

mål+³/₄mæle

Særnummer tilegnet Jørn Lund

I anledning af Jørn Lunds 60-års fødselsdag den 30. januar 2006 er denne udgave af *Mål og Mæle* et dobbeltnummer. Endda godt og vel. Jørn Lund er en af dansk sprogvidenskabs skarpeste profiler. En af de mest udadvendte. Og en af de mest alsidige. Det afspejler artiklerne i dette nummer, der handler om så forskellige emner som:

Søren Kierkegaard som skribent

– "et sundt menneske får hovedpine af at læse over en halv side uforberedt"

Sprogrøgt – undervisningsministeren erklærer sig som tilhænger

Bandeords grammatik – grammatisk set er ordet *squ* ikke grimmere end ordet *skam*!

Behovet for en retskrivningsreform
– professor Gregersen vs. professor Lund

Virksomheders sproglige selviscenesættelse
– læs om *branding* og andre *buzzwords*

Dansk sprog og litteratur
– set med norske studerendes øjne

Det danske sprogs fremtid
– hvad har kulturministeren tænkt sig?

Degenereringen af sproglig kritik
– rigtigt gættet: vi taler om Danmarks Radio!

... foruden det islandske sprogs formidable overlevelsessevne, dialekter, e-mailkultur, etymologi, heksametre, litteraturens udgangspunkt i sprog, nye ord i dansk, oversættelse, runer – og bommelom!



Foto: Morten Langkilde.

Erik Hansen	2
Jørn Lund	3
Vigdís Finnbogadóttir	6
Torben Brostrøm	10
Lars Brink	13
Bertel Haarder	17
Frans Gregersen	20
Jens Smærup Sørensen	23
Peter Zeeberg	26
Marie Stoklund	30
Geirr Wiggen	34
Per Øhrgaard	39
Lars Heltoft	43
Finn Køster	47
Kirsten Rask	50
Anne Katrine Lund	53
Georg Metz	55
Kjeld Kristensen	59
Brian Mikkelsen	62
Mie Femø Nielsen	65
Jan Katlev	69
Klaus Ribbjerg	Bagsiden

FYI. Ledelse pr. e-mail

FYI – andet står der ikke i oversigten, når indbakken med den elektroniske post åbnes mandag morgen. Medarbejderne er efterhånden vant til det; chefen har igen siddet søndag aften og sorteret i strømmen af e-mails og sendt en masse videre "for your information". "Men hvad informationen skal bruges til, og hvorfor netop jeg får den, er der ikke et ord om," som en medarbejder udtrykker det med et suk i en nyere undersøgelse fra en dansk organisation. E-mail er blevet central i det organisatoriske liv og skaber både nye potentialer, nye problemer og en masse spild af tid.

Nærvær og konflikter

Fyringer, feedback, udveksling af afgørende viden, rygter og gode råd. E-mail bruges til stort set alt i danske organisationer, og især fortravlede ledere har taget kommunikationsformen til sig som en af de primære kommunikationsformer.

"I dagens møderæs når man ikke lige at få talt sammen eller vælger ikke at bruge tiden på den slags – det er langt hurtigere lige at maile." Mellemlederen her er ikke i tvivl om gevinsten ved e-mail, og netop i det lette og målrettede har e-mail da også en af sine store styrker i ledergerningen. Det kræver bare et par linjer, og et klik på *send*, så kan en leder sende et par positive ord eller gode råd før et vigtigt møde, selv om han ikke lige er

i afdelingen den dag. Dygtige ledere bruger e-mail eminent til at skabe nærvær i fraværet.

Industrial Development Corporations' årlige statistik viser, at der hver dag udveksles 36 milliarder e-mails mellem mennesker, og for medarbejdere er det tydeligt, at den omfattende e-mail-brug har interne konsekvenser i en organisation. Først og fremmest går en del af den direkte kontakt i hverdagen tabt, og mange nye konflikter opstår.

E-mail skrives ofte hurtigt, og selvom det for lederen føles som uforpligtende, let kommunikation, virker udsagnene på medarbejderen langt mere bombastiske og til tider dømmende. Netop her ser man et af e-mailens krydsfelter mellem tale og skrift – afsender oplever sin nedskrivning som "uforpligtende tale", modtager oplever via sin læsning "fastholdende skrift".

E-mail udvikler sig som kommunikationsform – fra den indledende brug næsten som et brev med et skriftsprøgligt udtryk til de mere moderne abrupte replikskifter, der minder mere om samtale. Bevægelsen har været individuel i takt med erfaringen med mediet og den e-mail-relation, afsender og modtager udvikler. Ofte bevæger en korrespondance sig fra en skriftsprøglig henvendelse til en hurtig replik i tredje-fjerde e-mail. "Det er lige før, jeg taler mest med dem pr.

e-mail," som en leder udtrykker det, uden selv at studse over, at han siger *taler*.

Men medarbejderne kan være ret følsomme over for skriftligt nedfæstede formuleringer. Ofte søger de dog efterrationaliserende at nedtone ømme tæer med, at det jo "bare er en e-mail".

Replikker til skue

Bedre bliver det ikke af, at der ofte er flere modtagere på en e-mail, og medarbejdere derfor kan føle sig hængt ud for en hel flok. Brugen af åbne medadressater (CC) er meget udbredt i de fleste organisationer. Det betyder, at medarbejdere kan se deres brevveksling delt simultant med kolleger eller chefer – og dermed (af gode grunde) bliver yderligere fintfølelse over for formuleringerne. Netop derfor er den uforpligtende indstilling til e-mail som noget, "man lige kan sende af sted" meget problematisk. Det giver mange frustrationer, problemer og konflikter rundt om.

I øjeblikket ses da også i organisationerne en udvikling, der peger tilbage mod skriftsproglig omhu. Mange udarbejder retningslinjer for e-mailen ligesom for papirbreve, ikke mindst på grund af eksterne reaktioner, hvor kunder og samarbejdspartnere bliver irriterede over sjusk eller forvirrede over kontaktformen i e-mails.

Hvornår, hvad og hvordan?

Retningslinjerne er nødt til at adressere alt fra indhold og anvendelse til sprogbrug og korrekturlæsning, hvis de skal favne problemerne med e-mailen. Det er ikke nok at diktere

større omhu i ordvalg og formulering, men helt afgørende at favne, i hvilke konkrete situationer den bruges, og hvilke forventninger en e-mail må leve op til i forskellige sammenhænge. Der er med andre ord behov for både en e-mail-etik og e-mail-etiket. Som en leder udtrykker det i et citat, der samtidig er et godt øjebliksbillede på organisatorisk slang, er et af de store problemer, hvor ihærdigt man sætter flere modtagere på sine e-mails:

"Jeg tror, vi skal tænke lidt på, hvor mange vi kopierer -CC. Man kan virkelig få meget junk, eller information, hvor man tænker: er informationen her for at vedkommende kan prale med, at han laver noget, eller fordi vedkommende forventer, at jeg skal tage action på det? Det er altid svært at vide. (...) Et e-mail-kodeks ville være godt. Jeg tror, at mange føler sig som en slave af den mail."

Her er medarbejdere og ledere lige gode om det. Lige så store problemerne er med ledere, der sender deres medarbejdere irrelevante eller ukommenterede e-mails, lige så hyppigt fanges ledere i krydsild mellem medarbejdere, hvor de ikke aner, hvorfor de får den e-mail. FYI? Ja tak - men hvorfor?

*Anne Katrine Lund (f. 1970)
ph.d. i retorik, kommunikations-
forsker og -rådgiver.*

Citaterne stammer fra AKLs analyser af kommunikationskulturer i danske organisationer.