

GÖTEBORGS UNIVERSITET  
Institutionen för svenska språket

## De tysta rösterna på operan

En studie om Göteborgsoperan och dess skyltar som språkligt landskap.

AnnCharlotte Linsten

Magisteruppsats i nordiska språk, 15 hp  
NS2140 VT 2016  
Handledare: Maria Löfdahl

## Sammandrag

I denna uppsats presenteras Göteborgsoperan som språkligt landskap. Detta görs med hjälp av 435 fotografier av operans skyltar som presenteras i en kategoriseringsmodell. Undersökningsmaterialet är av tre slag: reglerande skyltar och informativa skyltar, samt en kombination av de båda. Syftet är att undersöka vad skyltarna kan säga oss om hur operan kommunicerar med sin omgivning och hur kommunikationen och samarbetet sker inom operan. En kortare betraktelse över operans arkitektur som en del av det språkliga landskapet presenteras. För att lättare kunna studera likheter och skillnader delades operans område in i tre miljöer: den yttre miljön, arbetsplatsen operan samt besöksplatsen operan. Resultatet visar att det finns olika stora behov av skyltning inom de olika områdena. Störst behov finns inom arbetsplatsområdet, där också kökspersonal och tekniker tillsammans med fastighetsansvarig står för den mesta skyltningen. Hos det informativa skyltmaterialet finns det tydliga skillnader i tilltal inom de olika områdena. Skyltar som riktar sig till en större mängd människor har en tendens att bli mer formella i tilltalet, medan skyltar inom exempelvis en eller ett par yrkesgrupper är mer informella. Mot besökare är tilltalet alltid artigt. Övervägande del av skyltmaterialet är på svenska. Operans behov av skyltar på exempelvis engelska är mycket begränsat. Det kan även konstateras att man trots ett relativt ungt (20 år) operahus har ett stort behov av reglerande skyltning. Det är svårt att arkitektoniskt bygga bort eller minimera kontakter med riskområden inom byggnader där det dagliga flödet av människor är stort.

Nyckelord: *språkliga landskap, kommunikation, skylt, skyltspråk, kategorisering*

# Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1. Syfte och frågeställningar.....	1
1.2. Uppsatsens disposition .....	2
2. Tidigare forskning .....	3
2.1. Vad är ett språkligt landskap? .....	3
2.2. Framväxten av det språkliga landskapet .....	3
2.3. Orsaker till fältets framväxt.....	4
2.4. Terminologi.....	5
3. Teoretiska och metodiska utgångspunkter .....	6
3.1. SPEAKING som ett ramverk för analys av språkliga landskap.....	6
3.2 Att analysera tidningslayout – Kress & van Leeuwen .....	11
Bild 1: Kress & van Leeuwes triptyk över dimensionerna i det visuella området.....	12
3.3 Kompletterande modeller .....	12
Modell 1: Järleheds förslag till kategoriseringsmodell. ....	13
3.4 Material .....	13
3.5 Avgränsning och urvalsprinciper .....	14
3.5.1. Redskap för urval .....	14
3.6 Tillvägagångssätt.....	15
3.6.1 Kategoriseringsmodell .....	16
Modell 2: Grunden till studiens kategoriseringsmodell. ....	16
Modell 3: Visuell analysmodell 1. ....	17

Modell 4: Visuell analysmodell 2. ....	17
4. Det språkliga landskapet på Göteborgsoperan .....	18
4.1. Göteborgsoperan som kulturinstitution .....	18
4.1.1. Det yttre rummet, byggnaden.....	18
4.1.3. Det inre rummet som besöksplats .....	19
4.1.2. Det inre rummet som arbetsplats.....	19
4.2. Analys av materialet från Göteborgsoperan.....	19
Exempel 1: Göteborgsoperan och dess huvudentré. ....	20
Tabell 1: Undersökningsmaterialets samtliga skyltar. ....	21
Tabell 2: Placeringen av skyltarna i det språkliga landskapet. ....	22
4.2.1 Det reglerande skyltmaterialet .....	22
Tabell 3: Reglerande skyltar i det språkliga landskapet.....	23
Tabell 4: Placering av de reglerande skyltarna. ....	23
Exempel 2: Prefabricerade förbudsskyltar. ....	24
Exempel 3: Förbudsskyltar utformade av operan. ....	25
Exempel 4: Prefabricerade varningsskyltar.....	28
Exempel 5: Varningsskyltar utformade av operan.....	30
Exempel 6: Prefabricerade påbudsskyltar. ....	32
Exempel 7: Påbudsskyltar utformade eller valda av operan. ....	34
Tabell 5: Fördelning av pictogram/text-innehåll hos reglerande skyltar. ....	35
Modell 5: De reglerande skyltarnas layout. ....	36

Exempel 8: Kombinerade reglerande skyltar.....	36
Tabell 6: Kombinerade skyltar i det språkliga landskapet.....	37
4.2.2. Det informativa skyltmaterialet.....	37
Tabell 7: Informativa skyltar i det språkliga landskapet.....	38
Exempel 9: Informationsskyltar på operans fasad.....	39
Modell 6: Bildanalys av yttre informationsskyltar.....	40
Exempel 10: Informationsskyltar i operans entré.....	41
Exempel 11: Informationsskyltar i operans restaurang.....	43
Exempel 12: informationsskyltar i arbetsplatsområdet.....	44
Exempel 13: Flertydiga skyltar i arbetsplatsområdet.....	46
Modell 7: De informativa skyltarnas layout.....	47
Tabell 8: Fördelningen av bild-/pictogram- och textinnehåll hos informativa skyltar.....	48
Exempel 14: Engelskspråkiga och tvåspråkiga skyltar.....	49
4.2.3. Sammanfattning analys.....	50
5. Diskussion.....	51
5.1 Metodanalys.....	51
5.2 Resultatanalys.....	52
6. Avslutning.....	55
Referenser.....	57

# 1. Inledning

Det språkliga landskapet är visuellt. Det är de tysta rösterna omkring oss, det språk vi snarare ser än hör. Att läsa ett språkligt landskap är alltså att ta del av det skriftliga språket i den omgivande miljön. Språket i det omgivande landskapet kommunicerar med oss genom ord, symboler och bilder i form av exempelvis skyltar, vägmärken eller löpsedlar. Miljön är offentlig, publik, och budskapen exponeras där människor möts eller bara passerar förbi. Bakom språket i landskapet står alltid en människa, kring hennes budskap finns en kontext. Vi som möter budskapet kan välja att tolka det eller att låta bli.

I denna studie undersöker jag det språkliga landskapet på Göteborgsoperan. Som kulturinstitution har operan ett statligt uppdrag att förvalta och sprida ett kulturarv och att förnya och utveckla detta. Hur kommer detta arbete till uttryck i det språkliga landskapet? Operan är också en arbetsplats för ett åttiotal olika yrkeskategorier som alla samverkar för att skapa en föreställning, en produktion. Hur synliggörs detta samarbete i det språkliga landskapet? Personalstyrkan består av en fast kärna som vid de olika produktionerna utökas med tillfälliga gästande artister. Rekryteringsbasen när det gäller de konstnärliga yrkesrollerna är internationell och det är därför även intressant att studera vilka språk förutom svenska som kommer till uttryck i operahuset.

## 1.1. Syfte och frågeställningar

Studiens övergripande syfte är att beskriva och analysera Göteborgsoperan (GO) som språkligt landskap, att se hur operan genom sina skyltar kommunicerar med sin omgivning.

Följande tre frågeställningar ligger till grund för min undersökning:

1. Göteborgsoperans statliga uppdrag är att förvalta och sprida ett kulturarv samt att utveckla och förnya detta. Hur synliggörs detta uppdrag i operans skyltar?
2. Vad säger Göteborgsoperans skyltar om samarbetet mellan de 80 yrkeskategorier som arbetsplatsen består av?
3. Vilka språk förekommer på Göteborgsoperans skyltar, och vad berättar de om språksituationen på operan?

Inom sociolingvistik har man länge studerat det individuella och kollektiva språkbruket vad gäller verbal språklig kommunikation. De teorier och analysmodeller som då vuxit fram kan även vara applicerbara i ett skriftspråkssammanhang (se bl. a. Huebner, 2009).

Med denna studie gör jag ett försök att överföra de grundläggande begreppen i Hymes' (1972) analysmodell SPEAKING till en undersökning av Göteborgsoperan som språkligt landskap, i förhoppning om att kartlägga och analysera det på ett så omfattande och tydligt sätt som möjligt.

## **1.2. Uppsatsens disposition**

I det närmaste kapitlet kommer jag att presentera vad som karakteriserar det språkliga landskapet och dess framväxt som forskningsområde. I kapitel 3 sker en presentation av teori och metod, där Hymes' analysmodell SPEAKING och dess beståndsdelar går igenom, samt hur dessa kan appliceras på mitt material. Ytterligare teorier som kan vara användbara för studien som komplement presenteras. Därefter, i kapitel 4, presenteras först Göteborgsoperan som institution och en genomgång görs av material, indelning av material samt de avgränsningar studien omfattar. I andra delen av kapitel 4 redovisas det framkomna resultatet i två delar baserat på skylttyp: ett för de reglerande skyltarna och ett för informationsskyltar, där varje avsnitt fokuserar på de utmärkande drag som framkommit under undersökningen av de olika områdena på operan. Kapitlet avslutas med en kort sammanfattning. Diskussionskapitlet, kapitel 5, är uppdelat i två delar där först metoden dryftas samt resultatet utifrån de frågeställningar som studien omfattar.

## 2. Tidigare forskning

I detta kapitel ges först en definition av termen språkliga landskap. För att placera denna studie i ett sammanhang ges därefter en kort presentation av forskningsfältet och dess utveckling.

### 2.1. Vad är ett språkligt landskap?

Beskrivningen kan göras kort: ”Ett språkligt landskap är förekomsten och uppvisandet av olika språk på skyltar i det offentliga rummet.” (Järlehed, 2011:1). Det språk som syns exponerat i text och/eller bild i vår omgivning finns där förstås av en anledning, vilket ger forskare möjligheten att söka svaren på vad som kan läsas in i dessa skyltar. Frågor kring budskap, betydelse, syfte, kontext, hos objektet samt sändare och mottagare av detsamma, är viktiga att ställa för att förstå hur skyltar, människor och språk hänger ihop.

### 2.2. Framväxten av det språkliga landskapet

I takt med att det skriftliga språket ökat i vår omgivning har även forskningen kring detsamma gjort det. Sociolingvistikens har traditionellt sett koncentrerat sig på det talade språket, men genom skriftspråkets förmåga att sprida sig till allmänna utrymmen har forskarna getts möjlighet att studera både individuellt och kollektivt språkbruk inom ett bestämt område i exempelvis en stad (Tufi & Blackwood 2010:197). Skyltspråk har tidigare varit föremål för studier inom semiotik, men fokus har då varit vid skyltarnas funktion och betydelse (Cenoz & Gorter 2009:56).

Begreppet *linguistic landscape*, blev i sin nuvarande betydelse introducerat inom sociolingvistikens av de kanadensiska språkforskarna Landry och Bourhis i artikeln ”Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality. An empirical study” från 1997. Studien betraktas ofta som startskottet för utvecklingen av nya sätt att se på och förstå äldre fenomen inom vetenskapen (Järlehed 2011:5). Som forskningsområde betraktat är språkliga landskap med sina 25 år mycket ungt och växer stadigt med nya studier, artiklar men även med vad som utgör föremålet för studierna. Därmed har fältet breddats, vilket också har gett som



resultat att äldre studier återupptäckts (Backhaus 2007:12) och lagts till fältet, en tydlig översikt presenteras till exempel av Spoilsky (2009a:26-28).

### 2.3. Orsaker till fältets framväxt

Järlehed (2011) anger fem olika anledningar till att språkliga landskap blivit begreppet för ett nytt forskningsfält. För det första är *namngivandet* av fältet viktigt. Termen *språkliga landskap*, som Järlehed föredrar framför den annars vanliga benämningen *linguistic landscapes*, fungerar här som en metafor som ”stimulerar tänkandet och bjuder in till olika tolkningar” (Järlehed 2011:5). Den gör också fältets avgränsning svår att definiera, vilket i sin tur öppnar möjligheten för flera olika inriktningar utanför huvudfåran. Den andra anledningen är *den tekniska utvecklingen*. Digitalkamerans tillkomst och spridning gav forskaren möjlighet att samla rikligt med material av god kvalitet till låg kostnad (Backhaus2007:54f). Att lagra material och sprida det till andra förenklades också med den nya tekniken (Gorter 2006:2).

En tredje orsak finner Järlehed (2011) i *rummet*. Det språkliga landskapet säger något om det offentliga rummet, om dess olika aktörer och hur dessa interagerar.

Att läsa in valet av språk, med ett visst typsnitt, i en viss färg, med en viss bild, på en skylt på en bestämd plats – ett rum – ger ett ökat intresse för fältet i och med att det öppnar upp för forskning som anknyter till samhällsvetenskapen (Jaworski & Thurlow 2010a:11) och därmed för fler studieinriktningar.

I takt med att *bilden* blivit ett medium som lätt kan dupliceras, har dess närvaro i det språkliga landskapet ökat i både omfattning och betydelse (Kress & van Leeuwen 1996). Detta gör att bilden, när den kan ses som ett budskap eller en symbol snarare än en avbildning, blivit föremål för forskning inom fältet i allt högre grad (se t ex: Gendelman & Aiello 2010, Jaworski & Thurlow 2010, Shohamy & Waksman 2009 et 2010). Sist, men inte minst, lägger Järlehed (2011) fram *den ökade geografiska rörligheten av människor* som en anledning till forskningsfältets framväxt. Språkpolitik, hur språket kan kopplas till samhället eller till olika attityder, och globalisering med multilingvistiska samhällen som resultat, är två stora teman inom fältet.

## 2.4. Terminologi

I denna uppsats används ordet *skylt* som översättning för det engelska begreppet *sign*, eftersom det är den vanligast förekommande fysiska formen för forskningsobjekten som studeras. Vid tillfällen då begreppet *skylt* inte är tydligt eller relevant används istället ordet *objekt*. Vad är då ett objekt eller en skylt i ett språkligt landskap? Gorter (2006:3) konstaterar att ”man kan säga att det språkliga landskapet refererar till språkliga objekt som markerar det offentliga rummet”. Frågan är vad som kännetecknar ett sådant objekt eller en sådan skylt. Definitionen varierar hos flertalet forskare (se Huebner 2009:71). Huebner ser flera problem med bristen på en tydlig analysenhet, och ger exempel på tre situationer:

1. Är en liten dörrskylt som det står ”drag” på lika mycket värd som en fasadbänderoll?
2. Det finns ingen direkt väg till vilka olika typer av publik de olika objekten i det språkliga landskapet är avsedda för.
3. Det blir svårt att jämföra olika studier.

Genom att identifiera och beskriva olika genrer som hittas bland objekten inom ett givet språkligt landskap kan enligt Huebner (2009:72) dessa problem undvikas.

### **3. Teoretiska och metodiska utgångspunkter**

Kapitlet fokuserar på problem som urval, klassificering och språkliga analyser av skyltar - objekt- funna i det språkliga landskapet. För att besvara mina frågeställningar vill jag i min studie pröva att undersöka skyltmaterialet från Göteborgsoperan ur ett socialt och kulturellt perspektiv. Detta sker med hjälp av en klassificeringsmodell som har sin grund i Hymes' (1972) ramverk för interaktion och socialt liv, SPEAKING, som ursprungligen var tänkt att användas inom sociolingvistik för att analysera olika talsituationer. Förslaget att använda SPEAKING-modellen även vid analys av språkliga landskap har tidigare tagits upp av Huebner (2009) i en artikel där han studerar reklamskyltar enligt denna modell. Till skillnad från att enbart studera reklamskyltar, vill denna studie bredda användandet av SPEAKING-modellen genom att även lyfta fram andra typer av skyltar: varnings-, förbuds- påbuds- och informationsskyltar. Då modellen inte är fullständigt överförbar från talspråk till skrift, har kompletterande modeller satts samman med SPEAKING-modellen till en mall för analys av materialet till denna studie. På så sätt blir det möjligt att prova SPEAKING-modellens applicerbarhet på ett vidgat användningsområde.

I kommande avsnitt vill jag redogöra närmare för de teoretiska och metodiska utgångspunkterna som ligger till grunden för min modell och för min analys. Först presenteras Hymes' (1972) modell SPEAKING, nästkommande avsnitt speglar den bildmässiga aspekten av studien, där designens och layoutens grammatik av Kress & van Leeuwen (1996) presenteras och slutligen presenteras Huebners (2009) artikel kring ett ramverk för språkliga landskap baserat på SPEAKING-modellen, följt av en pågående konstruktion av en klassificeringsmodell av Järlehed (2016, in progress). Kapitlet avslutas med en genomgång av uppsatsens material, dess avgränsningar och tillvägagångssätt för arbetet.

#### **3.1. SPEAKING som ett ramverk för analys av språkliga landskap**

Oavsett om studiet av det språkliga landskapet representerar "ett nytt närmande till multilingvism, eller bara en ofta förbisedd källa till data för språkanalys i samhället" (Huebner 2009:71), så måste det inrymma "de mångdubbla relationerna mellan språklig betydelse och social betydelse" (Hymes 1972:39). När Huebner väljer att använda sig av Hymes kommunikationsmodell, tar han fasta på kopplingen mellan sociolingvistik och

forskningen kring språkliga landskap och den gemensamma strävan att undersöka sambandet mellan språk och samhälle.

Enligt Huebner (2009:70) saknar språkliga landskap som forskningsområde en entydig modell att använda vid analys av dess objekt. Han efterlyser därför i sin artikel *A framework for the linguistic analysis of linguistic landscapes* från 2009 en enhetlig klassificering för att kunna jämföra studier med varandra. Som förslag till modell aktualiserar han SPEAKING-modellen av Hymes (1972), och pekar på möjligheterna att använda den vid klassificering av objekt i det språkliga landskapet med ett exempel på hur de olika komponenterna från talspråk kan överföras till skriftspråk. Huebner (2009:70-87) fokuserar i sin artikel på möjligheterna med att använda modellen vid studier av reklamskyltar och till viss del även i multilingvistiska studier, och presenterar sin motivering med exempel tagna ur andra forskares undersökningar.

Hymes (1972) kommunikationsmodell består av 16-17 olika komponenter, av vilka några eller alla kan vara nödvändiga för att komma fram till en adekvat beskrivning av en kommunikativ akt. Komponenterna sammanfattas under mnemot SPEAKING:

S = setting eller scene (tid och plats)

P = participants (deltagare)

E = ends eller goals (mål och resultat)

A = act sequences (form och innehåll)

K = key (uttryckssätt)

I = instrumentalities (medium och uttrycksmöjligheter)

N = norms (normer och regler)

G = genre (genre)

### ***Setting & scene → Tid och plats***

”Setting” refererar enligt Hymes (1972:60-61) till den tid och plats där budskapet finns och mottas, dvs. de *fysiska* omständigheterna kring den kommunikativa akten. ”Scene” handlar om vilka *psykologiska* omständigheter som finns där akten äger rum och kan vara beroende av i vilken situation och inom vilka kulturella ramar den kommunikativa akten sker: är det i ett formellt eller informellt sammanhang, en seriös eller en skämtsam situation?

I överförd betydelse styrs natur och innehåll hos en skylt av var den är placerad i förhållande till läsaren. Budskapets form, dess disposition av text och bild, dess informationsmängd och typ av språk är beroende av hur skylten orienterar sig mot sin publik, om den läses från långt håll eller nära (Huebner, 2009:73).

### ***Participants → Deltagare***

Hymes (1972) inkluderar fyra komponenter under rubriken ”participants” i den kommunikativa akten:

- speaker, or sender (talare eller sändare)
- addressor (den vars budskap förmedlas)
- hearer, or receiver, or audience (åhörare, mottagare eller publik)
- addressee (den som budskapet riktas till)

Deltagarna i det språkliga landskapet inkluderar såväl sändare som mottagare av budskapet. Språket på en skylt beror till största del på hur sändaren föreställer sig mottagaren. Den som står bakom skylttexten måste tänka över vad varje del av objektet betyder för att det ska tolkas på rätt sätt av den förväntade läsaren, antingen det ska reflektera sändarens önskan eller vad mottagaren förväntar sig att läsa (Huebner 2009:74).

### ***Ends & Goals → Mål och resultat***

Frågan är vad som är *syftet* med den kommunikativa akten. Här skiljer Hymes (1972:61-62) mellan vad som är *resultatet* av kommunikationen och vad som är *målet* med densamma. Det förstnämnda omfattar vad som är sed och brukligt, vad som är kulturellt acceptabelt, vilket kan innebära att resultatet av kommunikationen påverkas av faktorer som de deltagandes motiv, intresse eller kunskap. Det sistnämnda fokuserar enbart på om kommunikationen lett till att målet med densamma uppnåtts. Vid övergången från en talsituation till en skylttext

smälter de två delarna resultat och mål samman. Istället betraktas syftet med skyltarna utifrån vilken *funktion* i det språkliga landskapet de fyller.

Enligt Huebner (2009:75), är skyltarna i det språkliga landskapet indelade i olika *funktionsområden* och har därmed olika *syften*. Gatskyltar representerar de regler som gäller i trafiken och står för *identifikation*. De behöver inte övertyga oss om något. Skyltar fästa vid eller på byggnader är även de rent *informativa*, och visar på betydelsen av byggnaden/den del av byggnaden de sitter på. *Reglerande* skyltar som varnings-, förbuds- och påbudsskyltar, har i huvudsaklig uppgift att reglera beteende, agerande och rörelse i det publika området. Graffiti å sin sida ses som *transgressivt*. Flera skyltar kan kombineras på samma yta, och ofta innehåller objekt i det språkliga landskapet multipla *funktioner* (se även Holmes, 2005:8).

### ***Act sequences → Form och innehåll***

Även ovanstående rubrik rymmer två kategorier enligt Hymes (1972:59): budskapets *form* och budskapets *innehåll*. Båda kategorierna är essentiella. Sättet på vilket ett budskap presenteras är en del av själva budskapet, medan ämnet det avhandlar är själva anledningen till den kommunikativa akten.

Skyltar inom samma genre delar oftast form. Det gäller både placering och det budskap som det lingvistiska materialet består av. Utöver detta delar flera av de reglerande skyltarna färgspråk enligt internationella regler i FN:s konvention om vägmärken och signaler ([www.vägmärken.se](http://www.vägmärken.se)), eller nationella regler för säkerhetsskyltar på arbetsplatsen ([www.arbetsmiljoverket.se](http://www.arbetsmiljoverket.se)). På en bestämd skylt finns element som är viktigare än andra. Dessa kan förstöras, eller förstärkas med pictogram och här bör text och bild analyseras tillsammans. Huebner (2010:75-76) föreslår att SPEAKING-modellen här kompletteras med Kress & van Leeuwens (1998:188ff) bildgrammatiska modell (se kap. 3.2). De informativa skyltarna visar på en större variation med avseende på såväl form som innehåll. Dessa är i sitt uttryck mer lika en talad kommunikationsakt än andra skyltkategorier och kan vara personligt eller opersonligt skrivna. Samtidig som de antingen kan vara kortfattat performativa och svara på frågan ”var är”, kan de bestå av långa meddelanden i form av ex. instruktioner till en maskinskötsel.

### ***Key → uttrycksätt***

Det musikaliska begreppet för tonart får hos Hymes (1972:62-63) symbolisera det sätt, den känsla eller den anda med vilken budskapet presenteras. Betoning av uttryck, kompletteringar

med minspel, gester eller kroppställning i en muntlig kommunikativ akt, kan i en skriftlig situation exempelvis manifesteras genom textmängd, kodval eller exklusivitet i meddelandet.

### ***Instrumentalities* → *medium och uttrycksmöjligheter***

Den första av två komponenter som Hymes (1972:63) samlar under rubriken *instrumentalities* är *channels*, som avser på vilket sätt eller med vilket *medium* ett budskap framförs: oralt (sång, tal, vissling etc.), skrivet, radio eller annan överföring av meddelande. Olika medier är att föredra i olika situationer, och det finns också en hierarkisk ordning dem emellan som kan påverka val av medium beroende på budskapets vikt. Den andra komponenten är *forms of speech*, språkformer, som till sin uppbyggnad är tredelad och innehåller språk och dialekt, kod samt variationer och register.

*Mediet* är i det språkliga landskapet representerat av skylten. De variationer som finns är huruvida skylten är digital, med eller utan rörligt innehåll (anslagstavla eller bildskärm) eller som vanligast i metall, plast eller papper fäst på en yta nära eller på föremålet den anknyter till (sak, dörr, vägg). I den andra komponenten, språkformer, så speglas språkval i skylttexter av omgivningens behov av, eller frånvaron av behov av flerspråkiga skyltar. Då dialekter oftast hör skönlitteratur eller muntlig kommunikation till, faller dessa ur ramen för analysen av skyltar i det språkliga landskapet. Analyser av det språkliga landskapet i en multispråklig kontext är påverkade av kodval. Exempelvis kan valet att översätta eller inte översätta delar av en skylttext vara beroende av skyltens kontext (se bland annat Backhaus 2007:12). Register står för den lingvistiska repertoar som associeras kulturellt eller internationellt med allmän social praxis och med personer som engagerar sig i sådan praxis (Huebner 2010:80-81). Exempelvis kan språket på en anslagstavla vara mycket likt språket i en tidningsannons och ju mer formell en informationstext är, desto viktigare är den grammatiska korrektheten.

### ***Norms* → *Normer och regler***

I Hymes (1972) kommunikationsmodell finns två typer av normer: interaktionsnormer och tolkningsnormer, båda styrda av situation, person och relation. Till skillnad från de ytliga rollpersonerna i ”participants”, är det här fråga om verkliga personer med tillhörighet i olika grupper med avseende på ålder, etnicitet, språk eller social situation och hur deras kommunikativa beteende präglas av deras gruppidentitet (Hymes 1972:63-64). Detta syftar här på de specifika regler som hör till ett samtal eller annan talsituation: att inte avbryta

talaren - eller att det är tillåtet att avbryta, att tala tyst eller viska när man är i kyrkan, att hummande bekräfta att man håller med den talande osv.

Interaktionsnormer och tolkningsnormer är flerdimensionella och går på många sätt in i varandras områden. I ett språkligt landskap kan nationella eller lokala policyregler styra språkvalet genom regler hur skyltarna ska utformas både när det gäller innehåll och storlek.

### **Genre**

”En genre är en grupp av kommunikativa event, identifierade både genom sin traditionellt kända form och genom sina allmänna funktioner” (Hymes 1972:65). De kategorier som Hymes här inkluderar är gudstjänst, bröllop, fest, bön, föreläsning mm.

Att dela in objekten i de språkliga landskapen i olika genrer förutsätter en tydlig definition av vad som är ett objekt, eller en skylt. Huebner (2009:72) menar att man genom att identifiera och beskriva de olika genrerna som hittats bland skyltarna inom ett givet språkligt landskap kan undvika problemen med bristen på en tydlig analysenhet. Han påtalar också vikten av att analysera objekten utifrån den kultur och den kontext där de är funna: ”att vara uppmärksam på de etiketteringar som hör till genrerna är centralt för att förstå de sociala betydelser deras användande skapar” (ibid.).

## **3.2 Att analysera tidningslayout – Kress & van Leeuwen**

Liksom gester och mimik förstärker det talade språket, kan bilder komplettera och förtydliga det skrivna budskapet. Kress & van Leeuwen (1998:188) har skapat en modell med utgångspunkt i sin egen *Grammar of visual design* (1996), för att analysera betydelse utifrån dispositionen av bild och text hos ett objekt, exempelvis en skylt eller en reklamannons. Genom de tre kriterierna tydlighet, inramning och informationsvärde struktureras objektets/skyltens olika element (ex. foto, rubrik och brödtext) upp, och får delarna att smälta samman till en helhet:

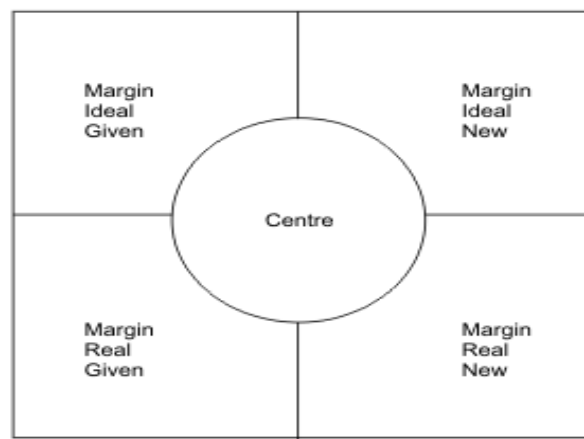
- Tydligheten hos en bild framhävs genom justering av storlek, fokus av skärpa, färg- och tonkontrast, disposition, perspektiv och kulturellt symbolspråk. Handlar tydligheten istället om en skriven text är det alfabetets typsnitt, stil, färg, skärpa, bakgrund, versaler eller gemener.



- Inramningen kan bestå av linjer eller avgränsningar som kan förena eller separera olika element i objektet, upprepningar eller kontrasteringar i färgton eller mönster kan binda samman eller åtskilja objektets delar.
- Informationsvärdet hos en text är det som är mest tydligt lingvistiskt sett. Här ligger den pragmatiska skillnaden mellan gammal och ny information, viktig och mindre viktig text, idealisk eller realistisk tolkning.

Kress´ & van Leeuwens (1998:188), skiljer också mellan olika dimensioner i objektet. Genom de olika elementens placering betonas deras betydelse. Modellen är från början avsedd för analys av västerländsk tidningslayout, men forskarna hävdar att den är lika applicerbar på annan typ av media inom kulturer i väst (Huebner 2009:76).

Bild 1: Kress & van Leeuwes triptyk över dimensionerna i det visuella området.



Placeringen av de olika elementen i ett objekt bidrar till att ge dem dess värde och betydelse (Kress & van Leeuwen 1998:189). De olika motpolerna *vänster* ↔ *höger* i layouten representerar *vad som redan finns* ↔ *det som är nytt*. Likaså spelar motpolerna *uppe* ↔ *nere* olika roll, de står här för vad som är *idealt* ↔ *verkligt*. Den tredje dimensionen i modellen representerar dess centrum och dess marginaler, vilket motsvaras av innehållets informationskärna respektive mindre viktiga detaljer hos objektet.

### 3.3 Kompletterande modeller

*Kategoriseringsmodell av J. Järlehed (2016, in progress).*

Ett ännu opublicerat och inte färdigarbetat kategoriseringsförslag kommer från Järlehed (2016, in progress). Modellen presenteras här nedan med det utseende den hade vid överlämningstillfället den 10 februari 2016.

Modell 1: Järleheds förslag till kategoriseringsmodell.

Verksamhet (genre)	Skylt (medium)	Inskription (text)	Funktion (diskurstyp)
Offentlig Privat: kommersiell/ideell	Placering (var på fasaden) Typ (gatunamn, mm) Storlek Material (sten, metall, plast, trä, papper...) Ålder	Språkval och språkkombination (t ex svenska, persiska och engelska...) En-, två- eller flerspråkig Inskriptionsteknik (tryckt, graverat, sprayat...) Semiotisk komposition (bara text, text och bild...) Typografisk stil (ornamenterad, stiliserad)	Informativ Symbolisk Reglerande Transgressiv

Modellen ovan visar de förslag till kategoriseringskomponenter som Järlehed föreslår kan vara aktuella vid en analys.

### 3.4 Material

Materialet till denna studie utgörs av 435 fotografier på sammanlagt 486 skyltar tagna från utsidan och insidan av Göteborgs operahus under februari och mars 2015. Vid båda tillfällena gjordes minnesanteckningar rörande skyltarnas placering, då fotografierna enligt överenskommelse med operan endast var avsedda att visa själva skylten och inget omgivande. Fotografierna presenterar de språkliga element i form av skyltar, informationsfoldrar, affischer och klistermärken som finns inom det valda området för min undersökning och tillsammans bildar det språkliga landskapet på Göteborgsoperan. En mer detaljerad beskrivning av operan och materialet som ligger till grund för min undersökning ges i samband med analysen i kapitel 4.

### 3.5 Avgränsning och urvalsprinciper

För att undersökningen inte ska bli för omfattande för formatet har begränsningar av materialet gjorts. Hur avgränsningarna av undersökningsmaterialet ska göras är dock inte alldeles självklart. I denna studie valdes att fokusera på att analysera de reglerande och de informativa skyltar som finns på Göteborgsoperan. Undantagna är nödutgångsskyltar, första hjälpen- samt brandskyltar som har valts bort i studien då de inte visar upp samma variationsregister som andra reglerande skyltar. Vidare inriktar sig studien huvudsakligen på att granska skyltarnas visuella val snarare än att granska de verbalspråkliga valen, varför de senare endast berörs vid några enstaka tillfällen när de är särskilt intressanta.

Vad är då en skylt? I Bonniers svenska ordbok (1999:527) definieras ordet *skylt* som en plåt eller platta med upplysning. Den korta definitionen täcker både in skyltar med verbalt och bildbaserat budskap, och på basis av denna definition torde skyltarna i denna studie kunna betraktas. Det kan dock i vissa fall vara svårt att dra en gräns mellan vad som är en skylt och vad som närmast torde kunna beskrivas som ett tillfälligt anslag. Som utgångspunkt för mitt urval har jag därför ställt upp följande definitioner som tar fasta på drag som relativt lätt kan bedömas i en urvalsprocess:

1. Skylten/objektet ska vara separat. Den ska inte vara skriven direkt på vägg eller annat underlag, utan ha en klart avgränsad yta.
2. Skylten/objektet ska erbjuda nödvändig upplysning eller information. Den ska exempelvis inte enbart vara ett konstnärligt objekt.
3. Skylten/objektet ska vara av mer permanent karaktär. Budskapet ska inte gälla en enskild företeelse eller ett enskilt tillfälle, detta för att särskilja den från exempelvis ett tillfälligt meddelande eller en annons.

I undersökningen har också textens materialitet varit viktig, den säger något om behovet av skyltning i sammanhanget. Om skyltarna har varit beställda eller egentillverkade har därför spelat roll, likaså om de varit textade eller tryckta, analoga eller digitala.

#### 3.5.1. Redskap för urval

För att fastställa skyltbudskapets karaktär och val av uttryck konsulterades arbetsmiljöverkets skyltmanual ([www.arbetsmiljoverket.se](http://www.arbetsmiljoverket.se)), Transportstyrelsen ([www.transportstyrelsen.se](http://www.transportstyrelsen.se)), Göteborgs stads skyltmanualer samt operans skylttillverkare, *Floda systemskylt*

([www.systemskylt.se](http://www.systemskylt.se)). För frågor kring skyltarnas placering samt policy kring de egentillverkade skyltarna på operan tillfrågades operans Facility Management och en av deras fastighetsansvariga, Arne Sahlstedt (informant).

### **3.6 Tillvägagångssätt**

Samtliga skyltar har delats in i kategorier enligt Arbetmiljöverkets (AMV) definition av skylttyper ([www.arbetsmiljoverket.se](http://www.arbetsmiljoverket.se)): förbuds-, varnings-, påbuds- och informations-skyltar. Skyltarna lades in i ett excelark, där de annoterades med information om egenskaper enligt nedanstående modell (Modell 1) samt innehåll i text och bild. Modellen har konstruerats med utgångspunkt i Hymes (1972) språkmodell SPEAKING och de tolkningar och justeringar som Huebner (2009), samt Järlehed (2016 in progress) föreslagit för att anpassa modellen från talat språk till skrivet. I de fall där bilder förekommit i materialet, eller då skyltarna visat upp en intressant layout har även Kress & van Leuwens (1996) *Grammar of visual design* varit till stöd när likheter och särdrag mellan de olika skyltarna noterats och analyserats.

### 3.6.1 Kategoriseringsmodell

Följande modeller och förkortningar kommer att användas i studien:

Modell 2: Grunden till studiens kategoriseringsmodell.

Engelska	Svenska	Innehåll:	Förekommande alternativ:
Setting	Plats	placering	Ute, Inne
Part.	Deltagare	av vem → för vem	Göteborgsoperan (GO), personal, besökare
Ends	Syfte	funktion	Reglerande, informativ, selekterande
Act.S	Form	storlek, semiotisk komposition	Stående format (S), liggande format (L), text, pictogram, bild, logotype
Act. S	Text	typografi, språk, kodval	Handskrift, tryckt, svenska, engelska, kod
Key	Uttryckssätt	beskrivning av stil	Formell, informell, personlig, opersonlig, artig
Instr.	Material	material	sten, trä, metall, plast, glas, papper, laminerat papper
Norms	Regler	Lagar, regler	Arbetsmiljöverket, GO, personal
Genre	Genre	Skylttyp	förbud, varning, påbud, information, offentlig, privat, kommersiell, icke-kommersiell

Modellen ovan visar till vänster de kategorier som den ursprungliga analysmodellen av Hymes (1972) innehåller. Dessa har sedan fått svenska namn genom att jag antingen själv översatt innehållet enligt Hymes (1972) eller Huebners (2009) förklaring av varje kategori till en svensk motsvarighet, eller gjort en jämförelse med de kategorier som Järlehed (2016) föreslagit. Den tredje kolumnen preciserar innehållet och i kolumn fyra noteras de alternativ som förekommer i analysen. Den ursprungliga kategorin *Act Sequence* har här delats i två kategorier. Den första delen av "Act sequence", *Form*, fokuserar på skyltens utseende, medan den andra, *Text*, inriktar sig mer på skyltens innehåll.

I studiens analys är de engelska kategorierna bortplockade för att göra modellen mer lättläst.

För en närmare bildanalys används, som tidigare nämnts, Kress & van Leeuwens (1996, 1998) analysmodeller. Den första modellen beskriver positionerna hos skyltens olika element som motsatsförhållanden. Genom att dela in skylten i tre dimensioner analyseras betydelsen

av varje element i förhållande till de andra ingående elementen. Den andra modellen är en textbeskrivning av det ögat uppfattar i bilden/skylten, men även en analys av det informativa värdet hos objektet.

#### Modell 3: Visuell analysmodell 1.

Dimension 1 ↔ vänster/höger	<b>Befintligt ↔ Nytt</b>	Textutdrag/bildutdrag från skylt
Dimension 2 ↓ upp/ner	<b>Idealt ↓ Verkligt</b>	Textutdrag/bildutdrag från skylt
Dimension 3 ☼ centrum/ periferi	<b>Kärna ☼ Detaljer</b>	Textutdrag/bildutdrag från skylt

Den första visuella analysmodellen ovan visar i vänsterkolumnen vilken dimension i triptyken som avses och dess motsatsområden (fokusområden), kolumnen i mitten är Kress & van Leeuwens (1996, 1998) definition av motsatserna, och i sista kolumnen till höger finns motsvarigheterna hos skyltarna i min studie.

#### Modell 4: Visuell analysmodell 2.

	<b>Skylt</b>
Tydlighet bild	
Tydlighet text	
Inramning	
Informationsvärde	

Den andra visuella analysmodellen ovan visar enligt Kress & van Leeuwen (1996, 1998) de fyra egenskaper som diskuteras vid en detaljerad bild/textanalys där den visuella karaktäriseringen av skylten är i fokus. De tre första områdena är beskrivande, medan det fjärde är bedömande.

## **4. Det språkliga landskapet på Göteborgsoperan**

Här presenteras först det språkliga landskapet jag studerat. Jag börjar med att i korthet presentera Göteborgsoperan som kulturinstitution, den arena som ligger till grund för denna uppsats. Därefter presenterar jag analysens disposition och varför jag anser att denna indelning är av värde för min analys. Beskrivningen av GO som forskningsområde delas in i två delar, där den första delen avser presentera de reglerande skyltarna på operan. Den andra delen rör de informativa skyltarna och här presenteras tre olika aspekter av operan som språkligt landskap: dess funktion som "landmärke" eller fysisk byggnad, som arbetsplats och besöksplats.

### **4.1. Göteborgsoperan som kulturinstitution**

Göteborgsoperan ligger med ena sidan mot stadscentrum, den andra sidan mot älven och är placerat vid Lilla bommen i Göteborgs hamn. Huset invigdes 1994, och rymmer förutom opera även modern dans, musikal och konsert. Till operan kommer omkring 250 000 besökare per år och på de tre scenerna ges ca 270 föreställningar. Här finns även rum för skapande verksamhet i form av workshops, barnkör och projekt öppna för allmänheten att delta i ([www.sv.opera.se/om-oss/om-operahuset](http://www.sv.opera.se/om-oss/om-operahuset)).

#### **4.1.1. Det yttre rummet, byggnaden**

Arkitekten Jan Izikowitz ritade huset med inspiration från operavärlden, men lät sig även inspireras av det omgivande läget kring hamnen i Göteborg: "Silhuetter av fartygsskrov med sina segel, liksom broar och hamnkranar syns i byggnadens arkitektur." ([www.sv.opera.se/om-oss/om-operahuset](http://www.sv.opera.se/om-oss/om-operahuset)). Placeringen är öppen, utan intilliggande hus som kan konkurrera om uppmärksamheten. En förstärkning av läget och arkitekturens budskap ger de affischer, informationspelare och - tavlor som från framsidans fasad och entréer i jätteformat informerar oss om vad som försiggår i huset. Sammantaget bildar dessa det yttre skiktet av Göteborgsoperans lingvistiska landskap och marknadsför dess innehåll. Att husets fasader inte bara består av budskap till en tänkt publik blir synligt vid en granskning av dess övriga sidor. Den södra gaveln har lastkaj med skyltar från trafikverket och operans vaktmästeri, men även en bit bort en personalingång där man på försök satt upp en digital skylt som informerar om dagsaktuella händelser till de anställda. Gammal teknik möter ny.

### **4.1.3. Det inre rummet som besöksplats**

Till området dit publiken bjuds in räknas entré, foajé, restaurang, faciliteter och salong, där gränsen för det publika går vid orkesterdike och ridå. Utöver den sceniska upplevelsen kan publiken äta i restaurangen eller handla material om och till föreställningarna som biljetter, program, cd:s eller affischer.

### **4.1.2. Det inre rummet som arbetsplats**

På Göteborgsoperan arbetar ungefär 450 personer fördelade på över 80 yrkeskategorier. Här finns allt på samma plats, från administration och ledning till hantverkare, kockar, operasångare, vaktmästare, dansare, musiker med flera ([www.goteborgsoperan.se/om-oss/avdelningar](http://www.goteborgsoperan.se/om-oss/avdelningar)). I denna mångsidiga sammansättning av personal ska de olika yrkesgrupperna samarbeta mot samma mål, en scenisk produktion.

Personalen på operan består av en fast personalstab, men inför flertalet produktioner hyrs ofta solister, koreografer, ljusdesigner m fl. in. Rekryteringen till konstnärliga yrken sker ofta globalt, även när det gäller fasta tjänster, och såväl danskompani som orkester på Göteborgsoperan har flertalet anställda med utländsk bakgrund. Ofta söks också utländska artister till en viss produktion på grund av sin unika kompetens, exempelvis en solistroll i en operaföreställning som vederbörande gjort flera gånger på andra operahus. Detta innebär att operan även har ett visst behov av skyltar på engelska.

## **4.2. Analys av materialet från Göteborgsoperan**

Vi börjar analysen med att se på vad själva huset, dess placering och dess arkitektur säger oss som språkligt landskap. Enligt Järlehed (2011:1) räknas även arkitektur till ett av de studieområden som ingår i forskningsfältet som studerar språkliga landskap, och ofta inkluderas arkitektoniska aspekter i analysen av det språkliga landskapet. En bestämd byggnad eller ett bestämt område i en stad med sina olika språk, slogans, färger och former kan antingen ses oftast som en del av ett språkligt landskap, eller som en helhet, det vill säga *vara* det språkliga landskapet. Göteborgsoperan blir på så sätt med sina skyltar, sin arkitektur, sin placering i staden såväl en egen gestalt som en del av Göteborg. På bilden nedan ser vi hur operans entré påminner om en utstickande fartygsstäv där den ligger vid kajkanten bland fartyg och hamnmagasin. Den diagonalt ställda orangea pelargången är på samma gång



tavelramar för ett hamnmotiv som den påminner om bockkranen på motsatta sidan älven vid Eriksberg.

Exempel 1: Göteborgsoperan och dess huvudentré.



Ben-Rafael (2009:42) ser det språkliga landskapet som en *gestalt*, inspirerad av bland annat Breidbach & Jost (2006). Det organiserade mönstret av alla olika objekt är då större än summan av de individuella, ingående elementen och illustrerar ett egenvärde, och begreppet *gestalt* ska enligt Ben-Rafael tolkas som ”observationer av olika fenomen som kan förstås som element som ingår i ett strukturerat sammanhang, en iscensättning” (2009:43). Göteborgsoperan som gestalt består på så sätt av dess arkitektur tillsammans med de skyltar som pryder dess väggar och dess närmaste omgivning. På bilden ovan ser vi tydligt de stora affischer som presenterar det aktuella programmet på operascenen till vänster om den glasade entrén. Mellan dem och entrén syns också den ena av de två digitala skyltar som presenterar aktuella och kommande händelser på operan. ”Operafartygets” namn, *GöteborgsOperan* sys också tydligt i fören på fartyget, där alla fartygsnamn brukar stå.

Ben-Rafael (2009:42) beskriver hur arkitekturen och de förbipasserande tillsammans med det språkliga landskapet ger en tydlig bild av byggnadens ”personlighet” som särskiljer den från andra platser. Av dessa tre aspekter är det endast det språkliga landskapet som är föränderligt och påverkas av den eller de som möter den.

Göteborgsoperans skyltar bildar tillsammans med dess arkitektur det språkliga landskapet denna studie bygger på. Analysmodellen SPEAKING har för ändamålet modifierats för att kunna lyfta fram innehållet och utformningen hos skyltarna som förekommer i materialet. En första indelning med utgångspunkt i den nya modellen görs genom att presentera materialet i två grupper efter skyltarnas funktion:

<b>Syfte</b>	funktion	Reglerande, informativ, selekterande
--------------	----------	--------------------------------------

Här ovan ser vi ett utsnitt ur analysmodellen som visar var den första indelningen skett. Då flera av skyltarna som är antingen reglerande eller informativa även kan vara *selektiva*, d v s endast rikta sig till ett urval av dem som läser skylten, betraktas denna funktion som en underrubrik till de båda andra.

Först redovisas resultatet av förbuds- varnings- och påbudsskyltar som sammanfattas under rubriken *reglerande skyltar*, därefter resultatet av de *informativa skyltar* som ryms inom operans språkliga landskap. Skillnader och likheter i struktur och konstruktion beskrivs, och användningsområden de är relaterade till redogörs för. Nedan redovisas samtliga skyltars fördelning i materialet, samt hur de fördelar sig på de olika undersökningsområdena:

Tabell 1: Undersökningsmaterialets samtliga skyltar.

Reglerande skyltar	Informativa skyltar	Kombinerade skyltar	Totalt antal skyltar
255 st.	220 st.	11 st.	486 st.

Tabellen ovan presenterar samtliga skyltar i undersökningsmaterialet. De påfallande största grupperna består av reglerande och informativa skyltar, men det finns även skyltar som kombinerar de båda funktionerna. Dessa redovisas i en egen avdelning i slutet av analysen. Indelningen i olika funktioner redovisas i enlighet med den definition som görs av arbetsmiljöverket (AMV) ([www.arbetsmiljoverket.se](http://www.arbetsmiljoverket.se)).

Operan har olika behov av skyltning inom olika delar av huset. Därför görs i den senare delen av analysen en indelning i tre olika områden: den yttre miljön, den inre miljön ur ett arbetsplatsperspektiv, samt den inre miljön ur ett besöksperspektiv. För att ge en bild av hur skyltarna fördelar sig inom de olika områdena, presenteras här en tabell över detta:

Tabell 2: Placeringen av skyltarna i det språkliga landskapet.

	Reglerande	Informativa	Kombinerade	Totalt antal skyltar
Ute	68 st.	14 st.	3 st.	79 st.
Inre arbetsområde	173 st.	165 st.	8 st.	346 st.
Inre besöksområde	20 st.	41 st.	0 st.	61 st.
Summa ↓	255 st.	220 st.	11 st.	486 st.

Tabell 2 ovan visar hur fördelningen av de olika skyltarna ser ut över de olika undersökningsområdena. Den visar på en tydlig skillnad vad gäller representationen av de olika skylttyperna i respektive område. Störst behov av skyltning finns i operans inre arbetsområden, med överlägset flest skyltar av båda formerna. Skyltarna utomhus och i det inre besöksområdet är nästan lika många, men i besöksområdena dominerar informativa skyltar och utomhus är reglerande skyltar vanligast.

#### 4.2.1 Det reglerande skyltmaterialet

Även om undersökningsmaterialet som helhet visar på särdrag som gör det enklare att redovisa materialet uppdelat i fysiska områden, finns bland flera av skyltarna gemensamma nämnare som gör det lämpligt att presentera just dessa i grupp. Det gäller de reglerande skyltar som finns över hela det språkliga landskapet.

En andra indelning med utgångspunkt i den nya analysmodellen görs genom att presentera materialet i tre grupper efter skyltarnas genre, eller *skylttyp*:

Genre	skylttyp	förbud, varning, påbud, information, offentlig, privat, kommersiell, icke-kommersiell

I utsnittet ur analysmodellen ovan visas var den andra indelningen skett. Förbuds- varnings- och påbudsskyltar kan vara antingen offentliga eller privata, och därför betraktas dessa typer som underrubriker till de båda andra. De yttre informationsskyltarna på operan bär tydligt prägel av reklamskyltar, varför dessa även kan betraktas ur en kommersiell synvinkel.

Hos Arbetsmiljöverket (AMV) delas de reglerande skyltarna in i olika typer, där förbuds-, varnings- och påbudsskyltar är de genrer denna studie fokuserar på. Skyltning av nödutgångar och brandredskap redovisas därför inte. Den sista skylttypen i modellen är den informativa som har en egen kapiteldel, vilken vi återkommer till i kap. 4.2.2. Fördelningen av de reglerande skyltarna i undersökningsmaterialet på respektive skylttyp ser vi i tabellen nedan:

Tabell 3: Reglerande skyltar i det språkliga landskapet.

Förbudsskyltar	Varningsskyltar	Påbudsskyltar	Totalt antal reglerande skyltar
117 st.	128 st.	10 st.	255 st.

I tabell 3 ovan ser vi hur de reglerande skyltarna i studien till övervägande del består av förbuds- eller varningsskyltar, men vi behöver också veta var i det språkliga landskapet de är placerade. För att göra en tredje indelning går vi tillbaka till analysmodellen och dess första del, *placering*:

<b>Plats</b>	placering	Ute, inne
--------------	-----------	-----------

Genom att sätta in skyltarna i en omgivning får vi en vidgad bild av hur de talar till mottagaren och hur sändaren tänkt sig att mottagaren skall möta texten. Tittar vi nu på de reglerande skyltarna kan vi konstatera att dessa skyltar finns i majoritet i den inre arbetsmiljön samt därefter flitigt förekommande i utemiljön, där bl. a. operans lastkaj finns:

Tabell 4: Placering av de reglerande skyltarna.

	Förbuds-	Varnings-	Påbuds-	Totalt antal reglerande skyltar
Ute	36 st.	22 st.	4 st.	79 st.
Inre arbetsplats	69 st.	98 st.	6 st.	173 st.
Inre besöksområde	12 st.	8 st.	0 st.	20 st.
Summa ↓	117 st.	128 st.	10 st.	255 st.

I den utvidgade tabell 4 ovan kan vi konstatera att det inre arbetsplatsområdet har flest reglerande skyltar, till största delen varningsskyltar, men båda de andra skyttyperna också är i majoritet i samma område. Påbudsskyltar är en mycket liten kategori i förhållande till de båda andra, en möjlig förklaring till varför det är så återkommer vi till under kapitel delen med samma namn nedan.

Operans skyltar är, med några få undantag, utformade enligt arbetsmiljöverkets regler och beställda från skyltillverkare till därför avsedd plats. I de tillfällen egentillverkade skyltar förekommer, sitter dessa antingen som fristående skyltar eller som informativa komplement till de förstnämnda. Här nedan tittar vi närmare på de olika skyttyperna och deras egenskaper.

## Förbudsskyltar

Förbudsskyltar är skyltar som förbjuder ett beteende som kan innebära fara. Karaktäristiskt för skyltarna är att de är utformade med text och/eller pictogram i svart mot vit botten omgivna av en röd kantring och ett diagonalt streck från övre vänstra delen till den nedre högra delen av skylten ([www.arbetsmiljoverket.se](http://www.arbetsmiljoverket.se)).

De tilläggs skyltar eller egentillverkade skyltar som förekommer på operan bär oftast samma färgkodning som AMV:s, men i övrigt är skillnaden mellan de olika skyltarna stor. Därför görs här vid presentationen av operans förbudsskyltar en uppdelning av de prefabricerade respektive egentillverkade skyltarna. Nedan syns två av operans förbudsskyltar. Båda följer helt och hållet AMV:s regler och förordningar för hur en förbudsskylt ska se ut och vara placerad.

Exempel 2: Prefabricerade förbudsskyltar.

A:



B:



	A	B
<b>Plats</b>	Ute: dörr, vid handtag	Inne: korridor in till scenen, plan 2
<b>Deltagare</b>	GO → leverantör, personal	GO → personal
<b>Syfte</b>	reglerande	reglerande
<b>Form</b>	S A4, text o pictogram	S A4, text o pictogram
<b>Text</b>	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt
<b>Uttryckssätt</b>	Opersonlig, formell	Opersonlig, formell, tillägg i handstil
<b>Material</b>	plast, vit	plast, vit
<b>Regler</b>	Arbetsmiljöverket (AMV)	AMV
<b>Genre</b>	Förbud, offentlig	Förbud, privat

I den modifierade SPEAKING-modellen ovan kan vi, utöver att visa på det som karakteriserar en förbudsskylt (syfte, uttryckssätt, genre), beskriva placeringen av den, dess materialitet och utformning (form, text), vem som bestämmer att den ska finnas där samt vem och vad den är avsedd för (regler, deltagare). Modellen sätter därmed in skyltarna inte bara i en kategori, men också i en kontext. Gemensamt för de allmänna skyltarna är att deras plats i det språkliga landskapet är styrd av trafikregler eller arbetsmiljölagar. Risker och beteenden vid vistelse inom räckvidden för skyltens budskap har förutbedömts och skyltar satts upp i förebyggande syfte. Skyltarna ska i sin enhetliga utformning uppfattas som trovärdiga, myndiga och gällande för alla. I exempel A och B ovan finns mycket små skillnader som inte görs synliga i modellen: olika pictogram visar de olika förbudsområdena och under dessa finns kortfattade motiveringar i text som förklaring till eller förtydligande av förbudet.

När det gäller operans egentillverkade skyltar, väljer jag att kategorisera dem som förbudsskyltar när de uppfyller åtminstone ett av följande två kriterier: de stämmer till största delen visuellt överens med AMV:s beskrivning av en förbudsskylt (se AFS 2008:13, bil.1, p.5), samt när de innehåller orden *förbjudet*, *förbud* eller formuleringar med *endast*, *inte*, *ej* i olika former. Undersökningsmaterialet visar på flera skillnader, såväl i utseende som i utformning:

Exempel 3: Förbudsskyltar utformade av operan.

A:

B:

C:



	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>Plats</b>	Inne: ovanför papperskorg i huvudkorridor, plan 2	Inne: dörr i besöksområdet in mot restaurangköket, entréplan	Inne: trappa vid garderoben, entréplan
<b>Deltagare</b>	köket → övrig personal	köket → besökare	restaurangen → besökare
<b>Syfte</b>	reglerande	reglerande, selekterande	reglerande
<b>Form</b>	S A4, text o pictogram	S A4, text o pictogram	S A4, text
<b>Text</b>	svenska, kod, tryckt	svenska, tryckt	svenska, tryckt, logotype
<b>Uttryckssätt</b>	Opersonligt, informellt	Opersonligt, formellt	Personligt, formellt, artigt
<b>Material</b>	Laminerat papper, vitt	Laminerat papper, vitt	Laminerat papper, svart m. vit text
<b>Regler</b>	GO/köket	GO/köket	GO
<b>Genre</b>	Förbudsskylt, privat	Förbudsskylt, privat	Förbudsskylt, offentl.

Skylt A, B och C i bildexemplet ovan visar alla på olika grader av förbud eller begränsningar. Varianter av den allmänna stopp-skylden som förekommer som trafikmärke är populära och förekommer på flera ställen inom operans arbetsplatsområde, där de talar om var gränsen går för ett visst beteende (A) eller för tillträde till en viss plats (B). De flesta av dessa sitter i anslutning till personalmatsalen eller rör områden som ligger intill densamma och är författade och uppsatta av kökspersonalen, vilket leder till antagandet att detta är en skyltstil som favoriseras av kreatörerna. Om man jämför skylt A med skylt B finns där en skillnad uttryckt i både bild och text som gör att vi upplever A som mer förbjudande än B: visuellt är det röda krysset över bilden mycket talande, textmässigt gör de röda versalerna och utropstecknet budskapet strängt förbjudet. Skylt B talar mer stillsamt i svarta versaler och ger signal om ett mildare men ändå förbud. I modellen ovan ser vi också att uttrycksstilen skiljer mellan de båda skyltarna. Det informella tonfallet i A kontrasterar mot det mer formella i skylt B. Anledningen till skillnaden i tilltal tros till största delen gå att finna i skyltarnas placering. Skylt A är placerad på operans arbetsplatsområde, medan skylt B finns i besöksområdet vid restaurangen.

Liksom på flera av de förtryckta skyltarna väljer man att tala om förbud genom att använda det mildare tilltalet *ej tillåtet* (A, B och C). I modellens kategori för text kan vi se att skylt A innehåller kodspråk. Enligt Hymes (1972:43) kan kodspråk synas i mängden text, graden av exklusivitet hos budskapet och val av kod. *Futten* är ett känt begrepp inom branscher som

scen eller byggarbete, och är liktydigt med personalmatsal. Skyltspråket signalerar om att det rör sig om ett budskap till en utvald grupp, och här är det personalen på operan som avses.

Ett selektivt förbud ser vi i modellens syfteskategori i skylt B, som vänder sig till alla utom restauranganställda. Skylten är placerad i brösthöjd på den aktuella dörren och försedd med ordet *endast*, som tillsammans uttryck som *främst för* är tecken på selektivitet (Nikula 1985:44).

Ett mildare förbud framtonar i skylt C, där formuleringen är personlig och tilltalet är artigt (*kära gäst*). Artighetsuttryck som det i skylten ovan används framför allt för att skapa en vänlig och trygg stämning (Tuohimaa 2003:33). Här finns heller inte den varnande röda färgen med. Troligt är, att rött hade varit för kraftigt markerande i sammanhanget. Skylten uppfattas nu som mer diskret: vi ser den, men den ropar inte till oss. Skylten är placerad i restaurangavdelningens närhet och behåller samma språk och tonfall som övriga skyltar i området. Kontexten avgör utformningen av budskapet. Att budskapet är skrivet i vitt på svart istället för omvänt, gör att texten ändå utmärker sig och sticker ut i sin omgivning. Lagom. Skylt C är även undertecknad till skillnad från exempel A och B. Med operans logotype och ”Göteborgoperan” utskrivet i versaler under densamma markeras vem som står bakom budskapet och ger det större tyngd.

Materialet i de egentillverkade skyltarna är övervägande papper eller laminerat papper. Detta säger dock inget om hur permanenta skyltarna är, snarare talar det om lättheten att skapa en egen skylt med hjälp av dator och lamineringsapparat. Samtliga skyltar har karaktären att vara tillverkade och uppsatta på förekommen anledning: någon *har* slängt futtens muggar i papperskorgen, någon *har* tagit genvägen genom restaurangingången och någon *har* tagit med sig mat in i salongen. Med hjälp av skyltarna ser vi vad som är ett önskvärt respektive icke önskvärt beteendemönster och hur människorna rör sig inom området.



## Varningsskyltar

Varningsskyltar är skyltar som varnar för en risk eller fara. Karaktäristiskt för skyltarna är att de är utformade med text och/eller pictogram i svart mot gul botten, omgivna av en liksidig triangel och en markerad svart kant runt skylten ([www.arbetsmiljoverket.se](http://www.arbetsmiljoverket.se)). De tilläggs skyltar eller egentillverkade skyltar som förekommer på operan bär oftast samma färgkodning.

Nedan syns två av de prefabricerade skyltarna på operan. Båda sitter tätt intill det område de avser.

Exempel 4: Prefabricerade varningsskyltar.

A:



B:



	A	B
<b>Plats</b>	Ute: baksida, på yttervägg vid litet avspärrat område, i ögonhöjd	Ute: framsida, stuprör, marknivå
<b>Deltagare</b>	GO → allmänheten	Anticimex → allmänheten
<b>Syfte</b>	Reglerande	Reglerande
<b>Form</b>	S A4, text o pictogram	Kvadrat 15 cm <sup>2</sup> , text o pictogram, logotype
<b>Text</b>	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt
<b>Uttryckssätt</b>	Opersonlig, formell	Opersonlig, formell
<b>Material</b>	Metall, gul	Klistermärke, gult
<b>Regler</b>	AMV	AMV, Anticimex
<b>Genre</b>	Varning, offentlig	Varning, offentlig

I modellen ovan finns, förutom det som tidigare nämnts under förbudsskyltar, utrymme för mer detaljerad information vad gäller exempelvis placering, ändamål, tilltal och materialitet. Detta kan exempelvis ge information om hur väl de föreskrifter som AMV ger när det gäller skyltars utseende och placering följs. Enligt dessa råd ska skyltarna, förutom det avsedda

färgschemat, vid behov innehålla enkla pictogram, vara utförda i slagtåligt material med god beständighet anpassade till sin omgivning, samt ha dimensioner som gör dem lätta att upptäcka. De ska vidare installeras på lämplig höjd och i lämpligt läge utan att skymmas, samt tas bort när de inte är aktuella längre (AFS 2008:13, bil. 2, p. 1-3). Till skillnad mot förbudsskyltarna i exempel 1, finns det mellan skylt A och B en större variation i ovanstående exempel. S som modellen ovan visar skiljer sig de båda skyltarna sig åt såväl när det gäller material som form. Placeringen av skylt B indikerar på att råttgiftet den varnar för är placerat på/i marken vid stuprörets fot, alldeles intill skylten.

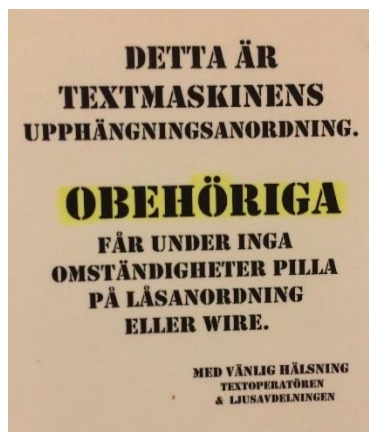
Operans egentillverkade varningsskyltar är kategoriserade antingen enligt AMV:s beskrivning av en varningsskylt, eller genom att de innehåller ordet *varning*, formuleringar med *obs* eller på annat sätt påkallad uppmärksamhet. Materialet visar, i likhet med de egentillverkade förbudsskyltarna, även här på stora variationer såväl i utseende som i utformning, men den gemensamma nämnaren är den gula (eller i vissa fall orangea) varningsfärgen (AFS 2008:13, bil.1, p.5).

Exempel 5: Varningsskyltar utformade av operan.

A:



B:



C:



	A	B	C
<b>Plats</b>	Ute: dörr, lastkaj	Inne: dörr till teknikerbrygga, vån 4	Inne: innanför dörr t. lastkaj
<b>Deltagare</b>	Facility Management (FM) → leverantörer, personal	Ljud & ljusavdelning samt textoperatör → övrig personal	FM → leverantörer, personal
<b>Syfte</b>	reglerande	reglerande	reglerande
<b>Form</b>	L A4, text	S A4, text	Kvadrat, 20x20 cm, text
<b>Text</b>	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt
<b>Uttryckssätt</b>	Opersonlig, formell	Personlig, formell o informell, artig?	Opersonlig, formell
<b>Material</b>	Plast, gul	Laminerat papper, vitt	Laminerat papper, gult
<b>Regler</b>	GO	GO, Ljud & ljusavdelning samt textoperatör	GO
<b>Genre</b>	Varning, offentlig	Varning, privat	Varning, offentlig

Skylt A, B och C i bildexemplet ovan visar alla på olika grader av varning. Den största utseendemässiga likheten med AMV:s skyltar har exempel A med sin svarta text mot gul botten och ordet *varning* följt av utropstecken. Skylt B bryter något mot den traditionella färgkodningen och påkallar uppmärksamheten med att stryka över den varnande delen av texten med gul färg. Huebner (2009:72-73), påpekar att en skillnad i orientering gentemot publiken både har betydelse för budskapets form – som till exempel bild och text – men även typen av språk som finns i texten. I analysmodellens kategori *uttryckssätt* ovan, kan vi se flera

exempel på variationer hos skylt B. Skylten är detaljerad, med mycket text som skiftar mellan att vara formell: ”obehöriga får under inga omständigheter”, och informell: ”pilla på låsanordning”. Skylten undertecknas slutligen artigt ”med vänlig hälsning”. Med den större textmängden och sitt utseende skiljer sig skylt B från de andra varningsskyltarna, och kan därför liknas vid en informationsskylt. Budskapetets innehåll förmedlar dock tydligt att det handlar om en varning, och dess kontext ger oss en indikation om varför den kan vara utformad som den är: här ska inga utomstående behöva befinna sig. Skylten är placerad i brösthöjd på utsidan av dörr in till maskinrummet för textmaskinen som ligger på plan 6, dit inte så många ur personalen utom teknikerna normalt har ärenden. Området består av öppna gångar ovanför scenen, korridorerna är svartmålade och skylten är mycket lätt att upptäcka. Dörren ska inte behöva öppnas ”av misstag”.

Skylt A och C kan vid första anblicken verka mycket lika. Det finns dock flera olikheter i budskapet som är intressanta. Skylt A är en klassisk varningsskylt som använder sig av ordet *varning* och berättar vad som ska uppmärksammas. Skylt C utesluter varningen och använder sig av utropstecken i sin rubrik och ord som *skall* för att visa på vikten av budskap. Texten är konstaterande i sin utformning och är varnande utan att ordet varning behöver förekomma, men den är även instruerande och visar på ett önskat beteende vid användning av det lyftbord som skylten gäller. Det lilla ordet *skall* har också moraliska undertoner. Det är meningen att lyftbordet ska upp i sitt övre läge, annars är konsekvensen att någon kan ramla. Har du använt lyftbordet men negligerat uppmaningen är du den skyldige! Det är meningen att läsaren ska få skuld känslor och agera som skylttexten lyder. I modellen ovan, under kategorin *deltagare*, kan vi också se hur de båda skyltarna även har samma avsändare. Facility Management (FM) står här för dem som ansvarar för själva *huset* operan. De godkänner alla skyltar som sätts upp och ser till att AMV:s regler följs på och kring arbetsplatsen.

Operan är i allmänhet flitig med att underteckna sina skyltar, men det gäller de som sitter inne i huset (B). När det gäller de egentillverkade reglerande skyltarna, undertecknas dessa oftast av ansvarig personal på de berörda avdelningarna eller av FM. Göteborgsoperans logotype däremot är i stort sett reserverad till informationsskyltar samt övriga skyltar i områden avsedda för besökare (se kapitel 4.2.2).

## Påbudsskyltar

Påbudsskyltar är skyltar som påbjuder ett visst beteende. Karaktäristiskt för skyltarna är att de är utformade med text och/eller pictogram i vitt på en blå rundel, med tilläggs­text i svart på vit botten ([www.arbetsmiljoverket.se](http://www.arbetsmiljoverket.se)). Till kategorin räknas här även de trafikskyltar som sitter på ytterväggen vid lastintaget till operan. Väg­märken och trafikreglerande skyltar har samma symboliska färgkodning som AMV:s skyltar ([www.transportstyrelsen.se](http://www.transportstyrelsen.se)). Här rör det sig om parkeringsskyltar. Även dessa påbjuder eller uppmanar till ett visst beteende, och då de med ett undantag är de enda trafikskyltarna i direkt anslutning till operans byggnad, har jag här valt att låta dem ingå i den kategori som fyller samma funktion. De tilläggs­skyltar eller egentillverkade skyltar som förekommer på operan är få, och bär inte alltid samma färgkodning. Här nedan syns två av operans påbudsskyltar, en trafikskylt med tilläggs­skyltar samt skylt som markerar en branddörr.

Exempel 6: Prefabricerade påbudsskyltar.

A:



B:





	<b>A</b>	<b>B</b>
<b>Plats</b>	Ute: på vägg vid lastintag, ovan ögonhöjd	Inne: på dörr i huvudkorridor plan 3
<b>Deltagare</b>	Gbg:s stad, → allmänheten	GO → personal
<b>Syfte</b>	reglerande	reglerande
<b>Form</b>	Trafikskylt, fyrkantig + tillägsskyltar, text o symboler	S A4 text o pictogram
<b>Text</b>	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt
<b>Uttryckssätt</b>	Opersonlig, formell	Opersonlig, formell
<b>Material</b>	Metall, vit, blå	Plast, vit
<b>Regler</b>	Gbg:s stad, Transportstyrelsen	AMV
<b>Genre</b>	Påbud, offentlig	Påbud, privat

Exemplet ovan visar i likhet med andra reglerande skyltar på ett karaktäristiskt litet textmaterial per skylt. Ordvalet blir därmed av utrymmesskäl stramt och något ålderdomligt, vid flera tillfällen förekommer även förkortningar. Nybildningar och sammansättningar förekommer inte så ofta (Nikkola 1984:51-62). Vid trafikskyltar som skylt A ovan, är det vanligt med tillägsskyltar (se modellen ovan, under kategorin *form*) för att tala om vad som förväntas av den som läser skylten. Tillägsskyltar ska alltid läsas i tur och ordning, uppifrån och ner ([www.transportstyrelse.se](http://www.transportstyrelse.se)) för att budskapet ska förstås rätt. På skyltar som i exempel B, rymmer informationen om det önskade beteendet oftast på skylten.

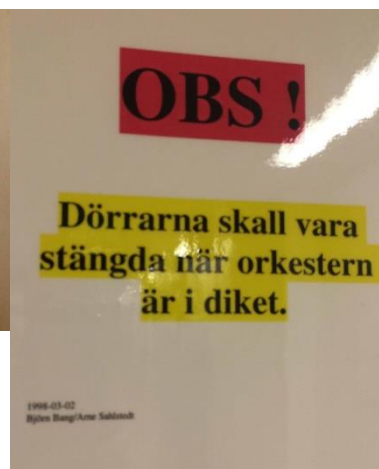
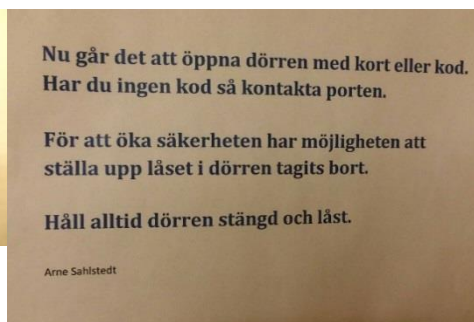
Operans egna påbudsskyltar kan ibland vara svåra att kategorisera. Ofta uttrycker budskapet en uppmaning istället för ett direkt påbud. Påbud lämnar egentligen ingen handlingsfrihet, medan uppmaningar kan vara lindrigare och bara rekommendera ett visst beteende (Tuohima 2003:31). Båda karaktäriseras ofta av direkta imperativer, utropstecken och ordet *obs*, något som vi även känner igen från texten hos varningsskyltar:

Exempel 7: Påbudsskyltar utformade eller valda av operan.

A:

B:

C:



	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>Plats</b>	Inne: vägg i källarplan, takhöjd	Inne: korridor vid dörren, plan 2	Inne: huvudkorridor, entréplan
<b>Deltagare</b>	Facility Management → personal	Facility Management → personal	Facility Management → personal
<b>Syfte</b>	reglerande	reglerande	reglerande
<b>Form</b>	Liggande 15x25 cm, text o pictogram	Liggande A4, text	Stående A4, text
<b>Text</b>	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt, fetstil
<b>Uttryckssätt</b>	Opersonligt, informellt	Personligt, informellt	Opersonligt, informellt
<b>Material</b>	Klistermärke, blått	Laminerat papper	Laminerat papper, vitt
<b>Regler</b>	Facility Management	FM	FM
<b>Genre</b>	Påbud, offentligt	Påbud, privat	Påbud, privat

Som tidigare nämnts, är operans egna påbudsskyltar sällan markerade i blått, det finns egentligen bara ett undantag. Skylt A i form av ett klistermärke är visserligen inköpt, men får ändå sägas tillhöra kategorin av egna skyltar då den inte omgärdas av AMV:s regler. Här har operan gjort ett eget val att uppmana personalen till ett visst beteende och valet, snarare än utformningen av själva objektet, får vara det avgörande för skyltens kategorisering under denna rubrik i modellen ovan. Två imperativer manar till handling i skyltens text. Skylt B har blå text mot vit botten, men det är troligtvis bara en tillfällighet. Budskapet är till största delen

informativt, om man undantar den sista meningen som är ett tydligt påbud. Genom texten kan man ana ett förlopp där en dörr med vanligt smäcklås, trots påminnelser om att den ska vara stängd, ändå lämnats olåst och öppen titt som tätt. Husansvarig har tydligt tröttnat på att påminna om detta och istället gjort det omöjligt genom att byta öppningsfunktion på dörren.

Skylt C presenterar sitt budskap lite ovanligare med färgerna gult och rött som markering av det viktiga textinnehållet. Båda färgerna framhäver texten, och det är säkert skälet till att de valts ut. Tillsammans med den fetstilta texten och de stora bokstäverna gör de att skylten står ut i sin omgivning. Ordet förbud eller varning används inte i samband med färgkodningen, och innehållet i själva skylttexten är tydligt påbjudande. Kanske kan en liten trend skönjas, eftersom gul överstrykning kan ses i ytterligare tre fall i det påbjudande skyltmaterialet. Den röda överstrykningen förekommer endast i ovanstående skylt.

### **Sammanfattning, reglerande skyltar.**

Vid en summering av kategorierna förbuds-, varnings- och påbudsskyltar på Göteborgsoperan, kan det konstateras att de flesta reglerande skyltar som operan beställt från skyltillverkare, och vilka därmed följer AMV:s föreskrifter ([www.arbetsmiljöverket.se](http://www.arbetsmiljöverket.se)), består till huvudsak av piktogram kombinerat med text. Enbart text eller piktogram är sparsamt förekommande. När det gäller operans egna skyltar, är däremot de enbart textade skyltarna i majoritet, som vi kan se i nedanstående tabell.

Tabell 5: Fördelning av piktogram/text-innehåll hos reglerande skyltar.

Skyltinnehåll	AMV:s + Transportstyrelsens skyltar	Operans skyltar	Totalt
Text	46 st.	62 st.	108 st.
Piktogram+text	99 st.	8 st.	117 st.
Piktogram	40 st.	0 st.	40 st.
S:a ↓	185 st.	70 st.	255 st.

Tabell 5 ovan visar de olika kombinationerna av text och piktogram för förbuds-, varnings- och påbudsskyltar. AMV:s och Transportstyrelsens skyltar står för övervägande delen av de skyltar som innehåller både piktogram och text, medan GO:s skyltar innehåller det största textmaterialet. I Kress & van Leeuwens (1998:189) modell nedan intar piktogrammen den viktiga centrumplatsen och står för kärnan i budskapet, medan den kompletterande texten ska ses som den verkliga önskan i budskapet, och därför stå nedanför piktogrammet:



## Modell 5: De reglerande skyltarnas layout.

Dimension 2 ↑ upp/ner	Idealt ↓ Verkligt	V: Textad skyltförklaring
Dimension 3 ☼ centrum/ periferi	Kärna ☼ Detaljer	K: pictogram

I modell 5 ovan finns bara två av de tre dimensionerna med, då budskapet i det reglerande skyltmaterialet alltid varit centrerat och inte haft någon vänster- ↔ högerorientering (dimension 1).

En skylt med både pictogram och kortfattad text går snabbt för mottagaren att avkoda. I en situation av omedelbar fara är detta nödvändigt. Operans egentillverkade skyltar avser i flertalet fall först och främst att rätta till ett felaktigt beteende, eller tjäna som komplement till befintlig skyltning. Därför kan textmängden här vara större och förstärkande pictogram uteslutas.

Påfallande många av de reglerande skyltarna visade även på kombinationer av antingen varning + förbud, varning + påbud, förbud + påbud, eller en kombination av alla tre samtidigt:

Exempel 8: Kombinerade reglerande skyltar.

A:



B:





	<b>A</b>	<b>B</b>
<b>Plats</b>	Inne: vägg i personhiss	Inne: korridor källare, vid maskinrum
<b>Deltagare</b>	GO → personal och besökare	GO → personal
<b>Syfte</b>	reglerande	reglerande
<b>Form</b>	Stående A4, text o pict.	Liggande A3, text o pict.
<b>Text</b>	Svenska, tryck	Svenska, tryck
<b>Uttryckssätt</b>	Opersonlig, formell	Opersonlig, formell
<b>Material</b>	Plast	Plast
<b>Regler</b>	AMV	AMV
<b>Genre</b>	Varning, påbud, offentlig	Varning, förbud o påbud, privat

I modellen ovan syns det dubbla och tredubbla budskapet hos skyltarna (A, B). Ett förbud och/eller en varning följs ofta av ett rekommenderat beteende i farans närhet, och därför sätts ofta förbud, varning och påbud tillsammans i en kombinerad skylt. Nedan presenteras de kombinerade skyltar som finns på GO. Tabellen gäller dock samtliga kombinerade skyltar och inte bara de som redovisas i denna kapitel del:

Tabell 6: Kombinerade skyltar i det språkliga landskapet.

Område	Kombinerade skyltar	Totalt antal skyltar
Ute	3 st.	17 st.
Inre arbetsplats	8 st.	173 st.
Inre besöksområde	0 st.	41 st.
Summa ↓	11 st.	231 st.

Tabell 6 ovan visar att de kombinerade skyltarna främst finns inom arbetsplatsområdet och där ofta nära maskinrum, hiss eller verkstäder.

När det gäller operans egna skyltar kan det dubbla budskapet presenteras på flera olika sätt. Skyltarnas färg är inte lika ofta markerad, men budskapets allvar går ändå inte att ta miste på genom de formuleringar som skyltskrivaren använt sig av. Ofta har de egna kombinerade skyltarna snarast informativa drag, och dessa skyltar kommer därför att tas upp i nästa kapitel del, det *informerande* skyltmaterialet, som utgör resten av undersökningens skyltmaterial.

#### 4.2.2. Det informativa skyltmaterialet

Den största kategorin skyltar på GO består av informationsskyltar, vilka upptar nästan hälften av det totala undersökningsmaterialet. Dessa skyltar visar också mest variationsrikedom med

avseende på innehåll, storlek, utformning, sändare, mottagare, placering och materialitet., men där finns också många likheter. För att presentera dessa likheter går vi här tillbaka till analysmodellen och dess första del, *placering*:

<b>Plats</b>	placering	Ute, Inne: inre arbetsplats, inre besöksområde
--------------	-----------	--

Genom att sätta in skyltarna i en omgivning finner vi den största gemensamma nämnaren i materialet. Området inne har här delats upp i två delar, ett för operan som arbetsplats och ett för operan som besöksplats, i likhet med kap. 4.1.3 och 4.1.4. Här ser vi hur man inom varje område väljer att kommunicera på lite olika sätt och därför har en områdesindelning med tonvikten på varje områdes skyltningsbehov gjorts. Informationsskyltars innehåll och utseende styrs till skillnad från förbuds- och varningsskyltarna inte av något regelverk. Göteborgsoperans informationsskyltar är i det hänseendet i samtliga fall egentillverkade, beställda hos skyltfirma eller beställda med avseende på marknadsföring och utåtriktad information, i reklamsyfte. För det senare arbetar man tillsammans med Forsman & Bodenfors agentur ([www.fb.se](http://www.fb.se)). I slutet av kapitlet kommer vi att återkomma till de skyltar som på något sätt faller utanför ramen för områdesindelningen. I tabellen nedan presenteras de förekommande informationsskyltarna fördelat över respektive område.

Tabell 7: Informativa skyltar i det språkliga landskapet.

Område	Informationsskyltar	Kombinerade skyltar	Totalt antal skyltar
Ute	14 st.	3 st.	17 st.
Inre arbetsplats	165 st.	8 st.	173 st.
Inre besöksområde	41 st.	0 st.	41 st.
Summa ↓	220 st.	11 st.	231 st.

Tabell 7 ovan visar i vilka områden informationsskyltar och de kombinerade skyltarna förekommer. Den största delen av båda kategorierna finns inom personalens olika arbetsområden.

### **Informationsskyltar i det yttre rummet**

Att det språkliga landskapet är föränderligt stämmer i största grad med Göteborgsoperans yttre skyltmaterial, där de flesta av operans informationsskyltar byts ut i samband med att nya produktioner presenteras. Flera av skyltarna består enbart av stora bilder för att kunna ses från långt håll, medan andra innehåller mycket text som informerar om aktuella föreställningar, avsedda för en mer nära läsning. Den digitala tekniken syns, förutom i den stora skärmen i

anslutning till huvudentrén, också i en mindre skärm vid personalentrén som informerar om aktuella händelser i huset.

Exempel 9: Informationsskyltar på operans fasad.

A:



B:



C:



	A	B	C
<b>Plats</b>	Ute: personalingång, vid entré	Ute: till vänster vid huvudentré	Ute: till vänster vid huvudentré
<b>Deltagare</b>	GO → personal	GO → besökare	GO → besökare
<b>Syfte</b>	informativ	informativ	informativ
<b>Form</b>	L rektangel, 30x50cm, text	L A1, text o bild (foto)	L A1, text o bild (foto)
<b>Text</b>	Svenska, engelska, tryckt	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt
<b>Uttryckssätt</b>	Opersonlig, formell	Personlig, formell	Personlig, formell
<b>Material</b>	Metall, grå	Affisch i papper	Affisch i papper
<b>Regler</b>	GO	GO	GO
<b>Genre</b>	Information, icke-kommersiell	Information, kommersiell	Information, kommersiell

I exemplet ovan ser vi att det är svårt att tillfredsställande beskriva skyltar med stort text-och bildmaterial. Kategorierna *Form* och *Text* i modellen ovan ger för lite utrymme för detaljer som hur bild och text samverkar i skylten, tekniken i bild- och textbehandlingen samt skyltens layout. Att därför jämföra skylt A med B och C är därför inte möjligt utan någon form av

komplettering. Exempel B och C ovan kommer därför att kompletteras med Kress & van Leeuwens (1996) bildanalys för en tydligare beskrivning:

Modell 6: Bildanalys av yttre informationsskyltar.

	B	C
Tydlighet bild	Blåtonad kvällssilhuett av operan sedd från sjösidan, ljusspel av reflexer i vattnet. Motivet täcker nederkanten av bilden och tonar uppåt i svart.	Bild framifrån av huvud, axelparti och höger arm hos kvinnlig dansare. Blicken rakt fram, handen öppen, utsträckt, ”visar upp” texten i ett: ”här är” eller ”varsågod”. Motivet placerat i nedre högra hörnet.
Tydlighet text	Vit text på svart/blå bakgrund. Huvudrubrik och underrubriker i versaler. Typsnitt som TNR.	Vit text på svart bakgrund. Huvudrubrik och underrubriker i versaler. Typsnitt som Arial .
Inramning	Inga kantlinjer, tydligt avdelade stycken med ung. lika mkt text. Centrerad huvudrubrik, stycken i två kolumner. Webbinfo nederst t.v., underskrift och logga nederst t.h.	Inga kantlinjer, tydligt avdelade stycken. Vänsterställd huvudrubrik, stycken i tre kolumner. Webbinfo nederst t.v., underskrift och logga nederst t.h.
Informationsvärde	Gammal information, innehåller alltid pågående verksamheter i huset. Realistisk tolkning.	Ny information, innehåller pågående och kommande föreställningar i huset. Realistisk tolkning.

Analysen ovan visar hur nära reklamskyltens utformning som dessa av operans informationsskyltar befinner sig. De har en tydlig kommersiell orientering där de gör reklam för utbudet på operan samtidigt som det informerar. Lock (2003) presenterar en undersökning reklamskyltar på och kring Hongkongs stadsjärnväg, där han konstaterar att det finns två typer av annonser. Beroende på placering ser annonserna för samma produkt olika ut: på perrongerna är skyltarna stora med litet textmaterial och tydliga, iögonenfallande bilder för att snabbt kunna läsas av förbiilande resenärer, medan de i vagnarna är mindre och har större andel text, och är mindre beroende av en stark bild (2003:197). På GO kan en tydlig likhet ses. De yttre informationsskyltarna av mer reklambetonad karaktär möter även besökaren innanför entrén, där likadana men något förminskade skyltar presenteras tillsammans med nytt informationsmaterial i samma stil. Storleken minskas sedan ytterligare, och samma text presenteras på informationsfoldrar och programblad. Vägen för besökaren in i operans entré kantas av den visuella informationen och går från stort till smått.

## Informationsskyltar på besöksplatsen operan

Den kommunikativa funktionen hos en skylt kan vara kort och bestå av bara ett platsnamn som talar om vad platsen heter (Spolsky 2009:29), eller lång och bestå av en detaljerad användarinstruktion. Skyltarna i den publika delen av operan är till största delen informationsskyltar av performativ karaktär, det vill säga att de visar var publiken kan finna de olika verksamheterna eller produkterna. Designen är anpassad för att smälta in och utsmycka i miljöerna. I entrén hänger flertalet skyltar från rår i taket (metallrör, sådana som finns ovanför en scen för upphängning av ljus, fond, kulisser, mm.) och markerar tydligt de olika områdena och vad de är avsedda för (bild A). Områdesskyltarnas placering har huvudsakligen planerats av husets arkitekt, men är till skillnad från de skyltar som pryder väggarna inte enhetliga i typsnitt eller storlek (A). Den övriga skyltdesignen, som tagits fram av *Floda systemskylt* ([www.systemskylt.se](http://www.systemskylt.se)), är dock enhetlig inom operans alla områden. Det gemensamma utseendet sprider ett lugn och gör att läsningen blir vilsam trots att skyltarna är många. Samtliga väggfästa skyltar på operan, ute som inne, har samma färg, typsnitt och form på meddelandena med ett undantag: i besöksområdena är den mörkgrå texten på milt grå bakgrund ersatt med röd text (bild B). Hänvisningsskyltar till olika platser i salongen, hissar, toaletter är utökade med pictogram. Alla skyltarna är på svenska.

Exempel 10: Informationsskyltar i operans entré.

A:



B:





	<b>A</b>	<b>B</b>
<b>Plats</b>	I entrén, från tak (höjd från golvet c:a 2m.30 cm.)	I entrén, på väggar i ögonhöjd
<b>Deltagare</b>	GO → besökare	GO → besökare
<b>Syfte</b>	informativ	informativ
<b>Form</b>	Skyltens bredd 20 cm., längd enligt textmängd	Bokstavsstorlek V=8 cm höga, skyltens bredd och längd enligt text/text o pictogram
<b>Text</b>	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt
<b>Uttryckssätt</b>	Opersonlig, formell	Opersonlig, formell
<b>Material</b>	Plast	MDF-liknande material
<b>Regler</b>	GO	GO
<b>Genre</b>	Information	Information

Genom exemplen i modellen ovan får vi ett intryck av hur operans entré ser ut. Vad de inte förmedlar är den täthet som finns mellan skyltarna i rummet. Genom den enhetliga formen på skyltmaterialet känns det dock inte trångt mellan informationstillfällena. Svävande skyltar över de olika zonerna i entrén ger tvärtom ett luftigt intryck och lyfter blickarna uppåt mot den generösa takhöjden. Tydligt utmejslade promenadstråk visar var besöksflödet är som störst, och här möter operan upp med skyltning.

Entrén övergår så småningom i operans restaurang. I restaurangdelen är kommunikationen mellan opera och gäst mer personlig och artig i tilltalet: genom ord som *du, välkommen*, eller *vänligen* får budskapet en annan ton. Artighetsuttryck kan framför allt användas som markörer i fråga om inställning till och närhet till mottagaren (Tuohimaa 2003:33). Skyltens avsändare visar med sin formulering respekt för mottagaren av budskapet, och visar förtroende för dennes förmåga att läsa, förstå och sedan handla på ett rationellt sätt. Längst ner i högra hörnet av skylt A och B finns Göteborgsoperans logotype (den kan även skönjas nederst i skylt C), något som förenar de skyltar som inte är performativa med affischer och programblad i den inre besöksplatsen. Logotypen visar tydligt att operahuset står bakom avsändaren, även när skylten undertecknats av annan (B). Två av skyltarna i exemplet nedan, B och C, är fristående. Materialet är papper (B) respektive en s.k. roll-up i tunn plast (C), vilket indikerar att skyltarna både är snabbt utbytbara och flyttbara vid behov.

Exempel 11: Informationsskyltar i operans restaurang.

A:



B:



C:



	A	B	C
<b>Plats</b>	I fönster, entré till restaurangen (R)	”Bardisk” vid sidan av entrén till R	Vid sidan av pulpet vid entré till R
<b>Deltagare</b>	Restaurangen → besökare	Restaurangen → besökare	Restaurangen → besökare
<b>Syfte</b>	informativ	informativ	informativ
<b>Form</b>	SA4, text o bild, logotype	SA4, text, logotype	L A4, text, logotype
<b>Text</b>	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt	Svenska, tryckt
<b>Uttryckssätt</b>	Personlig, formell, artig	Personlig, informell	Personlig, informell
<b>Material</b>	Papper i fastskruvad hållare med metallram	Papper i plasthållare	Plast, roll-up
<b>Regler</b>	GO	GO	GO
<b>Genre</b>	information	information	information

Språkliga attityder kan påverka utformningen av det språkliga landskapet (Backhaus 2007:62). Vilken framtoning sändaren vill förmedla framgår ofta av skyltens budskap (A-C), i synnerhet när det är riktat till en tänkt mottagare. Budskapet i och uttryckssättet hos skyltarna ovan är inte specifika för GO, men ofta förekommande inom restaurangbranschen. Språket och utformningen av budskapet hos ovanstående skyltar bär även drag av reklambranschen och spelar på känslor hos den mötande publiken (Kelly Holmes 2005:18). Skylt A välkomnar



med en inbjudande bild och uppmanande utropstecken, skylt B spelar på våra känslor och vill att vi ska känna att vi tar ett ansvar för miljön genom att äta i restaurangen, också det med utropstecken. Även om det inte handlar om ett direkt varumärke, har svanen-märkningen en liknande funktion när den appellerar till känslor hos mottagaren (Edelman 2009:144).

Skylt C å sin sida frestar oss med att vi kan unna oss att välja en viss meny genom uttryck som *förgylla* eller *lyxiga*, ord som lätt kan förknippas med fraser som *att förgylla vardagen*, *vardagslyx* eller *att lyxa till det lite* som för närvarande förekommer flitigt inom reklam i olika media. Menyn är dessutom *utvald* och *rekommenderad*, vilket också gör oss utvalda.

## Informationsskyltar på arbetsplatsen operan

Skillnaden mellan besöksplats och arbetsplats blir tydlig i de skyltar som finns i de båda områdena. Detta gäller, utöver tilltalet, även längden hos de meddelanden som presenteras. Förekomsten av informationsskyltar är stor. Både skyltar med mer officiella budskap där ledningen informerar och ger instruktioner till de anställda, och skyltar av mer privat karaktär från en yrkesgrupp till en annan med budskap eller rekommendationer. Det är tydligt var de olika arbetsgruppernas ansvarsområden ligger.

Exempel 12: informationsskyltar i arbetsplatsområdet.

A:



B:



C:





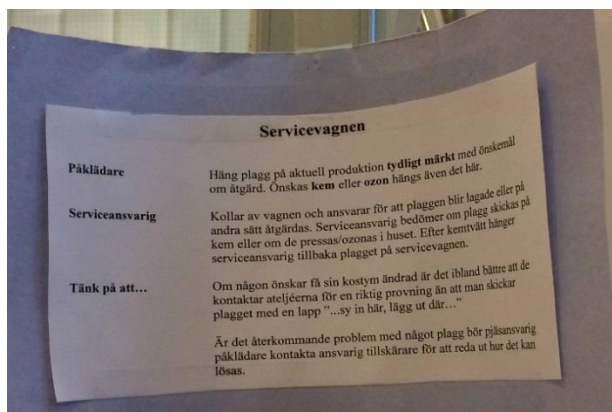
	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>Plats</b>	Dörr till personalmatsal	Korridor plan 2	På dörr plan 6
<b>Deltagare</b>	Personal → personal	FM → personal	FM → personal
<b>Syfte</b>	informativ	Informativ	Informativ
<b>Form</b>	LA5, text	S A4, text, bild	S A4, text, logotype
<b>Text</b>	svenska tryckt, kod	svenska, tryckt	Svenska, tryckt
<b>Uttryckssätt</b>	Personlig, informell	Personlig, informell	Personlig, informell/formell
<b>Material</b>	Laminerat papper	Laminerat papper	Laminerat papper
<b>Regler</b>	GO	GO	GO
<b>Genre</b>	information	information	information

En av det språkliga landskapets främsta funktioner är att markera gränser och skapa kollektiv identitet och tillhörighet inom dessa (Shohamy & Waksman 2009:321). På så sätt markerar facktermer (A) och förhållningsregler som förekommer på skyltar (C) både ett inkluderande och ett exkluderande av den berörda läsaren. Skylt B har fått en förtydligande bild för att dra uppmärksamheten till det viktiga budskapet. Då det är en skylt som beskriver en händelse och uppmanar mottagaren att vara uppmärksam så att den inte upprepas, är skylten inte försedd med någon logotype. Det räcker att den är undertecknad av Facility Management, FM. Logotypen är till för de skyltar som beskriver regler och överenskommelser, som i skylt C, där regler för användandet av övningsrum presenteras, tillsammans med vilka ur personalen som har rätt till att använda rummen (sångare och musiker). Skylten är undertecknad av mötesrepresentanter vid beslutstillfället och ser nästan ut att kunna vara ett utdrag ur ett protokoll.

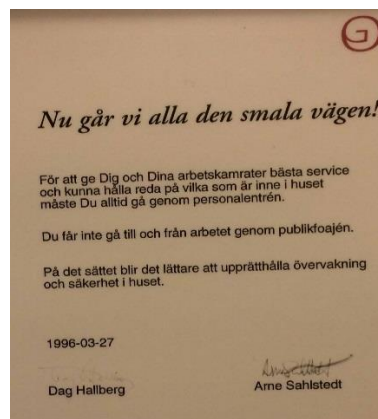
Enligt Järlehed (2011:8) var Landry och Bourhis (1997) viktigaste bidrag till forskningsfältet språkliga landskap att de kunde visa på att landskapet hade två funktioner: en informativ, kommunikativ och en symbolisk. Den symboliska funktionen hos en skylt kan vara en positionering mellan sändare och mottagare där språkval och ordval markerar ställningen mellan de båda. Vilken funktion en skylt fyller hänger samman med flera kontextuella faktorer som var den finns, för vem den avses, när den läses, och hur den uppfattas och tolkas (Järlehed 2011:8). Båda dessa funktioner syns tydligt i de skyltar på operan som visar på ett flertydigt budskap av både informativ och reglerande karaktär, främst av den anledningen att skyltarna innehåller en större textmängd:

### Exempel 13: Flertydiga skyltar i arbetsplatsområdet.

A:



B:



	A	B
<b>Plats</b>	Klädvagn, korridor, plan 4	Korridor entréplan, innanför personalingång
<b>Deltagare</b>	Personal → personal	GO via Facility Management → personal
<b>Syfte</b>	Informativ, reglerande	reglerande
<b>Form</b>	LA4, text	S A4, text
<b>Text</b>	svenska, tryckt	Svenska, tryckt, logotype
<b>Uttryckssätt</b>	Personligt, informellt	Personligt, formellt o informellt
<b>Material</b>	Papper	Laminerat papper, vitt
<b>Regler</b>	Kostym	GO
<b>Genre</b>	Information, påbud	Varning, påbud, information

De flertydiga skyltarna i exemplet ovan visar för det första på tydliga avsändare och mottagare av budskapet. I skylt A gäller det förhållandet mellan kostymavdelningens personal (avsändare) och påklädare samt scenansvarig (mottagare), skylt B informerar genom FM all övrig personal. A väljer att med fetstilt visa att här är det sändaren som dikterar villkoren och talar om vilken arbetsuppgift som hör till vilken yrkesperson. Samtidigt framgår tydligt vad servicevagnen som skylten sitter på ska fyllas med. Skylten är mycket informellt skriven och saknar underskrift.

I skylt B används en längre reglerande beskrivning av lämpligt beteende. Skylten innehåller både operans logotype samt två daterade underteckningar och påminner till utformningen om skyltexempel 12 C strax ovanför. Varför har man valt denna layout? Gör

den meddelandet särskilt tydligt, myndigt och tvingande att följa? Enligt Kress & van Leeuwens triptykmodell för visuell design (1998), skulle vi kunna analysera budskapet så här:

Modell 7: De informativa skyltarnas layout.

Dimension 1 ↔ vänster/höger	Befintligt ↔ Nytt	N: Logotype till höger
Dimension 2 ↑ upp/ner	Idealt ↓ Verkligt	I: "Nu går vi alla den smala vägen!" (rubrik) V: Namnunderskrifter, datum
Dimension 3 ☼ centrum/ periferi	Kärna ☼ Detaljer	K: brödtext

Logotypen överst till höger: ett nytt meddelande från GO (sanktionerat av ledningen).

Rubriken: signalerar ett önskvärt, idealt förhållande.

Underskrifterna: är de verkliga personerna bakom meddelandet.

Brödtexten: häri består budskapet kärna.

Samtidigt som vi kan konstatera att skylten bara följer en form som vi är vana vid att se i ett meddelande eller ett skrivet beslut, ger den oss av samma vana en signal om hur vi ska läsa budskapet. Kress & van Leeuwens modell ovan behövs inte för att vi ska kunna värdera budskapet, men den är likaväl en intressant tankelek i sammanhanget. Tittar vi på budskapets innehåll, är det flera ord som talar om för oss att detta är ett påbud (*skall, måste*) kombinerat med en varning (*får inte*). Symboliskt sett markerar också det mer formella språket med i versaler betonat *Du* och *Dina* ett avstånd mellan sändare och mottagare (B).

Förutom den faktiska informationen i de båda skyltarnas innehåll, ger också avsändaren information om ett önskvärt beteende. Flertalet tidigare studier i språkliga landskap fokuserar på avsändarens roll (Huebner 2009:74), och sällan på mottagarens. När det blir viktigt för avsändaren att budskapet tas emot och efterföljs på rätt sätt är det dock viktigt att även fokusera på mottagaren, något som reklambranschen tidigt tagit fasta på (Goddard 2001:8).

### Sammanfattning informativa skyltar

Vid en summering av de informationsskyltar som finns på Göteborgsoperan, kan det konstateras att utformning och innehåll är väldigt varierande. När skillnaderna är större än likheterna, är det dock värt att se vari likheterna kan bestå. Övervägande delen av informationsskyltar inom hela det språkliga landskapet fokuserar på ett rikt textinnehåll. De yttre, stora informationsskyltarna som kombinerar text och bild är i detta fall speciella med

sin karaktär av reklamaffisch med stor iögonenfallande bild. Det som skiljer dem från rena reklamannonser är dock det rika textinnehållet. Arbetsplatsen operan har flest skyltar med enbart text. Endast ett fåtal instruktionsskyltar vid bl.a. maskinreglage har text samt pictogram. I besöksområdena finns de enda skyltarna med enbart pictogram. Dessa består av toalettsymboler: två för handikapptoiletter och två för dam- respektive herrtoalett. Här nedan visas i tabellform fördelningen av bild/pictogram och textinnehåll hos operans informativa skyltar:

Tabell 8: Fördelningen av bild-/pictogram- och textinnehåll hos informativa skyltar.

Skyltinnehåll	Ute	Inne arbetsplatsen	Inne besöksområde	Totalt ↔
Text	7 st.	156 st.	15 st.	178 st.
Bild/ pictogram + text	6 st.	9 st.	22 st.	36 st.
Bild/ pictogram	0 st.	0 st.	4 st.	4 st.
Totalt ↓	14 st.	165 st.	41 st.	220 st.

Tabell 8 ovan visar de olika kombinationerna av text och bild eller pictogram hos operans informationsskyltar. Med bild avses här foto. Den stora av operans yttre digitala skärmar är här inräknad som skylt med bild + text även om materialet som visas på skärmen varierar från dag till dag, timme för timme.

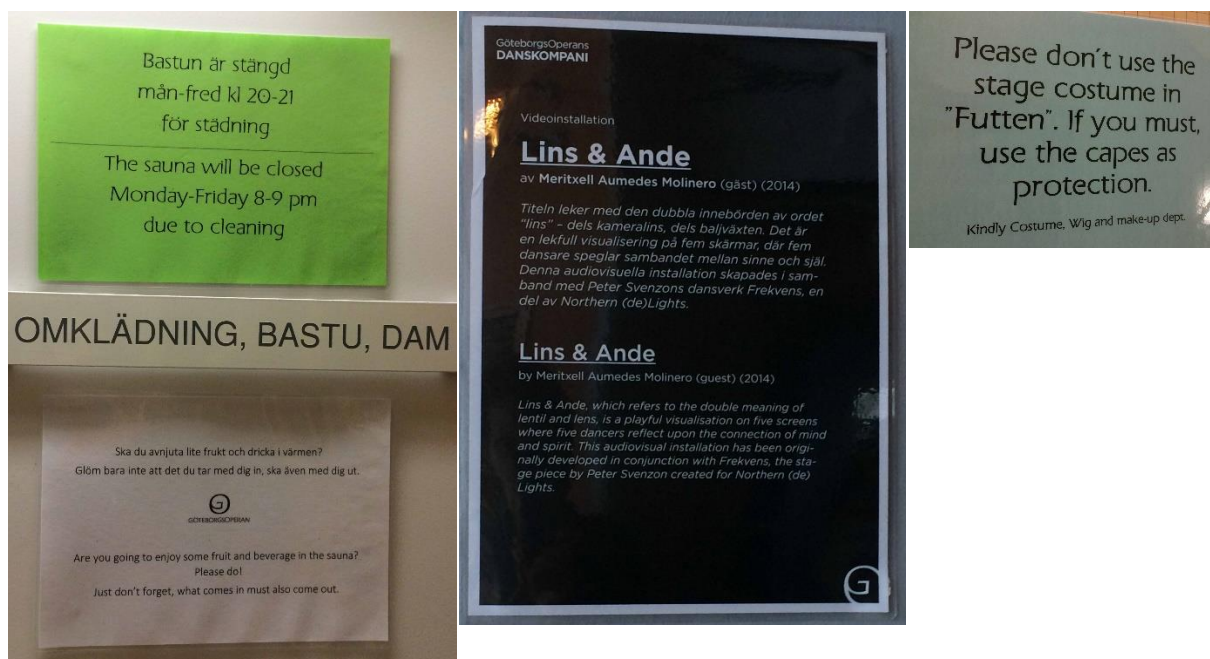
En gemensam beröringspunkt mellan informationsskyltarna i samtliga delar av operans språkliga landskap får sammanfatta denna del. Det gäller de engelskspråkiga skyltar som finns såväl ute, i personalutrymmen och i besöksområdet. Skyltarna är endast 12 till antalet, vilket tyder på ett relativt litet behov. Några skyltar består av både svensk och engelsk text på samma skylt (A, B), andra finns i direkt anslutning till en svensk likatydande skylt (C). Budskapen består i samtliga fall av direktöversatt svensk text till engelska.

Exempel 14: Engelskspråkiga och tvåspråkiga skyltar.

A:

B:

C:



	A	B	C
<b>Plats</b>	IAP: dörr till bastu	IBP: Vägg, bakom biljettkassa	AP: på dörr in till personalmatsal
<b>Deltagare</b>	GO → P	GO → B	P kostym o mask → dansare, sångare
<b>Syfte</b>	Informativ o reglerande	informativ	reglerande
<b>Form</b>	L A4, text, logo.	S A3, text	L A4, text
<b>Text</b>	Sv., eng., stil., tryck	sv., eng., stil., tryck	sv., eng., orn., kod
<b>Uttryckssätt</b>	Ops., form. + tillägg: pers., inform.	Ops., inform.	pers., form.
<b>Material</b>	Laminerat papper Grönt, vitt	Laminerat papper, svart	Laminerat papper, orange + blått
<b>Regler</b>	GO	GO	GO/kostym- o maskavd.
<b>Genre</b>	Information, påbud	Information	Förbud

I exempel 14 ovan syns några av de få engelskspråkiga skyltarna på GO. De flesta av skyltarna (10 st.) ryms inom arbetsplatsområdet, något som kan förklaras med att internationella sångare och dansare ofta arbetar operan, antingen som gästande solister eller som anställda i den ordinarie ensemblen, och åtminstone inledningsvis kan behöva

information på engelska. Besökare till operan kan – förutom i programbladen – få information om kommande eller pågående föreställningar i huset genom de affischer (vid detta tillfälle 2 stycken) med programpresentation som finns uppsatta i entrén till operan (B). Det begränsade engelskspråkiga materialet ger dock intryck av att största delen av operans publik är svensk eller förstår svenska.

Skylt A är tvådelad. Den gröna delen talar om när bastun städas, medan den vita berättar om några regler som gäller inne i bastun. Här har dock kreativiteten varit framme vid översättningstillfället och gjort den engelska texten något dubbeltydig. Att det inte alltid är bra med en direktöversättning visas även i skylt B. Här skapas i den svenska texten en ordlek mellan orden *lins* (ärtväxt) och *lins* (ögon-) som har dubbel betydelse på svenska, något som helt går den engelskspråkige förbi eftersom orden *lentil* och *lens* inte har någon dubbel betydelse som det hävdas i översättningen till engelska. Här hade en referens till det svenska språket behövts som ledtråd. Slutligen kan vi i texten hos exempelskylt C nästan höra den svenska meningen bakom uttrycket *if you must*. Tillsammans bidrar exemplen till att skapa ett intryck av att de engelskspråkiga skyltarna inte haft någon större prioritet.

#### **4.2.3. Sammanfattning analys**

Resultatet har visat på att operans skyltar har stor variationsrikedom både inom och mellan undersökta områden. I skyltarnas spår ses ett flöde, en bild av hur människorna rör sig i det språkliga området, vilka behov av skriftlig kommunikation som behövs och/eller föredras. I detta kapitel har Hymes' (1972) analysmodell SPEAKING använts som stomme till en kategoriseringsmodell för att försöka dela in och beskriva det språkliga landskapet på Göteborgsoperan. Resultatet visar att det är möjligt att till stora delar applicera materialet på modellen och få en tillfredsställande överblick. Detta gäller i synnerhet för de reglerande skyltarna. Operans informationsskyltar visar dock på större språkliga och utseendemässiga variationer. Vad som saknas är därför ett eller flera komplement för att kunna analysera bildspråkets betydelse och tvåspråkighet hos skyltar. Genom att utöver SPEAKING även använda Kress & van Leeuwens bildanalysmodell samt genom att dra paralleller till tidigare forskning kring reklam, kommunikation och flerspråkighet i språkliga landskap kan undersökningen kompletteras.

## 5. Diskussion

Jag kommer att börja kapitlet med en kort diskussion kring den metod jag valt, dess fördelar och nackdelar, för att sedan övergå till att diskutera resultatet av undersökningen.

I ovanstående kapitel valde jag att ge en tematisk presentation av Göteborgsoperans skyltar och en kortare analys av dessa. I följande resultatdiskussion fokuserar jag åter på mina frågeställningar och använder dessa som rubriker när jag lägger fram min tolkning av resultaten. Jag kommer också att presentera några förslag till vidare forskning och till sist sammanfattar jag de slutsatser jag har dragit av arbetet.

### 5.1 Metodanalys

Valet av analysmetod har gjort att flera egenskaper hos skyltmaterialet blivit synliggjorda. Det innebär dock alltid en risk att applicera en metod från ett forskningsområde på ett annat. Den metod jag valt, Hymes' (1972) analysmodell SPEAKING hör dock hemma i sociolingvistik som till stora delar varit en grund för utvecklingen av forskningsområdet språkliga landskap, varför valet verkade rimligt. Studiet av det individuella och kollektiva språkbruket och sambandet mellan språkbruk och sociala mönster och strukturer i det omgivande samhället är det gemensamma syftet, vare sig det som hos Hymes och sociolingvistik rör sig om det talade språket eller som hos det språkliga landskapet om det skrivna. Det behövs dock en översättning från talspråkstermer till skriftspråk. Till detta har Huebner (2009) presenterat ett förslag, vilket jag till största delen följt, tolkat och sedan sammanlänkat med den kategorisering som Järlehed (2016 in progress) har konstruerat. Eventuella tolkningsfel och formuleringsfel i den slutligt använda modellen är min egna.

Vissa komponenter i modellen växer in i varandra, och svårigheten har varit att rätt tolka dess innebörd. I exempelvis komponenten *Act Sequences*, vilken jag här tolkat som *Form*, råder en viss tveksamhet. I Hymes' egna exempelmodeller (1972:67-68) görs en detaljerad beskrivning av samtalssekvensens förlopp, medan Huebner (2009:76-77) väljer att beskriva det "visuella samtalet" med hjälp av ytterligare en modell av Kress & van Leeuwens (1996) *Visual Grammar*, och en vidareutveckling och bearbetning av denna (Kress & van Leeuwen, 1998). Jag har valt att använda mig av desamma då bildmaterialet i en skylt varit stort och gjort det angeläget. I och med att reklamskyltar blivit en växande del av det språkliga landskapet, och att flera mer informativa skyltar allt oftare får drag av reklamskyltarnas layout, har bilder ökat i närvaro i det språkliga landskapet. Detta har även inneburit ett ökat



intresse för att studera språkliga landskap ur ett visuellt perspektiv. Bilder är inte bara avbildningar, utan bärare av ett komplext socialt budskap. Språkliga landskap är visuella (Järlehed 2011:6).

## **5.2 Resultatanalys**

Studiens övergripande syfte var att beskriva och analysera Göteborgsoperan som språkligt landskap, att se hur operan genom sina skyltar kommunicerar med sin omgivning. Här nedan diskuterar jag resultaten av min undersökning med hjälp av de tre frågeställningar som ligger till grund för min undersökning.

### ***Hur synliggörs operans statliga uppdrag att förvalta och sprida ett kulturarv samt att utveckla och förnya detta?***

Operans yttre och publika informativa skyltmaterial delar tillsammans med reklam och marknadsföring via internet och media uppgiften att förmedla GO:s uppdrag. Förvaltningen, utvecklingen och förnyelsen av kulturarvet syns till största delen i operans val av produktioner och påverkar inte i den meningen dess språkliga landskap. Det gör däremot spridningen av det. Likadana skyltar förekommer upprepade gånger i tidningar, på internet, på husfasaden, i entrén för att slutligen också hamna i programbladet.

Undersökningen visar att det informativa skyltmaterialet består av lika mycket reklam som information. Bilderna är reklamässigt iögonfallande och talar lika mycket till publiken som själva texten gör. På långt håll dominerar bilden synintrycket. Textmaterialet i skyltarna är dock stort och tar ibland nästan över bilden på nära håll. Här presenteras nya projekt, workshops och andra aktiviteter blandat med traditionell information om föreställningar som pågår eller kommer senare under säsongen. På detta sätt lyckas operan med ett modernt bildspråk hålla sig tidsmässigt aktuella, visa på förnyelse samtidigt som man traditionsmässigt bevarar ett kulturarv. Förnyelsen går också att se i de digitala skyltar som sitter på husets utsida, snett ovanför besöksentrén (se exempelbild 5) och personalingången. Genom att varje stor produktion presenteras i nya skyltar, byts också informationsmaterialet kontinuerligt ut, och anpassas till gällande behov. Med nya färger och varierande formspråk får Göteborgsoperan ny design vid varje säsong, och på så sätt ändrar också GO som språkligt landskap en del av sin yttre och inre karaktär.

***Vad säger operans skyltar om samarbetet mellan de 80 yrkeskategorier som arbetsplatsen består av?***

Mellan de olika avdelningarna sker en daglig kommunikation. Synkroniseringen av allas gemensamma arbete avgör produktionens resultat. Skyltarna på arbetsplatsen reglerar och informerar där det behövs som mest. Skyltspråket består mest av att respektive yrkesgrupp förmedlar de regler som införts i anslutning till respektive område. Det gäller underlättande av arbete, underlättande av kommunikation, att styra flödet av antingen personer eller saker som kläder, rekvisita, scenkonstruktioner. Det mest intressanta hos skyltarna är den ton med vilken budskapet framförs: det kan vara allt från väldigt demonstrativt förmanande till uppmuntrande, men det är sällan neutralt. Där flest grupper möts förekommer också flest skyltar (se tabell 2), av både reglerande och informativ karaktär och en blandning av de båda.

Undersökningen visar på att vissa områden är mer reglerade än andra. Det gäller till exempel de områden där scenbyggen förekommer, maskinrum och där teknikerna arbetar. Här finns störst representation av reglerande skyltar, både egentillverkade och AMV:s obligatoriska. De egentillverkade skyltarna är de som har störst textmängd, och utformningen görs av avdelningsansvarig och/eller maskinansvarig. Säkerhetsaspekten är här den största anledningen till skyltning. En annan aspekt som framkommer i undersökningen är skyltar som strävar efter ordning och reda. Varje avdelning vill ha hjälp att underlätta sina arbetsuppgifter på sitt sätt, eller åtminstone se till att de inte kompliceras mer än nödvändigt. Det kommer tydligast till uttryck kring personalmatsalen, futten, där samtliga anställda passerar åtminstone någon gång per dag. Påminnelser om återlämnande av muggar, bestick och annat från futten syns på flera ställen inom arbetsplatsområdet, likaså var de ska ställas. En annan yrkesgrupp som möter flera andra är kostym & peruk. Det viktigaste att informera om är hur man behandlar kläder och tillbehör rätt eftersom kostymer och peruker kan vara väldigt dyra och ta tid att både tillverka och sköta. Operan har ingen speciell policy kring utformningen av de skyltar som förekommer inom arbetsplatsområdet, utan varje arbetsgrupp gör en bedömning av vad som behövs. Många skyltar är tillfälliga i sin karaktär, andra kan flyttas med från exempelvis en box eller klädställning till en annan. Den övergripande kontrollen sker dock av FM, det vill säga Facility Management-teamet som ansvarar för skötsel och säkerhet i byggnaden. Utan deras godkännande sätts inga skyltar av mer permanent karaktär upp. För temporära meddelande av informationskaraktär finns dessutom en anslagstavla innanför personalentrén där meddelanden kan anslås.

### ***Hur ser operans språksituation ut, och vilka språk förekommer på GO?***

Språkbilden på operan är väldigt plats- och situationsanpassad, flexibel och i tiden. Detta kommer först och främst till uttryck i de svenska skyltarna, där budskapens sändare visar på ett sätt att formulera sig som är mycket anpassat till mottagaren. I restaurangmiljön är språket och tilltalet är lika vilken annan restaurang som helst, må så vara att där är ovanligt mycket skyltar på grund av det öppna läget i byggnaden. Operans utsida informerar närmast likt reklamannonsering, och gör därmed gemensam sak med andra kulturella institutioner i omgivningen.

Analysmodellen visar att det finns få språkliga variationer utöver några skyltar med facktermer, kod eller annat språk än svenska.

Med tanke på att opera är en internationell företeelse och att artister/sångare i stort sett pendlar mellan de olika operahusen i världen för att framföra sina paradorer, hade jag förväntat mig att se många skyltar på exempelvis engelska på operan. Min undersökning visar snarast på det motsatta. Det kan finnas flera orsaker till detta. GO kan vara för litet för att locka många världsstjärnor, publiken är i majoritet svensk eller förstår svenska (textmaskinen översätter i alla fall till det). Icke desto mindre är flera av personalstyrkan inom de artistiska yrkesgrupperna som dansare, sångare, musiker, dirigenter regissörer eller koreografer. Instruktioner och instuderingar ges med ord på franska (balett), tyska, engelska, italienska (musik) utan att någon höjer på ögonbrynen. Opera skrivs på alla språk, och du ska kunna sjunga på dem alla. Men all denna kommunikation är verbal. När det kommer till det skrivna språket är det kanske lätt att se skyltar som ännu en memorerande språklek: *grand plié*, *jétez*, *sotto voce* och *diminuendo* blandas med ord som *bastu*, *övningsrum* eller *kostymateljé*. De förstnämnda behöver instuderas för att läsa av dansrörelser eller sånginstruktioner, de sistnämnda för att läsa av omgivningen. Vägmärken och reglerande märken i Europa följer en viss enhetlig standard enligt FN:s konvention om vägmärken och signaler ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)), något som också underlättar vid avläsningen av det språkliga landskapet och gör att behovet av översättning försvinner. Det blir inte mycket kvar att översätta. Operan har löst detta sista behov genom att göra en direktöversättning av de informations- och påbudsskyltar det ändå funnits behov av att ha på engelska, samt att översätta programbeskrivningar till skyltningen i operans besöksområde. Att sedan översättningen inte alltid blivit korrekt och ibland kan leda till roligare missförstånd verkar inte ha reflekterats över (exempel 11, A och B).

## 6. Avslutning

Jag vill med detta arbete sätta fokus på de tysta rösterna på Göteborgsoperan, de element i det språkliga landskapet som inte hörs, men syns. Att få en inblick i hur operan kommunicerar med sin omgivning, inåt, utåt, utan att det sker genom en föreställning från scenen har varit intressant och lärorikt på många plan.

När jag tog kontakt med operan och berättade om min idé att beskriva och skriva om de skyltar som fanns där, fick jag först till svar att: ”Du, vi har nog inte så många skyltar här. Det är ju en relativt ny opera och numera bygger man in många lösningar på gamla problem för att undvika att skylta så mycket. Men du får gärna komma och titta.” (Arne Sahlstedt, FM, informant). En dryg vecka senare när vi möttes blev vi båda två överraskade över den stora mängden skyltar som fanns att dokumentera. Detta fick mig att reflektera över hur vi ser på vår närmaste omgivning som språkligt landskap. Blir vi hemmablinda för alla skriftliga meddelanden som omger oss, stänger vi av synintrycken eller gör vi ett omedvetet selektivt urval av alla budskap som möter oss? Om vi tog bort alla skyltar omkring oss, vilka skulle vi sakna, vilka skulle vi komma ihåg?

Genom att kategorisera de skyltar jag funnit på operan har jag kunnat konstatera vilka likheter och skillnader som undersökningsmaterialet uppvisar, kunnat söka svar på vad detta beror på. Materialet berättar också om miljön skyltarna finns i, vem som står bakom skylten och vem den är avsedd för. Vi har sett hur de skyltar som möter oss på operan i besöksplatsområdena får ett reklamässigt bild- och textspråk för att fånga vår uppmärksamhet, hur skyltar inom arbetsplatsområdet med imperativer och utropstecken och tydliga signaler i form av ordval manar oss till att uppföra oss enligt önskan. Det kostar på för sändaren av ett budskap att fånga uppmärksamheten hos en förbigående mottagare, samtidigt som vi som mottagare blivit mer vana vid att läsa av det språkliga landskapet, scanna av det och välja ut vad vi vill se närmre på. Här har både framtida forskare och skyltutvecklare flera utmaningar. Vi kan också se att studiet av språkliga landskap har växt inom flera forskningsområden, men det saknas fortfarande möjlighet att jämföra studier såväl inom samma kategori som inom olika områden. För framtida forskning behövs därför en tydligare analysmodell som kan vara användbar för flera olika studieområden inom det språkliga landskapet.

Trots att Göteborgsoperan som byggnad bara har drygt 20 år på nacken och att man i arkitektur och inredning sett till att bygga bort faror och trängsel, studerat och planerat flöden av arbete och människor, så behövs det skyltar. När många människor, som hos operan med

sina 80 yrkeskategorier, ska samarbeta om ett gemensamt uppdrag som redovisas offentligt så kräver det tydlighet i kommunikationerna. Och, skulle jag vilja säga, i detta fall kräver det skyltar. Vi hinner inte alltid prata med alla, vi glömmer och vi missförstår. Ett mejl försvinner i papperskorgen. En skylt kan förvisso missförstås, men då byts den ofta ut mot en tydligare. Därför kommer vi alltid att behöva skyltar. En skylt har alltid tid. En skylt glömmer inte.

## Referenser

- Arbetsmiljöverket. 2008. *AFS skyltar och signaler*. Från: ([www.arbetsmiljoverket.se](http://www.arbetsmiljoverket.se))  
<https://www.av.se/arbetsmiljoarbete-och-inspektioner/publikationer/foreskrifter/skyltar-och-signaler-afs-200813-foreskrifter/?hl=skyltar>
- Backhaus, P. 2007. *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*, Clevedon: Multilingual Matters.
- Ben-Rafael, E. 2009. "A sociological approach to the study of linguistic landscapes". I: E. Shohamy and D Gorter (red.), *Linguistic Landscape, Expanding the Scenery*, New York: Routledge, sid. 40-54.
- Bonniers svenska ordbok*. 1999. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Breidbach, O. och Jost, J. 2006. "On the gestalt concept". *Theory in Biosciences*, 125(1): 19-36.
- Cenoz, J. & Gorter, D. 2009: "Language Economy and Linguistic Landscape". I: Shohamy, E. & Gorter, D. (red). *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, New York: Routledge. sid. 55-69.
- Edelman, L. 2009. "What's in a Name? Classification of Proper Names by Language. I: E. Shohamy and D Gorter (red.), *Linguistic Landscape, Expanding the Scenery*, New York: Routledge, sid. 141-154.
- Floda systemskylt, ([www.systemskylt.se](http://www.systemskylt.se)).
- FN. 1977. *FN:s konvention om vägmärken och signaler*, ([www.vägmärken.se](http://www.vägmärken.se)).
- Gendelman, I & Aiello, G. 2010. "Faces of places: Façades as global communicational in post-eastern bloc urban renewal." I: Jaworski, A & Thurlow, C (red) 2010. *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*. London: Continuum Books, sid. 256-273.
- Goddard, A. 2001. *The Language of Advertising: Written Texts*, 2:a utg., London: Routledge.
- Gorter, D (red). 2006. *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Clevedon: Multilingual Matters.

- GöteborgsOperan. 2015. *Om oss*, ([www.sv.opera.se/om-oss/om-operahuset](http://www.sv.opera.se/om-oss/om-operahuset))
- GöteborgsOperan. 2015. *Om oss*, ([www.göteborgsoperan.se/om-oss/avdelningar](http://www.göteborgsoperan.se/om-oss/avdelningar)).
- Göteborgs stad. 2015. *Skyllpolicy för stadsrum i Göteborg*. ([www.goteborg.se](http://www.goteborg.se)) Från: <https://goteborg.se/wps/wcm/connect/3071b614-d6cb-470c-91a5-0595f6e6b179/skyllpolicy+Ny+PBL+2015.pdf?MOD=AJPERES>
- Huebner, T. 2009. "A framework for the linguistic analysis of linguistic landscapes". I: E. Shohamy and D Gorter (red.), *Linguistic Landscape, Expanding the Scenery*, New York: Routledge, sid. 70-87.
- Hymes, D. 1972. "Models of the interaction of language and social life". I: J. J. Gumperz and D. Hymes (red.), *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*, New York: Holt, Rinehart and Winston, sid. 35-71.
- Jaworski, A. & Thurlow, C. 2010. "Introducing semiotic landscapes" I: Jaworski, A & Thurlow, C (red) 2010. *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*. London: Continuum Books, sid. 1-40.
- Järlehed, J. 2011. "Att läsa språkliga landskap". I: E. Ahlstedt (red.), *Theorising Textuality. Theorising Reading. Om vetenskaplig teoribildning inom kultur- och litteraturforskning*. Göteborg: University of Gothenburg, sid. 79-103.
- Kress, G. och van Leeuwen, T. 1996. *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Kress, G. och van Leeuwen, T. 1998. "Front pages: (The critical) analyses of newspaper layout". I: A. Bell & P. Garret (red.), *Approaches to Media Discourse*, Oxford: Blackwell, sid. 186-219.
- Landry, R och Bourhis, R. Y. 1997. "Linguistic landscape an ethnolinguistic vitality. An empirical study", *Journal of Language and social Psychology*. Vol 16, Nr 1, mars 1997, 23-49. Sage publications.
- Lock, G. 2003. "Being international, local and Chinese: Advertisements on the Hong Kong Mass Transit Railway". I: *Visual Communication*, 2(2): 195-214.

- Nikula, K. 1985. ”Skyltspråk, några iakttagelser”. I: A. Pitkänen (red.), *Skrifter utgivna av Institutionen för filologi II vid Tammerfors universitet, nordisk filologi*, Nr 11. Tammerfors: Tammerfors universitet, sid. 7-60.
- Shohamy, E. och Waksman, S. 2009. ”Linguistic landscape as an ecological arena: Modalities, meanings, negotiations, education”. I: E. Shohamy and D Gorter (red.), *Linguistic Landscape, Expanding the Scenery*, New York: Routledge, sid. 313-331.
- Spolsky, B. 2009. “Prolegomena to a Sociolinguistic Theory of Public Signage”. I: Shohamy, E. & Gorter, D. (red), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. New York: Routledge. S. 25-39.
- Transportstyrelsen ([www.transportstyrelsen.se](http://www.transportstyrelsen.se))
- Tufi, S. & Blackwood, R., 2010. “Trademarks in the linguistic landscape: methodological and theoretical challenges in qualifying brand names in the public space”. I: *International Journal of Multilingualism*, Vol. 7, Nr. 3, sid. 197-210.
- Tuohima, T. 2003. ”Om direkthet och artighet i svenskspråkiga skylttexter”. *Pro gradu-avhandling i svenska språket, Institutionen för språk*, Jyväskylä: Jyväskylä universitet.