



UNIVERSITY OF GOTHENBURG

## **"Flytta hit!" Ett studentintegrerat forskningsprojekt om identitetserbjudanden i kommuners informationstexter för potentiella inflyttare**

This is an author produced version of a chapter published in:  
Språk och identitet: Rapport från ASLA:s symposium

Citation for the published report:

Språk och identitet: Rapport från ASLA:s symposium, Södertörns  
högskola 8–9 maj 2014. Kahlin, Linda, Mats Landqvist & Ingela  
Tykesson (red.)

ISBN 978-91-87843-28-0

(chapter starts on next page)

**GUP**

Gothenburg University Publications

<http://gup.ub.gu.se>

# ”Flytta hit!”

Ett studentintegrerat forskningsprojekt om  
identitetserbudanden i kommuners informationstexter  
för potentiella inflyttare

*Karin Helgesson*

”Flytta hit!” Den uppmaningen riktar många svenska kommuner, både i glesbygden och i storstadsområdena, till potentiella invånare. I särskilda flikar på hemsidan eller i fyrfärgsbroschyrer presenteras de fördelar kommuner erbjuder. Tonen i texterna är säljande och det står klart att kommuner konkurrerar med varandra om invånare och skatteintäkter. Texterna kan ses som ett tecken på att en marknadsskiss under de senaste decennierna har tagit sig in på allt fler områden – att det har skett en *marketization*, en ”extension of market models to new spheres” (Fairclough 2009:99). Detta visar sig bland annat i det styrsätt som kallas New Public Management, och som kort kan beskrivas som ett försök att överföra styrmodeller som visat sig framgångsrika i den privata sektorn till den offentliga. Det visar sig också genom att ett språkbruk som förr främst förekom i det privata näringslivet sprids till fler sektorer, till exempel kommunal förvaltning, där patienten blir brukare och en lärare kan uppmanas att vara *serviceminded*.

Denna marknadsanpassning har dock kommit att ifrågasättas, varför det inte är självklart framgångsrikt att använda ett direkt kundtilltal i den kommunikation offentliga institutioner har med medborgarna. Warner (2010:30 ff.) beskriver forskning som visar att effektiv förvaltning av till exempel kommuner uppnås om medborgarna får göra sina röster hörda och tas med i beslutsfattandet. Enligt Warner handlar medborgarskap om något mer än att vara aktör på en marknad. Det handlar om att lösa gemensamma problem och om att få göra sin röst hörd, och detta är en viktig grund för ett demokratiskt samhälle (Warner 2010:34).

I denna artikel diskuteras vilken identitet som erbjuds mottagarna av ett antal kommunala informationstexter riktade till potentiella invånare. Är det en direkt kundidentitet, där kommunens service lyfts fram, eller väljer man andra strategier? Vilken typ av ideala inflyttare tycks olika

kommuner ha? Finns det skillnader mellan till exempel storstädernas kranskommuner och kommuner i avfolkningsbygder?

Svensk myndighetskommunikation är relativt väl utforskad, se t.ex. Nyström Höög et al. 2012. Det är dock främst större, statliga myndigheters kommunikation som varit i fokus i tidigare forskning. Kommuners kommunikation är relativt lite utforskad. Rahm & Ohlsson (2009) undersöker en broschyr om äldreomsorg från Malmö stad. Syftet med deras undersökning är främst att problematisera klarspråksbegreppet och hur texter mottagaranpassas. Sandberg (2013) beskriver med hjälp av legitimeringsanalys hur äldre konstrueras i ett kommunalt informationsmaterial om äldreomsorg.

Projektet ”Flytta hit” ingår i ett större ramprojekt, *Kommunal kommunikation för alla?* Ramprojektet syftar till att studera några utsnitt ur svenska kommuners kommunikation ur ett språkvetenskapligt och semiotiskt perspektiv för att kartlägga och värdera den, särskilt utifrån hur kommunikationen mellan medborgare och kommun fungerar. Att kommunikationen fungerar är viktigt ur ett demokratiskt perspektiv. Ska individen kunna vara delaktig inom lokalsamhället måste den kunna ta del av kommunens information och beslut. En myndighets texter bör dessutom spegla jämställda och demokratiska ideal och inte vara t.ex. diskriminerande eller uteslutande (jfr. Lind Palicki 2010). Det senare är särskilt intressant att undersöka i ett material som vänder sig till potentiella inflyttare. Riktat sig ett sådant material till en bred del av befolkningen i Sverige, eller är det bara en liten del som är välkommen?

I detta projekt bedrivs studentintegrerad forskning, vilket innebär att studenter på olika nivåer i utbildningen är medforskare. I de mest styrda uppgifterna samlar studenterna in materialet och analyserar det efter en mall forskaren har gjort, så att resultaten blir relativt förutsägbara. Studenterna kan också samla in material som forskaren sedan analyserar. I de friare uppgifterna sätter projektet endast ramarna för val av teori och forskningsområde, och studenterna väljer metod och genomför analyserna självständigt med handledning. Analyserna som ligger till grund för denna artikel har genomförts dels i specialarbeten på fortsättningskursen i svenska vid Göteborgs universitet, dels i en mindre omfattande och mer styrd analysuppgift på fördjupningskursen i svenska vid samma lärosäte. De analyser som refereras i denna undersökning har studenterna utfört självständigt, och som ledare för delprojektet har jag endast sammanställt, jämfört och diskuterat resultaten.

Syftet med denna artikel är tvådelat. Det första syftet är att undersöka, beskriva och diskutera vilka identiteter som erbjuds i några kommuners informationstexter till potentiella invånare. Eftersom detta projekt genomförts tillsammans med studenter är det andra syftet att beskriva och diskutera hur studentintegrerad forskning kan gå till.

## Teoretiska utgångspunkter

Den teoretiska ram delprojektet utgår från är normkritisk forskning och främst då kritisk diskursanalys, som beskrivs till exempel av Fairclough 2001. Inom denna analyseras texter i kontext, det vill säga, texter analyseras i sitt sammanhang. En utgångspunkt är att texter alltid påverkas av sin kontext, men också att de påverkar kontexten.

Ett diskursanalytiskt sätt att se på språk är enligt Fairclough (2001:18) att se på språk som en social praktik. Det sociala perspektivet innebär att skapandet av sociala relationer och identiteter blir en viktig del av språkandet. Tankarna om språk som social praktik och diskurser som en form av maktutövning kombinerar Fairclough med lingvistisk textanalys inspirerad av den systemiskfunktionella lingvistik. Analysen av den sociala praktiken fokuserar maktförhållanden mellan olika ideologier, och hur det utkämpas en kamp om vilken ideologi som skall ha herraväldet. Fairclough konstaterar att mest effektiva är de ideologier som uppfattas som självklara och som sunt förnuft (2009:87). Vårt sätt att tala och skriva om saker kan alltså säga något om vilka ideologier som för närvarande innehar makten. Det säger också något om vilka relationer som råder mellan människor och något om de sociala identiteter vi skapar åt oss själva och varandra.

Sociala identiteter skapas inte bara i en samtalssituation, utan också i texter där de erbjuds till läsaren. Fairclough (2001:41) beskriver till exempel hur det skapas en inbyggd subjektsposition i massmediatexter, det vill säga ett slags ideal läsare som den verkliga läsaren får förhålla sig till. Denna ideala läsare skapas till exempel genom att värderingar i texten framställs som självklara och naturliga. Den ideala läsaren är då den som instämmer i detta. I Sverige har till exempel Anna-Malin Karlsson (2004) visat hur sociala identiteter kan konstrueras i texter och användas som ett styrmedel när företagsledningen vill uppmuntra till ett visst beteende hos de anställda. Lena Lind Palicki (2010) visar i en analys av Försäkringskassans broschyrer till föräldrar hur vissa föräldraidentiteter framställs som mer normala och andra som mer avvikande. Anders

Björkvall (2003) analyserar med utgångspunkt i Ecos modellärsbegrepp reklamannonser och visar hur där konstrueras identiteter av den ideala konsumenten som erbjuds läsarna.

## Metod

Analyserna har genomförts tillsammans med studenter på fortsättningskursen och fördjupningskursen i svenska. Studenterna på fördjupningskursen, som gjorde en mindre inlämningsuppgift inom en så kallad problemlösningskurs, fick en relativt styrd uppgift där de skulle analysera modelläsa i ett informationsmaterial från en kommun de själva valt. Metoderna för att analysera modelläsa hämtade de ur kurslitteraturen, vilket innebär att de framförallt arbetade med textanalys som den framställs i Hellspong och Ledin (1997), samt med multimodala analyser enligt den metod Björkvall (2009) presenterar. De hade även hjälp av Björkvall (2003), som bland annat beskriver hur värdeord och kontaktyper kan bidra till att skapa identifikation med läsaren, och Helgesson (2011), som bland annat beskriver hur tilltal kan skapa närhet och distans.

De studenter som skrev specialarbete på fortsättningskursen hade mer tid och utrymme och också en större frihet att välja frågeställning och metod, men även de utgick framförallt från metoder de läst om i kurslitteraturen. Utöver ovan nämnda tillkom Korpus (2008) som beskriver röstväxling, och Karlsson (2004) som bland annat beskriver hur bruket av pronomen i interna texter i en butikskedja bidrar till en ideal identitet för de anställda att förhålla sig till.

Uppsatsskribenterna träffade handledaren för grupphandledning tre gånger under terminen. Det första mötet ägnades åt att ringa in frågeställningar och diskutera teorier och metoder. De andra mötena var materialsessioner där studenter och handledare tillsammans diskuterade problem och möjliga analyser i de material som studenterna samlat in. Materialet beskrivs kort nedan.

## Material

Materialet för analyserna består av tryckta broschyrer och informationstexter från kommunala hemsidor från följande kommuner: Jönköping, Ulricehamn, Strängnäs, Nyköping, Tjörn och Lycksele. I denna artikel har jag av utrymmesskäl inte kunnat presentera resultaten från

samtliga uppgifter i fördjupningskursen, utan bara tre. Jag valde då ut tre som gav bredd åt materialet totalt vad gäller broschyrernas innehåll och utformning. Samtliga specialarbeten från fortsättningskursen refereras i artikeln. Studenterna har själva fått välja och leta upp materialet och därför har ingen systematisk insamling gjorts för att skapa bredd. Det har ändå blivit en spridning i materialet. Strängnäs och Nyköping är båda kommuner på pendlingsavstånd från Stockholm och där arbetstillfällena i synnerhet i Strängnäs finns utanför kommunen. I Jönköping däremot finns det gott om arbetstillfällen inom kommunen. Ulricehamn är en mindre kommun som ligger mellan de större orterna Jönköping och Borås, men inte riktigt inom bekvämt pendlingsavstånd från någon av dem. Tjörn är en kommun som tidigare inte setts som en pendlar-kommun till Göteborg men som nu börjar marknadsföra sig som sådan. Lycksele är en Norrlandskommun i avfolkningsbygd. Materialet från Jönköping består av en 16-sidig fyrfärgsbroschyr som gick att ladda ner som PDF från Jönköpings hemsida. Materialet från Ulricehamn bestod av en 9-sidig fyrfärgsbroschyr som gick att ladda ner som PDF från Ulricehamns kommuns hemsida. Materialet från Strängnäs kommun består av ”Flytta-hit”-sida på kommunens webbplats. Även materialet från Nyköping består av sidor från kommunens webbplats. Materialet från Lycksele kommer också från kommunens webbplats. Materialet från Tjörns kommun består dels av ett webbttest, dels av en tryckt broschyr.

### Den ideala inflyttaren i sex svenska kommuner

Nordin (2014) analyserar bilder, propositioner, värdeord och tilltal i sin analys av Jönköpings kommun. Hon konstaterar att bilderna visar själva staden, bilar i rörelse och aktiva människor i olika åldrar. De fördelar som framhålls med Jönköping är naturskönt läge, arbetsmöjligheter, högskolan och kulturen. Du-tilltalet riktar sig till föräldrar med barn i förskola och skola, studenter, och en sportintresserad allmänhet. När äldreomsorgen beskrivs är språket mer distanserat, vilket tyder på att den ideala inflyttaren inte själv är äldre eller i behov av annan omsorg. En rik fritid är något som framställs som viktigt, men den beskrivs också explicit som ett komplement till arbete och skola, vilket dels visar att arbete och skola är det som Jönköpingsbon främst förväntas ägna sig åt, dels att arbetslösa eller pensionärer inte riktigt räknas med. Samman-

taget ger en analys av bilder och text en modelläsare som är förälder med arbete eller student med aktiv fritid och intresse för sport och kultur.

Björlings (2014) analys av Ulricehamns broschyr *Motsatsen till stor* visar en delvis annorlunda bild. Ulricehamn är en liten kommun och i broschyren framhålls detta som en fördel. I texten poängteras också vikten av våga gå mot strömmen och leva på det sätt man själv önskar. Fördelarna som framhålls i texten är möjlighet till villaboende med sjöutsikt, cykelvägar, att det är lugnt lokalsamhälle och det finns möjligheter till rik fritid. Mångfald betonas i texterna men bilderna visar att modelläsaren är en heteronormativ kärnfamiljsmedlem. När kvinnor avbildas är de alltid tillsammans med barn, en manlig partner eller andra kvinnor. Män kan däremot avbildas ensamma, sysselsatta med fiskespö eller tidning. Om modelläsaren av broschyren är en person som går emot strömmen gör den det inom givna ramar.

Johansson (2014) har analyserat Flytta-hit-materialet på Strängnäs kommuns hemsida. Bilderna visar en barnfamilj som flanerar i småstaden, ungdomar som badar, vitklädda, leende kvinnor i bageri och jaktande människor på perrong. Fördelar som framhålls är att staden är liten men ändå är på bekvämt pendlaravstånd till storstaden Stockholm, att kommunen har närhet till en dynamisk arbetsmarknad, erbjuder unika boendemiljöer, kulturella mötesplatser, och är fylld av entreprenörer och småföretagare. Läsaren tilltalas direkt med *du*. I texterna används också sloganen ”En dynamisk idyll”. Denna idyll är tydligen till för arbetande familjemänniskor som uppskattar livets goda.

En annan kommun på pendlingsavstånd från Stockholm är Nyköping, vars Flytta-hit-material analyseras i ett specialarbete av Andreasson (2014). De analyserade hemsidorna ingår i en stor och påkostad kampanj för att locka inflyttare till Nyköping och materialet skiljer ut sig från övriga särskilt genom att bilderna ser ut att ha konstnärliga ambitioner. Texterna består av intervjuer med Nyköpingsbor, till exempel ett ungt par där kvinnan är uppvuxen i Nyköping medan mannen kommer från Nepal, en barnfamilj där mamman är invandrad från England och en kvinna som avbildas tillsammans med liten flicka på en häst, men där flickan inte nämns i texten. Utöver intervjuerna analyserar Andreasson webbplatsen *Bo i Nyköping*. Andreasson visar hur bilder och texter tillsammans skapar en värdegemenskap som läsaren inbjuds att dela. Familjebildandet har en central plats i denna värdegemenskap och utöver det förmedlas, enligt Andreasson (2014:18) ”en bild av att den ideala inflyttaren ska vara aktiv och social, miljömedveten, familjekär, kul-

turell, trendig, högutbildad, tjänsteman, resvan, köpstark, intresserad av natur och historia, sportig samt någon som gärna tar del av nöjeslivet.”

Liksom Nyköping ligger på pendlingsavstånd från Stockholm ligger ö-kommunen Tjörn på pendlingsavstånd från Göteborg. Så riktar sig också Tjörns kommuns ”Flytta-hit”-kampanj tydligt till göteborgare som vill flytta till ett eget hus utanför staden. Tjörns kampanj skiljer sig från övriga genom att dess främsta komponent är ett webb-test med temat ”Är du Tjörns-mogen” där hugade inflyttare får fylla i frågor om alltifrån havstrutars läten till uppgifter om pendlingsstider från öns orter. Frågorna är kulturspecifika och den som till exempel inte vet vilken del av ett hus som kallas spröjs eller hur bergarten granit ser ut är inte mogen att bo på Tjörn. En annan viktig komponent är en tryckt kampanjbroschyr som bland annat innehåller intervjuer med Tjörnbor.

Om Nyköpings material i viss mån verkade sträva för att visa olika typer av familjebildningar och kulturell bakgrund i intervjuerna med invånare visar Anderssons analyser att bilden av den ideala inflyttaren till Tjörn är ensidig. Bilderna visar hav, svensk natur, nybyggda hus och aktiva människor med skandinaviskt utseende. Fördelar som framhålls i texten är till exempel bra skolor, att det finns många aktiva småföretagare och att arbetslösheten är liten. Att kampanjen riktar sig till barnfamiljer märks på att närheten till skolor och förskolor framhålls, och att dessa ska lockas av en aktiv fritid märks av att det rika utbudet av fritidsaktiviteter poängteras. Anderssons slutsats blir att den som kampanjen riktar sig till är en person är mitt i livet med avslutade studier, i början av sin karriär och sitt familjeliv eller mitt i detta. Andersson diskuterar också hur det faktum att kampanjen bygger på en ordvits kan tänkas påverka vilka läsare som tilltalas av kampanjen. Den som inte har svenska som modersmål eller är uppvuxen i den svenska kulturen har svårt att hänga med. Modellläsaren verkar snarast vara en utflyttad Tjörnbo som nu ska lockas hem.

Lycksele kommun ligger långt från större städer och kan inte framhålla pendlingsavstånd till storstaden som förmån, utan får framhålla andra fördelar. Klöv Piager (2013) koncentrerar sig i sitt specialarbete på en analys av verbalspråket och analyserar värdeord, kontakttyper och tilltal. Analysen av värdeorden visar bland annat att Lyckseles goda kommunikationer framhålls, något som kan vara ett svar på ett tänkt motargument om att Lycksele ligger i en del av landet där avstånden mellan orterna är stora. Näringslivet beskrivs också med positivt laddade ord. Kommunen sägs vara företagstät och näringslivet präglas av framåt-



anda. Billiga bostäder är ett argument som används, men idealinflyttaren till Lycksele förväntas också lockas av det positivt beskrivna utbudet av kultur och idrott, liksom av närheten till naturen. När det gäller kontakttypen konstaterar Klöv Piager att frågor och utrop, som i högre grad än påståenden kan antas skapa engagemang hos läsaren, främst används under flikarna *Boende, Fritid och kultur och Kontakt*. När kommunen beskriver till exempel arbetsmarknad och sjukvård är texten mer informativ och mindre kontaktsökande. Bruket av du-tilltal följer ett liknande mönster. Klöv Piagers slutsats är att du-tilltal används flitigt på de sidor läsaren förväntas attraheras av innehållet. Sammanfattningsvis kommer hon fram till att det inte finns en modelläsare utan flera. Broschyren riktar sig dock främst till en naturälskare som vill ha ett lugnare tempo.

### Sammanfattning och diskussion

I detta avsnitt sammanfattar och diskuterar jag först de analyser som studenterna har gjort. Därefter diskuterar jag för- och nackdelar med studentintegrerad forskning utifrån erfarenheterna i detta projekt. Analyserna visar både likheter och skillnader i de sex undersökta kommunernas material till potentiella invånare. De valda kommunerna har olika förutsättningar. Några är pendlarkommuner i storstadsområden, några är mindre kommuner med längre avstånd till en större stad och viss utflyttarproblematik, någon har en mellanstor stad med ett rikt näringsliv som centralort. Trots olika förutsättningar är de material som undersökts till stora delar lika. Samtliga vänder sig i hög grad till barnfamiljer med tillräckligt stora inkomster för att vara intresserade av att bo i eget hus. Familjerna som beskrivs i materialet är med få undantag kärnfamiljer med svenskt ursprung. Dessa familjer ska attraheras av vacker natur, ett rikt kulturliv och möjligheter till en aktiv fritid med sport. De vill också ha närhet till god service och möjlighet att ta sig ifrån kommunen vid behov, eftersom goda kommunikationer är något som framhävs i materialet. Några skillnader finns dock. Lycksele och Ulricehamn vänder det som kan ses som nackdelar till fördelar och visar fram möjligheten till en lugn och stressfri tillvaro. Jönköping och Strängnäs framhåller arbetstillfällena något mer än de övriga. Nyköping gör ett försök att bryta mot svensketsnormen genom att presentera ett par invånare som fötts i andra länder, men det handlar fortfarande om personer i en framgångsrik medelklass.

Den ideala inflyttaren till alla de undersökta kommunerna verkar vara den som delar den svenska drömmen om Volvo, villa och vovve, en köpstark barnfamilj i medelklassen med goda inkomster och svenskt ursprung som vill ha god service. Den identitet som erbjuds inflyttaren är främst en kundidentitet. Materialet beskriver vad kommunen kan erbjuda invånaren i form av service men inte om korta beslutsvägar och medborgarinflytande. Att kommunerna vänder sig till ekonomiskt starka grupper i produktiv ålder är kanske inte så underligt. Goda inkomster är en förutsättning för att kunna ge medborgarna god service och klara det uppdrag kommunerna har till exempel vad gäller äldreomsorg och infrastruktur, och kommunerna behöver då medborgare som kan betala skatt och inte orsakar kommunen stora kostnader. Samtidigt är det ur demokratisk synvinkel problematiskt att en stor del av befolkningen utestängs när kommunerna ska locka nya invånare. Det kan också ses som en tveksam strategi från kommunernas sida att ensidigt skapa en kundidentitet åt invånarna. Om medborgarna blir kunder hos kommunen som kräver service men inte är beredda att ge något i gengäld, vem ska då ta aktivt ansvar för att lokalsamhället utvecklas? Om det är som Warner påstår att en effektiv styrning av lokalsamhället uppnås om medborgarna tar aktiv del i besluten och engagerar sig, behöver kommunerna snarare nya medborgare än nya kunder.

Det andra syftet med artikeln var att beskriva och diskutera studentintegrerad forskning med utgångspunkt i hur den realiserats i detta projekt. Studentintegrerad forskning har flera fördelar. Universitetet ska bedriva forskningsförankrad undervisning, och ett tydligt sätt att göra detta är att låta studenterna vara medforskare. Genom att de får prova en mindre forskningsuppgift kan de få en förståelse för hur forskningsprocessen går till och utveckla sitt kritiska tänkande. En fördel med en hårt styrda uppgift av det slag jag gav studenterna på fördjupningskursen är att studenterna får hjälp att se hur forskningsfrågorna hänger ihop med teori och metod. Studenterna som deltog i detta projekt uttryckte också att det var motiverande och engagerande att få delta i ett projekt. I synnerhet studenterna på fortsättningskursen fördjupade sig i litteratur som de annars inte skulle ha gjort på den nivån. Genom att studenterna redan på fortsättningsnivån får vara delaktiga i forskningsprojektet kan deras intresse för forskning väckas. På sikt kan detta vara ett sätt att ge underlag för rekrytering till forskarutbildningen.

Det finns också fördelar för den forskare som driver projektet att göra det tillsammans med studenter. Dels är det ett sätt att förankra forsk-

ningen i den egna undervisningen, dels ger det möjligheter att finna och analysera ett större material på kortare tid om studenter är med och utför analyserna. Det är också givande att diskutera materialet tillsammans med studenter som kan bidra med nya infallsvinklar. Diskussionerna under grupphandledningen på fortsättningskursen gav mig nya tankar för hur jag kan gå vidare med egna analyser inom projektet.

Studentintegrerad forskning kräver dock mycket av den forskare som leder projektet. Ska det ge något av värde till forskningen måste forskningen själv noga förbereda projektet och tänka igenom de instruktioner som ges till studenterna, så att studentanalyserna faktiskt ger svar på de frågor projektet som helhet ska ge svar på. Det går heller inte att förutsätta att samtliga analyser blir värdefulla för projektet, eftersom det beror på de olika studenternas förutsättningar, förkunskaper och motivation. Inte minst studenternas förkunskaper är en begränsning. Studenter på grundnivån har sällan hunnit ta till sig avancerade teorier och de redskap de använder måste främst hämtas från kurslitteraturen. Dessa redskap ger inte alltid den precision som krävs. Studenterna på fördjupningskursen hade så kort tid på sig att genomföra uppgiften att jag inte kunde begära att de fördjupade sig i annan litteratur än kurslitteraturen. Det påverkade resultaten, så att deras analyser snarare fick mig att ana vad som går att få ut av materialet än gav mig färdiga analyser. Det är också en svår balansgång mellan att å ena sidan styra uppgifterna så hårt att analyserna blir jämförbara och därmed enkla att sammanställa och dra nytta av i projektet, och att å andra sidan ge studenterna frihet att själva välja metoder vilket kan vara positivt för deras utveckling till självständiga forskare.

Studentintegrerad forskning har ett stort värde som pedagogiskt redskap och som ett sätt att väcka studenters intresse för forskning. Ett genomtänkt projekt kan också bidra till forskningen, förutsatt att projektledaren är medveten om de begränsningar som till exempel studenternas kunskapsnivå ger och att projektet designas noga.

## Litteratur

Andreasson, Helena (2014). *”Bo i Nyköping”. Nyköpings kommuns idealinflyttare – en analys av en hemsida för nya invånare och en Flytta-in-kampanj*. Opublicerat specialarbete. Göteborg: Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.

- Andersson, Berit (2014). *Vem ska du vara för att anses Tjörnsmogen?* Opublicerat specialarbete. Göteborg: Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.
- Björkvall, Anders (2003). *Svensk reklam och dess modelläsare*. (Acta Universitatis Stockholmiensis. Stockholm studies in Scandinavian philology 31.) Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Björvall, Anders (2009). *Den visuella texten. Multimodal analys i praktiken*. Stockholm: Hallgren & Fallgren.
- Björling, Maria (2014). *Myndighetskommunikation*. Opublicerad inlämningsuppgift i Språkvetenskaplig problemlösning. Göteborg: Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.
- Helgesson, Karin (2011). *Platsannonser i tiden. Den orubricerade platsannonsern 1955–2005*. (Göteborgsstudier i nordisk språkvetenskap 15.) Göteborg: Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.
- Hellspong, Lennart & Ledin, Per. (1997) *Vägar genom texten. Handbok i brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Fairclough, Norman ([2001]). *Language and power*. 2nd ed. London: Longman.
- Fairclough, Norman ([2009]). *Discourse and social change*. 2nd ed Cambridge: Polity Press.
- Johansson, Josephine (2014). *Myndighetskommunikation*. Opublicerad inlämningsuppgift i Språkvetenskaplig problemlösning. Göteborg: Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.
- Karlsson, Anna-Malin (2004). Vad vill vi att kunden ska köpa? En diskursanalytisk studie av identifikationsmöjligheter i texter för butiksanställda. In: *Språk och Stil* 14, s. 63–88.
- Klöv Piager, Maria (2014). *Lycksele – kommunen med guldkant på tillvaron En studie i flytta hit-materialet från Lycksele kommun*. Opublicerat specialarbete. Göteborg: Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.
- Korpus, Einar (2008). *Reklamiska. Guldäggsannonser 1975–2007*. (Studier från Örebro i svenska språket 3.) Örebro: Örebro universitet.
- Lind Palicki, Lena (2010). *Normaliserade föräldrar. En undersökning av försäkringskassans broschyrer 1974–2007*. (Studier från Örebro i svenska språket 6.) Örebro: Örebro universitet.
- Nordin, Fanny (2014). *Myndighetskommunikation*. Opublicerad inlämningsuppgift i Språkvetenskaplig problemlösning. Göteborg: Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.
- Nyström Höög, Catharina, Söderlundh, Hedda & Sörlin, Marie (2012). *Myndigheterna har ordet: om kommunikation i skrift*. Stockholm: Norstedts: Språkrådet.
- Rahm, Henrik & Ohlsson, Claes (2009). Klarspråksarbete, myndigheter och mottagare. Exempel från äldrevården och Malmö stad. In: Nyström Höög, Catharina (red.) *Medborgare och myndigheter*. (TeFa 47.) Uppsala: FUMS, Institutionen för nordiska språk, Uppsala universitet. S. 25–42.
- Sandberg, Malin (2013). ”Livskvalitet när du blir äldre” *En legitimeringsanalys av textmaterial från Kungsbacka kommuns äldreomsorg*.

(GU-ISS Forskningsrapporter från Institutionen för svenska språket)  
Göteborg: Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.  
Warner, Mildred E. (2010). Reversing Privatization, rebalancing government reform: markets, deliberation and planning. In: Ramesh, M., Aralal Eduardo & Wu Xun (ed.) *Reasserting the Public in Public services*. London: Routledge, S. 30–48.

## Kontaktuppgifter

Karin Helgesson  
Institutionen för svenska språket  
Göteborgs universitet  
[karin.helgesson@svenska.gu.se](mailto:karin.helgesson@svenska.gu.se)