekontoret for storbedrifter (Skatteetaten, 2016). I Figur 3-1: Organisasjonskart , ser man Skatteetatens organisasjonskart.



FIGUR 3-1: ORGANISASJONSKART (SKATTEETATEN, 2016)

I min forskning er jeg interessert i å se om det er lokale forskjeller i svarene, og ønsker derfor å ha et utvalg som representerer hovedinndelingene i Skatteetaten så godt som mulig. Alle de nevnte regionene og sentralskattekontorene består av flere mindre enheter, totalt er det i overkant av 600 enheter i Skatteetaten. Det er ikke aktuelt å gi utvalget 600 svaralternativer på hvilken enhet de tilhører, så fokuset vil være på overordnede regioner/driftsenheter. Jeg ønsker likevel å trekke ut Skatteetatens IT- og servicepartner som en egen driftsenhet selv om det ligger under Skattedirektoratet. Dette er blant annet basert på slik de har gjort det i tidligere ansattundersøkelser i Skatteetaten. Følgende regioner/driftsenheter er aktuelle inndelinger i den videre forskningen:

- Skattedirektoratet
- Skatteetatens IT- og servicepartner (SITS)
- Skatt Nord
- Skatt Midt-Norge
- Skatt Vest
- Skatt Sør
- Skatt Øst
- Sentralskattekontoret for storbedrifter
- Statens innkrevingsentral
- Oljeskattekontoret
- Skatteopplysningen

3.2 AKTUELLE STRATEGIER

Fremtidsbildet "Skatteetaten 2025" ble presentert i 2014, og hensikten er å angi en overordnet retning for Skatteetaten frem mot 2025. Veien frem til 2025 er inndelt i tre strategiske perioder: "Konsolidering" (2015-2017), "Løft" (2018-2021) og "Gevinstrealisering" (2022-2025). I den første strategiperioden, "Konsolidering", vil Skatteetaten blant annet få overført en rekke oppgave fra andre etater. Dette betyr at Skatteetaten vil få et helhetlig ansvar for skatter og avgifter i Norge. Strategiperioden byr på store endringer på flere områder; nye måter å gjennomføre oppgaver, organisatoriske endringer, tilrettelegging av IT-løsninger, nye medarbeidere og ny kompetanse (Prosjektgruppen Skatteetaten 2025, 2015).

I virksomhetsstrategien er et av de strategiske temaene "Fremtidsrettet ledelse, kultur og kompetanse". Temaet er et grunnlag og en forutsetning for de andre strategiske temaene. Det

trekkes spesielt sammenhenger mellom dette og temaet ”Sikre at vi oppleves som en samlet skatte- og avgiftsetat”. (Prosjektgruppen Skatteetaten 2025, 2015). Endringer og sammenslåinger av virksomheter er krevende, og i følge Prosjektgruppen Skatteetaten 2025 (2015) er kulturforskjeller erfaringsmessig større enn først antatt. Disse kulturforskjellene skaper muligheter og utfordringer. Mulighetene kan, i følge Prosjektgruppen Skatteetaten 2025 (2015), utnyttes til å skape forbedringer ved å blant annet lære av hverandre.

Prosjektgruppen Skatteetaten 2025 (2015) hevder at en god plan for internkommunikasjon er en viktig suksessfaktor i endringsledelse og omstillingsprosesser. *”Vi utvikler en felles identitet til den nye Skatteetaten og en kultur som samler etaten mot felles mål. God kommunikasjon og nok informasjon er viktig for å minimere evt. usikkerhet, som igjen kan skape utfordringer”* (Prosjektgruppen Skatteetaten 2025, 2015, p. 17).

Oppsummert har Skatteetaten store endringer foran seg. Fokus på internkommunikasjon antas å være en suksessfaktor i endringsledelse og omstillingsprosesser dersom man utnytter mulighetene som ligger i kulturforskjeller ved sammenslåinger. Skatteetaten ønsker å sikre at de oppleves som en samlet skatte- og avgiftsetat, og vil utvikle en kultur som samler etaten mot felles mål. God kommunikasjon og nok informasjon er viktig for å minimere usikkerhet.

3.3 BESKRIVELSE AV TILTAKET "ENHETSTEKSTER"

I januar 2016 lanserte Skatteetaten nytt intranett. På det nye intranettet er det flere elementer som er med på å underbygge strategiske temaer, deriblant informasjonstekster om hver enkelt enhet i Skatteetaten. Disse tekstene vil heretter bli kalt ”enhetstekster”.

På gammelt intranett har flere enheter valgt å ha informasjon om sin egen enheten på lokale sider, men dette har ikke vært en gjennomgående løsning. Mange enheter har hatt lite eller ingen informasjon om seg selv på intranett, og av dem som har hatt informasjon har det ikke vært en felles struktur for hvordan dette skal se ut (stil), hvilket språklig nivå (tone) som skal brukes eller hva slags innhold som skal og ikke skal formidles. Å bruke intranettet som fremgangsmåte for å innhente god informasjon om enheter og de ansatte i dem har altså ikke vært en løsning man har kunnet stole på skal gi samme resultat hver gang.

Formålet med enhetstekstene på nytt intranett er å presentere samme type informasjon om alle enheter i Skatteetaten med lik stil og tone. Enhetstekstene skal gjøre det enklere for ansatte i Skatteetaten å finne ut hvilken kompetanse som finnes i de ulike enhetene - hvem som gjør og kan hva. Dette har koblinger til flere punkter fra virksomhetsstrategien (Prosjektgruppen Skatteetaten 2025, 2015), blant annet at god informasjon er viktig for å minimere usikkerhet og for å legge til rette for å lære av og samarbeide med hverandre.

Enhetstekstene er bygget opp etter følgende mal:

1	NAVN PÅ ENHET
2	HVEM ER VI?
3	HVA GJØR VI?
4	HVA HAR VI KOMPETANSE PÅ?
5	EKSEMPLER PÅ HVA VI FÅR TIL
6	HVA HJELPER VI DEG MED?
7	DETTE HJELPER VI IKKE TIL MED
8	DETTE KAN DU HJELPE OSS MED
9	HVORDAN SKAL DU KONTAKTE OSS?
10	HVEM JOBBER VI SAMMEN MED?
11	HVILKE PROSJEKTER ER VI INVOLVERTE I?
12	..VISSTE DU AT..
13	VI JOBBER I * ENHET *

TABELL 3-1 MAL FOR ENHETSTEKSTER

Malen er sendt ut til alle enheter som igjen er bedt om å fylle ut de feltene som er aktuelle for dem. Mottatte utkast blir redigert og bearbeidet av et utvalg for å sikre lik stil og tone i alle tekstene. Tekstene som anses som ferdig foredlet publiseres på nytt intranett fortløpende.

Tekster om to ulike enheter i Skatteetaten er med å kaste lys over studiens problemstilling. Det er to versjoner av hver tekst, én original tekst og én kontrolltekst. Den originale teksten er kontrollert og bearbeidet av Skatteetaten, og regnes for å være skrevet i klarspråk. Kontrollteksten har samme meningsinnhold men er gjort om på i forhold til språk og struktur. Les mer om original tekst og kontrolltekst i kapittel 4.2.4.

4 FORSKNINGSDESIGN OG METODE

I dette kapitlet presenteres studiens forskningsdesign. Forskningsdesignet er et teknisk dokument utviklet i forkant av forskningsprosjektet. Dokumentet fungerer som en plan for gjennomføring av forskningsprosjektet (Blaikie, 2010).

Den første delen i utvikling av forskningsdesignet består i å bestemme seg for tema, problemstilling og uttrykke faglige og personlige mål og motiver for å gjennomføre studien. Dette er allerede gjort rede for tidligere i denne oppgaven, så fokuset videre i dette kapitlet er på

- Forskningsstrategi
- Kvantitativ metode
- Utvalg
- Datainnsamling
- Analyse
- Styrker og svakheter

”

Deduktiv metode, metode der man anvender logikken på angitte grunnantagelser og ved hjelp av logiske prinsipper avleder logiske konsekvenser (Store norske leksikon, 2015)

4.1 FORSKNINGSSTRATEGI

Valg av forskningsstrategi er i følge Blaikie (2010) et av de viktigste valgene man tar i arbeidet med forskningsdesignet. Blaikie (2010) presenterer fire ulike forskningsstrategier. De ulike forskningsstrategiene byr på helt ulike tilnærminger for å besvare forskningsspørsmålene. De fire forskningsstrategiene er som følger:

1. Induktiv

Målet med induktiv forskningsstrategi er å etablere beskrivelser av karakteristikk og mønstre.

2. Deduktiv

Målet med deduktiv forskningsstrategi er å teste teorier og med det eliminerer falske teorier.

3. Retroduktiv

Retroduktiv forskningsstrategi legger til rette for at man skal kunne undersøke underliggende mekanismer for å forklare observerte regelmessigheter.

4. Abduktiv

Målet med abduktiv forskningsstrategi er å beskrive og forstå det sosiale liv ved å granske sosiale aktører.

I arbeidet med denne studien er den deduktive forskningsstrategien mest hensiktsmessig. Målet for den deduktive forskningsstrategien er i følge Blaikie (2010) å finne forklaringer på sammenhenger mellom to konsepter ved å legge frem en teori som kan bli testet.

Blaikie (2010) beskriver den deduktive forskningsstrategien i en trinnvis modell:

1. Start med å sette frem en tentativ ide, en forventning, en hypotese eller et sett av hypoteser som former en teori.
2. Ved hjelp av tidligere aksepterte hypoteser, eller ved å spesifisere forholdene hvor hypotesene er forventet å holde, konkluder en slutning eller et flertall av slutninger.
3. Utforsk konklusjonene og logikken i argumentene som underbygger konklusjonene. Sammenlign argumentene med eksisterende teorier for å se om det utgjør et fremskritt i vår forståelse. Dersom man er fornøyd med denne utforskingen, så:
4. Test konklusjonene ved å samle passende data; gjør de nødvendige observasjonene eller utfør nødvendige eksperimenter.
5. Dersom testen slår feil, for eksempel ved at dataene ikke er konsistente med konklusjonene, så må teorien være falsk. Dersom hypotesene ikke stemmer overens med dataene må de forkastes.
6. Dersom konklusjonen består testen, for eksempel ved at dataene er konsistente med konklusjonen, er teorien midlertidig støttet, den er bekreftet men ikke bevist sann.

4.2 KVANTITATIV METODE

I denne studien benyttes kvantitative metoder i datainnhenting. I følge Wadel (1991) er det tre særtrekk ved kvantitativ forskning som står i sterk kontrast til kvalitativ forskning:

- Bruk av spørreskjema/strukturerte intervjuer er den grunnleggende måten å innhente data på – ikke deltakende observasjon.
- Innhenting av data som går på, og som tillater, sammenligning av individer – i mindre grad samspill mellom individer.
- Et mer fastlagt forskningsopplegg hva angår både teori/hypotese, metode og hva som kan være data.

4.2.1 DATATYPER OG MÅLENIVÅ

Det er tre typer data som kan brukes i sosial forskning: primærdata, sekundærdata og tertiærdata. Primærdata er innhentet av forskeren selv, sekundærdata er innhentet av andre og bruk av forskeren i råform og tertiærdata er data innhentet og analysert av andre (Blaikie, 2010). I dette forskningsprosjektet har jeg (forskeren) selv innhentet primærdata. Ved å innhente data selv sikret jeg at dataene var tilpasset studiens hensikt. I tillegg til dette er jeg som forsker med på prosessen og har kontroll på både dataproduksjon og analyse.

Ved bruk av kvantitativ metode må forskeren bruke ulike målenivåer for variabler. Disse målenivåene er: nominal, ordinal, intervall og forholdstall. Nominal er det enkleste målenivået, og tildeler objekter, hendelser eller mennesker til kategorier basert på deres delte karakteristikk. Ordinal målenivå har samme egenskaper som nominal, men benytter seg i tillegg av en rangordning i kategoriene. Intervallene mellom kategoriene trenger derimot ikke være like. Intervall målenivå benytter seg av like intervaller mellom kategoriene, og åpner for mer sofistikerte matematiske manipulasjoner sett i forhold til nominal og ordinal. Det høyeste målenivået er forholdstall, som legger til et absolutt nullpunkt til intervall målenivå (Blaikie, 2010). I denne studien benyttes alle fire målenivå. Storsul og Staksrud (2012) viser forholdet mellom målenivå i Tabell 4-1- Variablers målenivå .

	FASTSLÅ LIKHEIT/ULIKHEIT	RANGORDNING	REELLE INTERVALLER	ABSOLUTT 0- PUNKT	EKSEMPEL
NOMINAL	JA	NEI	NEI	NEI	KJØNN
ORDINAL	JA	JA	NEI	NEI	UTDANNING
INTERVALL	JA	JA	JA	NEI	ÅRSTALL
FORHOLDSTALL	JA	JA	JA	JA	ANTALL/ALDER

TABELL 4-1- VARIABLERS MÅLENIVÅ (STORSUL & STAKSRUD, 2012).

4.2.2 SPØRREUNDERSØKELSE OG OPERASJONALISERING

I følge Blaikie (2010) kan data innhentes fra en naturlig setting, semi-naturlig setting, kunstig setting og fra sosiale artefakter. I en naturlig setting blir mennesker studert i den konteksten forskeren er interessert i. I en semi-naturlig setting er ikke menneskene direkte involvert i konteksten forskeren er interessert i, men blir for eksempel spurt *om* det forskeren er interessert i. En kunstig setting er for eksempel utførelse av et eksperiment. Data som ikke

hentes direkte fra mennesker kalles sosiale artefakter (Blaikie, 2010). I denne studien er det benyttet data som er hentet inn fra en semi-naturlig setting. Dette innebærer altså at respondentene blir spurt *om* det jeg lurer på.

I denne studien er en spørreundersøkelse benyttet som metode for datainnsamling. I følge Blaikie (2010) er spørreundersøkelser en av de vanligste metodene for datainnsamling i kvantitativ metode. Det er flere årsaker til at jeg har utført en spørreundersøkelse, blant annet for å kunne nå ut til ansatte i alle deler av organisasjonen. Ettersom caseorganisasjonen, Skatteetaten, er spredt på lokasjoner over hele landet er det praktisk å bruke spørreundersøkelser som kan distribueres og besvares over internett. Det å nå ut til ansatte i hele organisasjonen anser jeg som svært viktig, og spørreundersøkelse og kvantitativ metode var derfor mest hensiktsmessig å benytte i denne studien.

Utarbeidelsen av spørreundersøkelsen ble gjort på grunnlag av hypotesene som ble utledet underveis i kapittel 2. I den forbindelse var det nødvendig å operasjonalisere begrepene *finne*, *forstå* og *bruke det du finner* samt de tilhørende hypotesene. Operasjonalisering betyr å klargjøre hvordan en måling av en variabel skal gjennomføres i form av en indikator (Dahlum, Operasjonalisering, 2014).

”Å finne”

I denne studien blir graden av hvor enkelt det er å finne frem i teksten målt etter hvor godt inntrykk respondenten har av strukturen i teksten og hvorvidt oppfattelsen er lik i hele organisasjonen. Dette er en god indikator for ”å finne” fordi opplevelse av struktur gjerne henger tett sammen med hvordan det er å orientere og finne frem i teksten. Variasjon innad i organisasjonen er undersøkt ved å sammenligne inntrykket av strukturen i de ulike enhetene, for ulike roller og for aldersgrupper.

Hypotesen som tilhører begrepet ”finne” er som følger: ” *Original tekst oppleves å ha en bedre struktur enn kontrolltekst. Dette oppleves likt i alle deler av organisasjonen*”.

	INDIKATOR
STRUKTUR	PÅ EN SKALA FRA 1 TIL 10 (1 = SVÆRT DÅRLIG, 10 = SVÆRT GODT), HVILKET INNTRYKK HAR DU AV STRUKTUREN/OPPSETTET I DENNE TEKSTEN?
OPPLEVES LIKT I HELE ORGANISASJONEN	ENHET, ROLLE, ALDERSGRUPPE

TABELL 4-2 INDIKATORER FOR "Å FINNE"

"Å forstå"

Hvor enkel teksten er å forstå blir i denne studien målt etter to variabler; hvor godt respondenten synes det er å lese språket og hvor forståelig respondenten selv mener det er å forstå hva den aktuelle enheten gjør og hvilken kompetanse den innehar. Hypotesen som tilhører begrepet "forstå" er som følger: *"Det er enklere å forstå innholdet i original tekst enn i kontrolltekst, og språket oppleves som bedre å lese i original tekst enn i kontrolltekst"*.

	INDIKATOR
FORSTÅELIG	PÅ EN SKALA FRA 1 TIL 10 (1 = SVÆRT LITEN GRAD, 10 = SVÆRT STOR GRAD), I HVILKEN GRAD SYNS DU DET ER ENKELT Å FORSTÅ HVA ENHETEN GJØR OG HVILKEN KOMPETANSE DEN INNEHAR?
LESE SPRÅK	PÅ EN SKALA FRA 1 TIL 10 (1 = SVÆRT VANSKELIG, 10 = SVÆRT LETT), HVORDAN SYNS DU DET ER Å LESE SPRÅKET I DENNE TEKSTEN?

TABELL 4-3 INDIKATORER FOR "Å FORSTÅ"

"Å bruke det du finner"

I denne studien valgte jeg å måle sannsynligheten for at en leser vil bruke det han leser i teksten etter hvor relevant han anser innholdet for å være i forhold til seg og sin enhet. Hypotesen som tilhører begrepet "bruke det du finner" er som følger: *"Innholdet i original tekst oppleves som mer relevant for leseren enn innhold i kontrolltekst selv om meningsinnhold er det samme"*.

	INDIKATOR
RELEVANT	PÅ EN SKALA FRA 1 TIL 10 (1 = SVÆRT LITEN GRAD, 10 = SVÆRT STOR GRAD), I HVILKEN GRAD OPPFATTER DU AT DENNE ENHETEN ER RELEVANT FOR DEG OG DIN ENHET?

TABELL 4-4 INDIKATOR FOR "Å BRUKE DET DU FINNER"

"Lik stil og tone for likt innhold"

I tillegg til hypoteser i tilknytning til de tre bestanddelene av klarspråk (finne, forstå, bruke det du finner) ser studien på respondentenes holdninger til selve tiltaket "Enhetstekster". Dette måles etter to variabler; hvor nyttig respondenten mener en slik tekst er som kilde til informasjon om enheter og hvor bra de mener det er at det finnes en liknende tekst om alle

enheter. Hypotesen er som følger: ”Respondenten er mer positiv til at liknende tekster skal skrives med samme stil og tone når han har lest original tekst”.

	INDIKATOR
NYTTIG	PÅ EN SKALA FRA 1 TIL 10 (1 = SVÆRT LITEN GRAD, 10 = SVÆRT STOR GRAD), I HVILKEN GRAD TENKER DU DET ER NYTTIG MED EN SLIK TEKST SOM KILDE TIL INFORMASJON OM ANDRE ENHETER?
LIK TEKST OM ALLE ENHETER	PÅ EN SKALA FRA 1 TIL 10 (1 = SVÆRT LITEN GRAD, 10 = SVÆRT STOR GRAD), I HVILKEN GRAD TROR DU DET ER BRA AT ALLE INFORMASJONSTEKSTER OM ENHETER HAR LIKT OPPSETT OG SAMME SPRÅKLIGE TONE?

TABELL 4-5 INDIKATORER FOR "LIK STIL OG TONE FOR LIKT INNHOLD"

4.2.3 TVERRSNITT OG EKSPERIMENTELL STUDIE

I denne studien har jeg valgt å kombinere det Skog (2013) omtaler som henholdsvis tverrsnittstudier og eksperimentelle studier.

I følge Skog (2013) omtales eksperimentelle design som selve dronningen av design. Forskeren har selv kontroll på hvilke observasjon enheter som mottar de forskjellige påvirkningene, og ved randomisering kan observasjon enhetene være sammenlignbare. Med hensyn til tidsperspektivet for oppgaven har jeg utført dette eksperimentet ved hjelp av et tverrsnittstudie. Med å benytte seg av tverrsnittstudier kan man i følge Skog (2013) observere observasjon enhetene på ett tidspunkt. Forutsatt at eksperimentet er utført på en god måte vil den eneste forskjellen som eksisterer mellom gruppene være den påvirkningen man er interessert i å undersøke effekten av (Skog, 2013). I denne studien er utvalget blitt delt i fire ved bruk av randomisering (se eget avsnitt om populasjon og utvalg) for å kunne undersøke påvirkningen språk har på hvordan en tekst oppfattes og forstås. I neste delkapittel gjøres det rede for hvordan tekstene ble forberedt til bruk i spørreundersøkelsen.

4.2.4 FORBEREDELSE AV TEKSTER TIL EKSPERIMENT

I kapittel 3.3 beskrives tiltaket ”enhetstekster”. Jeg har valgt å bruke disse tekstene i arbeidet med denne studien. Av de informasjonstekstene som er ansett som ferdig foredlet og som er blitt publisert på intranett har jeg valgt ut to stykker. Jeg har valgt å kalle disse to enhetene for ”Enhet A” og ”Enhet B”. De to tekstene har deretter blitt redigert i ”feil” rekkefølge. Dette

betyr at jeg har gått inn og redigert tekstene for å gjøre dem mindre klare ved å gjøre det språklige råd og tips sier man *ikke* må gjøre. Jeg har beholdt meningsinnholdet i tekstene – det er bare språk og oppsett som er endret. I de originale tekstene finnes det et avsnitt kalt ”Visste du at”, som forteller ”fun facts” om den aktuelle enheten. Disse er tatt bort i både original tekst og kontrolltekst.

FIGUR 4-2: LIKSBEREGNER (SKRIFTLIG.NO, 2014)

Skala
< 30 – Veldig lettlest, som barnebøker
30–40 – Lettlest, som skjønnlitteratur eller ukeblader
40–50 – Middels vanskelig, som vanlig avistekst
50–60 – Vanskelig, vanlig verdi for offisielle tekster.
> 60 – Veldig tunglest byråkratspråk.

FIGUR 4-1: SKALA FOR LIKS (SKRIFTLIG.NO, 2014)

lesbarhetsindeks (Skriftlig.no, 2014).

I redigeringen av tekstene har jeg blant annet benyttet meg av en lesbarhetsindeks. Lesbarhetsindeks (Heretter Liks) er en indeks som brukes for å få en indikasjon på hvor lett eller vanskelig en tekst er å lese. En liksberegner måler kvantitet, ikke kvalitet, da den identifiserer lange ord og setninger og beregner en karakter basert på dette.

Liksberegneren har klare begrensninger, da ordenes/setningenes lengde alene ikke nødvendigvis gir grunnlag for å vurdere kvaliteten på teksten (Difi, 2016). Liks ble utviklet i Sverige av Carl Hugo Björnsson på 1960-tallet, og er Skandinavia mest brukte

I *Figur 4-2: Liksberegner* ser man et utklipp fra Skriftlig.no som viser en liksberegner. Teksten limes inn i den tomme ruten og analyseres ved å trykke på knappen "Analysere". Analysen gir den en tallverdi på en skala mellom 0 og 100. Skalaen med tilhørende forklaringer kan man se i *Figur 4-1: Skala for LIKS*

I *Tabell 4-6- Tekstenes egenskaper* beskrives egenskapene til de ulike versjonene av de to tekstene.

	ENHET A		ENHET B	
ORIGINAL	LIKS VERDI	40	LIKS VERDI	46
	SPRÅKLIGE VIRKEMIDLER		SPRÅKLIGE VIRKEMIDLER	
	DENNE TEKSTEN REGNES FOR Å FØLGE SKATTEETATENS		DENNE TEKSTEN REGNES FOR Å FØLGE SKATTEETATENS	
	RETNINGSLINJER FOR STIL OG TONE		RETNINGSLINJER FOR STIL OG TONE	

KONTROLLTEKST	LIKS VERDI	55	LIKS VERDI	62
	SPRÅKLIGE VIRKEMIDLER <ul style="list-style-type: none"> - UPERSONLIG (TATT BORT OSS, DEG, VI) - SATT INN BUZZWORDS (OVERFLØDIGE ORD) - FJERNET PUNKTLISTER - SLÅTT SAMMEN TIL FÆRRE AVSNITT - FJERNET OVERSKRIFTER - FJERNET FØRSTE SETNING (INTRO) 		SPRÅKLIGE VIRKEMIDLER <ul style="list-style-type: none"> - UPERSONLIG (TATT BORT OSS, DEG, VI) - SATT INN BUZZWORDS (OVERFLØDIGE ORD) - FJERNET PUNKTLISTER - SLÅTT SAMMEN TIL FÆRRE AVSNITT - FJERNET OVERSKRIFTER - FJERNET FORKORTELSER 	

TABELL 4-6- TEKSTENES EGENSKAPER

Hver gruppe som mottok spørreundersøkelsen fikk se og lese én tekst og ble bedt om å svare på spørsmål om denne teksten. I *Tabell 4-7- Gruppe/Tekst oversikt* ser man oversikt over hvilken gruppe som mottok hvilken tekst.

GRUPPE	TEKST MOTTATT
GRUPPE 1	ENHET A, ORIGINAL
KONTROLLGRUPPE 1	ENHET A, KONTROLLTEKST
GRUPPE 2	ENHET B, ORIGINAL
KONTROLLGRUPPE 2	ENHET B, KONTROLLTEKST

TABELL 4-7- GRUPPE/TEKST OVERSIKT

Ved å sammenligne resultatene fra de to gruppene som har mottatt tekst om samme enhet vil man kunne observere eventuelle reaksjoner på språket da meningsinnholdet er det samme. Den eventuelle forskjellen som oppstår kan med stor sikkerhet skyldes at de har fått forskjellige tekster fordi utvalget som mottar tekstene er blitt tilfeldig delt inn. Årsaken til at jeg har valgt å bruke tekster om to ulike enheter er for å kunne ha muligheten til å observere om de samme forholdene kan observeres mellom gruppe 1 og kontrollgruppe 1 som i gruppe 2 og kontrollgruppe 2.

4.3 UTVALG

Valg av datakilder er et kritisk steg i all forskning. Noen forskningsprosjekter vil samle inn data fra en hel populasjon, mens andre vil velge ut spesifikke medlemmer, et utvalg, av populasjonen. Dersom man velger å bruke et utvalg av populasjonen er det viktig å vurdere mulighetene for generalisering av resultatene. Utvelgingsmetodene kan være sannsynlige og ikke-sannsynlige, og det kan også benyttes kombinasjoner av disse. Data fra ikke-sannsynlige utvalg kan ikke generaliseres tilbake til noen populasjon (Blaikie, 2010).

Populasjonen i denne studien er definert som alle ansatte i Skatteetaten, og populasjonen består dermed av over 6800 ansatte. Jeg har foretatt et utvalg fra denne populasjonen på 2000 ansatte.

Det finnes flere metoder for utvalg fra populasjoner, og de ulike metodene er spredt over to dimensjoner: sannsynlig/ikke-sannsynlig og enkeltfase/flerfase (Blaikie, 2010). I mitt studie har jeg benyttet meg av et flerfaseutvalg ved bruk av enkelt tilfeldig utvalg. Enkelt tilfeldig utvalg (eng. Simple random sampling) involverer en seleksjonsprosess som gir alle elementer i populasjonen lik mulighet for å bli valgt. Dette garanterer ikke nødvendigvis eksakt representasjon av populasjonen. Enkelt tilfeldig utvalg krever at alle elementer i utvalget kan bli nummerert (Blaikie, 2010).

Jeg har tatt et utvalg basert på en liste over alle ansatte i Skatteetaten i Excel. Før randomisering av listen ble ansatte fra Enhet A og Enhet B fjernet fra listen. Ettersom tekstene som brukes i undersøkelsen er informasjonstekster om Enhet A og Enhet B ønsket jeg ikke å inkludere dem i utvalget. Jeg satte opp en kolonne med tilfeldige tall som jeg deretter sorterte etter størrelse. Da tallene er tilfeldige i størrelse vil dette rotere listen over ansatte i en tilfeldig rekkefølge. Når dette var gjort ble de 2000 første radene trukket ut som utvalg.

Det totale utvalget på 2000 ansatte ble igjen delt inn i fire grupper. Ettersom utvalget allerede sto oppført i en tilfeldig rekkefølge delte jeg inn i grupper basert på radnummer:

GRUPPE 1	RAD 1-500
KONTROLLGRUPPE 1	RAD 501-1000
GRUPPE 2	RAD 1001-1500
KONTROLLGRUPPE 2	RAD 1501-2000

I Tabell 4-8 - *Fordeling av utvalget* ser man en oversikt over hvem som mottok spørreundersøkelsen, fordelt på gruppenummer og hvor de jobber. Konsulentene er representert med egen rad. Konsulentene kan ha arbeidssted på hvilket som helst av de nevnte arbeidsstedene i Tabell 4-8 - *Fordeling av utvalget*.

ARBEIDSSTED	POPULASJON	UTVALG	GRUPPE 1	KONTR. 1	GRUPPE 2	KONTR. 2
SKATTEDIREKTORATET (SKD)	365	110 (30% AV POPULASJON)	27 (25% AV UTVALG)	30 (27% AV UTVALG)	25 (23% AV UTVALG)	28 (25% AV UTVALG)
SKATTEETATENS IT- OG SERVICEPARTNER (SITS)	976	292 (30% AV POPULASJON)	73 (25% AV UTVALG)	79 (27% AV UTVALG)	74 (25% AV UTVALG)	66 (23% AV UTVALG)
SKATT NORD	502	143 (28% AV POPULASJON)	26 (18% AV UTVALG)	40 (28% AV UTVALG)	40 (28% AV UTVALG)	37 (26% AV UTVALG)
SKATT MIDT	586	166 (28% AV POPULASJON)	52 (31% AV UTVALG)	34 (20% AV UTVALG)	37 (22% AV UTVALG)	43 (26% AV UTVALG)
SKATT VEST	1068	309 (29% AV POPULASJON)	91 (29% AV UTVALG)	67 (22% AV UTVALG)	78 (25% AV UTVALG)	73 (24% AV UTVALG)
SKATT SØR	778	218 (28% AV POPULASJON)	57 (26% AV UTVALG)	49 (22% AV UTVALG)	54 (25% AV UTVALG)	58 (27% AV UTVALG)
SKATT ØST	1535	451 (29% AV POPULASJON)	95 (21% AV UTVALG)	120 (27% AV UTVALG)	121 (27% AV UTVALG)	115 (25% AV UTVALG)
SENTRALSKATTEKONTORET FOR STORBEDRIFTER (SFS)	133	36 (27% AV POPULASJON)	10 (28% AV UTVALG)	10 (28% AV UTVALG)	8 (22% AV UTVALG)	8 (22% AV UTVALG)
STATENS INNKREVINGSSENTRAL (SI)	348	117 (34% AV POPULASJON)	26 (22% AV UTVALG)	34 (29% AV UTVALG)	27 (23% AV UTVALG)	30 (26% AV UTVALG)
OLJESKATTEKONTORET	49	15 (31% AV POPULASJON)	5 (33% AV UTVALG)	3 (20% AV UTVALG)	4 (27% AV UTVALG)	3 (20% AV UTVALG)
SKATTEOPPLYSNINGEN (SOL)	322	96 (30% AV POPULASJON)	26 (27% AV UTVALG)	20 (21% AV UTVALG)	21 (22% AV UTVALG)	29 (30% AV UTVALG)
KONSULENT	180	47 (26% AV POPULASJON)	12 (26% AV UTVALG)	14 (30% AV UTVALG)	11 (11% AV UTVALG)	10 (21% AV UTVALG)
TOTALT	6842	2000	500	500	500	500

TABELL 4-8 - FORDELING AV UTVALGET

4.4 DATAINNSAMLING

I følge Blaikie (2010) er det ikke bare viktig å gjøre et tilfeldig utvalg, det er også veldig viktig å forsøke å få en høy responsrate. Dette er spesielt viktig når forskningen er basert på et utvalg. Jeg var usikker på hva jeg kunne forvente av svarrate, men jeg hørte folk prate om alt fra 3 til 50 %. Jeg visste ikke hvor jeg skulle legge mine forventninger. Det som var klart var at jeg måtte bruke god tid på å gjøre de nødvendige forberedelsene slik at jeg kunne maksimere responsraten på denne studien.

For å skaffe en så høy responsrate som mulig ble det brukt mye tid på utvikling av informasjonstekst som skulle stå i e-post. Jeg benyttet meg av kunnskapen hos de rundt meg, og hadde ”testrunder” med ulike versjoner av informasjonsteksten. Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste (NSD) hadde krav for hva som skulle inngå i en informasjonstekst, og disse kravene var oppfylt i alle versjonene som ble ”testet”. Den endelige informasjonsteksten informerte om hvem jeg var, hva spørreundersøkelsen skulle brukes til, hvordan både jeg og min veileder kunne kontaktes samt at forskningsprosjekter er meldt til NSD. I tillegg til dette ble spørreundersøkelsen gjennomgått og til slutt sendt ut fra en godkjent avsender i Skatteetaten (se avsnitt om Confrimit). Dette ble det også informert om i informasjonsteksten. Fokus og tid ble brukt på informasjonsteksten for å gi den ansatte som mottok spørreundersøkelsen troverdighet til både forskningen og lenken.

Skatteetaten har avtale med Confrimit, et system for utsendelse av undersøkelser og innsamling av data. Jeg fikk ikke tilgang til å sette opp og sende ut/motta undersøkelsen selv, men jeg fikk veldig god hjelp av en ansatt med tilgang til systemet. Hun satte opp testundersøkelse som blant annet ble brukt til intern godkjenning, og hjalp meg blant annet med tilgang til liste over ansatte. Når godkjenningene kom på plass fra internt hold og fra NSD ble spørreundersøkelsen satt opp i sin helhet og sendt ut til respondentene av henne. Etersom hun er godkjent avsender internt i Skatteetaten øker dette troverdighet og har sannsynligvis bidratt til økt responsrate.

Svartiden var på 8 virkedager, med to påminnelser underveis. Påminnelser underveis i svartiden bidro også til en økt responsrate. Av populasjonen på 2000 ansatte svarte 856. Dette tilsvarer en responsrate på 43%.

4.5 ANALYSE

I følge Blaikie (2010) er data brukt i to hovedformer; tall eller ord. Ved bruk av spørreundersøkelse blir resultatene oppsummert ved bruk av tall, men man trenger ord for å kunne analysere disse tallene. Blaikie (2010) hevder med det at kvantitative studier begynner med ord som deretter blir omgjort til tall. Disse tallene blir manipulert i ulike statistikker før de deretter blir presentert med både tall og ord. Prosessen ser altså noen lunde slik ut:



Men hvem sine ord er det man ender opp med til slutt? I tilfeller der svar skal gis blant et sett av forhåndsbestemte kategorier, er både spørsmål og svar forskerens ord. Respondentene blir bedt om å tolke disse ordene. Foddy og Pawsom (i Blaikie 2010) hevder dette er en prosess som krever mer oppmerksomhet og forståelse enn det som er vanlig.

Datareduksjon transformerer rådata til en form der de kan analyseres (Blaikie, 2010). Jeg har benyttet meg av analyseprogrammet SPSS i datareduksjonsprosessen.

I et eksperimentelt studie, slik som denne, der man er interessert i å se om eksperimentet kan vise til ulikheter mellom gruppene eller ikke er det hensiktsmessig å benytte seg av hypoteseprøving ved bruk av t-test. I følge Skog (2013) følger hypoteseprøvingen en deduktiv metode som starter med en klart definert nullhypotese og en alternativ hypotese. Nullhypotesen antar at det IKKE er avvik mellom to gjennomsnitt, mens den alternative hypotesen antar at det finnes avvik. I følge Skog (2013) kan man skrive nullhypoteser og alternative hypoteser som vist i Tabell 4-9 – Nullhypotese og alternativ hypotese.

TABELL 4-9 – NULLHYPOTESE OG ALTERNATIV HYPOTESE

NULLHYPOTESE	ALTERNATIV HYPOTESE
$H_0: G_1 = G_2$	$H_A: G_1 \neq G_2$
ELLER	ELLER
$H_0: G_1 - G_2 = 0$	$H_A: G_1 - G_2 \neq 0$

Med nullhypotesen som utgangspunkt defineres en testobservator. En testobservator er en størrelse som måler hvor mye resultatet i utvalget avviker fra forventninger dersom nullhypotesen er korrekt (Skog, 2013). Man må bestemme sannsynlighetsfordelingen for testobservatoren, som betyr at man må bestemme hvor store avvik man er villig til å akseptere som tilfeldigheter. Denne sannsynligheten kalles testens signifikansnivå, eller p-verdi. Dersom testobservatoren overstiger den valgte verdien forkastes nullhypotesen (Skog, 2013).

Ved å velge et strengt signifikansnivå reduserer man sjansene for å akseptere en nullhypotese feilaktig, men i følge Skog (2013) er det viktig å veie sjansen for å forkaste og akseptere hypoteser på feilaktig grunnlag opp mot hverandre. I denne studien er signifikansnivået satt til 5 %. Dersom p-verdien er mindre enn 0.05 forkastes nullhypotesen ($p < 0.05$), hvis ikke finnes det ikke empiriske funn som tilsier at nullhypotesen skal forkastes – resultatene er ikke statistisk signifikante.

En t-test brukes for sammenligning av to gjennomsnitt (Skog, 2013). En t-test forutsetter to separate sannsynlighetsutvalg, men i følge Skog (2013) er det ikke nødvendig at utvalgene er trukket fra distinkte eller uavhengige populasjoner. Dette betyr at de to sannsynlighetsutvalgene bare må være uavhengige av hverandre.

Det blir også benyttet en variansanalyse, eller One-way ANOVA. En variansanalyse er en statistisk metode som benyttes i analyse av resultater der flere faktorer gjør seg gjeldende samtidig (Bjørnstad, 2009). I følge Skog (2013), som også kaller denne analysen for en F-test, kan variansanalysen bidra til å sammenligne differanse mellom og innenfor grupper.

4.6 STYRKER OG SVAKHETER

I arbeidet med et forskningsdesign er det viktig å tenke over og evaluere styrker og svakheter ved designet. Å nevne hvilke problemer som muligens kan oppstå og hvordan disse eventuelt vil bli håndtert er nyttig (Blaikie, 2010).

4.6.1 STYRKER

En av styrkene i forskningsdesignet er at dataene som brukes i analysen er primærdata. I følge Blaikie (2010) øker vanskelighetsgraden for vurdering av dataenes kvalitet jo lengre bort fra datainnsamlingen forskeren kommer. Ved å bruke primærdata vet jeg at dataene er tilpasset målene for forskningen. Jeg har også hatt kontroll over dataproduksjon og analyse.

Å benytte Skatteetaten som caseorganisasjon er en styrke i denne studien. Studien får en potensiell overføringsverdi til andre statlige etater, som Statens Vegvesen, NAV og Politidirektoratet for å nevne noen. Å arbeide fra innsiden av caseorganisasjonen har vært en styrke. Det har vært en klar fordel for meg å jobbe med oppgaven i Skatteetatens lokaler. Jeg har hatt folk rundt meg som har vist interesse og som har hjulpet meg med mange av de problemstillingene jeg har møtt på underveis.

Bruk av et eksperimentelt design er en styrke ved denne studien ved at eventuelle funn med stor sannsynlighet kan knyttes til språk på grunn av tilfeldig utvalg. Det er også en styrke at de samme observasjonene blir gjort ved to forskjellige sett med tekster.

4.6.2 SVAKHETER

Med å benytte kvantitativ metode risikerer man å feiltolke resultater fordi dataene har gått fra ord til tall og tilbake til ord. I tillegg til dette blir respondenten bedt om å tolke forskerens forhåndsbestemte kategorier og svaralternativer. Det er ikke nødvendigvis slik at forsker og respondent har samme tolkning, og feilslutninger kan derfor enkelt oppstå.

Tidsperspektivet på fem og en halv måned er noe knapt i arbeidet med en masteroppgave, og det har ført til at jeg har sett det som nødvendig å utføre et tverrsnittstudie. Hadde jeg hatt bedre tid ville jeg nok utført flere spørreundersøkelser på ulike tidspunkt. Det ville nok bidratt til å øke forskningens validitet.

Selv om eksperimentelt design er en styrke finnes det også svakheter i tilknytning til dette. I denne studien er det en svakhet at respondentene blir satt i en kunstig situasjon og bedt om å svare på spørsmål. Ved å sette respondentene i en slik situasjon kan man, i følge Skog (2013), risikere at situasjonen blir så kunstig at den har liten eller ingen relevans for det studien undersøker. Det er benyttet informasjonstekster om to enheter i denne studien. Innholdet i en slik tekst vil alltid være mer aktuelt for noen enn for andre. Et større eksperiment med flere tekster fra ulike enheter vil kunne bidra til å minske størrelsen på denne faktoren.

4.6.3 VALIDITET

I følge Skog (2013) handler validitet om hvordan man skal unngå fallgruver underveis i forskningen. Midtbø (2013) hevder validitet handler om vi måler det vi faktisk ønsker å måle. Validitet deles gjerne opp i to deler, indre og ytre validitet.

Indre validitet sier noe om muligheten en studie gir for at resultatene kan forklares gjennom den antatte hypotesen (Dahlum, Validitet, 2015). Bruken av et eksperimentelt design øker denne studiens indre validitet. Ved å dele utvalget inn i fire tilfeldig sammensatte grupper reduserer jeg mulighetene for at resultatene kan forklares gjennom annet enn den antatte hypotesen. Det er derimot et viktig moment at et eksperiment er en kunstig situasjon. Dette er en utfordring i forhold til å trekke slutninger om hva som vil skje i virkelige situasjoner. Det at de originale tekstene som er benyttet er ”ekte” tekster fra caseorganisasjonen bidrar til at denne utfordringen blir mindre.

Ytre validitet sier noe om studien kan generalisere til å gjelde en større mengde data enn det studien undersøkte (Dahlum, Validitet, 2015). Jeg mener at antallet respondenter i denne studien er høyt nok til å kunne gi resultater som kan generaliseres tilbake til populasjonen. Jeg vil hevde at resultatene kan være aktuelle for og ha en overføringsverdi til andre store, offentlige organisasjoner.

Relabilitet er, i følge Midtbø (2013), et spørsmål om hvorvidt resultatene er konsistente og nøyaktige. Jeg mener at den eksperimentelle metoden øker studiens relabilitet. Ved å dele utvalget inn i fire tilfeldig sammensatte grupper reduserer jeg effekten av eventuelle andre faktorer som kan påvirke hvordan respondenten svarer. Denne studien baserer seg på et tverrsnittstudie. Ved å utføre samme spørreundersøkelse igjen etter en viss tid vil studiens

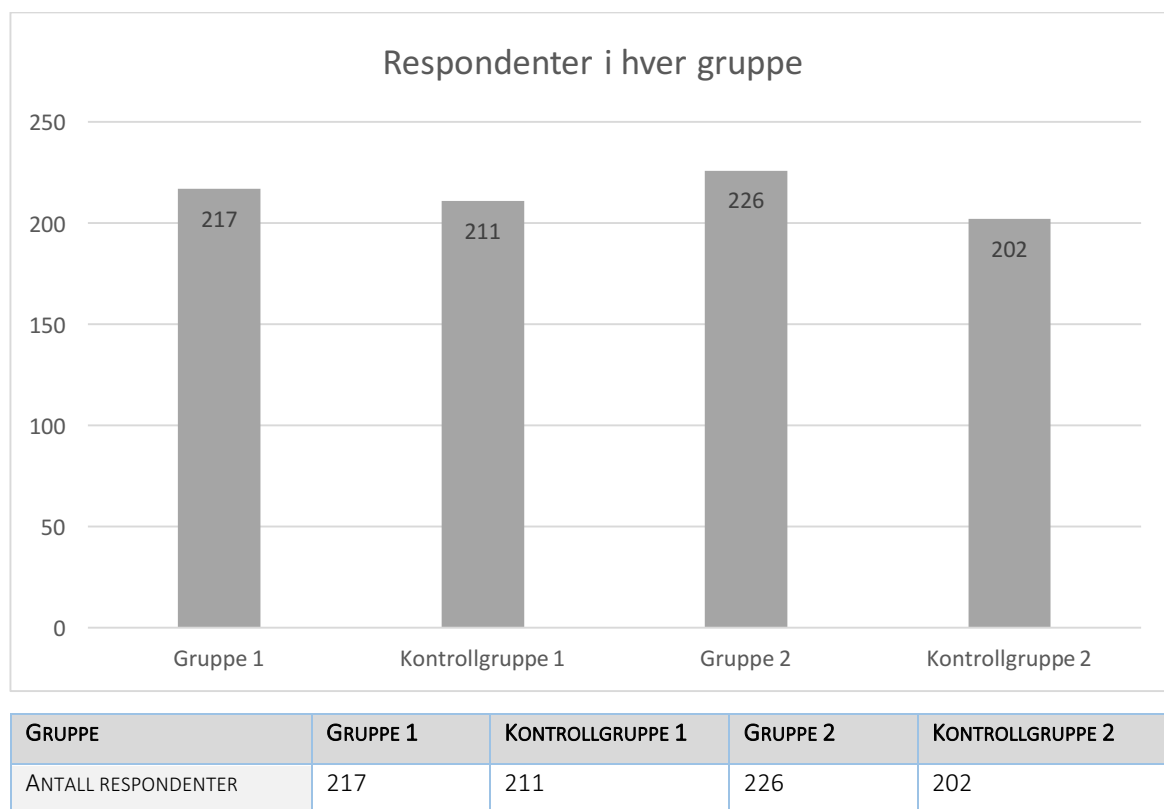
relabilitet bekrefte eller forsterkes. Studiens relabilitet forsterkes av det faktum at respondentene bare skulle lese én tekst og svare på spørsmål i tilknytning til denne. Respondenten skulle for eksempel ikke sammenligne original tekst og kontrolltekst. Det er et forsøk som sannsynligvis ville gitt andre resultater enn det som foreligger i denne studien.

5 ANALYSE OG RESULTATER

I dette kapitlet vil det først bli presentert en oversikt over demografien blant respondentene i datainnsamlingen. Deretter går jeg gjennom én og én hypotese og drøfter funn opp mot disse. Resultatene og observasjoner fra analysene av hypotese A-D oppsummeres og drøftes videre i i kapittel 6.

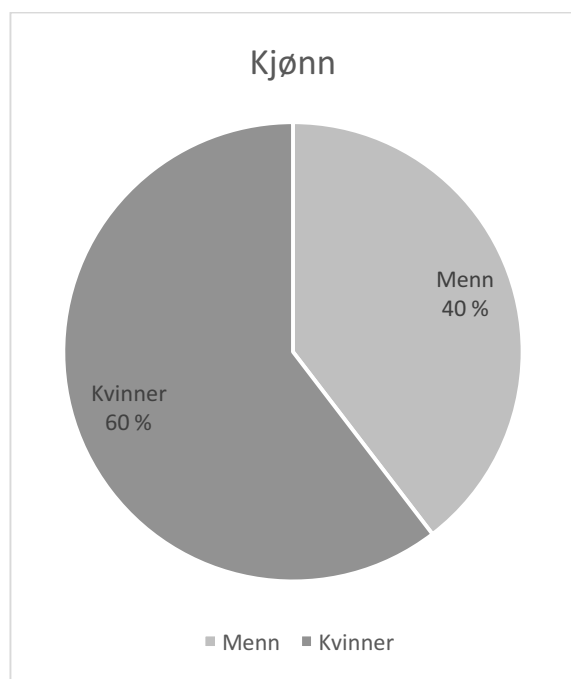
5.1 DEMOGRAFI BLANT RESPONDENTENE

I dette delkapitlet presenteres utvalgt demografi som beskriver respondentene i datainnsamlingen. Som beskrevet i metodekapitlet er det blitt utført et tilfeldig utvalg og en tilfeldig inndeling i grupper. Det vil alltid være muligheter for at tilfeldigheter kan gi ujevne grupper, og det er derfor hensiktsmessig å gjøre rede for demografien også på gruppenivå.

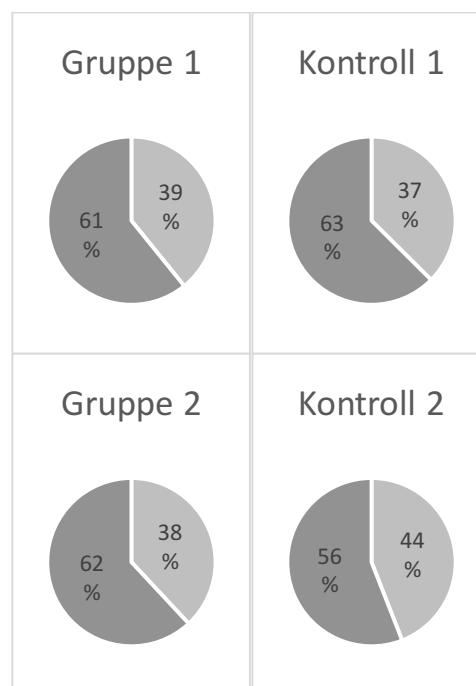


FIGUR 5-1 RESPONDENTER I HVER GRUPPE

Av de to tusen som var i utvalget svarte som nevnt 856 stykker på spørreundersøkelsen. Respondentene er jevnt fordelt på de fire gruppene. Den jevne fordelingen gir et godt sammenlikningsgrunnlag i analysen. I *Figur 5-1 Respondenter i hver gruppe* kan man se antall respondenter fordelt på de aktuelle gruppene.



FIGUR 5-2 KJØNN



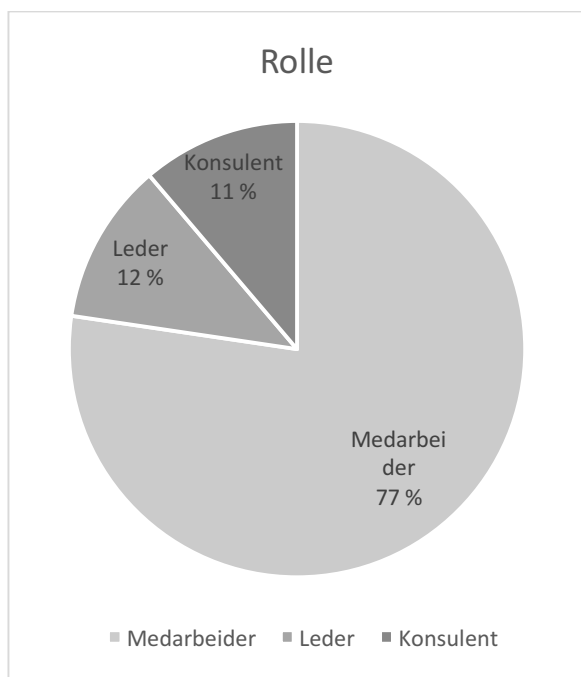
FIGUR 5-3 – KJØNN PÅ GRUPPENIVÅ

	TOTALT	GRUPPE 1	KONTROLLGRUPPE 1	GRUPPE 2	KONTROLLGRUPPE 2
KVINNER	60 %	61 %	63 %	62 %	56 %
MENN	40 %	39 %	37 %	38 %	44 %

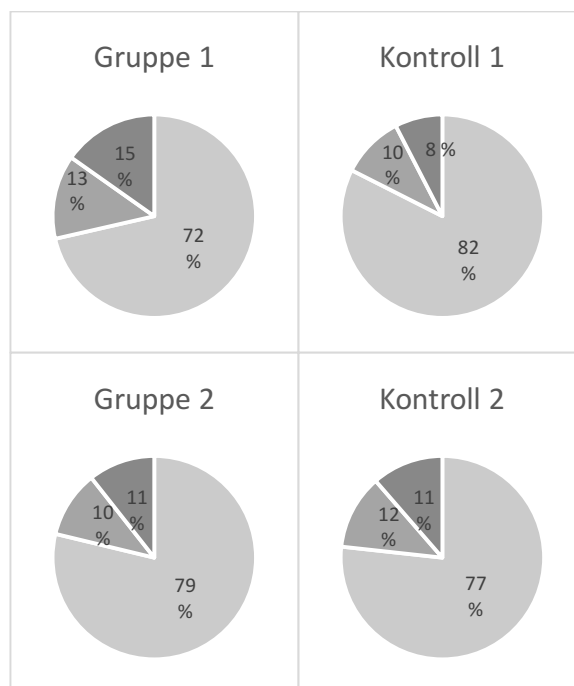
Av de 856 som svarte er 517 kvinner og 339 menn. Som man kan se i figur *Figur 5-2 Kjønn* utgjør dette 60 % kvinner og 40 % menn. Som man kan se i *Figur 5-3 – Kjønn på gruppenivå* er det blitt en jevn fordeling på gruppene med noen små variasjoner. Blant annet kan man se at det er litt flere menn og litt færre kvinner i kontrollgruppe 2 enn i de resterende tre gruppene.

Fordelingen blant rollene medarbeider, konsulent og leder ser ut til å gjenspeile en naturlig fordeling i caseorganisasjonen. 662 har oppgitt at de jobber som medarbeider, 98 at de jobber som leder og 96 at de jobber som konsulent. Dette utgjør henholdsvis 77 %, 12 % og 11 % og

er visualisert i *Figur 5-4 Rolle*. I *Figur 5-5 Rolle på gruppenivå* ser man fordeling av roller på gruppenivå. Prosentandelene varierer noe, men holder seg tett på rollefordeling for utvalget som helhet.



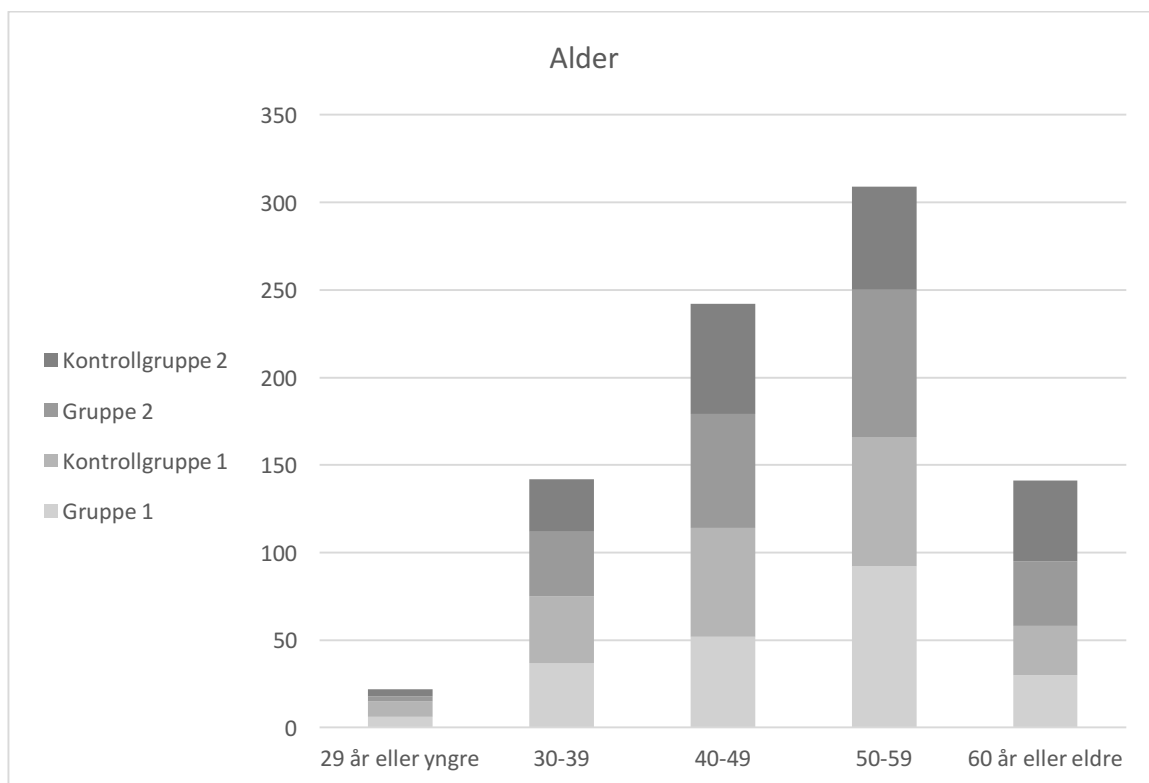
FIGUR 5-4 ROLLE



FIGUR 5-5 ROLLE PÅ GRUPPENIVÅ

	TOTALT	GRUPPE 1	KONTROLLGRUPPE 1	GRUPPE 2	KONTROLLGRUPPE 2
MEDARBEIDER	77 %	72 %	82 %	79 %	77 %
LEDER	12 %	13 %	10 %	10 %	12 %
KONSULENT	11 %	15 %	8 %	11 %	11 %

I figur *Figur 5-6 Alder* kan man se aldersfordelingen blant respondentene. Aldersspredningen blant respondentene gjenspeiler populasjonen på en god måte og er samtidig jevnt fordelt på gruppene, og er med det et godt utgangspunkt for analysen.



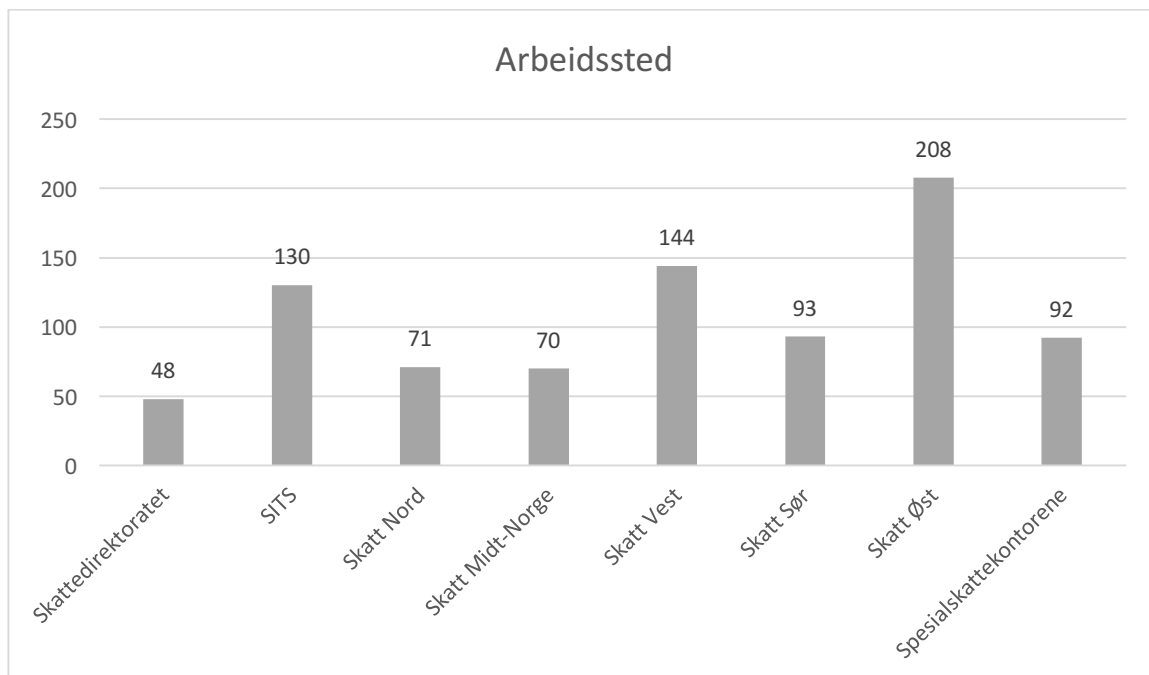
% AV ALDERSGRUPPE	29 ÅR ELLER YNGRE	30-39 ÅR	40-49 ÅR	50-59 ÅR	60 ÅR ELLER ELDRE
GRUPPE 1	27 %	26 %	21 %	30 %	21 %
KONTROLLGRUPPE 1	41 %	27 %	26 %	24 %	20 %
GRUPPE 2	14 %	26 %	27 %	27 %	26 %
KONTROLLGRUPPE 2	18 %	21 %	26 %	19 %	33 %

FIGUR 5-6 ALDER

Figur 5-7 Arbeidssted viser fordelingen på arbeidssted blant respondentene. Når man sammenlikner denne figuren med *Tabell 4-8 - Fordeling av utvalget* kan man se at prosentandelen som har svart er omtrent likt på alle arbeidstedene og ligger rundt 40 %.

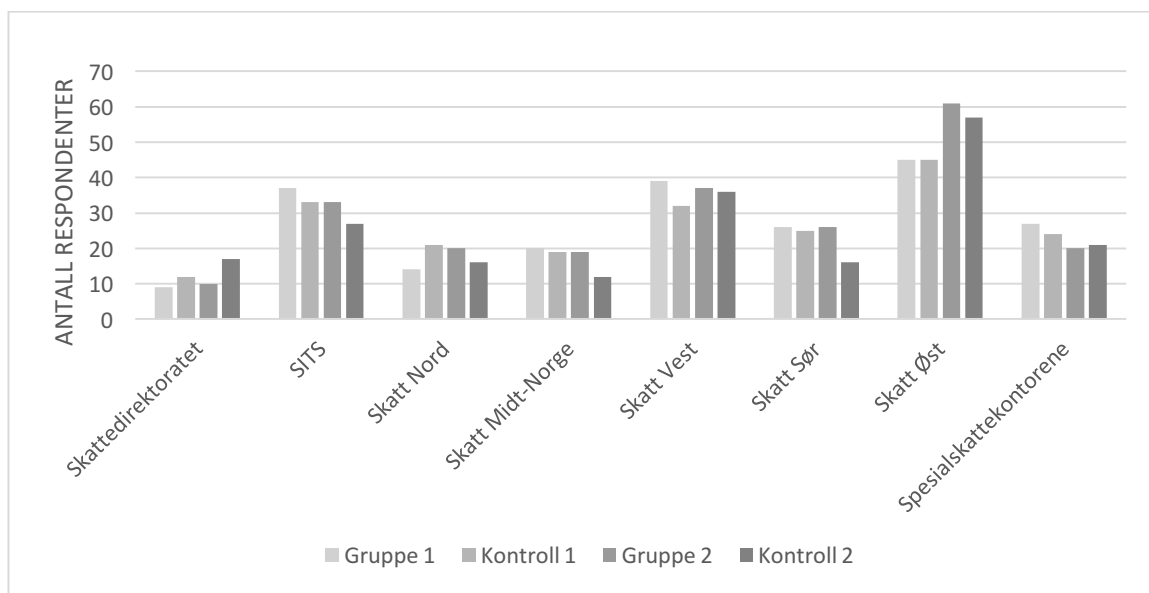
På grunn av et lavt antall respondenter i enkelte av enhetene har jeg valgt å slå sammen respondentene fra Sentralskattekontoret for storbedrifter, Statens innkrevingsentral,

Oljeskattekontoret og Skatteopplysningen. Disse vil heretter bli referert til som *Spesialskattekontorene*.



	SKD	SITS	SKATT NORD	SKATT MIDT-NORGE	SKATT VEST	SKATT SØR	SKATT ØST	SPESIAL SKATTEKONTORENE
ANTALL RESPONDENTER	48	130	71	70	144	93	208	92

FIGUR 5-7 ARBEIDSSTED



% AV ENHET	SKD	SITS	SKATT NORD	SKATT MIDT-NORGE	SKATT VEST	SKATT SØR	SKATT ØST	SPESIAL SKATTEKONTORENE
GRUPPE 1	19 %	28 %	20 %	29 %	27 %	28 %	22 %	29 %
KONTROLLGRUPPE 2	25 %	25 %	30 %	27 %	22 %	27 %	22 %	26 %
GRUPPE 2	21 %	25 %	28 %	27 %	26 %	28 %	29 %	22 %
KONTROLLGRUPPE 2	35 %	21 %	23 %	17 %	25 %	17 %	27 %	23 %

FIGUR 5-8 – ARBEIDSSTED PÅ GRUPPENIVÅ

5.2 HYPOTESE A

Original tekst oppleves å ha en bedre struktur enn kontrolltekst. Dette oppleves likt i alle deler av organisasjonen.

I studien ble respondentene spurt om hvilket inntrykk de hadde av strukturen og oppsettet i den teksten de leste. I analysen ble det konstruert følgende nullhypotese og tilhørende alternativ hypotese:

H_0 : Det er ingen forskjell i inntrykk av struktur/oppsett mellom original tekst og kontrolltekst.

H_1 : Det er forskjell i inntrykk av struktur/oppsett mellom original tekst og kontrolltekst.

Resultatene fra analyse viser at gruppene som fikk lese originale tekster hadde et bedre inntrykk av strukturen og oppsettet i teksten enn de gruppene som fikk lese kontrolltekster. På en skala fra 1 til 10 (1= svært dårlig, 10 = svært godt) var gjennomsnittet (heretter G) fra respondentene som fikk lese originale tekster 6,05, mens gjennomsnittet fra respondentene som fikk lese kontrolltekstene var 4,31. Dette resultatet er statistisk signifikant da p -verdien er 0.000 og med det mindre enn den fastsatte grensen for studien når signifikansnivået er satt til 5 % ($p < 0,05$). Fordi resultatet er mindre enn 0,05 forkastes nullhypotesen, og gir støtte til den alternative hypotesen om at det er forskjell i det inntrykket respondentene har av strukturen og oppsettet i original tekst enn i kontrolltekst. Det er den originale teksten som foretrekkes og som får bedre poengscore.

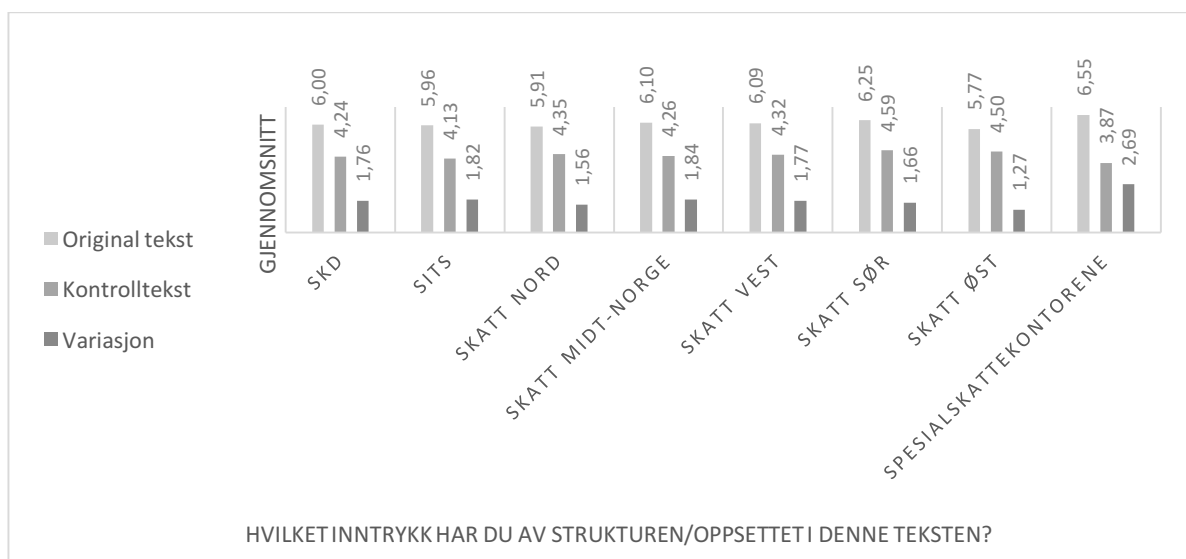
P-VERDI	ORIGINAL TEKST (GRUPPE 1 OG 2)	KONTROLLTEKST (KONTROLLGRUPPE 1 OG 2)
0.000	G: 6,05	G: 4,31

Ved å dele opp analysen i gruppe 1/kontrollgruppe 1 og gruppe 2/kontrollgruppe 2 ser man at resultatene varierer i større grad mellom gruppe 1 og kontrollgruppe 1 ($G_{\text{Gruppe1}}=6,62$, $G_{\text{Kontrollgruppe1}}=4,31$, $p < 0,05$) enn mellom gruppe 2 og kontrollgruppe 2 ($G_{\text{Gruppe2}}=5,49$, $G_{\text{Kontrollgruppe2}}=4,31$, $p < 0,05$). Differansen er likeså statistisk signifikant i begge tilfeller.

P-VERDI	ORIGINAL TEKST	KONTROLLTEKST
GRUPPE 1 OG KONTROLLGRUPPE 1		
0.000	G: 6,62	G: 4,31
GRUPPE 2 OG KONTROLLGRUPPE 2		
0,000	G: 5,49	G: 4,31

I Figur 5-9 – Inntrykk av struktur/Oppsett (etter enheter) ser man resultatene fra spørsmålet respondentene fikk om hvilket inntrykk de hadde av struktur og oppsett i teksten inndelt etter hvilket enhet de jobber i. Fra denne tabellen kan man se at resultatene viser til at inntrykkene så å si er de samme uavhengig av hvilken enhet respondenten tilhører.

Det største avviket i disse resultatene kommer fra Spesialskattekontorene. Spesialskattekontorene har den største differansen i poengscore mellom original tekst og kontrolltekst (Differanse = 2,6865), og er i tillegg den gruppen som gir høyest poengscore til original tekst ($G_{\text{Spesialskattekontorene}}=6,5532$) og lavest til kontrolltekstene ($G_{\text{Spesialskattekontorene}}=3,8667$). Ved t-test av dummyvariabel Spesialskattekontor (1) og de resterende enhetene (0) er p-verdien $> 0,05$ ($P_{\text{Originaltekst}}=0,124$, $P_{\text{Kontrolltekst}}=0,169$), og ulikheten mellom spesialskattekontorene og resten av enhetene er med det ikke statistisk signifikant.



	SKD	SITS	SKATT NORD	SKATT MIDT-NORGE	SKATT VEST	SKATT SØR	SKATT ØST	SPESIALSKATTEKONTORENE
ORIGINAL TEKST	6,00	5,96	5,91	6,10	6,09	6,25	5,77	6,55
KONTROLLTEKST	4,24	4,13	4,35	4,26	4,32	4,59	4,50	3,87
DIFFERANSE	1,76	1,76	1,56	1,84	1,77	1,66	1,27	2,69

FIGUR 5-9 – INNTRYKK AV STRUKTUR/OPPSETT (ETTER ENHETER)

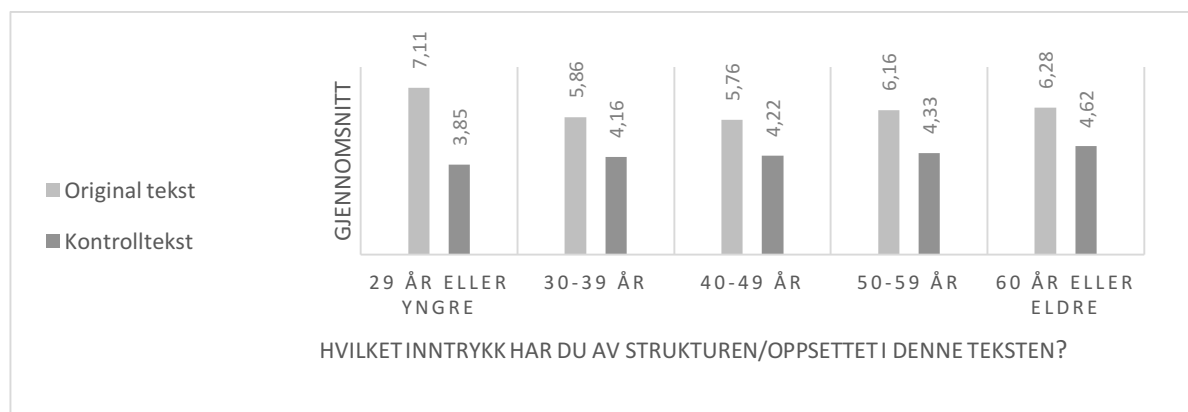
I variansanalyse av enhetene i spørsmålet om hvilket inntrykk de hadde av strukturen/oppsettet i teksten kommer det frem at det ikke er noen signifikant forskjell mellom gjennomsnittene i de ulike enhetene. Det ble utført analyse av gjennomsnittet fra både original og kontrolltekst samt oppdelt med gjennomsnittene fra original tekst og kontrolltekst hver for seg.

	SAMLET GJENNOMSNIITT	ORIGINAL TEKST	KONTROLLTEKST
SIGNIFIKANSNIVÅ FRA ANOVA TABELL	0,92	0,77	0,86

TABELL 5-1- VARIANSANALYSE

I Tabell 5-1- Variansanalyse vises resultatene fra variansanalysen. Ingen av resultatene er lavere enn studiens signifikansnivå på 95 %. Dette betyr at det ikke er signifikante forskjeller mellom gjennomsnittene i de ulike enhetene. Dette styrker konklusjonene fra tidligere T-test.

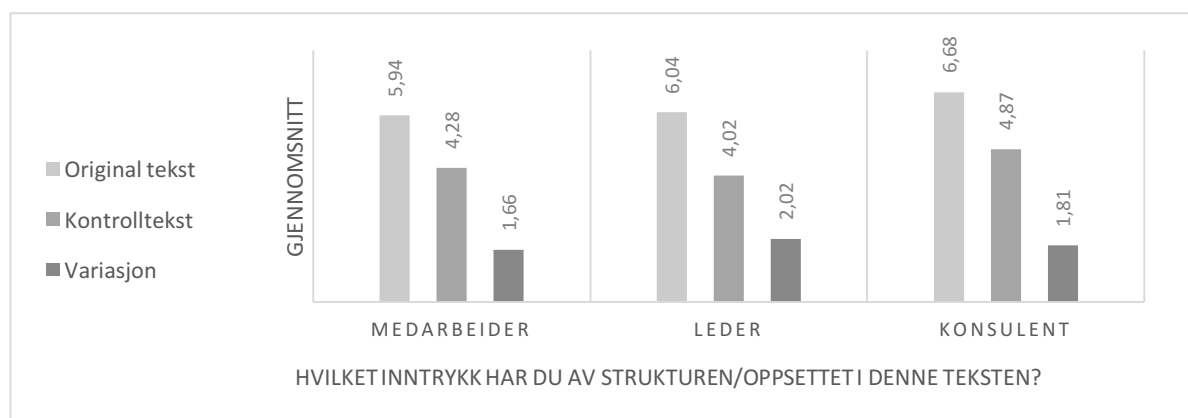
I Figur 5-10 – Inntrykk av struktur/Oppsett (etter aldersgruppe) ses resultatene fra spørsmål om inntrykk av struktur og oppsett i tekstene inndelt etter aldersgruppene respondentene tilhørte.



	29 år eller yngre	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60 år eller eldre
Original tekst	G=7,1 SE=0,42	G=5,86 SE=0,27	G=5,76 SE=0,22	G=6,16 SE=0,19	G=6,28 SE=0,27
Kontrolltekst	G=3,85 SE=0,42	G=4,16 SE=0,27	G=4,22 SE=0,21	G=4,33 SE=0,20	G=4,62 SE=0,26

FIGUR 5-10 – INNTRYKK AV STRUKTUR/OPPSETT (ETTER ALDERSGRUPPE)

Her kan man se jevne resultater uavhengig av aldersgruppe, foruten i aldersgruppen 29 år eller yngre som har noe høyere poengscore på original tekst og lavere poengscore på kontrolltekstene. Dette er aldersgruppen med lavest responsrate, og med det også gruppen med høyest standardfeil ($SE_{\leq 29\text{Original}}=0,42$, $SE_{\leq 29\text{Kontroll}}=0,42$) i denne analysen (se *Figur 5-10 – Inntrykk av struktur/Oppsett (etter aldersgruppe)*). Variansanalyse (One-way ANOVA) viser også at differansen mellom aldersgruppene ikke er statistisk signifikant (signifikansnivå = 0,27).



	MEDARBEIDER	LEDER	KONSULENT
ORIGINAL TEKST	5,94	6,04	6,68
KONTROLLTEKST	4,28	4,02	4,87
DIFFERANSE	1,66	2,02	1,81

FIGUR 5-11 – INNTRYKK AV STRUKTUR/OPPSETT (ETTER ROLLE)

I *Figur 5-11 – Inntrykk av struktur/Oppsett (etter rolle)* ser man at resultatene er omtrent like blant medarbeidere, ledere og konsulenter. Derimot ser det ut til at konsulenter gir en noe høyere score til både original tekst og kontrolltekstene.

I analysene som er utført for å kaste lys over hypotese A kommer det frem at de originale tekstene som er brukt oppnår en gjennomsnittlig poengscore på 6,05. På en skala som går fra 1 til 10 vil jeg påstå at dette er å regne som en god score.

Nullhypotesen som settes opp underveis i dette delkapittelet forkastes, og det er statistisk signifikant forskjell i inntrykk av struktur/oppsett mellom original tekst og kontrolltekst. Dette var også forventet da kontrolltekstene verken hadde overskrifter, punktlistor eller like mange avsnitt som de originale tekstene (se *Tabell 4-6- Tekstenes egenskaper*). Likevel bidrar

analysen til å vise betydningen av nettopp slike strukturelle virkemidler – og i følge resultatene er de ganske viktige. Dette gir foreløpig støtte til hypotese A's første del; *Original tekst oppleves å ha en bedre struktur enn kontrolltekst.*

I analyser av hvordan strukturen oppfattes i de ulike enhetene i organisasjonen kommer det frem at det ikke er avvik av signifikant betydning mellom enhetene. Dette gir foreløpig støtte til den siste delen av hypotese A; *Dette oppleves likt i alle deler av organisasjonen.*

Samlet gir dette foreløpig støtte til hypotese A.

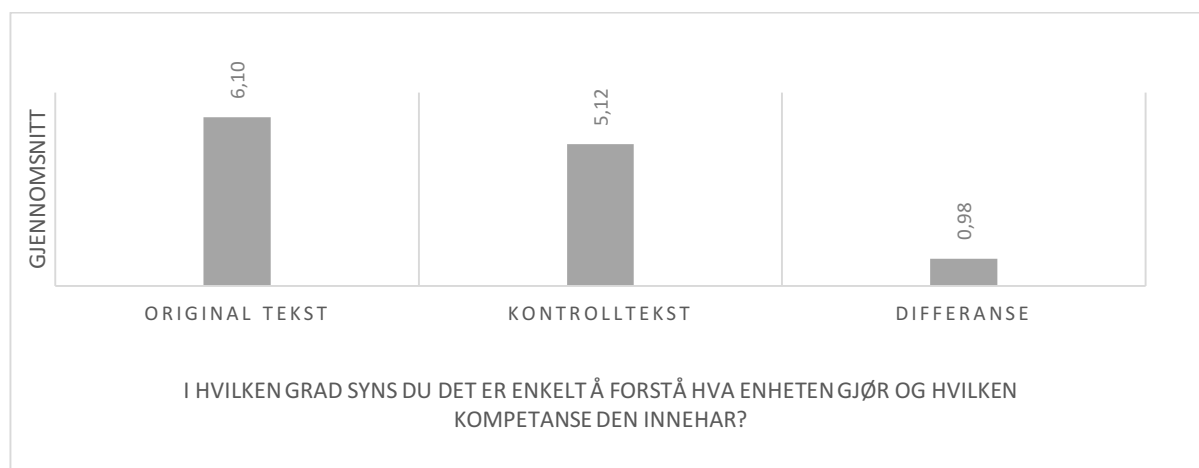
5.3 HYPOTESE B

Det er enklere å forstå innholdet i original tekst enn i kontrolltekst, og språket oppleves som bedre å lese i original tekst enn i kontrolltekst.

Respondentene i studien ble spurt i hvilken grad de syns det var enkelt å forstå hva enheten som er beskrevet i teksten gjør og hvilken kompetanse den innehar. De skulle velge et alternativ på en skala fra 1 til 10, der 1 = I svært liten grad og 10 = I svært stor grad. I analysen ble følgende nullhypotese og tilhørende alternativ hypotese testet:

H_0 = *Språk og struktur påvirker ikke respondentens oppfatning av hvor enkelt det er å forstå hva enheten gjør og hvilken kompetanse den har.*

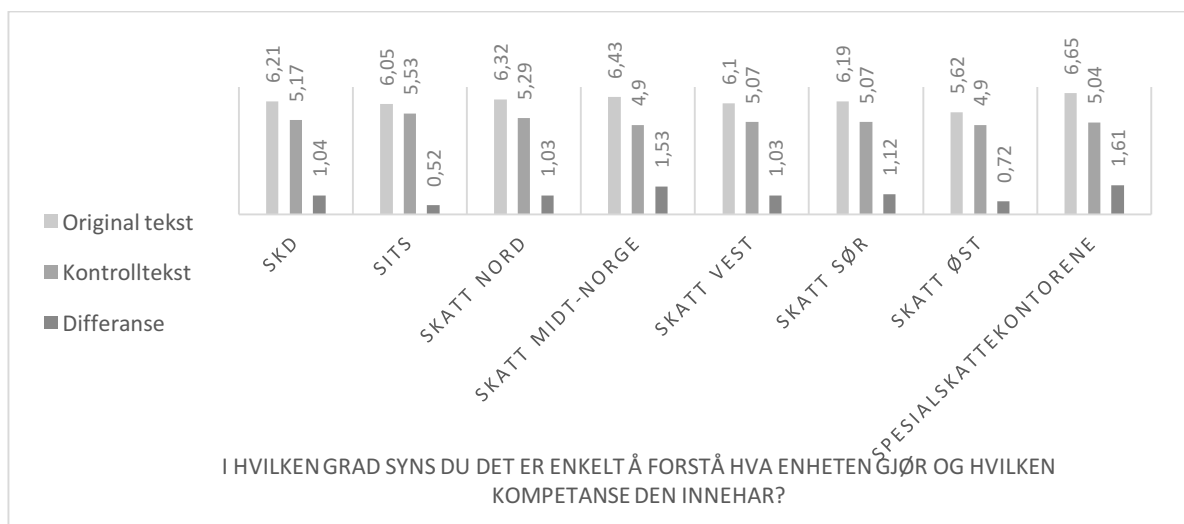
H_1 = *Språk og struktur påvirker respondentens oppfatning av hvor enkelt det er å forstå hva enheten gjør og hvilken kompetanse den har.*



	ORIGINAL TEKST	KONTROLLTEKST	DIFFERANSE
GJENNOMSNITT	6,10	5,12	0,98

FIGUR 5-12 – FORSTÅ

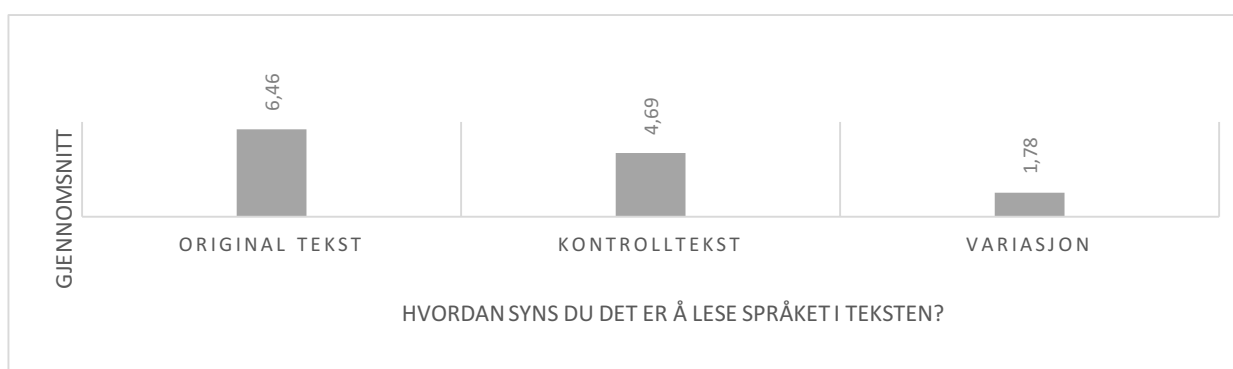
Analyse viser at de respondentene som fikk lese original tekst fant det enklere å forstå enn de respondentene som fikk lese kontrolltekst ($G_{\text{Originaltekst}}=6,1016$, $G_{\text{Kontrolltekst}}=5,1211$). Disse resultatene er statistisk signifikante med en p-verdi lavere enn studiens signifikansnivå på 5 % ($p=0,000$, $p<0,05$). I *Figur 5-13 – Forstå (etter enhet)* kan man se resultater fra analysen etter enheter. Figuren viser at det er lite differanse i resultatene mellom hver enkelt enhet.



	SKD	SITS	SKATT NORD	SKATT MIDT-NORGE	SKATT VEST	SKATT SØR	SKATT ØST	SPESIALSKATTEKONTORENE
ORIGINAL TEKST	6,21	6,05	6,32	6,43	6,1	6,19	5,62	6,65
KONTROLLTEKST	5,17	5,53	5,29	4,9	5,07	5,07	4,9	5,04
DIFFERANSE	1,04	0,52	1,03	1,53	1,03	1,12	0,72	1,61

FIGUR 5-13 – FORSTÅ (ETTER ENHET)

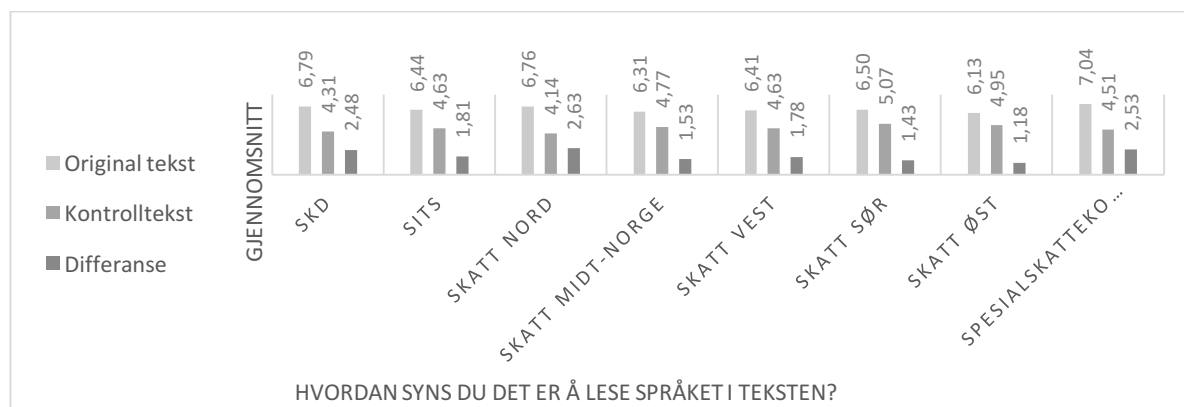
På spørsmål om hvordan respondentene synes det var å lese språket i teksten de skulle lese er forskjellene mellom original tekst og kontrolltekst enda tydeligere. Gjennomsnittet i poengscoren for de respondentene som fikk lese originale tekster var 6,4605, og gjennomsnittet for de som fikk lese kontrolltekster var 4,6852. Dette resultatet har en p-verdi på 0,000, og er statistisk signifikant.



	ORIGINAL TEKST	KONTROLLTEKST	DIFFERANSE
GJENNOMSNIITT	6,46	4,69	1,78

FIGUR 5-14 LESE

I Figur 5-15 *Lese (Etter enhet)* ser man hvordan resultatene fordeler seg på de ulike enhetene. Figuren viser at resultatene er jevne fra enhet til enhet.



	SKD	SITS	SKATT NORD	SKATT MIDT-NORGE	SKATT VEST	SKATT SØR	SKATT ØST	SPESIALSKATTEKONTORENE
ORIGINAL TEKST	6,79	6,44	6,76	6,31	6,41	6,50	6,13	7,04
KONTROLLTEKST	4,31	4,63	4,14	4,77	4,63	5,07	4,95	1,18
DIFFERANSE	2,48	1,81	2,63	1,53	1,78	1,43	1,18	2,53

FIGUR 5-15 LESE (ETTER ENHET)

I analysene som ble utført for å kaste lys over hypotese B kommer det frem at det er enklere å forstå hva enheten gjør og hvilken kompetanse den har i de originale tekstene enn i kontrolltekstene. Språket og strukturen i tekstene ser altså ut til å være en avgjørende og viktig faktor når informasjon om enheter skal formidles.

Respondentene synes det var klart bedre å lese språket i originale tekster enn i kontrolltekstene. Dette er forventede resultater med tanke på de språklige endringene som ble gjort fra original til kontrolltekst. Det er likevel interessant å se at differansen mellom gjennomsnittet fra original tekst ($G=6,46$) og ($G=4,68$) er på hele 1,78.

Som nevnt i innledningen til denne studien er det mange eksempler på altfor vanskelig språk i tekster fra det offentlige, og det er ikke nødvendigvis slik at kontrolltekstene i denne studien er noe verre eller vanskeligere enn mye av det som faktisk er i bruk internt i organisasjoner og som skal leses og forstås av mange ulike mennesker. Den store forskjellen i denne poengscoren er derfor viktig å legge merke til. Samlet gir disse resultatene foreløpig støtte til hypotese B.

5.4 HYPOTESE C

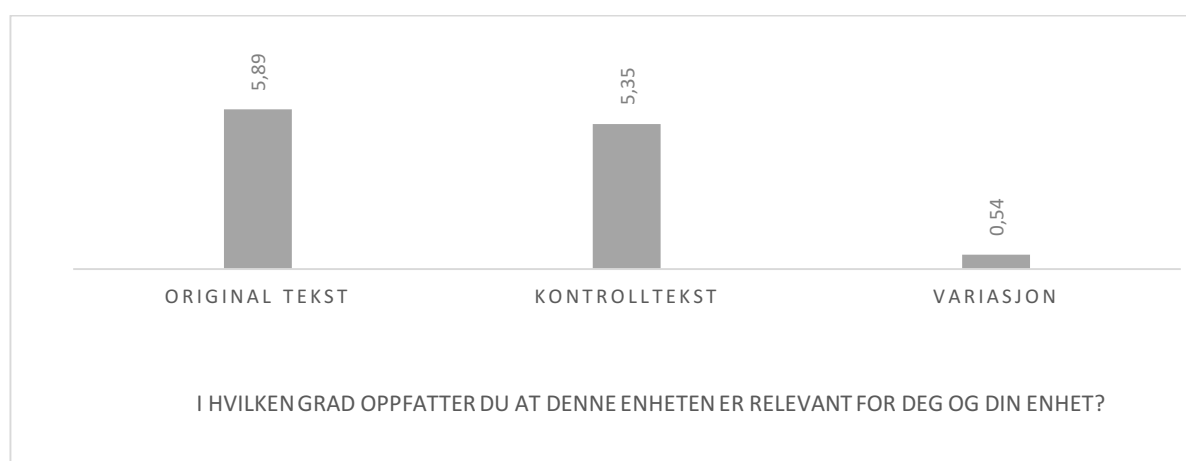
Innholdet i original tekst oppleves som mer relevant for leseren enn innhold i kontrolltekst selv om meningsinnhold er det samme.

Respondentene ble bedt om å svare på i hvilken grad de oppfattet at den aktuelle enheten var relevant for seg og sin enhet. I analysen ble følgende nullhypotese og tilhørende alternativ hypotese satt opp:

$H_0 = \text{Språk og struktur i tekst påvirker ikke i hvilken grad respondenten opplever innholdet som relevant for seg og sin enhet.}$

$H_1 = \text{Språk og struktur i tekst påvirker i hvilken grad respondenten opplever innholdet som relevant for seg og sin enhet.}$

I hypotesetesting kommer det frem at respondentene som fikk lese en av de originale tekstene opplever enheten som mer relevant enn det respondentene som fikk lese en av kontrolltekstene gjorde. Som man kan se i Figur 5-16 – *Hvor relevant er enheten for deg* er det forskjell mellom den gjennomsnittlige poengscoren til original tekst og kontrolltekst, og resultatene er statistisk signifikante ($G_{\text{Original tekst}}=5,8895$, $G_{\text{Kontrolltekst}}=5,3511$, $P<0,05$, $P=0,003$). Nullhypotesen forkastes og resultatene gir støtte til den alternative hypotesen som sier at språk og struktur i tekst påvirker i hvilken grad respondenten opplever innholdet som relevant for seg og sin enhet.



	ORIGINAL TEKST	KONTROLLTEKST	DIFFERANSE
GJENNOMSNIITT	5,89	5,35	0,54

FIGUR 5-16 – HVOR RELEVANT ER ENHETEN FOR DEG

Det er forskjell i hvor relevant respondentene opplever at den aktuelle enheten de leser om er for seg og sin enhet. Dette er et interessant funn fordi original tekst med tilhørende kontrolltekst har samme meningsinnhold. Altså kan det se ut til at språket og strukturen i teksten er en faktor som påvirker hvor relevant respondenten opplever innholdet. Dette gir støtte til hypotese C.

5.5 HYPOTESE D

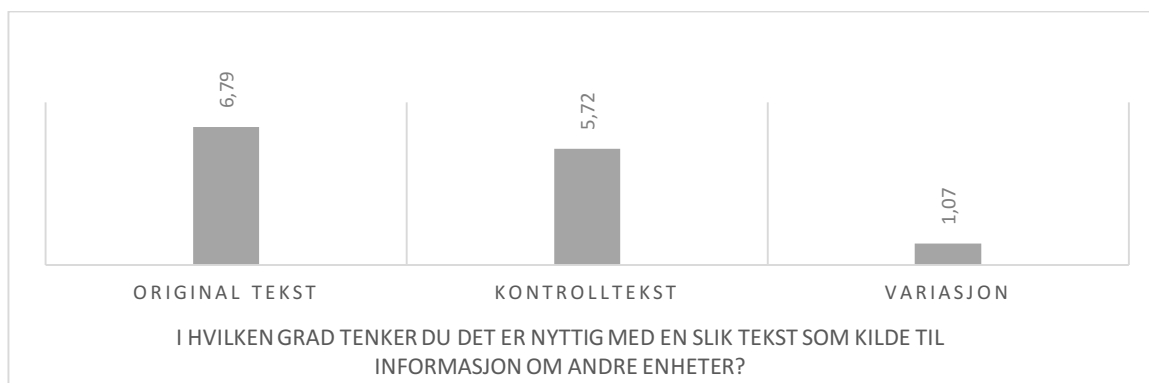
Respondenten er mer positiv til at liknende tekster skal skrives med samme stil og tone når han har lest original tekst.

Etter å ha lest gjennom teksten ble respondentene blant annet spurt om de tenker det er nyttig med slike tekster som kilde til informasjon om andre enheter. Følgende nullhypotese med tilhørende alternativ hypotese ble testet i analysen:

H_0 = *Det er ikke forskjell i svarene mellom gruppene som i forkant hadde lest original tekst og de som i forkant hadde lest kontrolltekst.*

H_1 = *Det er forskjell i svarene mellom gruppene som i forkant hadde lest original tekst og de som i forkant hadde lest kontrolltekst.*

Resultatene fra analysen viser at det er en forskjell mellom gruppene som leste original tekst og gruppene som leste kontrolltekst. Gjennomsnittlig poengscore fra respondentene som leste original tekst er 6,7923. Dette er i overkant av ett helt poeng høyere poengscore enn fra respondentene som leste kontrolltekst ($G_{\text{Kontrolltekst}}=5,7215$). Resultatene er statistisk signifikante ($P=0,000$), og nullhypotesen forkastes.



	ORIGINAL TEKST	KONTROLLTEKST	DIFFERANSE
GJENNOMSNIITT	6,79	5,72	1,07

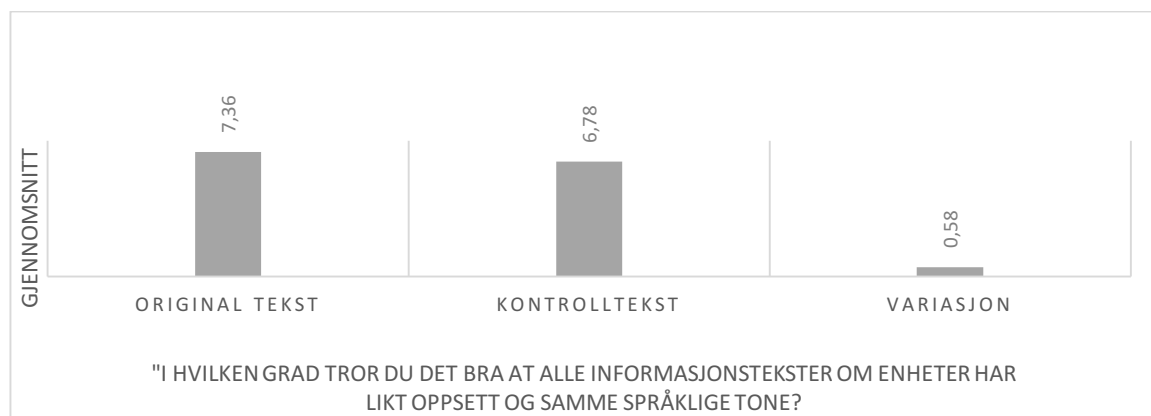
FIGUR 5-17 NYTTIG

Respondentene ble spurt om de trodde det var bra at alle informasjonstekster om enheter har likt oppsett og samme språklige tone. I analysen av resultatene fra dette spørsmålet ble følgende nullhypotese og tilhørende alternative hypotese satt opp:

$H_0 =$ Det er ikke forskjell på hvordan respondentene fra de ulike gruppene stiller seg til informasjonstekster med lik stil og tone.

$H_1 =$ Det er forskjell på hvordan respondentene fra de ulike gruppene stiller seg til informasjonstekster med lik stil og tone.

Resultatene fra analysen viser at respondentene som leste original tekst er mer positive til at informasjonstekster om enheter skal være skrevet med likt oppsett og samme språklige tone enn de som leste kontrolltekster. Resultatet er statistisk signifikant ($G_{\text{Originaltekst}}=7,3612$, $G_{\text{Kontrolltekst}}=6,7797$, $P=0,000$). Nullhypotesen forkastes på signifikansnivå 0,05.



	ORIGINAL TEKST	KONTROLLTEKST	DIFFERANSE
GJENNOMSNIITT	7,36	6,78	0,58

FIGUR 5-18 LIK STIL OG TONE

I analysene som er utført for å kaste lys over hypotese D finner vi spennende resultater. Vi ser at respondentene er mer positive til liknende informasjonstekster om enheter når den teksten de har lest er originaltekst. Poengscoren her er også relativt høy ($G_{\text{Originaltekst}}=6,79$). Likevel er det interessant å se at den gjennomsnittlige poengscoren også er høy selv om respondentene har lest kontrolltekstene ($G_{\text{Kontrolltekst}}=5,72$). Dette kan fortelle oss at denne typen informasjonstekster i stor grad er ønsket av respondentene, uavhengig av hvordan de er skrevet.

På spørsmål om tekster bør ha likt oppsett og holde samme språklige tone er respondentene klare: det er ønskelig uavhengig av hvilken gruppe respondentene tilhørte. Både de som hadde lest original tekst og de som hadde lest kontrolltekster hadde relativt høy gjennomsnittlig poengscore, med henholdsvis 7,36 og 6,78. Dette kan forstås som at respondentene ønsker å se samme type informasjon bli presentert på samme måte.

Det kan se ut til at gjenkjennelse er viktigere enn kvalitet på struktur og språk, noe som kan henge sammen med de teoretiske betraktningene rundt informasjonsoverbelastning. Man opplever et behov for å vite hva man kan finne hvor, og det å presentere samme type informasjon på samme måte vil være et virkemiddel i den sammenheng. Likevel er det sentralt her å understreke at gjennomsnittlig poengscore er høyere når respondentene har lest original tekst.

Samlet gir dette støtte til hypotese D.

6 DISKUSJON OG KONKLUSJON

HYPOTESE	KONKLUSJON
HA ORIGINAL TEKST OPPLEVES Å HA EN BEDRE STRUKTUR ENN KONTROLLTEKST. DETTE OPPLEVES LIKT I ALLE DELER AV ORGANISASJONEN.	STØTTET
HB DET ER BEDRE Å FORSTÅ INNHOLDET I ORIGINAL TEKST ENN I KONTROLLTEKST, OG SPRÅKET OPPLEVES SOM BEDRE Å LESE I ORIGINAL TEKST ENN I KONTROLLTEKST.	STØTTET
HC INNHOLDET I ORIGINAL TEKST OPPLEVES SOM MER RELEVANT FOR LESEREN ENN INNHOLD I KONTROLLTEKST SELV OM MENINGSINNHOLD ER DET SAMME.	STØTTET
HD RESPONDENTEN ER MER POSITIV TIL AT LIKENDE TEKSTER SKAL SKRIVES MED SAMME STIL OG TONE NÅR HAN HAR LEST ORIGINAL TEKST.	STØTTET

Før en endelig konklusjon foretas ønsker jeg å oppsummere resultatene fra de fire foregående hypotesene. Samlet gir resultatene fra disse hypotesene en indikasjon på hvorvidt de originale tekstene som er benyttet i studien kan sies å være skrevet i klarspråk. Oppsummeringen tar utgangspunkt i følgende hypotese:

Leseren opplever å kunne finne, forstå og bruke informasjonen i de originale tekstene og disse kan med det sies å være skrevet i klarspråk.

Det resultatene viser er at de originale tekstene oppleves å ha en god struktur og en bedre struktur enn kontrolltekstene. Dette er gjennomgående i alle enheter, aldersgrupper og roller i organisasjonen. En god struktur legger til rette for utnyttelse av det Dalen (2009) kaller skanning. Skanning er et godt hjelpemiddel i en travel arbeidshverdag som bidrar til at man raskere og enklere kan finne den informasjonen man faktisk trenger. Ved å undersøke om resultatene gjorde seg gjeldende i hele organisasjonen fikk jeg et bilde av hvorvidt tekstene er tilpasset ansatte i hele organisasjonen. Resultatene viser at de lokale forholdene er ivarettatt, og at de originale tekstene oppleves likt i de ulike delene av organisasjonen som ble analysert i denne studien.

Resultatene viser også at det er bedre å forstå hva som står i teksten når språket er godt og strukturen er god, og at det er en merkbar forskjell på hvordan teksten er å lese i de ulike tekstene. Dette forteller meg at måten de originale tekstene er skrevet, både med hensyn til språk og struktur, bidrar til at leseren lettere kan finne og deretter forstå hva som står i teksten. Som Kaufmann og Kaufmann (2013) hevder kan dårlig kommunikasjon knyttes til dårlig trivsel på arbeidsplassen. Det å strebe etter god kommunikasjon har altså potensielt mange fordeler for en organisasjon.

Når det gjelder det å kunne bruke det som står i teksten gir analysene interessante resultater. Det viser seg at enheten respondenten leser om i teksten fremstår som mer relevant for leseren og hans enhet når språket og strukturen i teksten er bedre. Dette kan blant annet bety at det er større sjans for at leseren "bruker" det han leser til å for eksempel finne riktige samarbeidspartnere, spørre riktig person om noe eller bare lære mer om arbeidsplassen og organisasjonen han arbeider i dersom det han leser er skrevet på en god måte.

Basert på disse analysene vil jeg si at de to originale tekstene er skrevet i klarspråk, selv om det strengt tatt ikke er mulig å gi et konkret fasitsvar på. Det ser ut til at respondentene er tilfreds med både språket og strukturen i de originale tekstene. Det jeg kan si med sikkerhet er at analysene viser at de originale tekstene er skrevet med et *klarere* språk enn kontrolltekstene, men jeg velger likevel å betrakte funnene som sterke indisier på at de to originale tekstene som er benyttet i denne studien er skrevet i klarspråk.

6.1 KONKLUSJON

Med utgangspunkt i min forståelse av at de originale tekstene i studien er skrevet i klarspråk er det på tide å gå videre og vurdere betydningen av nettopp dette. Er det et poeng å bruke tid og krefter på klarspråk i internkommunikasjonen? Dette spørsmålet bringer oss tilbake til denne studiens problemstilling:

Hvilken betydning har klarspråk for internkommunikasjon i organisasjoner?

Resultatene fra studien viser at klarspråk i tekster gjør at den aktuelle teksten oppleves som bedre å finne frem i og lese. Den gode strukturen og det gode språket hjelper leseren både å finne frem til det de leter etter og å forstå det som står der. Dette kan knyttes til aspekter rundt motivasjon på arbeidsplassen. Som nevnt i kapittel 2 beskriver Kaufmann og Kaufmann (2013) kognitiv evalueringsteori som en gren av kognitive motivasjonsteorier. I kognitiv evalueringsteori hevdes indre motivasjon å være motivasjon som ligger i selve jobbutførelsen. Den indre motivasjonen henter energi fra to grunnleggende behov; kompetanseopplevelse og selvbestemmelse. Slik jeg tolker resultatene i denne studien bidrar klarspråk i internkommunikasjonen til en økt kompetanseopplevelse ved at tekstene oppleves å være oversiktlige og forståelige for leseren. I følge Dalen (2009) medfører også en god struktur, med korte avsnitt, mellomtitler og punktlister, at det er enklere å huske det som blir lest. Å huske mer vil mest sannsynlig påvirke den ansattes kompetanseopplevelse på en positiv måte.

Jeg vil også hevde at resultatene kan knyttes til det andre grunnleggende behovet; behov for selvbestemmelse. Dette fordi analysene viser at resultatene var like i hele organisasjonen, og at de med det kan sies å være brukertilpasset. Ved å lese en tekst som er tilpasset brukeren vil det kunne gi leseren en opplevelse av å være en like aktuell mottaker som alle andre. Det vil kunne gi leseren en opplevelse av å forstå innholdet godt nok til å kunne ta en trygg avgjørelse i tilknytning til innholdet. Man reduserer behovet for å måtte be andre om hjelp for å tolke innholdet, og kan foreta tolkningen på egenhånd. Dette bygger opp under behovet for selvbestemmelse. I følge Deci og Ryan (i Kaufmann og Kaufmann, 2013) er det nettopp denne typen motivasjon, altså indre motivasjon, som er best egnet til å fremme kompetanse i organisasjoner.

Språkrådet (2015b) kobler et vanskelig språk til mangel av respekt overfor leseren. Å ikke benytte klarspråk i tekster, det vil si at tekstene ikke er brukertilpasset, kan altså føre til at brukeren velger å ta avstand fra teksten og innholdet i den på grunn av språket. Dette kan medføre ulike konsekvenser for organisasjonen. Man kan anta at kompetanseutvikling og kommunikasjon vil bli påvirket. Klarspråk kan bidra til å motvirke en slik effekt ved å vise leseren respekt. Et av funnene i denne studien viser at klarspråk ikke bare påvirker leserens forståelse for innholdet, men også at det påvirker hvilke holdninger leseren får for innholdet. I studien kom det frem at respondentene oppfattet enheten de leste om som mer relevant dersom teksten som beskrev enheten var skrevet i klarspråk. Dette er resultater som er viktige og relevante i forhold til samarbeid og kommunikasjon i organisasjoner. En slik

holdningsendring kan knyttes til mange ulike aspekter, blant annet til indre motivasjon og om å oppleve å være respektert som leser. Brukeren kan kjenne avstand til språket, og opplever ikke at den aktuelle teksten er tiltenkt nettopp han. Dette kan medføre at leseren opplever at innholdet mest sannsynlig ikke har betydning for hans arbeid. Derimot, når språket er tilpasset brukeren og strukturen er mer logisk, kan innholdet oppleves som mer relevant.

Med tanke på at arbeidsgiver er mer og mer avhengig av ansattes eget initiativ i arbeidet (Dysvik og Kuvaas, 2013) blir det viktig med logisk og gjenkjennelig informasjon. Analysen i denne studien peker i samme retning; på spørsmål om tekster om enheter bør ha lik stil og tone er poengscorene høye både i forbindelse med original tekst og kontrolltekst. Forskjellen mellom gruppene er signifikant, så poengscoren er høyere blant respondentene som leste original tekst. Likevel er det den høye poengscoren fra kontrolltekst som er mest interessant her. Til tross for et vanskelig språk og en struktur uten gode og forklarende overskrifter er ønsket om å beholde en fast form for presentasjon stort. Dette kan ses i sammenheng med informasjonsoverbelastning. Når det er mye informasjon tilgjengelig vil vi sannsynligvis søke etter tiltak som enten kan redusere mengden eller sette den inn i et forståelig system. Dette vil kunne hjelpe til i en moderne arbeidshverdag der tilgjengelig informasjon ikke er en mangelvare, og informasjonsoverbelastning kan utgjøre et problem. Det kan se ut til at informasjonstekster om enheter er et tiltak som kan være en slik løsning. Resultatene viser at respondentene også opplever selve tiltaket om å ha en informasjonstekst om hver enhet som nyttig. Dette er gjeldende både for respondentene med original tekst og for dem med kontrolltekst. Det kan se ut til at det er positivt å holde seg til lik stil og tone for samme type innhold. Dette vil føre til gjenkjennelse, og færre stressmomenter i søken etter det man leter etter. Selv om resultatene her tilsier at lik stil og tone er ønskelig uavhengig av hvor god strukturen eller språket er, så er det signifikante forskjeller mellom de ulike gruppene – godt språk og en god struktur er å foretrekke.

Som en hovedkonklusjon viser denne studien at klarspråk har potensielt stor betydning for internkommunikasjon i organisasjoner. Klarspråk gjør tekstene lettere å finne frem i og forstå, noe som bidrar til effektivitet i arbeidet. Klarspråk kan kobles til kompetanseopplevelse og selvbestemmelse, noe som er avgjørende for en ansatts indre motivasjon. Indre motivasjon blant ansatte skaper stabilitet i organisasjoner og kan, som en følge av å være en jevn kilde til energi, potensielt øke kvaliteten på den enkeltes arbeid. Det er også naturlig å anta at indre motivasjon bidrar til at den ansatte i større grad tar initiativ i sitt eget arbeid. Klarspråk

påvirker i hvilken grad leseren anser innholdet som relevant for seg og sin enhet. Jeg ønsker å koble dette resultatet opp mot det jeg innledningsvis beskrev om endringsprosesser, i kapittel 1.2. Blant annet skriver jeg om hvordan jeg antar at man må forstå hva endringen består i, oppleve å ha påvirkningskraft og deltakelse i den for å få eierskap til endringsprosessen og oppnå gode resultater. Analysene viser at klarspråk klart forenkler prosessen med å forstå innholdet i en tekst, men de viser også at klarspråk påvirker holdningene til selve innholdet i teksten. Altså kan man si at klarspråk spiller en sentral rolle når man ønsker å inkludere de ansatte i endringsprosesser ved at innholdet som formidles oppleves som mer relevant og mer rettet mot den enkelte ansatt.

6.2 VIDERE FORSKNING

Denne studien baserer seg på datainnsamling i en spesifikk organisasjon. Resultatene fra denne studien kan overføres og ha en potensiell verdi i andre lignende kontekster. Lignende kontekster kan være andre offentlige etater eller større organisasjoner med stor variasjon blant de ansatte.

I løpet av arbeidet med denne studien har flere tatt kontakt med meg for å komme med innspill til tema og problemstillinger. Selv om jeg ikke har hatt mulighet til å benytte meg av alle tipsene så anser jeg dem likevel som svært interessante for eventuell videre forskning. Det har blant annet vært tipset om nynorskbruk internt i offentlige etater. Målform er et interessant tema både fordi det har en potensiell stor påvirkning på klarspråk, det er i tillegg en del lover og regler knyttet til bruk av nynorsk i offentlig virksomhet. Denne studien baserer seg på tekster skrevet på bokmål og fokuserer på et avgrenset sett av hypoteser – nynorsk kan enkelt implementeres som en tilleggsfaktor i videre forskning og vurdering av en teksts klarspråknivåer.

Jeg har mottatt tips om spesifikke ord og uttrykk som ofte misforstås og brukes feil. Det kan skape utfordringer for internkommunikasjonen, og jeg vil tro det kan være spennende å forske på hvilke ord og uttrykk som oftest brukes feil og tolkes uriktig – og hvilken potensiell rolle dette kan ha for forverring eller vanskeliggjøring av kommunikasjon.

BIBLIOGRAFI

- Bjørnstad, J. (2009, Februar 14). *Variansanalyse*. Retrieved Juni 12, 2016, from Store norske leksikon: <https://snl.no/variantsanalyse>
- Blaikie, N. (2010). *Designing social research*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Dahlum, S. (2014, september 08). *Operasjonalisering*. Retrieved juni 2, 2016, from Store norske leksikon: <https://snl.no/operasjonalisering>
- Dahlum, S. (2014, Oktober 27). *Store norske leksikon*. Retrieved Mai 30, 2016, from Bias i forskning: https://snl.no/bias_i_forskning
- Dahlum, S. (2015, September 4). *Validitet*. Retrieved Mai 30, 2016, from Store norske leksikon: <https://snl.no/validitet>
- Dalen, O. (2009). *Effektiv nettskriving*. Oslo: Cappelen Damm .
- Dalen, O., & Rønjum, E. (2012). *Slik lykkes du endelig med innhold på nett*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS.
- Difi. (2016, Januar 25). *Om liksberegning*. Retrieved Januar 25, 2016, from Difi.no: <http://verkty.difi.no/liks/>
- Dysvik, A., & Kuvaas, B. (2013, Desember). Intrinsic and extrinsic motivation as predictors of work effort: The moderating role of achievement goals. *The British Psychological Society*, pp. 412-430. Retrieved Januar 29, 2016
- Fjeld, R. (1995). *Norsk til kontorbruk: god norsk i administrasjon og forvaltning* (3 ed.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Grønmo, S. (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Kaufmann, G., & Kaufmann, A. (2013). *Psykologi i organisasjon og ledelse*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Kunnskapscenteret. (2015, April 28). *Kunnskapsdeling*. Retrieved November 24, 2015, from Kunnskapscenteret: <http://kunnskapscenteret.com/kunnskapsdeling/>
- Kydland, F., & Aakre, M. (2013, Juni 7). *Kunnskapsledelse i akademika: Innføring av intranett ved Universitetet i Agder*. Retrieved November 17, 2015, from Aura: <http://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/136179>
- Midtbø, T. (2013). *Regresjonsanalyse for samfunnsvitere*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Nord, A., Nyström Höög, C., & Tønnesson, J. (2015). Klarspråk och klarspråkarbete - ett tema i tiden. *Sakprosa, Vol 7(2)*, p. Art. 1.
- Prosjektgruppen Skatteetaten 2025. (2015, Februar 5). *Skatteetaten 2025: Virksomhetsstrategi for strategiperioden 2015-2017*. Retrieved November 21, 2015, from Skatteetaten:

- <http://www.skatteetaten.no/globalassets/skatteetatens-strategier/virksomhetsstrategi-for-skatteetaten-2015-2017.pdf>
- Rosendahl, T., Filstad, C., & Olaisen, J. (2004, Januar). Globalisering av kunnskap i kompetanseledelse og organisatorisk læring. *Beta. Scandinavian Journal of Business Research*, pp. 2-16.
- Skatteetaten. (2016). *Organisasjonen*. Retrieved Februar 22, 2016, from Skatteetaten.no: <http://www.skatteetaten.no/no/Om-skatteetaten/Om-oss/Organisasjon-og-ledelse/Organisasjonen/>
- Skog, O.-J. (2013). *Å forklare sosiale fenomener: En regresjonsbasert tilnærming*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Skriftlig.no. (2014). *Lesbarhetsindeks: Hvor lett er det å lese det du skriver*. Retrieved Januar 25, 2016, from Skriftlig.no.
- Språkrådet. (2012, April 20). *Konstruktive prosesser*. Retrieved from Klarspråk: <http://www.sprakradet.no/Klarsprak/le-og-laer/le-av-andre/Takeprat/Konstruktive-prosesser/>
- Språkrådet. (2015a, November 25). *Klarspråk*. Retrieved November 25, 2015, from Hva er klarspråk?: <http://www.sprakradet.no/Klarsprak/om-klarsprak/hva-er-klarsprak/>
- Språkrådet. (2015b, November 25). *Klarspråk*. Retrieved November 25, 2015, from Kutt kansellistilen: <http://www.sprakradet.no/Klarsprak/skrivehjelp/Skriverad/Kutt-kansellistilen/>
- Språkrådet. (2016, Mars 30). *Klarspråk*. Retrieved from Kvifor klarspråk?: <http://www.sprakradet.no/Klarsprak/om-klarsprak/hva-er-klarsprak/Kvifor-klarsprak/>
- Språkrådet. (2016, April 6). *Klarspråk - hva og hvorfor?* Retrieved from Språkrådet: <http://www.sprakradet.no/Sprakarbeid/Det-offentlige/Klarsprak/>
- Store norske leksikon. (2015, April 14). *Deduktiv metode*. Retrieved Januar 25, 2016, from Store norske leksikon: https://snl.no/deduktiv_metode
- Storsul, T., & Staksrud, E. (2012, Februar 7). *Analyse av kvantitative data 1*. Retrieved November 25, 2015, from Uio: <http://www.uio.no/studier/emner/hf/imk/MEVIT2800/v12/undervisningsmateriale/4kvantitativanalyse.pdf>
- Vinje, F.-E. (2016, April 6). *10 språkvettregler*. Retrieved from Adekvat: <http://adekvat.no/ukens-tips/2010/10-spraakvettregler/>
- Wadel, C. (1991). *Feltarbeid i egen kultur*. Flekkefjord: Hegland Trykkeri.

Wadel, C. (1992). *Endring av organisasjonskultur*. Stavanger: Avdeling for økonomi-, kultur- og samfunnsfag.

VEDLEGG

1. Original tekst fra Enhet A
2. Kontrolltekst fra Enhet A
3. Original tekst fra Enhet B
4. Kontrolltekst fra Enhet B
5. Informasjonsskriv
6. Spørreundersøkelse

Enhet A

Enhet A har ansvar for ekstern kommunikasjon og de interne hovedkanalene.

Hvem er vi?

Enhet A er en av skattedirektørens seks staber. Vi har ansvaret for ekstern kommunikasjon og de interne hovedkanalene, samt det redaksjonelle innholdet internt.

Hva gjør vi?

Enhet A gir premisser for hvordan noe bør sies og gir råd om hvordan forskjellig kommunikasjonsarbeid kan løses. Vi er også operativt ansvarlig for mediehåndtering, skatteetaten.no, sosiale medier, intranettet og internmagasinet Skatt. Vi er involvert i mange prosjekter og prosesser hvor vi gir kommunikasjonsfaglige råd.

Hva har vi kompetanse på?

Enhet A har kompetanse på blant annet:

- Mediehåndtering
- Digitale medier
- Tekstutforming
- Klarspråk
- Ledelseskommunikasjon
- Universell utforming
- Endringskommunikasjon

Eksempler på hva vi får til

Enhet A er stolte av å få lov til å formidle det gode arbeidet etatens kunnskapsrike ansatte gjør.

Hva hjelper vi deg med?

Enhet A er gode på hva slags kommunikasjonsverktøy du kan bruke, hvilke virkemidler som skal til for å oppnå et mål, hvordan budskap kan utformes og hvilke kanaler som er hensiktsmessig å bruke. Spør oss gjerne om det.

Dette hjelper vi ikke til med:

Enhet A hjelper ikke med korrekturlesing, men vi har samlet språklige hjelpemidler som kan hjelpe deg. Vi har også laget en egen nettside som gir deg eksempler på hvilken stil du skal bruke når du skriver. Et tips: Bruk stavekontroll og la noen andre lese gjennom teksten og be dem gjenfortelle innholdet de har lest.

Dette kan du hjelpe oss med:

Har du tips, ideer eller funnet en feil kan du kontakte oss i Enhet A via følgende kanaler:

- Intranettet
- Skatteetaten.no
- Internmagasinet Skatt
- Innovasjonsbloggen beta.skatteetaten.no

Hvordan skal du kontakte oss?

Kontakt Enhet A:

- Om du får en henvendelse fra pressen kontakt oss på: 000 00 000.
- Om du har blitt ansvarlig for et prosjekt trenger du en kommunikasjonsplan. Vi kan hjelpe deg med å starte opp.

Hvem jobber vi sammen med?

Enhet A jobber med de fleste, men i det daglige jobber vi mye sammen med Enhet X, Enhet Y og driftsenhetene for å svare på henvendelser fra pressen. For å skape gode brukeropplevelser på skatteetaten.no samarbeider vi mye med Enhet Z, veiledning, fastsetting og brukskvalitet.

Hvilke prosjekter er vi involverte i?

Enhet A samarbeider med flere prosjekter for å gi strategisk rådgivning. Men vi er også involverte og ansvarlige for flere prosjekter. For eksempel:

- Prosjekt A
- Prosjekt B
- Prosjekt C

Enhet A

Enhet A utgjør en av seks staber og er ansvarlig for ekstern kommunikasjon, interne hovedkanaler samt det redaksjonelle innholdet internt.

Enhet A gir premisser for hvordan noe bør sies samt gir råd om hvordan kommunikasjonsarbeid kan løses. Enhet A er operativt ansvarlig for mediehåndtering, skatteetaten.no, sosiale medier, intranett og internmagasinet Skatt. Enhet A er også involvert i mange prosjekter og prosesser hvor de gir kommunikasjonsfaglige råd.

Enhet A innehar kompetanse på blant annet mediehåndtering, digitale medier, tekstutforming, klarspråk, ledelseskommunikasjon, universell utforming og endringskommunikasjon. Enhet A setter pris å kunne medvirke til formidling av det ansatte i etaten gjør.

Enhet A innehar kompetanse på de kommunikasjonsverktøy som kan anvendes, har oversikt over hvilke virkemidler som kan være nødvendige for å oppnå mål, har kompetanse på utforming av budskap samt hvilke kanaler som mest hensiktsmessig bør benyttes. Enhet A kan underrette ansatte om dette.

Enhet A bistår ikke ansatte med korrekturlesing. Det er blitt samlet språklige hjelpemidler som kan hjelpe ansatte med dette. Det er også laget en nettside som presenterer eksempler på hvilken stil ansatte skal bruke når de skriver. Et veiledende råd til ansatte er å bruke stavekontroll, la andre besiktige teksten og be dem gjenfortelle det respektive innholdet de er blitt presentert.

Når ansatte har til hensikt å meddele sine forslag eller informere om avvik kan de kontakte Enhet A via følgende kanaler: intranett, skatteetaten.no, internmagasinet Skatt eller innovasjonsbloggen beta.skatteetaten.no.

Om man får en henvendelse fra pressen kontakt Enhet A på: 000 00 000. Om man er blitt ansvarlig for et prosjekt trenger man en kommunikasjonsplan. Enhet A kan yte bistand i forbindelse med kommunikasjonsplan i oppstart.

Enhet A arbeider med mange enheter men i det vesentlige med Enhet X, Enhet Y og driftsenhetene for å besvare henvendelser fra pressen. Vedrørende arbeid på skatteetaten.no jobber Enhet A sammen med Enhet Z, veiledning, fastsetting og brukskvalitet.

Enhet A er involverte i et flertall prosjekter i forbindelse med den strategiske rådgivningen. I tillegg til dette er Enhet A involvert og ansvarlig for flere prosjekter: Prosjekt A, Prosjekt B og Prosjekt C.

Enhet B

Enhet B følger opp driftsenhetene når det gjelder tjenestene forskudd, likning og skatteoppgjør og Skatteetatens førstelinje.

Hvem er vi?

Vi er bindeleddet mellom driftsenhetene og Skattedirektoratet for tjenestene våre. I tillegg sikrer vi kvalitet i tjenesteproduksjonen i Skatteetatens IT- og servicepartner (SITS).

Hva gjør vi?

Vi styrer, videreutvikler og sikrer kvalitet i produksjonen av tjenestene:

- Tjeneste 1
- Tjeneste 2
- Tjeneste 3

Vi arbeider for å øke etterlevelsen hos skattyter og legger til rette for utskrivning av skattekort, behandling av selvangivelsene (likningen) og produksjon av skatteoppgjør. Vi sørger for at Skatteetaten veileder brukerne på en god måte.

Vi er Skatteetatens kontaktpunkt for deling av skatteopplysninger mot eksterne parter som for eksempel Lånekassen og Husbanken. Vi representerer Skatteetaten i samarbeidsmøter med Altinn og Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI). Vi er også kontaktpunkt mellom Skatteetaten og NAV.

Vi koordinerer arbeidet med:

- Digitalt førstevalg
- Skattehjelpen
- Fokusoppgavene i regionene

Hva har vi kompetanse på?

I tillegg til kompetanse på de tjenestene vi leverer har vi god kunnskap om skatteprosessen gjennom året – fra skattekort produseres til skatteoppgjøret ligger klart. Vi har kompetanse innen økonomi, kommunikasjon, juss, markedsføring, samt dybdekompetanse på skatt.

Hva hjelper vi deg med?

Vi svarer på spørsmål om produksjon av tjenestene vi leverer.

Dette hjelper vi ikke til med:

Brukerstøtte og feil i systemer og tjenester meldes til brukersenteret i Enhet I.

Dette kan du hjelpe oss med:

Vi mottar gjerne innspill for å forbedre tjenestene. Dette gir du oss beskjed om gjennom tjenesteutvikler i din region.

Hvordan skal du kontakte oss?

Ta kontakt med tjenesteutvikler i din region så videreformidler de spørsmålene.

Hvem jobber vi sammen med?

Vi jobber mye sammen med Enhet I, Enhet J og Enhet K. I tillegg samarbeider vi med andre etater.

Vi jobber tett med Enhet A for å nå ut med informasjon om tjenestene internt og eksternt.

Hvilke prosjekter er vi involvert i?

- Prosjekt D
- Prosjekt E
- Prosjekt F
- Prosjekt G
- Prosjekt H

Enhet B

Enhet B følger opp driftsenhetene når det gjelder tjenestene forskudd, likning og skatteoppgjør og Skatteetatens førstelinje. Enhet B er bindeleddet mellom driftsenhetene og Skattedirektoratet for tjenestene våre. I tillegg til dette sikrer Enhet B kvalitet i tjenesteproduksjonen i Skatteetatens IT- og servicepartner.

Enhet B styrer, videreutvikler og sikrer kvalitet i produksjonen av tjenestene Tjeneste 1, Tjeneste 2 og Tjeneste 3. Enhet B arbeider for å øke etterlevelsen hos skattyter og legger til rette for utskriving av skattekort, behandling av selvangivelsene (likningen) og produksjon av skatteoppgjør. Enhet B sørger for at Skatteetaten veileder brukerne på en god måte. Enhet B er Skatteetatens kontaktpunkt for deling av skatteopplysninger mot eksterne parter som for eksempel Lånekassen og Husbanken samt at de representerer Skatteetaten i samarbeidsmøter med Altinn og Direktoratet for forvaltning og IKT. Enhet B er kontaktpunkt mellom Skatteetaten og NAV. Enhet B koordinerer arbeidet med Digitalt førstevalg, Skattehjelpen og Fokusoppgavene i regionene

I tillegg til kompetanse på de tjenestene Enhet B leverer har Enhet B god kunnskap om skatteprosessen gjennom året – fra skattekort produseres til skatteoppgjøret ligger klart. Enhet B har kompetanse innen økonomi, kommunikasjon, juss, markedsføring, samt dybdekompetanse på skatt.

Enhet B svarer på spørsmål ansatte har om produksjon av tjenestene de leverer. Brukerstøtte og feil i systemer og tjenester meldes til brukersenteret i Enhet I, ikke til Enhet B. Enhet B mottar gjerne innspill for å forbedre tjenestene. Dette gir du Enhet B beskjed om gjennom tjenesteutvikler i din region. Ansatte skal henvende seg til tjenesteutvikler i sin region dersom de har spørsmål til Enhet B.

Enhet B samarbeider med Enhet I, Enhet J og Enhet K. I tillegg samarbeider Enhet B med andre etater. Enhet B arbeider tett med Enhet A for å nå ut med informasjon om tjenestene internt og eksternt.

Enhet B er blant annet involverte i følgende prosjekter: Prosjekt D, Prosjekt E, Prosjekt F, Prosjekt G, Prosjekt H.

Du kan bidra til et bedre språk internt i Skatteetaten.

Har du lyst til å bidra til bedre kommunikasjon i Skatteetaten? Student Kristine Hansen skriver masteroppgave om bedre internkommunikasjon i etaten, og trenger din bistand.

Ved å svare på **denne spørreundersøkelsen** kan du bidra til å bedre språket i Skatteetaten. Spørreundersøkelsen tar 4-6 minutter.

Jeg studerer master i Endringsledelse ved Universitetet i Stavanger. Jeg setter stor pris på din deltakelse i spørreundersøkelsen. Det er frivillig å delta, og man kan trekke seg når som helst uten begrunnelse.

Utvalget som mottar denne spørreundersøkelsen er trukket for å få størst mulig variasjon blant respondentene. Det er derfor sendt forespørsel til ansatte i hele Skatteetaten.

Dersom du har spørsmål, ta kontakt med

Student:
Kristine Hansen
Telefon: 000 00 000

Veileder ved Universitetet i Stavanger:
Gunnar Thesen
Telefon: 00 00 00 00
E-post:

Undersøkelser sendt fra (epost) er godkjent av sikkerhetsavdelingen i Skatteetaten. Les mer på intranett under (side).

Dato for forventet prosjektslutt er 15.06.16.

*Alle opplysninger behandles konfisendielt.
Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.*

Data anonymiseres ved prosjektslutt.

VEDLEGG 6

SPØRREUNDERSØKELSE

Kjønn	<ul style="list-style-type: none"> - Mann - Kvinne
Alder	<ul style="list-style-type: none"> - 29 år eller yngre - 30-39 år - 40-49 år - 50-59 år - 60 år eller eldre
Hvor jobber du?	<ul style="list-style-type: none"> - Skattedirektoratet - Skatteetatens IT- og servicepartner - Skatt Nord - Skatt Midt-Norge - Skatt Vest - Skatt Sør - Skatt Øst - Sentralskattekontoret for storbedrifter - Statens Innkrevingsentral - Oljeskattekontoret - Skatteopplysningen
Hva er din høyest fullførte utdanning	<ul style="list-style-type: none"> - Grunnskole - Videregående skole - Fagbrev - Bachelor - Mastergrad - Doktorgrad - Annet
Hva er din rolle i din enhet?	<ul style="list-style-type: none"> - Medarbeider - Leder - Konsulent
Hvor ofte bruker du intranett?	<ul style="list-style-type: none"> - Hver dag - 3-4 dager i uken - 1-2 dager i uken - Sjeldnere
Hva bruker du intranett til? Her kan du krysse av for flere alternativer	<ul style="list-style-type: none"> - Finne fagstoff - Lese driftsmeldinger - Lese nyheter og saker - Finne kontaktinformasjon til andre ansatte - Finne informasjon om mitt ansettelsesforhold - Finne informasjon og kontaktinformasjon om andre enheter - Annet

På en skala fra 1 til 10 (1 = svært dårlig, 10 = svært godt), hvilket inntrykk har du av denne enheten med tanke på hva enheten kan bidra med og hvilken kompetanse den besitter?	1 til 10
På en skala fra 1 til 10 (1 = svært liten grad, 10 = svært stor grad), i hvilken grad oppfatter du at denne enheten er relevant for deg og din enhet?	1 til 10
På en skala fra 1 til 10 (1 = svært liten grad, 10 = svært stor grad), i hvilken grad syns du det er enkelt å forstå hva enheten gjør og hvilken kompetanse den innehar?	1 til 10
Spørsmål går bare til gruppe 1 og kontrollgruppe 1: På en skala fra 1 til 10 (1 = svært lite sannsynlig, 10 = svært sannsynlig), hvis du hadde spørsmål om hvilken kommunikasjonsverktøy du burde bruke i et prosjekt, hvor sannsynlig tror du det er at du hadde tatt kontakt med Enhet A?	1 til 10
Spørsmål går bare til gruppe 2 og kontrollgruppe 2: På en skala fra 1 til 10 (1 = svært lite sannsynlig, 10 = svært sannsynlig), hvor sannsynlig er det at du hadde tatt kontakt med tjenesteutvikler i din region dersom du hadde innspill til forbedring av tjenestene Enhet B er ansvarlig for?	1 til 10
På en skala fra 1 til 10 (1 = svært liten grad, 10 = svært stor grad), i hvilken grad tenker du det er nyttig med en slik tekst som kilde til informasjon om andre enheter?	1 til 10
På en skala fra 1 til 10 (1 = svært dårlig, 10 = svært godt), hvilket inntrykk har du av strukturen/oppsettet i denne teksten?	1 til 10
På en skala fra 1 til 10 (1 = svært vanskelig, 10 = svært lett), hvordan syns du det er å lese språket i denne teksten?	1 til 10
På en skala fra 1 til 10 (1 = svært liten grad, 10 = svært stor grad), i hvilken grad tror du det er bra at alle informasjonstekster om enheter har likt oppsett og samme språklige tone?	1 til 10