

Merethe Thomassen

# Brevmaler som kommunikasjonsarena

- en studie av relasjonsskapingen mellom Lindorff  
og debitor.

Masteroppgave i språklig kommunikasjon

Trondheim, juli 2011

Norges teknisk-naturvitenskaplige universitet  
Det humanistiske fakultet  
Institutt for språk- og kommunikasjonsstudier



# Forord

Lærerike prosesser, ny kunnskap, oppturer og nedturer – nå er det over. Masteroppgaven er ferdig. Endelig!

Denne masteroppgaven kunne ikke blitt til uten assistanse fra en lang rekke beundringsverdige mennesker. Først et stort takk til **May-Britt Bjønsaas Falcke** og **Kristine Gjerstad** i **Lindorff** som lot meg bruke mine erfaringer og mitt interessefelt som bakteppe for oppgaven. Dere ga meg innsikt i dokumenter og nødvendig informasjon, og oppgaven baseres seg i det store og hele på materiale som dere lot meg grave i. Jeg håper at jeg, gjennom denne oppgaven, har gitt noe tilbake til Lindorff. Takk også til **Ragnhild Ekornes** som har vært en uvurderlig hjelp. Jeg beklager maset! **Marianne Nordløkken**, min tidligere sjef, takk for at du har stilt opp og vært behjelpelig med ting som lå langt utenfor ditt ansvarsområde. Jeg må selvfølgelig også rette en stor takk til mine herlige **kollegaer** på Lindorff sitt kundesenter i Trondheim. For en gjeng!

Jeg har også fått hjelp og gode råd fra mine to flinke veiledere. Takk, **Lars S. Evensen**, for at du strukturerte meg så tidlig og ga meg den gode starthjelpen. Ditt kloke hode har jeg lært mye av. En enorm takk også til **Gunnhild Åm Vatn** som tok over som veileder for meg etter halvveis løp. Takk for alle tilbakemeldinger, konstruktiv kritikk og gode diskusjoner. Jeg takker også for at du holdt mitt hode kaldt i stormfulle tider, og for at du har delt så sjenerøst av både tanker, tips og bøker.

Jeg er også takknemlig for at **Gøril Thomassen** alltid stilte opp når jeg trengte noen oppløftende ord. Takk for de faglige tipsene, men mest av alt takk for at du tok deg tid til å snakke om det ikke - faglige.

En takk fortjener også to av de kunnskapsrike og begavede menneskene jeg har delt båt med det siste året – mine driftige lesesalpartnere **Sissel** og **Eli Marita**. Vi har delt, vi har ledd og vi har dunket hodet i veggen i ren frustrasjon. Uten dere ville masteroppgaveskrivingen virket meningsløs.

Jeg skylder også mine nærmeste **venner** en stor takk. Dere har holdt ut syting, klaging og endeløs frustrasjon med største medfølelse. Men dere har også delt mine gleder, min entusiasme og mine skrytende øyeblikk med stor innlevelse – for akkurat *det* er dere uerstattelige.

Den største takken rettes til de to som fortjener det aller mest, **mamma og pappa**. Takk for deres uendelige tro på mine ferdigheter, takk for all oppmuntring og takk for at dere lar meg vite at jeg er bra nok akkurat som jeg er. Denne oppgaven er til dere.

Trondheim 11. juli 2011

Merethe Thomassen



# Innhold

<b>Innledning</b> .....	<b>1</b>
<b>Teoretisk forankring</b> .....	<b>5</b>
2.1 Diskurs.....	5
2.2 Dialogisme.....	7
2.3 Sosiointeraksjonisme.....	8
2.3.1 Midlertidig delt sosial virkelighet (TSSR).....	9
2.3.2 "Attunement to the attunement of the other".....	10
2.3.3 Forhandling om mening.....	11
2.3.4 Kommunikativ likevekt.....	12
2.4 Posisjonering.....	13
2.5 Symmetri/asymmetri.....	15
2.6 Bedriftskommunikasjon.....	15
2.6.1 Brevet som kommunikasjonsform.....	16
2.7 Noen relevante analyseredskaper.....	23
2.7.1 Proposisjoner og presupposisjoner.....	23
2.7.2 Modelleleser.....	24
2.7.3 Tekstkonvensjoner.....	24
2.7.4 Passiv/aktivkonstruksjon.....	25
2.8 Tidligere forskning.....	26
<b>Materiale og metode</b> .....	<b>31</b>
3.1 Lindorff.....	33
3.2 Beskrivelse av materialet.....	36
3.2.1 Likhetsstrekk mellom brevene.....	37
3.2.2 Brevenes funksjon.....	37
3.2.3 Betalingsoppfordring til forbruker (privatperson).....	39
3.2.4 Betalingsoppfordring til firma.....	40
3.2.5 Betalingsoppfordring til ung debitor (under 25 år).....	40
3.3 Analysemetode.....	41
3.3.1 Analyse kategorier.....	41
<b>Analyse</b> .....	<b>45</b>
4.1 Generelt for alle brevmalene.....	46
4.1.1 Visuelt uttrykk.....	46
4.2 Betalingsoppfordring til privatperson.....	49
4.2.1 Likeverd, symmetri og gjensidighet.....	50
4.2.2 Innramming og formidling.....	52

4.2.3	Initiativ og respons .....	56
4.2.4	Tilretteleggelse.....	57
4.3	Betalingsoppfordring til firma .....	58
4.4	Betalingsoppfordring til ung debitor .....	62
4.4.1	Likeverd, symmetri og gjensidighet .....	63
4.4.2	Innramming og formidling .....	65
4.4.3	Initiativ og respons .....	72
4.4.4	Tilretteleggelse.....	72
4.5	Kjerneverdiene .....	73
4.6	Oppsummering .....	77
<b>Drøfting</b>	.....	<b>79</b>
5.1	Ordbruk og formulering .....	80
5.2	Tilstedeværelse.....	84
5.3	Mengde informasjon og organisering .....	87
5.4	Oppsummering .....	89
5.5	Oppgavens relevans.....	91
5.5.1	Nytteverdien for Lindorff.....	92
5.6	Hva mer kunne jeg tatt tak i? .....	93
<b>Avslutning</b>	.....	<b>95</b>
<b>Litteraturliste</b>	.....	<b>97</b>
<b>Vedlegg</b>	.....	<b>I</b>
Vedlegg 1.	Betalingsoppfordring til privatdebitor.....	II
Vedlegg 2.	Betalingsoppfordring til firmadebitor.....	IV
Vedlegg 3.	Betalingsoppfordring til ung debitor .....	VI

## Kapittel 1.

# Innledning

Denne oppgaven kopler min bakgrunn som saksbehandler i Lindorff og mine observasjoner derifra med min interesse for bedriftskommunikasjon. Jeg har derfor *ett* hovedfokus i oppgaven: kommunikasjonen mellom Lindorff og debitoren. Materialet mitt består av tre brevmalere som Lindorff har utarbeidet og som brukes når Lindorff skal sende betalingsoppfordringer til debitorene. Brevmalene er altså standardbrev som endres lite for å tilpasses hvert enkelt inkassotilfelle. Ved å fokusere på den språklige utformingen av disse brevmalene er målsetningen å finne ut hva slags relasjon som skapes mellom Lindorff og debitor. Jeg finner dette interessant fordi mine erfaringer fra Lindorff tilsier at en gjennomgang (og endring) av den skriftlige kommunikasjonene kan bedre effektiviteten innad i Lindorff, og at hver enkelt debitor vektlegges mer.

Lindorff ønsker å få den skriftlige kommunikasjonen undersøkt fordi de vil framstå som å kommunikativt dyktige som mulig, og at brevene skal fungere optimalt ut i fra hva som er hensiktsmessig. Faglig sett er en slik oppgave interessant fordi man kan bruke teoretiske perspektiver til å påpeke språklige elementer i brevene som har stor påvirkning for kommunikasjonen og relasjonen mellom Lindorff og debitorene. I denne studien utgjøres det teoretiske hovedgrunnlaget av et dialogisk syn på kommunikasjon. Det er derfor et sosiointeraksjonistisk perspektiv som brukes som utgangspunkt og innfallsvinkel til analysene av brevmalene. Jeg baserer meg også på posisjoneringsteori i og andre teoretiske begreper som det er greit å ha kjennskap til før man utfører en språklig tekstanalyse.

Mitt hovedformål er altså å se på den skriftlige kommunikasjonen mellom Lindorff til debitor, og vurdere kvaliteten på denne gjennom analyser av brevmalene. Den endelige problemstillingen er derfor:

***Hvordan bidrar de standardiserte brevmalene til å skape hensiktsmessige relasjoner mellom Lindorff og debitor?***

Med utgangspunkt i denne problemformuleringen ønsker jeg å undersøke hvordan debitor posisjoneres i brevmalene, om viktig informasjon formidles på beste måte for å skape mening og forståelse, og om begge parter er ”tilstede” i teksten og eventuelt hvordan.

Det er essensielt at debitor problemløst skjønner hva Lindorff prøver å formidle gjennom brevene, fordi informasjonen i disse brevene er så viktig for debitorens økonomiske situasjon. Derfor er det interessant å ha relasjonsskaping som utgangspunkt for analysene. Det er også interessant å utforske hvorvidt den relasjonen som Lindorff skaper til debitor gjennom brevmalene er hensiktsmessig. Med *hensiktsmessige* mener jeg at Lindorff ikke nødvendigvis trenger å ha en *god* relasjon til debitor, men relasjonen dem i mellom *bør* være preget av forståelse og gjensidighet for å fungere optimalt. For å besvare problemstillingen på best mulige måte, har jeg utformet noen analysekategorier som hver brevmal kan analyseres ut i fra. Disse er:

- a. Likeverd, symmetri og gjensidighet
- b. Initiativ og respons
- c. Innramming og formidling
- d. Tilretteleggelse

Jeg kommer i tillegg til å analysere hvorvidt Lindorff sine kjerneverdier *Professional*, *Customer oriented*, *Performance oriented* og *Caring* kommer til uttrykk i brevmalene.

Denne oppgaven har i alt 6 kapitler. Vi nærmer oss nå slutten av kapittel 1, *Innledning*, hvor jeg har redegjort for målet med oppgaven og forhåpentligvis gitt en beskrivelse av mitt prosjekt. I neste kapittel, *Teoretisk forankring*, framstiller jeg det teoretiske grunnlaget som denne oppgaven bygger på. I kapittel 3, *Materiale og metode*, vil jeg gjøre rede for bakgrunnen for valg av analysemateriale, vise hva materialet består av, samt forklare hvordan

materialet ble utvalgt og innhentet. Analysemodellen for den kommende analysen presenteres også her. I det fjerde kapitlet, *Analyse*, tar jeg analysekategoriene i bruk og analyserer materialet med utgangspunkt i teorigrunnet. Deretter følger kapittel 5, *Drøfting*, hvor jeg tar utgangspunkt i analysefunnene og drøfter disse med hensyn til både teori og problemstilling. I kapittel 6, *Avslutning*, summeres analysefunnene og prosjektet avrundes.



”Human beings are able to draw inferences from their observations, and they know that the rest of their kind share that ability. This opens up possibilities for communication. (Pettersen 1990: 47).

## Kapittel 2.

# Teoretisk forankring

Det å ta et bevisst ståsted til hvilket teoretisk perspektiv man ønsker å benytte seg av, vil alltid ha konsekvenser for sluttproduktet. Et fast standpunkt påvirker hva vi ser og kan ta inn over oss, hva vi utelater, og hvilke deler av det teoretiske landskapet som ikke er nødvendig å ta til etterretning. Likevel vil det være umulig å bruke alle tilgjengelige teorier og perspektiver i arbeidet med denne oppgaven. Derfor er et utvalg nødvendig, og noen bevisste valg omkring bruken av teoretiske innfalsvinkler er nødvendig.

Jeg kommer i dette kapitlet til å gi en oversikt og en gjennomgang av de teoretiske perspektivene jeg har valgt som grunnlag for den kommende analysen.

## 2.1 Diskurs

De siste 30 årene har *diskurs* blitt et sentralt begrep innen vitenskapelige miljøer (Jørgensen & Phillips 1999: 9). Jørgensen og Phillips (1999:9) definerer diskurs som en bestemt måte å snakke om og forstå verden (eller et utsnitt av verden) på. Diskursen er med på å bestemme og begrense den aktiviteten som foregår, og si noe om de rammene som ligger til grunn for kommunikasjonen. Diskursen sier noe om normer, regler og praksiser for å gjøre bestemte oppgaver, og det å kommunisere fortøner seg ulikt innen ulike diskurser (Sarangi & Coulthard 2000: xv). Diskursen kan altså gi oss en indikasjon på hva slags kommunikasjonssituasjon vi er en del av, og vi kommuniserer med hverandre på bakgrunn av de diskursive rammene for situasjonen. Den diskursen vi er en del av, forener både språk og

praksis, og påvirker kommunikasjonen. Diskursen regulerer ikke bare hva som kan sies innen bestemte sosiale og kulturelle forhold, men også hvem som kan snakke, når og hvor (Barker 2004: 54). Mening og forståelse oppstår ut ifra en kombinasjon av de diskursive rammene og kommunikative valg. Diskursbegrepet refererer til språkbruk i institusjonell, profesjonell eller sosial sammenheng, det viser til en form for samhandling som en del av en større sosial prosess (Bhatia 2004: 3).

Diskursbegrepet er relevant for denne oppgaven fordi man kan omtale inkassobrev som diskurs, eller det å drive inkasso som diskurs. Det handler om å fokusere på de bakenforliggende praksisene som gjør at enkelte tekster eller samtaler blir så normaliserte (og ofte gjentagende) at de danner en egen diskurs:

”Ofte bruker vi begrepet diskurs når vi refererer på et generalisert plan til det samlede antall tekster om et bestemt emne [...] slik disse tekstene opptrer til en bestemt tid, på et bestemt sted, i en bestemt sosial sammenheng [...]” (Vagle et al 1993: 35).

Diskursen sier noe om hvilken kontekst interaksjonen foregår innenfor, og vi skaper mening og forståelse ut ifra disse to elementene. Inkassobrevet er et godt eksempel: det er ikke bare et brev med en vedlagt giro, det er et strengt brev som varsler om de konsekvenser som inntreffer dersom betalingen uteblir *igjen*. Mottakeren av et slikt brev trekker på viten om diskursen når han skal forstå brevet og dets innhold. Brevet inneholder kanskje vanskelige faguttrykk som mottakeren ikke bruker i dagligspråket sitt eller umiddelbart forstår betydningen av. Men i og med ta hun vet noe om den omkringliggende diskursen som brevet hører inn under, kan dette være med på å øke forståelsen til brevets innhold. Diskursen blir kanskje tydelig for mottakeren allerede når hun ser konvoluttet – en standard hvit konvolutt med vindu og logo: mottakeren kjenner igjen dette og vet av erfaring at dette mest sannsynlig er en regning (betalingsoppfordring).

Diskursbegrepet er også interessant og relevant i forbindelse med mitt materiale av flere andre grunner. For det første er diskursen, som sagt, med på å definere, avgrense og konkretisere omgivelsene som kommunikasjonen tolkes innenfor. Selve diskursen, la oss kalle den inkassodiskursen, har altså betydning for hvordan mottakeren av et inkassobrev tolker og forstår brevet. På den andre siden kan man ikke utelate å se på diskursen som brevskrivningen foregår innenfor, da denne diskursen direkte vil påvirke utfallet av det skriftlige materialet.



Både kundebehandlerne hos Lindorff og mottakerene trekker på diskursive elementer når de skal skape mening og forståelse ovenfor hverandre.

## 2.2 Dialogisme

Det er litteraturviteren Mikhail Bakhtin som er opphavsmannen til teorien om dialog. Sammen med psykologen Lev Vygotskij la han grunnlaget for en mer omfattende teori om språk, kommunikasjon og tenkning som kalles *dialogisme* (Svennevig 2009: 168). En grunnleggende tanke innen dialogismen er at ikke bare tekster, men også tanker og språket selv er grunnleggende sosiale fenomener som oppstår i samhandling mellom mennesker heller enn i det enkelte individet.

Bakhtin brukte begrepet *dialog* i tre ulike sammenhenger (Dysthe 1996: 110). For det første så han på dialog i et makroperspektiv med et overordnet syn på menneskelig eksistens. Bakhtin så på selve eksistensen som grunnleggende dialogisk: "Livet er dialogisk i sin natur. Å leve betyr å engasjere seg i dialog, å stille spørsmål, lytte, svare, vere einig osv." ([Bakhtin 1979: 318] i Dysthe 1996: 110). Å leve og å lære er ifølge Bakhtin å være i en uavsluttet dialog med andre mennesker. Dialog er dermed noe langt mer enn interaksjon mellom enkeltindivider; dialog er et grunnleggende vilkår for menneskelig tilværelse. For det andre så han på dialog i et mikroperspektiv, og at mening og forståelse skapes i interaksjon med andre mennesker. Mening er altså ikke noe som eksisterer i språket uavhengig av den som bruker det. Mening blir heller ikke skapt av individet, men skapes i samspillet mellom de som kommuniserer. For det tredje så Bakhtin dialog som det motsatte av monolog. Monologen så han på som "det autoritative ordet" som ikke tåler motsigelser i form av tvil, spørsmål eller motforestillinger (Dysthe 1996: 111). Kommunikasjon og dialog er ifølge Bakhtin noe mer enn at flere deltar i en samtale (muntlig eller skriftlig): "For Bakhtin var det i spenninga mellom dei mange stemmene, i møtet mellom dei at ny meining blei skapt" (Dysthe 1996: 111). Alle de språklige valgene som gjøres av kommunikasjonsaktørene er skapt som en balanse mellom hva som trenger å bli sagt og kommunikasjonssituasjon.

”The word is always oriented towards an addressee, toward who that addressee might be...each person’s inner world, and thought has its stabilized *social audience* that comprises the environments in which reasons, motives, values and so on are fashioned...the word is a two-sided act. It is determined equally by whose word it is and for whom it is meant...Each and every word expresses the one relation to the other. I give myself verbal shape from another’s point of view, ultimately from the point of view of the community to which I belong. A word is territory *shared* by both addresser and addressee, by the speaker and his interlocutor ([Bakhtin 1973: 85-86] i Nystrand 1986: 33).

Kommunikasjon er dermed ikke et enkelt resultat av språklig produksjon, noe som bare gjøres av de ulike individuelle aktørene, men et resultat av de individuelle valgene som gjøres i *samspill* med de andre kommunikasjonsaktørene og kommunikasjonssituasjonen. Kommunikasjon – og dermed også en tekst – er ”the product of the reciprocal relationship between speaker and listener, addresser and addressee” ([Bakhtin 1973: 85] i Nystrand 1986: 35). Bakhtin mente at menneskelig eksistens var relasjonene mellom mennesker, og at det å leve er noe som ’jeg’ og ’de andre’ må samarbeide om og dele (Nystrand 1986: 35).

Innen dialogismen finnes det flere underliggende perspektiver. Et av disse er sosiointeraksjonismen.

## 2.3 Sosiointeraksjonisme

Kommunikasjon forstås ofte som formidling av informasjon. Det som kommuniseres er ikke bare ord og meninger, men begreper og ideer som får sitt innhold unnfanget i møte mellom en ytrings opphavsmann og ytringens adressat. Disse ytringene, skriftlige eller muntlige, blir ikke formidlet rent mekanisk: det kreves en del kunnskap og erfaring, kreativitet og tolkningsevne fra begge parter for å skape mening og forståelse ut av kommunikasjonen.

Sosiointeraksjonisme er en teori innen språkvitenskapen som tar utgangspunkt i hvordan en skriver og en leser kommuniserer med hverandre, eller *samhandler* gjennom tekster. Kommunikasjonspartners gjensidige forventninger, antakelser og forpliktelser er sentrale som grunnlag for å forstå skriverens og leserens strategier for å skape mening i tekst, og det er dette som er hovedfokuset innen sosiointeraksjonismen.

Skriveforskningen har de siste 60 årene endret seg betraktelig, og har fra 50-tallet utviklet seg fra et fokus på det skriftlige produktet, til et fokus på skriveprosessen på 70-og 80-tallet (Evensen m.fl 1991). Det har vært en endring i perspektivet på skriving fra det kognitive til det sosiale, og utviklingen av et sosiointeraksjonistisk perspektiv på skriving kjennetegnes av et fokus på *tekst* og *mening* (Åm Vatn 1998). Sosiointeraksjonismen tar tak i det sistnevnte, og fokuserer på hvordan forståelse oppstår som følge av en prosess hvor kommunikasjonsaktørene forhandler om mening, adopterer hverandres syn, og har som formål å oppnå et gjensidig forståelsesgrunnlag.

### 2.3.1 Midlertidig delt sosial virkelighet (TSSR)

Sosiointeraksjonisme tar utgangspunkt i ulikhetene mellom aktørene i en kommunikasjonssituasjon og ser på kommunikasjon som en brobygger mellom disse ulikhetene. Grunnen til at vi i det hele tatt kommuniserer med hverandre, er at vi ikke vet det samme. Dermed har aktørene ulike oppfatninger av den situasjonen de inngår i, noe som betyr at hver aktør også har ulike perspektiver og innfallsvinkel på den kommunikasjonen som foregår. Kommunikasjonen, den skriftlige eller muntlige dialogen, skal fungere som en brobygger mellom hver aktør slik at de til slutt kommer fram til en felles forståelse. Det aktørene etterstreber gjennom kommunikasjonen, er å skape et felles ”her og nå” hvor forutsetningene for å forstå hverandre er størst mulig. Et slikt ”her og nå” vil fungere som et felles forståingsrom hvor aktørene ønsker å skape felles referanserammer, og videre opprettholde disse ved å skape en *midlertidig delt sosial virkelighet (TSSR)*.<sup>1</sup> En slik midlertidig delt sosial virkelighet forutsetter at begge aktørene har noen ’tatt-for-gitt’-heter, og antar at den andre aktøren også har de samme ’tatt-for-gitt’-hetene. Rommetveit (1992) refererer til Peirce (1977: 197) som mente at den midlertidig delte sosiale virkeligheten kan defineres som ”That mind into which the minds of the utterer and the interpreter have to be fused”. Eller som Rommetveit selv forklarer det:

---

<sup>1</sup> Begrepet er en direkte oversettelse av Ragnar Rommetveits ”Temporarily shared social reality” (TSSR) (Rommetveit 1992).

”New shared social realities emerge out of novel, firmly shared background conditions brought about by practical-technological exploitation and social dissipation of scientific knowledge” (Rommetveit i Heen Wold 1992: 31).

Det er altså snakk om en sammenføyning som skjer gjennom gjensidig påvirkning, innstilling og det å ta hverandres perspektiv til etterretning.

Rommetveit utviklet opprinnelig begrepet *Temporarily shared social reality* i forhold til muntlig kommunikasjon, men Nystrand (1986) tar det også i bruk om skriftlig kommunikasjon. I forhold til mitt materiale, kan begrepet være med på å avgrense og allokere rammene for den kommunikasjonen som foregår, og si noe om hvordan Lindorff situerer seg selv og leseren.

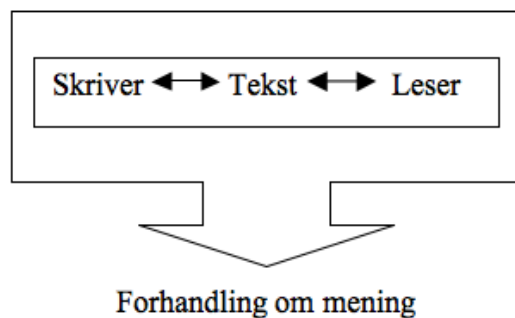
### 2.3.2 ”Attunement to the attunement of the other”

Nå vi skriver en tekst, har vi en oppfatning av hva vi trenger å si for at den vi skriver til skal forstå det vi skriver. En felles forståelse mellom skriver og leser er en forutsetning for at skriftlig kommunikasjon skal fungere optimalt. For å oppnå en slik felles forståelse, og en midlertidig delt sosial virkelighet, kreves det at begge parter forsøker å oppfatte hverandres perspektiv. Dette gjøres ved det som Rommetveit (1992: 23) kaller for ”attunement to the attunement of the other” eller på norsk: innstilling mot den andres innstilling (min oversettelse). Hvis skriveren innstiller seg og peiler seg inn mot den som leser, og vice versa, vil begge parter ha det samme fokuset og være oppmerksomme på de samme elementene. De vil altså innta den samme midlertidig adopterte posisjonen (Rommetveit 1992: 23). Ifølge Rommetveit (1974, 1992) handler det mye om å ta den andres perspektiv til etterretning. Han skriver; ”Attunement to the attunement of the other; we write on the premises of the reader and read on the premises of the writer” (Rommetveit 1974: 63). Disse komplementære premissene, denne dobbeltheten, er noe som begge kommunikasjonsaktørene forsøker å ta hensyn til for å skape forståelse ut av det som skrives og leses. Den som skriver må etterstrebe å ta hensyn til leseren når han utformer teksten sin, samtidig som leseren må gjøre det samme mot skriveren. Man innstiller seg mot hverandres innstillinger, og forsøker på den måten å skape mening og forståelse på bakgrunn av de ulike forutsetningene som ligger til

grunn. Så snart begge parter er innforstått med og klar over at denne innstilling er justert, kan de oppnå et midlertidig delt sosial virkelighet.

### 2.3.3 Forhandling om mening

For å oppnå en midlertidig delt sosial virkelighet, og en innstilling mot hverandres innstilling, krever det at alle kommunikasjonsaktørene er i stadige forhandlinger med hverandre. Ut ifra et sosiointeraksjonistisk perspektiv er en tekst en arena for slike forhandlinger og meningsskapning. Mening og forståelse er ikke noe som overføres fra en person til en annen. Mening oppstår i selve kommunikasjonssituasjonen, i samspillet mellom de som deltar, og mottakeren er også en medprodusent av en slik språklig formidlet mening (Dysthe 1996: 108). Rommetveit var av den oppfatning at alle ord har en opprinnelig mening. Han baserte seg på en antagelse om at alle ord har en ryggrad eller en kjerne av opprinnelig mening som oppfattes av leseren som en individuell, mental representasjon. Mening oppstår når begge parter av en samtale eller når både leser og skriver har den samme oppfattelsen og de samme mentale representasjonene av et ord (Rommetveit 1992: 29). Men selv om ord kan ha en slik betydningskjerne, betyr ikke det nødvendigvis at man uproblematisk forstår meningsinnholdet i hele tekster. Martin Nystrand trekker videre på dette og snakker om *å skape mening* med fokus på teksten (Nystrand 1992: 163). Ifølge Nystrand kan ikke teksttolkning fungere uten en forhandling om formål og kommunikasjonsaktørenes ulike interesser (ibid). Nystrand siterer Bakhtin når han skriver at "[message] X is not transmitted from [the writer] to the [reader], but is built in the process of their interaction" (Bakhtin 1985: 152 i Nystrand 1992: 163). Sitatet forteller om et vesentlig element innen sosiointeraksjonismen: mening oppstår som en prosess og en samhandling mellom kommunikasjonsaktørene. I skjæringspunktet mellom kommunikasjonsaktørene og deres forventinger oppstår "a textual space" (Nystrand 1992: 163) som definerer mulighetsparametrene for tekstuell mening og forståelse. Modellen under visualiserer dette tekstuelle rommet:



Figur 1. Sosiointeraksjonistisk kommunikasjonsmodell.

Modellen viser hvordan både skriver og leser må arbeide for å forstå teksten. Det interessante med modellen er at både skriver og leser tillegges en like stor rolle i forhandlingen om mening, og at det er teksten som fungerer som en arena for denne forhandlingen. Dette underbygger tanken om at mening ikke er noe som ligger ferdig produsert i en tekst, men at det er leseren som gir den mening ut fra egne forutsetninger. Det blir tydelig at det er viktig at skriveren tar hensyn til leseren i skriveprosessen da det ikke er gitt at leseren klarer å ”avkode” det budskapet som skriveren hadde intensjon om å sende. En vellykket kommunikasjon er dermed ikke bare avhengig av hva skriveren vil si (meningen) eller oppnå (formålet), men at både leser og skriver har de samme forventningene til kommunikasjonen; nemlig at de skal forstå hverandre. Rommetveits *komplementaritet av premisser* blir et vesentlig begrep, og bygger på en grunnleggende forståelse om at det finnes noen tatt-for-gitt-heter som er kjent for meg som skriver er også kjent for deg som leser (Nystrand 1992: 165). Disse elementene som tas for gitt for oss, vil etablere en felles referanseramme som danner grunnlaget for forståelse.

### 2.3.4 Kommunikativ likevekt

Forventningen om gjensidig forståelse er så grunnleggende for kommunikasjon at dersom kommunikasjonsaktørene føler at balansen er truet, vil de prøve å hindre at balansen brytes og i tilfelle gjenopprette denne (Hoel 1997: 25). Denne forventede balansen i en diskurs kalles for *kommunikativ likevekt* (Hoel 1997 og Nystrand 1983). Begrepet brukes til å beskrive forholdet mellom ny og kjent informasjon i en tekst. En stor utfordring for den som skriver er å vite hvor mye ny informasjon som kan presenteres, og hvor mye som skal sies om den nye informasjonen, uten at den gjensidige forståelsen trues. Nystrand skriver:

”A well-written text communicates not because it says everything all by itself but rather because it strikes a careful balance between what needs to be said and what may be assumed. Clearly, what counts in effective composition is to know how and when to be explicit, not simply being explicit” (Nystrand 1983: 56).

Alle punkter i en skriftlig tekst som potensielt kan true den kommunikative likevekten, kaller Nystrand (1992: 166) for *troublesource* eller på norsk: problempunkt. Slike problempunkter kan for eksempel inntreffe når ny informasjon presenteres uten at den utypes nok, eller dersom ordbruken er for komplisert. For å rette på slike punkter, kan skriveren utdype, reformulere eller kontekstualisere det tekstlige innholdet. Den som skriver må kontinuerlig vurdere hva som er sagt og hva som trenger å bli sagt opp mot hva som kan forbli usagt i forhold til kommunikasjonsaktørene og kommunikasjonssituasjon. Dette handler i stor grad om være eksplisitt og å si ting i klartekst. Gjensidighet i interaksjonen, altså skriverens intensjoner samt leserens forutsetninger for forståelse og forventninger, legger grunnlaget for at eksplisitt mening skal oppstå. Hvis den som skriver ikke tar hensyn til leseren, kan kommunikasjonen mislykkes, og mening vil ikke oppstå (Nystrand 1982: 65).

## 2.4 Posisjonering

Posisjoneringsteori kan sies å være en supplerende teori til den eldre teorien om roller (Moghaddam, Harré & Lee 2008: 9). Rollebegrepet defineres som en relativt langvarig norm som avgjør hva en person er i stand til å gjøre, hvilken type aktivitet som kan forbindes med den aktuelle rollen samt hvilke forventninger og rettigheter som koples til rollen (ibid). Slike ulike roller kan være ”student”, ”arbeider”, ”saksbehandler”, ”forfatter” osv. Posisjoneringsteorien ser på kommunikasjon, skriftlig og muntlig, som posisjoner eller roller som den aktuelle aktøren adopterer midlertidig. Disse posisjonene vil være flyktige og ubestandige (ibid). Hovedsaklig vil man innen posisjoneringsteorien se på mennesker som mer eller mindre frivillige deltakere av et diskursivt fellesskap, som trekker på posisjoneringer for å forstå verden omkring seg. Det umiddelbare ”her-og-nå”-et vil være med på å skape forståelse av de aktivitetene som foregår, og alle aktørenes posisjoner vil være en viktig referanseramme for å forstå disse aktivitetene og være i stand til å kommunisere

(Moghaddam, Harré & Lee 2008: 10). Det er imidlertid viktig å påpeke at den forståelsen eller meningen som en aktør får ut av situasjonen på bakgrunn av aktuelle posisjoner, kan fortone seg helt annerledes hos en annen aktør. Dette er viktig fordi det indikerer at de samme språklige handlingene kan ha mer enn ett sett av betydninger, og at mening og forståelse alltid vil være individuelt og subjektivt utviklet. Posisjoneringsteorien kan også være et verktøy for å utforske forholdet mellom hva som er mulig og hva som er tillatt å foreta seg:

”In Positioning Theory only one aspect of a moral order is invoked explicitly, namely the rights and duties that surround a person’s possibility of acting. In any moment and among some particular group of people in a certain social setting there is what people can do, their skills and capacities, what people actually do, and the constraints of the moral order, what people in these circumstances may do” (Moghaddam, Harré & Lee 2008: 13).

Antagelser om rettigheter og plikter er en stor del av å skape forståelse fortløpende i en kommunikasjonssituasjon. Posisjoner medfører kortvarige rettigheter og plikter som vi tenker, handler og snakker ut fra. Disse rettighetene og pliktene er med på å definere og begrense handlingsmulighetene til den som blir posisjonert (enten av seg selv eller andre). Selv om posisjoneringsbegrepet opprinnelig var tiltenkt muntlig kommunikasjon, lar det seg fint adoptere til å også gjelde skriftlig kommunikasjon. Eksempelvis vil en saksbehandler hos Lindorff innta en rekke ulike posisjoner i løpet av en arbeidsdag. Når hun skriver et brev eller en e-post til debitor, må saksbehandleren tenke over hvordan hun vil posisjonere seg selv ovenfor debitor. Skal hun være vennlig? Streng? Hvilken informasjon trenger hun å gi? Hun har *rett* til å være streng og autoritær, men hun *plikter* også å være profesjonell og unngå usakligheter.

Posisjoner er dynamiske. En og samme person kan bli posisjonert på flere ulike måter og veksle mellom dem. Alle posisjoner er også relasjonelle, og dersom en person posisjoneres på én måte blir noen andre posisjonert relativt til den personen. Dersom jeg inntar eller blir tildelt en posisjon, er dette et ”sted” å erfare og handle ut fra (Andenæs 2007: 281). Jeg trekker da både på fysiske og diskursive omgivelser, samt tema for samtalen jeg bidrar i, eller teksten jeg produserer (ibid).



## 2.5 Symmetri/asymmetri

Symmetri og asymmetri er begreper som omhandler graden av gjensidighet i ulike kommunikasjonssituasjoner. Begrepene knyttes ofte studier av makt og dominans i samtaler, men kan med hell overføres til å gjelde skriftlig kommunikasjon.

Makt studeres ofte som et uttrykk for relasjoner mellom grupper og institusjoner i samfunnet. Kommunikativ dominans blant individer i ulike situasjoner en måte å demonstrere makt på (Svennevig 2009: 115). Makt kan defineres som et *asymmetrisk* forhold mellom mennesker som bærer i ulik fordeling av viktige goder som penger, kunnskap, sosial/politisk/yrkesmessig status og så videre (Vagle et. al 1993: 64). Lindorff vil kunne utgjøre den makthavende parten i en kommunikasjonssituasjon nettopp fordi de innehar mer kunnskap (om for eksempel inkassoprosessen) enn det debitor har. Relasjonen mellom de to partene er i stor grad definert av samfunnet for øvrig:

Maktrelasjoner i samfunnet etableres, opprettholdes og forandres gjennom lokale kommunikative mønstre i enkeltsituasjoner. Når det gjelder den enkelte kommunikative situasjonen, definerer kulturen og samfunnet i utgangspunktet visse maktforhold mellom rollefigurene, men det å innta de ulike rollene og å tolke dem er et resultat av den enkelte situasjonen (Svennevig 2009: 115).

Mange av de asymmetriske samtalene (eller tekstene) finner vi i institusjonelle kontekster, der institusjonens representant har det overordnede ansvaret for gjennomføringen av samtalen og dermed får en dominerende rolle (Svennevig et.al 2007: 73). Lindorff vil derfor utgjøre en slik dominerende rolle ovenfor debitorerne, i og med at Lindorff har det overordnede ansvaret for kommunikasjonen. Termene *symmetri* og *asymmetri* brukes ofte for å vise om forholdet mellom partene er preget av likhet eller ulikhet, og om partene innehar likeverdige eller ikke-likeverdige roller i samtalen (Vagle et.al. 1993: 63-64).

## 2.6 Bedriftskommunikasjon

Alle mennesker er som regel daglig i kontakt med ulike institusjonelle kontekster. En institusjon vil i dette tilfellet være en bedrift eller organisasjon som opererer ut i fra noen gitte

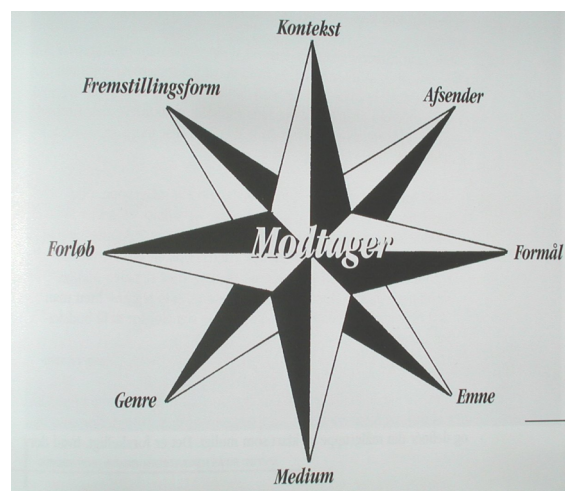
standarder i kommunikasjonen i forhold til språkbruk og handlemåte (Koester 2004). Vi bruker språk og kommunikasjon for å håndtere kontakten med slike institusjoner, enten vi er profesjonelle medlemmer av de ulike institusjonene (eksempelvis ved at vi jobber innenfor institusjonen), eller dersom vi er disses klienter (kunder, studenter, pasienter eller liknende). Språk og kommunikasjon er de verktøyene vi tar i bruk for å utføre de ulike institusjonelle oppgavene og i forsøket på å nå de institusjonelle målene. Det institusjonelle kan dermed være med på å definere og begrense rammene for kommunikasjonen, og sier noe om hvilken aktivitet som foregår.

### 2.6.1 Brevet som kommunikasjonsform

Enhver bedrift og organisasjon har og bruker et eget sett av skriftlige sjangere. For å kunne gjøre jobben sin, må arbeiderne være i stand til å kommunisere med andre både internt og eksternt. Dette gjøres gjennom flere kanaler, og den skriftlige kommunikasjonen kan skje via fakser, e-post, brev og til og med SMS. Likevel er det brev som er den mest brukte kommunikasjonsformen for ekstern kommunikasjon i bedrifter i dag, spesielt innen bedriftene som driver en eller annen form for kundetjenester.

Det er flere grunner til at skriftlige dokumenter produseres og brukes i kommunikasjonen (Koester 2004: 30). I enkelte bedrifter er det nødvendig å dokumentere hva som har blitt gjort og avtalt tidligere, og for å gjøre jobben enklere og mer oversiktlig i framtiden. Det kan også være nødvendig å ha skrevne dokumenter av juridiske hensyn i tilfelle det skulle oppstå uenigheter eller lignende. Forholdet mellom brev og rettslige dokumenter kan sies å oppstå idet et brev får en ytterligere funksjon ut over det å være informasjon, og en betalingsoppfordring. Slike brev blir da gjerne skrevet like mye til en ukjent tredjepart eller til ”den det måtte gjelde” som til de opprinnelige adressatene (Bazerman 2000: 20). Inkassobrevene som sendes fra Lindorff er et godt eksempel på dette, de kan brukes som dokumentasjon dersom saken ender opp hos forlikrådet eller som sak for namsmannen. Bruken av brev styres av et informasjonsbehov og et dokumenteringsbehov, og dette løses best ved å ha nedskrevne tekster i brevform som kan lagres i bedriftens arkiver (Lund 2004: 9).

Skal vi vurdere kvaliteten på brev, kan man ikke se på teksten isolert, men også tenke på konteksten. Det overordnede kvalitetskriterium for enhver kommunikasjon er at den er et passende svar på situasjonens krav (Lund 2004: 71). Med det menes at man i alle brev (og i grunn all kommunikasjon) må ta hensyn til hva som er hensiktsmessig å si til enhver tid, inkludert hensyn til sted og omkringliggende faktorer. Lund (2004) har, men bakgrunn i Ciceros kommunikasjonsfaktorer<sup>2</sup> utviklet et retorisk kompass som har som hensikt å organisere kommunikasjonsfaktorene oversiktlig.



Figur 2. Det retoriske kompass (Lund 2004: 74).

Kompasset samler de kommunikasjonsfaktorene som er relevante å forholde seg til når man skal evaluere kommunikasjon og brev. Kompasset viser ni ulike kvalitetskriterier som samlet utgjør situasjonens krav, og et utgangspunkt i disse ni kriteriene utgjør et godt grunnlag for å gjøre kommunikasjonen hensiktsmessig (Lund 2004: 74).

---

<sup>2</sup> Marcus Tullius Ciceros var en romersk politiker, jurist, taler og skribent, og en stor bidragyter til retorisk teori. Han utviklet fem faktorer som utgjør kommunikasjonssituasjonen: taler, tilhører, emne, omstendigheter og språk. (Lund 2004: 73 & SNL 2011).

### *Brevets mottaker*

Innen reklame og markedskommunikasjon er mottakeren i fokus og det er mottakeren som styrer kommunikasjonen. Innen bedriftskommunikasjon derimot, er ikke alltid mottakeren i sentrum (Lund 2004: 75). Det krever ofte ekstra anstrengelser for å leve seg inn i hvem mottakeren er, og hensynet til mottakeren er ikke alltid tilstedeværende i utformingen av skriftlig kommunikasjon.

The addressed audience, the actual or intended readers of a discourse, exists outside of the text. Writers may analyze these readers' needs, anticipate their biases, even defer to their wishes. But it is only through language that writers embody or give life to their conception of the reader. In so doing, they do not much create a role for the reader – a phrase which implies that the writer somehow creates a mold to which the reader adapts – as invoke it (Ede & Lunsford 1984: 167).

Slik sitatet framstår, fokuserer Ede og Lunsford på at skriveren utvilsomt har stor betydning for den meningen og forståelsen som en leser får ut av en tekst. Når det gjelder Lindorff-malene, er det vanskelig å avdekke skriveren av flere årsaker. Først og fremst fordi brevene er nettopp *brevmaler* hvor innholdet ikke nødvendigvis forandres og omskrives for hver gang brevet brukes. Malene har eksistert i bedriftens systemer i mange år, og endres sjelden. Samtidig brukes ikke brevene for å opprette en dialog mellom saksbehandler og debitor, men mellom *Lindorff* (og den aktuelle avdelingen) og debitor. Det betyr at brevene ikke har en personlig og individuell avsender. Sitatet sier likevel noe om hvorfor mottakerbevissthet er essensielt når man skal utforme innholdet i skriftlige tekster.

Når man skal analysere brev og innhold med tanke på mottakeren, foreslår Lund (2004:76-77) tre ulike kategorier som kort presenteres nedenfor.

1. Leseren i skriveren:

Hvordan skaper skriveren seg et mottakerbilde, og tar hensyn til leseren i utformingen av brevets innhold? Ved å fokusere på formålet med teksten, kan man tilføye et verdigfullt aspekt i målrettingen av kommunikasjonen.

## 2. Leseren i teksten:

Ifølge Lund (2004) er det veldig relevant å se nærmere på hvordan leseren får en plass i brevteksten. Leseren tildeles som regel en rolle allerede i begynnelsen av brevet, dersom brevet adresseres direkte til *Ola Nordmann*, og skriveren må derfor tenke på hvilken rolle hun tildeler leseren.

## 3. De faktiske leserne:

De faktiske leserne av et brev kan være langt flere enn det som skriveren opprinnelig hadde tenkt seg. Eksempelvis kan et brev bli sendt til feil person, noe som kunne fått alvorlige følger i Lindorff sitt tilfelle. Brevet kan også, som sagt, brukes som dokumentasjon i for eksempel rettslige tvister, hos forliksrådet eller namsmannen.

Leseren er definitivt et viktig fokuspunkt i all skriftlig kommunikasjon. For Lindorff kan det være spesielt viktig å fokusere mye på mottakeren av inkassobrevet fordi det inneholder mye privat informasjon og tar for seg svært private og til dels vanskelige deler av personers liv. Samtidig tjener brevene som en handlingsanvisning som forhåpentligvis ender med at debitor gjør som hun blir bedt om, nemlig betaler inkassokravet.

## *Brevets kontekst*

Konteksten for skriving av brev, og også mottakerens kontekst, er ifølge Lund (2004) fundamentale fokuspunkter i all bedriftskommunikasjon fordi bedriften alltid ønsker å ha et godt forhold til mottakeren av brevet. Ifølge Lund (ibid) er det uvesentlig om personen er en potensiell kunde, en som har glemt å betale regningene, eller om vedkommende har søkt om noe, bedriften ønsker å gjøre et godt inntrykk slik at samspillet kan fortsette. Her er det selvfølgelig store forskjeller mellom ulike bedrifter, og Lindorff faller inn under en spesiell kategori i og med at de er en bedrift som opererer på vegne av andre bedrifter.

Mottakerens kontekst består av alle de elementene som innvirker på opplevelsen og forståelsen: den kulturelle og historiske bakgrunnen samt de psykiske og fysiske omgivelsene. Ved å også ta hensyn til mottakerens fysiske kontekst i utformingen av brev, kan skriveren kompensere for sin manglende tilstedeværelse i lesesituasjonen (Lund 2004: 80). Ved å

forestille seg de kontekstuelle rammene, kan skriver og leser bli så identisk som mulig – og dermed kan kommunikasjonen bli så hensiktsmessig og målrettet som mulig.

### *Brevets avsender*

Ifølge Lund (2004: 80), ønsker enhver avsender å framstå som troverdig. Dette betyr at avsenderen av et brev alltid tar hensyn til bedriften og bedriftens *image* i utformingen av brevet. I utformingen av brev, er det tre hensyn som ifølge Lund (ibid) må taes:

- Det som bedriften ønsker å framstå som.
- Det bedriften i virkeligheten er.
- Det bedriften oppleves som.

Disse tre punktene kan fortone seg meget forskjellig, og det er ikke alltid samsvar mellom bedriftens ønskede image, og hvordan bedriften oppleves. En bedrifts image er et ønske om å framstå på en bestemt måte, noe som formidles gjennom å være troverdig (Lund 2004: 80). Dersom bedriften kommuniserer på en troverdig og ærlig måte, vil det skape størst mulighet til å framstå på ønsket måte, og dermed også muligheten for å oppfattes på ønsket vis. Denne troverdigheten kommer fram ved at avsenderen formidler sin kompetanse ved å være sikker, konsekvent og tydelig. Avsenders karakter er også vesentlig, og evnen til å være både åpen, ærlig, velvillig, medmenneskelig, beskjeden og/eller humoristisk. Samtidig bør avsender ha en viss grad av tilstedeværelse i teksten ved å framstå som engasjert, ekte, nærværende og levende. Når Lund (2004: 87) definerte disse troverdighetsparametrene, var det med et utgangspunkt at avsenderen er *en* person eller *en* gruppe innad i bedriften, og ikke med tanke på ferdigskrevne brevmaler slik tilfellet er for Lindorff og denne oppgaven. Dette resulterer i at man ikke problemløst kan kopiere parametrene til å også gjelde inkassobrev(malene), men de kan likevel si noe om brevskrivning på generell basis noe som igjen kan være hensiktsmessig å ha bakgrunnskunnskap om i analysene av Lindorff-brevene.

### *Brevets formål*

Et godt brev er ikke forfattet kun med avsenderens motiv som utgangspunkt (ønske om å få debitor til å betale, reagere, kommentere osv.), men med utgangspunkt i alle de motiver som preger situasjonen fra både avsender, mottaker og selve konteksten (Lund 2004: 88). Med det

menes at formålet med brevet må avklares før det skrives, slik at det tekstlige innholdet stemmer best mulig overens med dette motivet. Motivbevissthet blir et kvalitetskriterium.

### *Emnet*

Emnet i et brev skal være hensiktsmessig. Lund (2004: 89) skriver ”Det skal selekteres og fokuseres, så emnet fremkommer som et relevant svar på situasjonen, responderende på mottagers så vel som afsenders behov”. Lund (ibid) viser til fire kategorier og en rekke maksimer for å utforme et passende svar i en kommunikasjonssituasjon:

- Kvantitet: Gjør bidraget så informativt som nødvendig – og ikke mer.
- Kvalitet: Gjør bidraget så sant som mulig. Si ikke det du vet er falskt, og gjør alltid rede for hva du mangler underbyggelse for.
- Relasjon: uttrykk deg relevant.
- Måte: Uttrykk deg klart, unngå obskuriteter, flertydigheter, og tilstrebe det korte og strukturerende.

### *Medium*

Det er ikke en selvfølge at brevet er riktige medium for å kommunisere. Ifølge Lund (2004: 90), må man velge medium ved å overveie både formål, innhold og tonen som de ulike mediene har. Medievalget har konsekvenser for leserens forståelse ved at det ligger noen forventninger til innholdets karakter og alvor. Et brev kan muligens skape en type forventning hos mottakeren, mens en tegneserie eller en e-post gir en annen type forventning til innholdet.

### *Forløpet*

Disposisjonen av en skriftlig tekst kan ha store konsekvenser for meningsdannelsen og forståelsen av innholdet. Derfor bør mottakerens *lesing* være i fokus under utarbeidelsen av et brev (Lund 2004: 92). Leserens forventninger til teksten og de løpende justeringene av disse forventningene er nært knyttet til disposisjonen. I begynnelsen av møtet med teksten er leseren svært oppmerksom, forhåndsforventningene justeres, og man innstiller seg på hva brevet vil omfatte. Leserens kan ifølge Lund (ibid) ikke konsentrere seg om alt som står skrevet, så derfor leter leseren etter det hun tror er sentralt. Disposisjonen av en tekst går derfor ut på å forsøke å forutse hvilken rekkefølge de har bruk for å få teksten presentert, og

hele tiden sørge for at leseren leter etter det riktige (Lund 2004: 93). Disposisjon blir derfor også et kvalitetskriterium for et vellykket brev.

### *Framstillingsform*

Formen på et brev skal avspeile det som avsenderen har definert som det passende til situasjonen. På den ene siden skal det være så klart og korrekt, at bedriften framstår som kompetent og sikker, og på den andre siden være så velskrevet at det er verdt å lese. Leseren skal ”flyde gjennom innholdet, motiveret til å lære mere eller i det mindste ikke bremses i forsøket på det” (Lund 2004: 93). Dette utgjør framstillingsformens balanse, og blir nok et kvalitetskriterium for et godt brev.

### *Sjanger*

Det er Mikhail Bakhtin og hans arbeid ”spørsmålet om talegenrene” fra 1979 (norsk oversettelse fra 2005) som ligger til grunn for sjangerbegrepet som brukes innen språkvitenskapen i dag. Han snakker opprinnelig om sjanger i forbindelse med muntlig kommunikasjon, men definisjonen kan med hell overføres til skriftlig kommunikasjon.

Bakhtin (1079/2005) forklarer hvordan både tematisk innhold, stil og kompositorisk oppbygning i et språklig materiale er sammenbundet og at de endres ut ifra hvilken kommunikasjonssituasjon de opptrer i. Dette utgjør relativt stabile typer av ytringer (muntlige og skriftlige) som i neste steg kan kalles for *sjangere*. Brevet har blitt en egen sjanger som vi gjenkjenner på bakgrunn av både innhold, form og stil: inkassobrevet får sin egen sjanger og inkluderer konteksten i stor grad. Alle standardiserte kommunikative aktiviteter gir et sett med sjangerkonvensjoner, som skaper ressurser og begrensninger for aktørene (Svennevig 2009: 247). En ressurs sjanger gir aktørene, er et repertoar av gjenkjennelige språklige og kommunikative midler man kan bruke for å nå visse konvensjonelle mål. Sjanger hjelper oss også til å navigere i den komplekse verden av skriftlig kommunikasjon og symbolsk aktivitet (Bazerman 2000: 16). Når vi gjenkjenner en sjanger, gjenkjenner vi også flere ting ved de ulike institusjonene eller sosiale situasjoner vi er en del av, vi kjenner igjen de ulike rollene som skriver og leser har tilgjengelig, motiver, ideer og til og med en forventning til hva vi kan regne med å finne av innhold i brev og dokumenter (ibid).



## 2.7 Noen relevante analyseredskaper

I de kommende analysene tar jeg i bruk en rekke ulike teoretiske begreper. Hovedteoriene er beskrevet ovenfor, men jeg bruker også faglige begreper som ikke inngår i noen av de teoretiske perspektivene som jeg tidligere har presentert. Derfor kommer jeg her til å gi en kort framstilling av disse slik at de gjenkjennes når de brukes i analysene.

### 2.7.1 Proposisjoner og presupposisjoner

Når vi kommunisere med hverandre, skriftlig eller muntlig, formidler vi ofte antakelser om verden (Svennevig 2009: 51). Disse antakelsene kan være sikre eller usikre, sanne eller usanne, og antakelsene kan dreie seg om en faktisk virkelighet, eller en oppdiktet verden. Disse antakelsene utgjør en ytrings proposisjonelle innhold. Antakelsene formidles delvis gjennom den konvensjonelle betydningen av de ord som brukes, og delvis gjennom den kunnskapen som kan trekkes ut av konteksten for kommunikasjonen (Vagle et.al 1993: 117). Lindorff kan altså formidle noen generelle antakelser om inkassosituasjonen gjennom betalingsoppfordringene som mottakeren og leseren av brevet tolker. På den måten kommer leseren fram til en slutning ut i fra disse forholdene, og slik avdekkes ytringens (eller rettere sagt setningens) proposisjonelle innhold. Det er ikke slik at de språklige elementene formidler et proposisjonelt innhold i seg selv, men de skaper et menings*potensial* som Lindorff og debitor kan ta som utgangspunkt når de skal forhandle om mening. Konteksten for kommunikasjonen vil også ha innvirkning på hvordan partene kommer fram til det proposisjonelle innholdet (Svennevig 2009: 53).

Mange proposisjoner blir ikke hevdet eksplisitt i ytringen. Likevel blir de uttrykt i ytringen (skriftlig eller muntlig), men innholdet i dem blir tatt for gitt eller forutsatt kjent på forhånd. Svennevig (2009: 55) omtaler slike innbakte proposisjoner som *presupposisjoner*, og forklarer at presupposisjoner kan sammenlignes med *forhåndsantakelser*. Den informasjonen som presupponeres, er som regel saksforhold som regnes som kjent eller gitt ut fra konteksten. I all kommunikasjon er vi nødt til å regne noe som kjent eller gitt på forhånd, ellers ville kommunikasjonen bli svært omstendelig. Derfor presupponeres noe av innholdet –

det tas for gitt – og vi regner med at den vi snakker med eller skriver til aksepterer de innbakte proposisjonene. Presupposisjonene blir dermed bakgrunnsinformasjon for det som er tema for kommunikasjonen (ibid). På denne måten er det nær sammenheng mellom presupposisjonene i en ytring og den kontekstuelle ramma som ytringen inngår i. Det er altså de eksplisitt framsatte påstandene om verden, i tillegg til presupposisjonene, som utgjør det proporsjonelle innholdet i en ytring (Svennevig 2009: 56).

### 2.7.2 Modelleser

En modelleser er den intenderte leseren av en tekst. Det er Umberto Eco som er opphavsmann til betegnelsen, og han skriver at en modelleser er ” - en lesertype som teksten ikke bare forutsetter som samarbeidspartner, men som den også anstrenger seg for å skape” (Eco 1994: 19). Begrepet dreier seg altså om en tenkt leser av en tekst, og hvordan denne leseren samarbeider med forfatteren for å skape mening og forståelse. Frandsen beskriver, med bakgrunn i Eco sine betraktninger, en modelleserkonstruksjon som ”[...] *det sæt af kompetenser, som forfatteren forudsætter hos den konkrete modtager eller opbygger hos denne i løbet af teksten*” (Frandsen 2002: 98). Eco beskriver at en forfatter som ønsker å kommunisere gjennom en tekst, må forutse den mulige leseren – modelleseren - og hvorvidt denne leseren er i stand til å oppfatte teksten slik forfatteren ønsker at den skal oppfattes (Eco 1994: 18-21). Forfatteren av en tekst legger altså et sett av kompetanser til grunn for at leserens skal kunne forstå teksten, og leseren må inneha disse kompetansene for å kunne forstå teksten slik som forfatteren ønsker. Den leseren som ligger nært opp til modelleserens kompetanse, den intenderte leseren fra forfatterperspektivet, vil ha størst mulighet til å tolke og forstå teksten ut ifra forfatterens intensjoner.

### 2.7.3 Tekstkonvensjoner

En tekst sier sjelden alt alene, men er skrevet slik at forståelsen av teksten kan skapes i samspill med leseren. Derfor har teksten noen hull eller tomme plasser som det er opp til leseren å fylle ut fra sine tidligere erfaringer, både litterære (viten om den aktuelle teksten) og ikke-litterære (viten om verden) (Brudholm 2002: 66). Men leseren av en tekst kan uansett

ikke fylle disse tomrommene med hva som helst, fordi teksten følger noen tekstkonvensjoner. Disse konvensjonene blir betraktet som ”regler” i teksten. Sammen med presupposisjonene leseren har, følger leseren tekstens *spilleregler* som igjen kan betraktes som en overenskomst mellom skriver og leser (ibid). Brudholm (2002: 67) beskriver at ulike teksters ”regler” har stor betydning for tolkningen: ”Når læseren [...] forsøker at utfylde tekstens tomme pladser, er disse generelle konventioner et hjelpemiddel til at vurdere om der er skabt en acceptabel meningshelhet”. Det finnes ifølge Brudholm (ibid) fire generelle tekstkonvensjoner:

- 1) **Betydningskonvensjonen:** leseren vil gå ut fra at teksten har en mening, og at leserens oppgave er å finne ut hva denne meningen er.
- 2) **Sammenhengskonvensjonen:** leseren går ut fra at det er både en begynnelse og en slutt i teksten, og vil forsøke å gjenskape sammenhengen.
- 3) **Konfigurasjonskonvensjonen:** leseren vil gå ut fra at teksten skal se ut på en bestemt måte og at dens form har betydning for meningen.
- 4) **Relevanskompetansen:** leseren går ut fra at teksten dreier seg og noe som er relevant for henne, ellers ville hun ikke lest den.

Alle disse tekstkonvensjonene kan overføres til å gjelde betalingsoppfordringene som Lindorff sender til debitorerne.

## 2.7.4 Passiv/aktivkonstruksjon

Den måten vi bygger opp en setning på, er ifølge Svennevig (2009: 190) med på å skape representasjoner av prosesser, deltakere og omstendigheter i verden:

Når vi skal beskrive en hendelse i virkeligheten, må vi ta en rekke leksikalske og grammatiske valg, som resulterer i en enkel versjon av hendelsen. Men for hvert valg har vi også valgt *bort* andre konstruksjoner og ord, som ville ha gitt en annen versjon. (Svennevig 2009: 190).

En og samme hendelse kan i virkeligheten fortone seg ulikt ut i fra hvordan man velger å bygge opp setninger, og hvem man velger å se som den handlende, den som setter prosessene i gang. Den handlende, *agens*, setter i gang en prosess som enten dreier seg om en tilstand, en hendelse eller en handling (Svennevig 2009: 190). For å overføre dette til Lindorff, kan man

for eksempel se for seg at de veksler mellom å kreve inn penger *uten* å nevne kreditor innledningsvis, eller opplyse debitor om hvem de jobber på *oppdrag for* i brevene. Det betyr at den handlende, agens, også varierer ut i fra hvilke valg forfatteren tar i utformingen av brevet. Hvorvidt en forfatter velger å betegne noe som den ene eller den andre prosestyphen sier noe om hennes perspektiv (Svennevig 2009: 191).

Det finns også måter å framstille handlinger på som ikke uttrykker agens, som for eksempel *passiv konstruksjon* (Svennevig 2009: 191). Den passive uttrykksmåten skifter fokuset fra agens ("den handlende") til patiens (produkter, målet eller interessen) (Svennevig et.al 2007: 31). Agens er som regel en konkret aktør og patiens utgjør et abstrakt saksforhold - derfor medfører passivisering gjerne en dreining fra konkret til abstrakt stil (ibid). Når man utelater agens, kan det godt være fordi den handlende ikke er interessant i sammenhengen, men i noen tilfeller kan det være fordi forfatteren vil tildekke ansvarsforhold eller liknende (Svennevig 2009: 191).

## 2.8 Tidligere forskning

Det er, så vidt jeg vet, ikke gjort akademiske analyser av skriftlig kommunikasjon i inkassobransjen tidligere. Jeg har ikke hatt hell med å finne masteroppgaver eller andre akademiske oppgaver som omhandler skriftlig kommunikasjon i et inkassobyrå. Noe det imidlertid er skrevet flere oppgaver om, er *brevskrivning* i organisasjon og arbeidsliv. Det finnes også bøker som omhandler dette, temaet er jo stort og er et "moderne" fokuspunkt. Det er populært å fokusere på skriftlig kommunikasjon i arbeidslivet i dag, og de stadig flere masteroppgavene om temaet vitner om dette. Noen av disse oppgavene ligger også som grunnlag, eller rettere sagt inspirasjonsmateriale, for min oppgave. Dette er tre ulike hovedfagsoppgaver i anvendt språkvitenskap som alle tar for seg analyser av kundekommunikasjon innen bank- og forsikringsbransjen.

**Vibeke Kaspersen** (2001) skrev i sin hovedfagsoppgave om avslagsbrev i Gjensidige forsikring. Kaspersen innledet et samarbeid med Gjensidige forsikring, og fikk i oppdrag å gjøre noe med Gjensidige sitt omdømme – Gjensidige opplevde at deres omdømme kunne

forbedres. Kaspersen analyserte deretter en rekke brev som sendes ut til kunder ved avslag på skadeoppgjør fordi det var i denne gruppen man fant de mest misfornøyde kundene.

Hun forklarer tidlig i oppgaven sin at hun kunne valgt et sosiointeraksjonistisk utgangspunkt for analysen, men at hun velger å ikke gjøre det da hun tidligere har arbeidet mye med dette. Hun fokuserer derfor på dialogismen, og dette er altså det overhengende teoretiske perspektiver som brukes i analysen av avslagsbrevene. Hun snakker om symmetri og asymmetri i dialoger, dimensjoner av dominans og peiler også inn på Grices teori om det samarbeidende prinsipp. Samtidig tar hun med relevant teori omkring PR-kommunikasjon, og refererer til perspektiver innenfor Public Relations.

Kaspersen gikk metodisk fram ved å bruke gruppeintervju for å avdekke hvilken kompetanse saksbehandlerne hadde, samt for å finne ut hvilke problempunkter som var mest framtreddende mellom Gjensidige og kundene. Gjennom analysene og drøfting med utgangspunkt i nevnt teori, kunne Kaspersen konkludere med at Gjensidige kunne forbedre sin kundekommunikasjon på noen punkter, og gi råd til hvordan dette kunne gjøres. En av konklusjonene var at Gjensidige ikke var flinke nok til å ta mottakerens perspektiv i

utformingen av brevene. Et annet element som Kaspersen påpekte, var at Gjensidige har en utfordring i å jevne ut det ujevne forholdet mellom kunden og skadeoppgjørskonsulenten. Skadeoppgjørskonsulenten har et stort selskap i ryggen som han handler på vegne av, mens kunden er en enkeltperson som kun handler på vegne av seg selv. Små språklige grep kunne taes for å forbedre relasjonsskapingen mellom Gjensidige og kundene gjennom brevene.

Et lignende forskningsprosjekt ble utført av **Lene C. Albæk** (2001) da hun skrev sin oppgave *"JEG SENDTE DET LELL..." En analyse av kundekommunikasjon i motorvognavdelingen i Gjensidige NOR Forsikring*. Hennes materiale består av, i likhet med overnevnte hovedfagsoppgave, brev vedrørende skadesaker fra motorvognavdelingen ved Gjensidige Sør-Trøndelag. Men mens Kaspersen i sin avhandling fokuserte på omdømme, er Albæk mer fokusert på å avdekke hvordan aspektene tid, tone og informasjon blir ivaretatt gjennom kommunikasjonen mellom oppgjørskonsulenter og kunder i Gjensidige NOR Forsikring. Hun har tatt utgangspunkt i kundetilfredshetsundersøkelsen (MMI-rapporten) som har som

hovedmål å kartlegge kundenes grad av fornøydhets i behandlingen av sitt skadeoppgjør totalt sett.

Albæk analyserer sitt materiale ut ifra teorier som sosiointeraksjonisme, posisjonering og rammeteori. Foruten selve analysene av brevene, har også Albæk tatt i bruk dybdeintervju med oppgjørskonsulenter i Gjensidige. Disse intervjuene ble gjennomført gjennom hennes egne semesteroppgaver som ble levert tidligere i hennes studieførløp, men intervjuene danner likevel grunnlaget for materialet hennes.

Ved å analysere brevene ut ifra de nevnte teoretiske perspektivene, har hun forsøkt å si noe om hva som kunne være årsaken til de ”dårlige” utslagene i MMI-meningsmålingen, samt kommet med råd til hvordan Gjensidige kan forbedre sine brev og dermed sin kundekommunikasjon. Hun fant ut at enkelte av de brevene hun analyserte, fungerte bedre enn andre. Dette skyldes blant annet at kundens behov avdekkes og adresseres, og det tas hensyn til det i utformingen av brevene. Alnæs konkluderte også med at det er kundenes perspektiv som må inntas for å muliggjøre at gode relasjoner opprettes.

**Margit Hermundsgård** (1999) skrev oppgaven ”*Fokus Bank og kundene. En sammenlignende analyse av posisjonering i tilsagnsbrev*”. Hermundsgård skriver innledningsvis i sin oppgave at hun kom i kontakt med Fokus Bank da de etterspurte hovedfagstudenter til å gjennomføre prosjekter i banken. Hermundsgård skulle gjøre en ”*språklig oppdatering av brevmaler, samt utvikle en perm med retningslinjer for skriving; ”Slik skriver vi i Fokus Bank*””. (Hermundsgård 1999, 10). I motsetning til de hovedfagsoppgavene presentert ovenfor, tok Hermundsgård utgangspunkt i tilsagnsbrev av lån, og hun legger stor vekt på at den eksisterende brevløsningen består av ferdigskrevne brevmaler (kontra selvskevne brev forfattet av hver enkelt saksbehandler). Hun analyserer disse brevmalene med en teoretisk forankring i en rekke ulike perspektiver, men med hovedvekt på symbolsk interaksjonisme, sosiointeraksjonisme og posisjonering. Hun intervjuet fem kunderådgivere for å få innsikt i hvordan brevmalene ble brukt, og hvilke endringer som var ønskelig fra deres side på det tidspunktet. Gjennom analysene av tilsagnsbrevene og intervju av kunderådgiverne, har Hermundsgård avdekket hvordan banken posisjonerer seg ovenfor sine kunder, og hun har også kommet med konkrete forslag til forbedringer. Hermundsgård konkluderer med at banken ikke alltid lykkes med å skape og

opprettholde en god nok relasjon til kunden. Bankens brevskrivere må i større grad bli flinkere til å skrive på lesernes premisser, og tenke på hva leserne vet, kan og har mulighet til å forstå gjennom å lese brevene.

Felles for alle disse masteroppgavene, er fokuset på relasjonsskapingen mellom en bedrift og deres kunder. Brevene er arenaer for meningsskaping, og det er viktig å utforme disse brevene med et hovedfokus på lesernes premisser. Et godt brev tar hensyn til leseren, minimerer bruken av faguttrykk, og presenterer informasjon på en oversiktlig og forklarende måte.





## Kapittel 3.

# Materiale og metode

I dette kapitlet skal jeg presentere materialet for denne oppgaven. Jeg vil gjøre rede for bakgrunnen for valg av analysemateriale, samt forklare hvordan materialet ble utvalgt og innhentet. Jeg kommer også til å utarbeide en analysemetode som skal brukes som en guide for analysearbeidet.

Da det ble kjent og stadfestet at jeg skulle skrive masteroppgave med Lindorff som forskningsarena, begynte også arbeidet med å velge fokuspunkt og materiale. Gjennom mine egne erfaringer som kundebehandler på kundesenteret i Trondheim, hadde jeg gjort meg opp noen meninger om hva som ville være fruktbart å analysere i oppgaven. Jeg la merke til at mange av de telefonene som kundesenteret fikk fra debitorer, gjaldt betalingsoppfordringene. Debitorerne hadde enten problemer med å forstå innholdet i brevet, og ønsket en utdyping og en forklaring på saken, eller så hadde de innsigelser og var uenige i kravet generelt, eller deler av kravet, eksempelvis summen. Jeg fikk derfor tanker om at effektiviteten og tidsbruken på kundesenteret kunne justeres dersom debitorerne kunne finne svar på flere av sine spørsmål ved å lese brevet i stedet for å måtte ringe kundesenteret med sine spørsmål. Dermed ble det naturlig å ta utgangspunkt i de brevmalene som lå til rådighet i Lindorff, og de betalingsoppfordringene som daglig sendes ut til hundrevis av privatpersoner og firma. Disse betalingsoppfordringene er ofte den første kommunikasjonen mellom Lindorff og debitor, og er på den måten et interessant analysemateriale.

Det endelige materialet ble valgt ut i fra noen selvkomponerte utvalgs-kategorier. For det første ønsket jeg å se nærmere på betalingsoppfordringene fordi disse, som sagt, ofte utgjør

den første kommunikasjonen mellom Lindorff og debitoren. Brevet kan derfor være med på å etablere tonen mellom de to partene for resten av forholdets varighet, og vil dermed ha stor betydning både for hvordan saken løses og hvordan Lindorff oppfattes av mottakerne. Deretter ble det nødvendig å tenke på hvilke målgrupper jeg skulle fokusere på. Mine kontaktpersoner i Lindorff ytret et ønske om at jeg skulle se nærmere på hvordan brevene til firma fungerer versus brevene til privatpersoner. Kunne man spore tydelige forskjeller i betalingsmønstrene? Var det hensiktsmessig å være strengere i brevene til firma kontra brevene til privatpersoner? Hvilke grep kunne gjøres for å øke effektiviteten og eliminere unødvendige henvendelser til kundesentrene? Det ble derfor avgjort at jeg skulle se nærmere på betalingsoppfordringene som sendes til firma og til privatpersoner. Etter hvert ble det også klart at et prøveprosjekt var i gang, hvor man fokuserte i større grad på unge debitorer enn før. Dette ble gjort ved at det ble utviklet en egen betalingsoppfordring for unge debitorer, et brev som hadde til hensikt å øke både betalingsvilje og forståelsen hos unge debitorer, og forsøke å formidle de alvorlige konsekvensene som betalingsudyktighet kan ha for fremtiden. Dette synes jeg var særdeles interessant, og jeg ønsket derfor å også innlemme dette brevet som en del av mitt materiale. Dette ga meg materiale som omhandlet tre ulike målgrupper, og et vidt spekter av mottakere. For å gripe dette an, bestemte jeg meg for å ta utgangspunkt i de brevmalene som brukes når brev sendes. Dette er maler med standardisert oppsett og innhold, og som sjelden eller aldri tilpasses hver enkelt mottaker. Min innfallsvinkel var et ønske om å avdekke om man virkelig kan nå alle typer mottakerne med samme brev. Ideelt sett skulle saksbehandlerne skrevet personlige brev til hver enkelt debitor for å kunne tilrettelegge kommunikasjonen best mulig. Dette ville imidlertid blitt en altfor stor og tidkrevende oppgave, og det ville ikke vært særlig effektivt. Mitt håp var at det kanskje likevel var grep som kunne taes for å tilpasse kommunikasjonen uten at det skulle ha konsekvenser for effektiviteten og uten at det gikk på bekostning av debitorenes forståelse og handlingsvilje. Jeg griper dette an ved å analysere brevmalene og påpeke elementer som fungerer optimalt, eller som må endres for å kommunisere best mulig med mottakerene.

## 3.1 Lindorff

Ifølge finanstilsynet har 112 selskaper lov til å drive inkassovirksomhet i Norge. Av disse er Lindorff AS en av Europas ledende aktører både innen betalingsoppfølging og relaterte tjenester. Bedriften tilbyr en rekke ulike tjenester innen økonomisk forvaltning. Disse inkluderer kredittvurdering, fakturering, påminnelser/purringer, inkasso, porteføljeadministrasjon, kundeservice og regnskap. Lindorff er en profesjonell organisasjon som har strenge retningslinjer for sine ansatte. Disse er nedtegnet i bedriftens *kjerneverdier*<sup>3</sup>.

### I. PROFESSIONAL

- Vi opprettholder den høyest mulige etiske standarden i vår omgang med kunder, skyldnere og samarbeidspartnere.
- Vi leverer den beste tjenesten som er mulig, og oppfyller kundenes forventninger til tid, pris og kvalitet.
- Vi er ansvarsfulle, ansvarlige og pålitelige.

### II. CUSTOMER ORIENTED

- Vi samarbeider tett med kundene våre, definerer deres behov og leverer optimale løsninger.
- Nært kjennskap til kundenes behov gjør det mulig med kontinuerlig nyskaping og utvikling av tjenestene våre.
- Vi er åpne for endringer, og har fokus på fremtiden.

### III. PERFORMANCE ORIENTED

- Vi har fokus på prestasjoner, prosesser og resultater.
- Vi sikrer stadige forbedringer gjennom vår prestasjonsbaserte bedriftskultur.
- Vi holder det vi lover, og gjør vårt ytterste for å levere.

### IV. CARING

- Vi bryr oss om og respekterer våre kunder, skyldnere, samarbeidspartnere og kolleger.
- Vi er lydhøre for deres behov, ønsker og utfordringer. Gjennom ekte engasjement og entusiasme skaper vi konstruktive, positive og varige relasjoner.

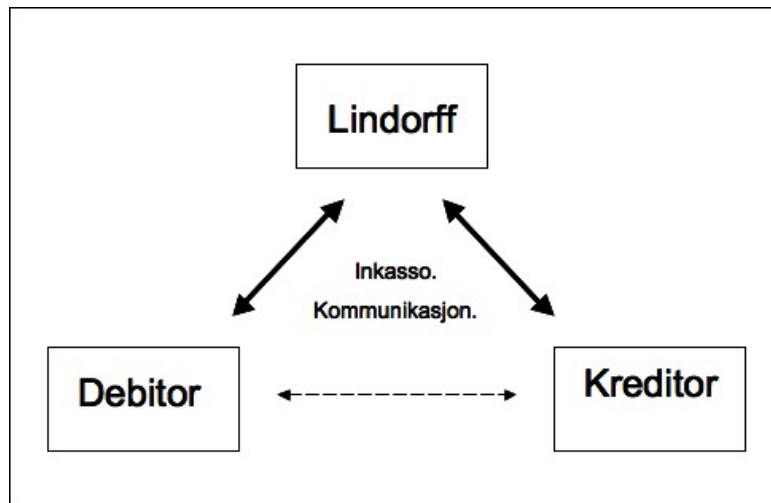
Lindorff er en bedrift som tar på seg oppgaver som andre bedrifter har outsourcet. Det betyr at Lindorff har bygget opp hele sin virksomhet omkring det å gjøre enkelte tjenester *på vegne av* andre. Dermed har Lindorff selv en stor gruppe kunder. Disse er de bedriftene som har valgt å betale for at Lindorff skal utføre visse tjenester. Disse kan som sagt være alt fra økonomisk forvaltning til inkasso som nevnt over. Lindorff blir dermed en mellommann mellom bedrifter

---

<sup>3</sup> Hentet fra Lindorff sin hjemmeside:

[http://www.lindorff.no/portal/page/portal/Internett/local/About?p\\_page\\_id=15567](http://www.lindorff.no/portal/page/portal/Internett/local/About?p_page_id=15567).

og forbrukere. Dette gir et nytt aspekt til analyse av kommunikasjon og brevmaler i Lindorff. Tidligere forskning har hovedsaklig fokusert på kommunikasjonssituasjoner der kommunikasjonen har vært toveis – kommunikasjon mellom bedrift/organisasjon og kunde/forbruker (les mer om det i kapittel 2.9). I Lindorff er i midlertidig

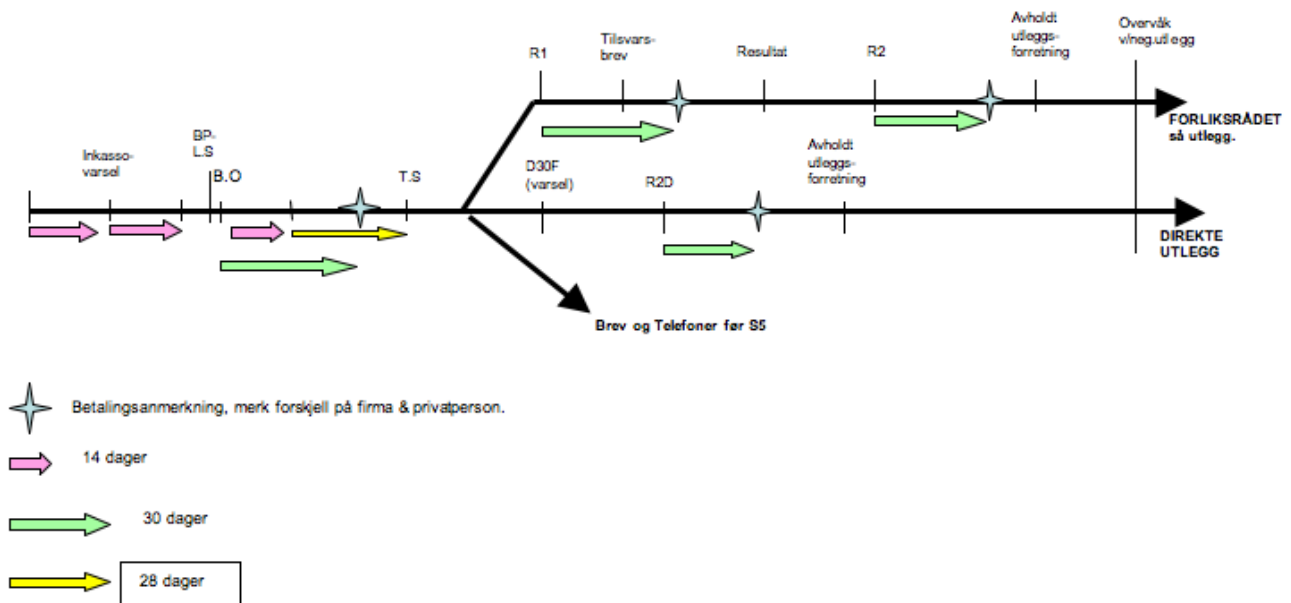


Figur 3. Lindorff som mellommann og *representant*.

kommunikasjonsaspektet flerdimensjonalt, noe som illustreres i figuren ovenfor. I og med at Lindorff opererer på vegne av en kunde, vil dette nødvendigvis påvirke kommunikasjonen. Lindorff er en aktør som *representerer* en annen. Kommunikasjonen er derfor flerleddet og nokså kompleks. Det varierer også hvorvidt kunder og debitorer har direkte kontakt med hverandre. Som regel er det Lindorff som blir mellomstasjon og som kommuniserer mellom debitorer og kreditorer i tilfeller der det er nødvendig. For å forstå kompleksiteten i dette, kan det være greit med en gjennomgang av gangen i en inkassosak.

Når Lindorff mottar en sak fra en kunde, sendes det raskt ut et inkassovarsel som varsler debitor om at dersom betaling ikke skjer innen 14 dager, vil saken bli en inkassosak. Dersom betaling fortsatt ikke foreligger etter denne perioden, vil saken bli en inkassosak og første sats av inkassoomkostninger (salær) påløper. Det sendes ut en ny betalingsoppfordring som varsler om at beløpet har steget, og informerer om eventuelle konsekvenser av utelatt betaling. Lindorff vil også forsøke å ta telefonisk kontakt med debitoren i denne perioden for å enten avtale betalingsdato eller inngå nedbetalingsordning. Dersom betaling skjer i henhold til fristen, avsluttes saken. Men dersom betaling uteblir, fordobles inkassoomkostningene. I

mellomtiden vil debitoren muligens ha fått en betalingsanmerkning, men dette varierer ut ifra om debitoren er et firma eller privatperson. Figur 4 er hentet fra opplæringsmateriell fra Lindorff, og viser gangen i en inkassosak:



Figur 4. Inkassosakens gang pr. 2010.

I modellen indikerer den første blå stjernen tidspunktet for når firma får betalingsanmerkninger, mens den siste viser når privatpersoner får det. Inkassoreglene for firma er ofte strengere enn for privatpersoner men mer om det senere. Dersom betaling ikke skjer til riktig tid, vurderes saken sendt til rettslig behandling. Her er det to ulike framgangsmåter, slik pilene i modellen indikerer. Den øverste framgangsmåten går ut på at saken sendes til vurdering i forliksrådet. Lindorff sender så saken dit (markert R1), og varsler samtidig debitor om dette i brev. Lindorff fortsetter å forsøke å ta kontakt med debitor per telefon for å få til en snarlig betalingsløsning. Debitoren vil også motta et tilsvarebrev fra forliksrådet hvor vedkommende bes om å komme med sin uttalelse i saken og møte opp for å diskutere saken. Nå kan saken få flere utfall: enten møter debitoren opp og avtaler hva som skal skje videre, eller hun møter ikke opp. Da vil vedkommende i tilfelle få en *uteblivelsesdom*, og Lindorff har rett til å fortsette å kreve inn pengene. Neste skritt er at man prøver å få telefonisk kontakt med debitoren for å informere om dommen, og forsøke å få til en løsning. Dersom man fortsatt ikke kommer noen vei, vurderes saken sendt til namsmannen slik at man kan vurdere å ta utlegg. Det betyr at namsmannen ser over debitorens økonomi, og

vurderer hvorvidt man kan ta utlegg i lønn eller trygd for å dekke inkassogjelda. Dersom utlegg tas, vil Lindorff få månedlige betalinger fram til kravet er betalt. Dersom det derimot ikke er noe å trekke fra debitor (har ikke økonomiske midler), vil saken bli sendt tilbake til Lindorff og satt på overvåk. Det betyr at Lindorff stadig vil prøve å ta kontakt med debitor for å få til en løsning, men mest sannsynlig vil man aldri få inn det ubetalte kravet.

Pilen i midten på modellen viser en noe strengere vei fra Lindorff til utleggsbegjæring. Først sendes det er varselbrev til debitoren som informerer om at dersom betaling ikke foreligger innen betalingsfristen, vil saken bli sendt til namsmannen for utlegg. Saken går deretter til namsmannen og debitor får en betalingsanmerkning. Dette er tiltak som gjøres i tilfeller hvor kravene enten er veldig store, eller at debitoren er et firma. Det stilles strengere krav til et firmas kredittverdighet, og en betalingsanmerkning vil i alle tilfeller ha negativ innvirkning på kredittverdigheten.

Det å drive inkasso er en lovregulert og streng aktivitet som krever god kjennskap til gjeldene lover og regler. Jeg har forsøkt å gi et innblikk i hvordan Lindorff driver inkasso, og hvordan et inkassoløp *kan* fortone seg. Dette er viktig bakgrunnskunnskap slik at du som leser denne oppgaven bedre kan forstå hvilken funksjon betalingsoppfordringene har og at de har stor betydning for hvilken handling debitor *velger* å foreta seg.

### 3.2 Beskrivelse av materialet

Jeg vil her beskrive de ulike tekstene ved å først komme med en betraktning omkring likhetene mellom brevmalene, før jeg beskriver oppbygging, struktur, visuelle uttrykk og brevenes formål/funksjon. Brevmalene finnes i sin helhet i vedleggene.

### 3.2.1 Likhetstrekk mellom brevene

Alle brevmalene har visuelle likhetstrekk: alle brevene har Lindorff sin logo i øverste venstre hjørne. Under denne logoen følger en seksjon hvor debitorens navn og adresse står på venstre side, mens saksnummer og kontaktinformasjon til Lindorff listes opp på høyre side. Under denne seksjonen, følger en seksjon om de involverte partene i saken, og viser til hva saken omhandler, altså hvem debitoren har gjeld til. Den neste seksjon består av selve brevtteksten, og innledes med overskriften 'Betalingssoppfordring' som deretter følges av en tekst som viser til hva kravet gjelder. Denne teksten er ulik i brevmalene, og vil analyseres inngående i analysekapittelet. Under denne tekstseksjonen, følger en giro med betalingsinformasjon: kontonummer betalingen skal gjøres til, kundeidentifikasjonsnummer (KID), korrekt beløp og betalingsfrist. Dette er standardsoppsett som gjelder for alle inkassobrev i Lindorff.

De tre brevmalene jeg har valgt, består av to sider. Den første siden er lik i hvert brev, bortsett fra det tekstlige innholdet. Side to i brevene varierer i oppsett og mengde informasjon, men inneholder noenlunde samme informasjon og en oppstilling over kravet. I brevet til unge debitorer skiller også denne siden fra samme side i de to andre brevene, noe jeg viser tydeligere i analysen.

Brevmalene inneholder en del symboler som ikke umiddelbart er kjent for enhver leser. For eksempel indikerer Tekstenheten *\$sak\_stenging\_ledetekst* som står etter tittelen i brevene, bare at tittelen kan forandres ut ifra hvilken sak det er snakk om. Alle disse innbakte \$-ordene er en del av malen, og framkommer ikke i de faktiske brevene, men erstattes av konkret saksinformasjon.

### 3.2.2 Brevenes funksjon

De brevene som Lindorff sender, tjener flere ulike funksjoner på samme tid. Betalingssoppfordringene er, slik tittelen tilsier, en *oppfordring* til debitoren om å betale det utestående kravet så fort som mulig. Dette gjøres gjennom å formidle informasjon til

debitoren om at det ubetalte kravet nå har blitt en inkassosak, samt å si noe om konsekvensene av å utsette betalingen ytterligere. Funksjonene er flere:

- Brevet skal gi nok informasjon om saken til at debitoren vet hvilken sak det er snakk om, hvem som krever pengene (kreditoren) og kontaktinformasjon. Betalingsinformasjon må også legges ved.
- Debitoren skal bli informert om hvilke konsekvenser som kan bli reelle dersom betaling uteblir.
- Ytterligere lovverk refereres til, og det skal framgå av brevet hvilke paragrafer som følges eller hvilke tiltak som kan bli aktuelle å iverksette.
- En oppstilling over kravet skal følges med hvor det framgår hva av totalbeløpet som er hovedkrav, renter, purregebyr, inkassoomkostninger osv.

Brevene tjener også en juridisk funksjon, og plikter til å referere til lovverket og inkassoforskriftene. Det brevoppsettet og den informasjonen som Lindorff presenterer i sine betalingsoppfordringer er på ingen måte tilfeldig valgt. Brevenes innhold er strengt regulert i Norges Lover, og i følge lovdata.no og inkassoloven § 10 skal en betalingsoppfordring inneholde:

- a. Fordringshaverens navn,
- b. hva kravet gjelder,
- c. kravets størrelse med særskilt angivelse av hovedkrav og tilleggskrav som krav på forsinkelsesrente og erstatning for inndrivingskostnader,
- d. hvilken sats for forsinkelsesrente som i tilfelle er brukt og dato det er beregnet forsinkelsesrente fra,
- e. at unnlatt betaling kan føre til ytterligere kostnader for skyldneren og til rettslig inndriving, og
- f. retten til å kreve nemndbehandling etter § 22, dersom kravet blir inndrevet av et foretak som driver inkassovirksomhet i medhold av bevilling etter § 5 første eller tredje ledd.



Loven sier videre at:

Fullstendige opplysninger som nevnt i andre ledd bokstavene c og d er det ikke nødvendig å gi dersom beregningen av kravet er særdeles omfattende. Samlet krav må likevel alltid oppgis, og det må opplyses at en fullstendig oppstilling vil bli gitt ved forespørsel.

Varsel om rettslig inndrivning som nevnt i andre ledd bokstav e kan isteden sendes som et særskilt senere varsel med en egen betalingsfrist på minst 14 dager. § 9 andre ledd gjelder tilsvarende.

Inkassoloven § 10, lovdata.no.

Betalingsoppfordringene og inkassobrev generelt er altså strengt regulert av lovverket, og plikter å etterfølge en lang rekke elementer. Dette kan, i et kommunikasjonsperspektiv, bidra til forvirring og manglende forståelse. Man kan for eksempel tenke seg at mengden tekst er forvirrende, eller at referanser til det norske lovverket virker forstyrrende for forståelsen. Dette er elementer som utforskes nærmere i analysen.

### 3.2.3 Betalingsoppfordring til forbruker (privatperson)

I 2010 ble omtrent 29% av alle betalingsoppfordringer betalt innen fristen. Samme år ble det sendt ut 152.936 betalingsoppfordringer til privatpersoner. Av disse ble 18.509 krav betalt innen betalingsfristen på 14 dager. Dette utgjør bare 12% av betalingsoppfordringene, noe som er en lav betalingsandel sammenlignet med totalprosenten på 29%. Det hadde vært interessant å utforske dette i analysen, og forsøke å finne årsaker til hvorfor betalingsprosenten er så lav. Kanskje skyldes det det tekstlige innholdet? Eller skyldes det at brevet aldri kommer fram til riktig vedkommende i firmaet? Kommer det i hele tatt fram til riktig adresse? Betraktes kanskje brevet som feilsendt, eller vurderes kravet som en avsluttet sak fra debitorens side, slik at brevet forblir uåpnet eller kastes? Dette er spørsmål som, av omfangsmessige årsaker, ikke kan taes til etterretning i analysene i denne oppgaven. Jeg vil imidlertid forsøke å forklare hvordan den skriftlige kommunikasjonen, altså utformingen av brevene, ordbruk, og formulering, kan være med på å forklare den relativt lave betalingsandelen.

### 3.2.4 Betalingsoppfordring til firma

I 2010 ble det sendt ut totalt 104.289 betalingsoppfordringer til firma, noe som gir et gjennomsnitt på 8690 hver måned. En konkret månedlig oversikt over utsendte brev har dessverre vært vanskelig å oppdrive. Tallene kan likevel gi en indikasjon på utbredelsen av bruken av brevet, og vitner om at hele 104.298 firmaer av uvisse årsaker unnlot å betale regningene sine i tide. Av disse betalingsoppfordringene ble 15.556 betalt innen betalingsfristen på 14 dager, noe som bare utgjør 14% mot den totale betalingsprosenten på 29%.

### 3.2.5 Betalingsoppfordring til ung debitor (under 25 år)

Dette brevet er relativt nytt i Lindorff, og inngår i et prøveprosjekt som har som mål å utvikle nye måter å nå unge personer på. Brevet er en betalingsoppfordring til unge debitorer, det vil si personer under 25 år. Brevet ble hovedsaklig tatt i bruk fordi Lindorff hadde behov for å nå denne aldersgruppen på en ny og kreativ måte, og blir i dag brukt hovedsaklig mot debitorer som ikke har betalt telefonregningene sine.

I og med at dette brevet inngår i en foreløpig prøveordning, har det ikke blitt sendt ut veldig mange eksemplarer. Denne betalingsoppfordringen ble sendt ut ved 4833 tilfeller i 2010. Av disse ble 17% betalingsoppfordringer betalt innen betalingsfristen på 14 dager, noe som utgjør 827 tilfeller. Her er det mange interessante elementer å ta tak i i den kommende analysen, og det er uten tvil faktorer som kan diskuteres i forhold til effektivitet, nytteverdi og kommunikasjon.

Når man sammenligner prosentene for betalte krav, vises det tydelig at de unge debitorene prosentvis er flinkere til å betale inkassokravene enn både firma- og privatdebitorer. Selv om det kun er små prosentpoeng det er snakk om, vil det i den store sammenhengen ha stor relevans for Lindorff og den overholdte betalingsandelen. Når 17% av alle unge debitorer har betalt kravene sine, mot 14% for firma og 12% for privatdebitorer, kan dette i seg selv være en indikator på at brevet til unge debitorer fungerer bedre enn de to andre. Hvilke språklige grep finner vi i dette brevet som de to andre brevene ikke har? Hvilken informasjon forsterkes

eller minimaliseres? Er brevet til de unge debitorer bedre tilrettelagt til målgruppen enn det de to andre er? Dette er spørsmål som skal forsøkes besvart gjennom analysen.

### 3.3 Analysemetode

Etter å ha studert materialet inngående, har jeg kommet fram til en analysemetode som jeg mener kan være en nyttig følgesnor gjennom analysen i mitt forsøk på å besvare problemstillingen. Analysemetoden baserer seg på fire punkter:

- i. Problemstillingen
- ii. Materialet
- iii. Teorigrunnlaget
- iv. Kjerneverdiene

Teoriene jeg har valgt å fokusere på, har en naturlig plass i analysemetoden fordi de legger grunnlaget for fokuspunktene i analysen. Teorigrunnlaget er med på å både konkretisere og begrense analysene, og ved å hele tiden fokusere på teorigrunnlaget sørger det til en viss grad for at man unngår digresjoner.

Kjerneverdiene danner et organisatorisk bakteppe for brevanalysene. Lindorff har selv ytret at de ønsker et stort fokus på kjerneverdiene i all kommunikasjon med alle interessenter, og derfor vil det være helt logisk at også disse kjerneverdiene problematiseres i en analyse.

#### 3.3.1 Analysekategorier

Ut i fra de fire punktene som utgjør analysemodellen, har jeg forsøkt å konkretisere noen analysekategorier:

**Relasjon.**

- a. Likeverd, symmetri og gjensidighet
- b. Initiativ og respons

- c. Innramming og formidling
- d. Tilretteleggelse

Med kategorien *Relasjon* mener jeg den relasjonen som opprettes og oppstår mellom Lindorff som avsender og debitor som mottaker gjennom brevene. Dette er kjernepunktet i min analyse, og det er i all hovedsak relasjonsbyggingen jeg skal forske på, noe også valgt teorigrunnlag vitner om. Innen denne kategorien finnes det en rekke mindre kategorier som skal være med på å påpeke spesifikke elementer i materialet, og forhåpentligvis sørger også kategoriene for en fullstendig og detaljorientert analyse.

*Likeverd, symmetri og gjensidighet* sikter til forholdet mellom Lindorff og debitor, og hvordan aktørene posisjoneres gjennom brevene. Her vil det være viktig å se nærmere på hvordan brevene inneholder elementer som truer denne likeverden og om teksten tar utgangspunkt i et gjensidighetsforhold mellom aktørene. Viktige spørsmål kan være:

- Blir det synlig i brevene hvem som har en maktposisjon?
- Signaliserer Lindorff makt på noen måte? Hvordan?
- Brukes terminologi som er ukjent for mottaker eller som kan betraktes som fagterminologi?
- Blir lovhenvvisninger og fagterminologi forklart for mottakeren?

*Initiativ og respons* viser også til forholdet mellom Lindorff og debitor, men her fokuseres det mer på hvordan brevene åpner for en dialog eller forhandling mellom partene. Relevante spørsmål kan være:

- Blir debitoren oppfordret til å kommentere kravet, eller komme med egne synspunkter?
- Oppfordres det til at debitoren skal ta kontakt med Lindorff?

*Innramming og formidling* peker på tonen i brevene og jeg ønsker her å fange opp om, og i tilfelle hvordan, Lindorff forsøker å skape en relasjon til debitoren. Strukturen i brevene, altså oppsett og utforming, kan bli viktige fokuspunkter. Samtidig vil det være vesentlig å påpeke hvordan Lindorff benevner debitoren, altså om de brukes formell tiltaleform (De, Dem, Deres) eller om de er mer dus med debitoren. Her vil det også være viktig å se på hvordan en balansegang mellom det personlige og det profesjonelle opprettholdes. Sentrale spørsmål kan være:

- Hva har brevenes utforming å si for innrammingen av kommunikasjonen?
- Brukes privat eller formell tiltaleform?
- Er Lindorff *for* profesjonell i formuleringen i brevene?

*Tilretteleggelse* viser til det konkrete forholdet mellom Lindorff og debitoren. Altså i hvilken grad Lindorff tilrettelegger kommunikasjonen i brevene til å gjelde og passe den aktuelle debitoren. Aktuelle spørsmål kan være:

- Kan man spore setninger/formuleringer i brevet som er formulert for å passe en enkelt debitor?
- Hvordan ivaretas enkeltindividet i brevene?

I tillegg til disse analysekategoriene, kommer jeg til å analysere hvorvidt Lindorff sine *kjerneverdiener* (se kapittel 3.1) kommer til uttrykk i brevmalene. Kjerneverdiene er viktige elementer for hele driften av Lindorff, og bedriften ønsker at kjerneverdiene skal taes til etterretning – spesielt i kommunikasjon med kunder, debitorer og marked. Sentrale spørsmål kan derfor være:

- Kommer noen av kjerneverdiene eksplisitt til syne i brevene?
- På hvilken måte opprettholdes kjerneverdiene i brevene?
- I hvilke elementer i brevene taes kjerneverdiene mest til etterretning?



## Kapittel 4.

# Analyse

I dette kapittelet skal jeg analysere materialet med utgangspunkt i analysekategoriene jeg presenterte i forrige kapittel. De fire kategoriene er: *Likeverd, symmetri og gjensidighet, Initiativ og respons, Innramming og formidling og Tilretteleggelse*. Jeg kommer først til å analysere tekstlige elementer som gjelder for alle de tre ulike brevmalene, for deretter å analysere de tre brevene hver for seg. Etter analysene av hvert enkelt brev, avsluttes kapittelet med en analyse av hvorvidt Lindorff sine kjerneverdier vises i teksten. På denne måten besvarer jeg at alle spørsmålene i problemstillingen:

***”Hvordan bidrar de standardiserte brevmalene til å skape hensiktsmessige relasjoner mellom Lindorff og debitor?”***

Brevene som sendes til privatdebitorer og firmadebitorer, er veldig like. Brevmalen som utgjør brevet til unge debitorer skiller seg derimot en del fra disse to andre brevmalene. Det er derfor interessant å sammenligne de to tradisjonelle brevmalene med den nye brevmalen for å understreke ulikhetene.

Analysene gjøres ved at jeg studerer tekstenheter slik de opptrer i brevene. Det betyr at jeg begynner på toppen av brevene, og studerer tekstenhetene kronologisk. Jeg kunne i utgangspunktet ha analysert den samme tekstenheten ut fra *alle* analysekategoriene, men dette ville imidlertid blitt en altfor omfattende analyse med fare for mange gjentakende elementer. Jeg har derfor valgt å dele inn brevteksten og trekke ut tekstelementer og analysere denne enheten ut fra en av analysekategoriene. I og med at likhetene mellom brevet til

privatdebitorer og firmadebitorer er så store, er det ikke nødvendig å dele inn analysen av det sistnevnte brevet i kategorier – jeg velger å kun påpeke ulikhetene uten å ta hensyn til analysekategoriene.

## 4.1 Generelt for alle brevmalene

Selv om jeg har utarbeidet analysekategorier som skal brukes i størstedelen av analysene, har jeg valgt å ikke følge disse analysekategoriene i analysen av de elementene som alle brevmalene har til felles: *det visuelle uttrykket*. Brevmalene følger stort sett det samme oppsettet, med små unntak i brevet til unge debitorer, og den samme skrifttypen brukes. Jeg gjør det på denne måten fordi det visuelle uttrykket ikke inngår i hovedfokuset i denne studien. Likevel fortjener det en analytisk plass i oppgaven, og redegjørelsen av det visuelle kan være med på å gi deg som leser en bedre forståelse av mitt materiale før selve analysen av brevmalene.

### 4.1.1 Visuelt uttrykk

Som lesere av en tekst, leser vi ikke bare teksten eller bildene – vi leser hele den visuelle flaten vi blir presentert for (Evensen og Simonsen 2010: 17). Oppsett og visuell utforming har derfor mye å si når en skriftlig tekst skal leses. Forfatteren av et brev må ikke bare tenke på hva som plasseres hvor, men også tenke over at en teksts leselighet avhenger av faktorer som skriftens type og utforming, størrelse, bokstavnemellomrom og linjeavstand (Sogstad 2004: 105). I tillegg er også et luftig oppsett ifølge Sogstad (2004: 87) et av de viktigste virkemidlene for å gi leseren en god leseopplevelse. En tekst som ikke balanserer mengde informasjon og det visuelle uttrykket, har lettere for å bli mistolket og oversett enn en tekst som er lett for øynene å fange opp (ibid).

I brevmalen til unge skyldnere er skrifttypen Arial brukt i hele brevet, og skriftstørrelsen varierer mye. Skrifttypen er ikke det elementet som hemmer lesningen mest, men forskning



viser at en teksttype med serif<sup>4</sup> har bedre lesevennlighet enn skrifttyper uten serif (Sogstad 2004). Det kunne derfor være en fordel å erstatte Arial-skrifttypen som ikke har serif, men en skrifttype som har serif, eksempelvis Times New Roman som denne oppgaven er skrevet med. Når det i tillegg er veldig *mye* tekst som presenteres, er det med på å gi et rotete og uoversiktlig inntrykk.

Det er et viktig kriterium for brevmalene at de er ryddige og luftige for at de skal nå fram på ønsket måte. Det er ifølge Lund (2004: 92) viktig at brevene utformes med tanke på mottakerens *lesing*. En forfatter som ønsker å kommunisere gjennom en tekst, må forutse den mulige leseren – modelleseren - og hvorvidt denne leseren er i stand til å oppfatte teksten slik forfatteren ønsker at den skal oppfattes (Eco 1994: 18-21). Brevene inneholder mye tekst, og ulik tekststørrelse er med på å rote til brevet. Dette kan bidra til å forvirre leseren og gi et dårlig førsteinntrykk. Likevel presenteres informasjonen kronologisk, og det viktigste presenteres først. Jeg skrev om dialogisme i teoridelen, og hvordan alle de språklige valgene som gjøres skal utgjøre en balanse mellom hva som trenger å bli sagt og selve kommunikasjonssituasjonen. En tekst kan ikke uttrykke og formidle alt det en avsender ønsker å formidle, noe må utelates til fordel for mer relevant informasjon. Umberto Eco forklarer hvorfor:

Enhver tekst er når alt kommer til alt [...] en doven maskin som ber leseren gjøre en del av dens arbeide. For et problem det ville vært hvis en tekst skulle si alt det mottakeren skal forstå – den ville aldri ta slutt (Eco 1994: 11).

Skrevne tekster kunne altså vært uendelige, de blir aldri ferdigskrevne. Det er derfor viktig å tenke over hva som kan utelates og hva som må presiseres for at mottakerens forståelse og tolkning skal være så lik avsenderens formål som mulig. I Lindorffmalene er den første informasjonen som leseren møtes med med på å definere situasjonen og opprette en relasjon mellom Lindorff og debitoren. De *samhandler* om å skape forståelse ut av teksten. Leseren trekker for eksempel på ulike tekstkonvensjoner i møte med brevet, og disse tekstkonvensjonene er medhjelpere når leseren skal tolke teksten (Brudholm 2002: 67). *Én* slik tekstkonvensjon er konfigurasjonskonvensjonen som innebærer at leseren tolker teksten også ut fra dens utseende, og at den ser ut som den gjør fordi dette har betydning for

---

<sup>4</sup> Seriffer er små ”pyntestreker” ved bokstavenes avslutning oppe og nede. Eks: **Seriff**. (Sogstad 2004: 251). Skrifttypen Times New Roman har seriffer, **Arial** har ikke seriffer.

meningen av teksten (ibid). For eksempel vil mottakeren av en betalingsoppfordring fra Lindorff trolig ikke ha problemer med å skjønne hvilken *type* brev det er hun har fått. Allerede ved å se på konvolutten vil mottakeren kunne kjenne igjen typen brev. En hvit konvolutt med vindu i venstre hjørne er en standardisert forpakning for brev som inneholder privat, men også institusjonell informasjon. Når konvolutten i tillegg prydes med en Lindorff-logo, er dette med på å konkretisere og begrense mottakerens tolkningsmuligheter. Slike forhåndsantakelser, *presupposisjoner*, legges altså til grunn som allmenn kunnskap og det er derfor rimelig å anta at mottakeren umiddelbart skjønner at brevet dreier seg om et økonomisk forhold, uavhengig av om mottakeren har vært i kontakt med Lindorff tidligere eller ei. Dette henger også sammen med Lindorff sitt omdømme, og hvordan bedriften oppfattes av samfunnet for øvrig. Omdømmet er med på å gi mottakeren en mulig forhåndstolkning og kan være til både fordel og ulempe for Lindorff. Dersom mottakeren har hatt kontakt med Lindorff tidligere, og opplever bedriften som en seriøs og ordentlig bedrift, vil dette påvirke lesningen i en eller annen grad. Det samme vil skje dersom mottakeren kjenner til Lindorff på en negativ måte, enten gjennom et negativt omdømme eller gjennom negative opplevelser med bedriften. Mottakeren går altså inn i lesesituasjonen med forhåndskunnskap om bedriften og sin egen oppfattelse av bedriften, noe som igjen vil påvirke tolkningen av brevet og forståelsen som hun får ut av brevets innhold. Konfigurasjonskonvensjonen er derfor med på å ”foretelle” leserens hva slags tekst hun har i hendene, og kan være til hjelp når hun skal forstå hva Lindorff ønsker og krever. Dette henger igjen sammen med Lund (2004) sin kvalitetskategori *brevets kontekst* som fokuserer på de kulturelle, historiske, psykiske og fysiske omgivelsene for lesing, tolking og forståelse av et brev. Lindorff må tenke på disse faktorene når brevmaler utformes fordi det har så mye å si for hva slags *handling* mottakeren velger å iverksette etter å ha lest brevet. Betales kravet? Tar vedkommende kontakt med Lindorff for å få mer informasjon? Ignorerer betalingsoppfordringen? Samtidig er det klart at Lindorff ikke kan ta hensyn til alle sine individuelle debitorer når de utformer brevene. Som tidligere nevnt, ville det optimale vært om det ble skrevet individuelle brev til hver enkelte mottaker. Da dette ikke lar seg gjøre av hensyn til effektiviteten, bør det i alle fall være et minstekrav at de brevmalene som brukes er så gode og så hensiktsmessige som de overholdet kan bli.

## 4.2 Betalingsoppfordring til privatperson

Den relasjonen mennesker har til hverandre er betydningsfull for hvordan disse menneskene kommuniserer sammen. Relasjonen som eksisterer eller skapes kan også bli et uttrykk for gjensidig trygghet og tillit, eller spenning og mistillit. Det er det relasjonelle mellom Lindorff og debitor jeg er på utkikk etter i de følgende analysene. Er brevene som sendes fra Lindorff til debitor med på å etablere gode relasjoner, eller virker de hemmende på en hensiktsmessig relasjon? En av de mest sentrale tankene innenfor sosiointeraksjonismen er at kommunikasjon skal fungere som en brobygger mellom kommunikasjonsaktørene. Dette skal igjen resultere i at man kommer fram til en felles forståelse. Det er derimot på ingen måte gitt at aktørene oppnår dette, og det kan skyldes at det oppstår eventuelle problempunkter i kommunikasjonen (Nystrand i Heen Wold 1992: 166). I denne brevmalen er det flere slike problempunkter som kan påvirke kommunikasjonen mellom Lindorff og debitor i negativ retning. Men før jeg viser konkrete eksempler, vil jeg vise fram hele teksten som utgjør hovedbrevet i betalingsoppfordringen:

### **BETALINGSOPPFORDRING \$sak\_stenging\_ledetekst**

Etter oppdrag fra \$kunde\_navn ber vi deg betale forfalt gjeld i henhold til \$sak\_kravbeskr og spesifikasjon på baksiden. Kontakt oss dersom du har spørsmål vedrørende kravet.

Unnlatt betaling kan føre til ytterligere kostnader og rettslig innfordring kan iverksettes. Oversittes betalingsfristen i inkassoforskriftens §2-3, økes salæret.

Ubestriddt krav rapporteres til kredittopplysningsbyråene etter gjeldende regler. Tvist om Inkassolovens regler er fulgt kan bringes inn for inkassoklagenemnda, jfr. Inkassoloven § 22.

La meg begynne på toppen og arbeide meg kronologisk nedover teksten. Det første som tar min oppmerksomhet, er at brevet ikke innledes på noen måte. Her er det verken noen hilsende 'Hei', eller hyggelige 'Kjære...'. Brevet går rett på sak uten noen innledende hilseord, og leseren føres med en gang videre til brevtteksten. Dette kan ha flere konsekvenser for relasjonen mellom Lindorff og debitor. For det første kan det virke som om Lindorff posisjonerer debitoren som en anonym og ansiktsløs leser som ikke har behov for å bli tilstrekkelig introdusert for teksten. I Lund (2004) sitt kvalitetskriterium *Brevets mottaker*, framheves viktigheten av å være bevisst den rollen man gir leseren gjennom en tekst. Dersom debitor adresseres direkte ved bruk av vedkommendes navn, gir dette debitor en spesiell rolle

i lesesituasjonen. I og med at det i brevmalene fra Lindorff *ikke* tas i bruk hilseord, er dette også med på å definere *rollen* til leseren. Brevene adresseres jo direkte til debitor i form av at brevet sendes til debtors navn og adresse, men innledningsvis nevnes ikke debitor i det hele tatt, noe som påviker hvilken rolle hun får i situasjonen. Gjennom å ikke innlede brevet på noen måte, blir det heller ikke gjort noe forsøk på å opprette en hyggelig tone, og det legges i stedet opp til en statisk og streng informasjonsstrøm framfor å forberede leseren på det kommende.

### 4.2.1 Likeverd, symmetri og gjensidighet

Denne analysekategorien er ment for å kunne avdekke om det finnes elementer i teksten som kan si noe om det eksisterer et gjensidig forholdet mellom Lindorff og debitor. Det bør være et mål for Lindorff å kommunisere med debitor som om hun er en likeverdig kommunikasjonspartner. Samtidig bør ikke språket understreke det asymmetriske forholdet mellom partene fordi dette kan gjøre det vanskeligere for debitor å forstå brevet.

Under brevtittelen '*Betalingsoppfordring*' er dette det første som leseren møtes med:

Etter oppdrag fra \$kunde\_navn ber vi deg betale forfalt gjeld i henhold til \$sak\_kravbeskr og spesifikasjon på baksiden. Kontakt oss dersom du har spørsmål vedrørende kravet.

Lindorff innleder med å forklare hvorfor de har tatt kontakt med debitor, som altså er fordi de skal kreve inn penger på vegne av en kreditor som ikke har mottatt pengene sine til riktig tid. Det er imidlertid noen elementer i disse setningene som er av interesse. Det første som vekker min interesse, er at det kan virke som om Lindorff prøver å fraskrive seg noe av ansvaret. De påpeker at de kun jobber på *oppdrag* for en kunde, og formuleringen vitner tydelig om at Lindorff kun agerer på vegne av en kreditor. Det er ingen tvil om at det er til debtors beste at kreditoren tydeliggjøres i brevene – dette gjør det enklere for debitor å avklare hvilken ubetalt regning det er snakk om og *hvem* (foruten Lindorff) som krever pengene. Likevel kan en slik formulering være uheldig med tanke på at det er relasjonen mellom Lindorff og debitor som bør være i fokus. Når Lindorff er så tydelig med at de jobber *på oppdrag for*, er dette et grep som gjør at Lindorff kun framstår som budbringer og ingenting annet, mens det faktisk er slik at Lindorff har stor innflytelse på hvordan inkassosaken fortøner seg. For eksempel skal jo

ikke debitor ta kontakt med kreditor dersom hun er uenig, men hun oppfordres til å kontakte Lindorff. Det betyr at den relasjonen som debitor har med kreditor faller bort og at Lindorff overtar kreditor sin plass om den institusjonelle parten. Samtidig står det forklart i inkassoloven §10 at "Betalingsoppfordringen skal angi fordringshaverens navn". Lindorff plikter altså å oppgi hvem de jobber på oppdrag for, men dette har allerede blitt gjort i brevets begynnelse når Lindorff ramser opp både hvem debitor har gjeld til og det aktuelle saksnummeret. Så hvorfor velger Lindorff å gjenta hvem de jobber på oppdrag for ved å skrive '*Etter oppdrag fra Skunde\_navn...*'? En grunn til at Lindorff formulerer seg slik, kan være at de tar det for gitt at debitoren skjønner hva kravet dreier seg om. Debitoren har fått opptil flere brev fra kreditoren tidligere, og skal i teorien kjenne til at hun har et ubetalt krav. Dersom debitor mot formodning ikke vet hva saken dreier seg om, bes hun om å kontakte Lindorff for å få mer informasjon. Dette viser at Lindorff gjør det mulig for debitor å selv ta initiativ til å ta kontakt, noe som kan tyde på at de er interessert i å åpne en dialog og en forhandling med debitoren. Ved å respondere på brevet, skriftlig eller muntlig, kan debitoren få mer informasjon om kravet, forhandle om betalingsfrist, sum eller feilaktigheter ved saken. Det viser at Lindorff er tilgjengelige for en dialog med debitor, men helst dersom debitor selv tar kontakt.

Forholdet mellom Lindorff og debitor vil i utgangspunktet være asymmetrisk – Lindorff utgjør den makthavende parten fordi de er en stor bedrift som arbeider ut ifra et strengt regulert lovverk, mens debitor kun er en enkeltperson som handler på vegne av seg selv. Dersom dette legges som grunnlag for den skriftlige kommunikasjonen mellom partene, har ikke Lindorff og debitor gode forutsetninger for å kommunisere med hverandre som likeverdige og gjensidige kommunikasjonsparter. Samtidig er Lindorff kun en mellomaktør mellom kreditor og debitor, noe som til tider fører med seg utfordringer. Dette er en av de tingene som kan være problematisk for relasjonsbyggingen mellom Lindorff og debitor. Ved å påpeke at Lindorff kun arbeider på oppdrag for en av sine kunder, fraskriver de seg det *egentlige* ansvaret, og relasjonen mellom Lindorff og debitor preges av å være andregrads. Lindorff og debitor posisjoneres altså ikke som likeverdige kommunikasjonsparter i og med at Lindorff er så påpasselig med å vise til hvem de representerer i den aktuelle kommunikasjonssituasjonen. Når det skives at '*Etter oppdrag fra kunde...*' og '*i henhold til...*', viser dette til at Lindorff forutsetter at det allerede eksisterer et forhold mellom kreditor og debitor, og at de selv dermed bare er en ekstern mellomaktør.

Det at Lindorff utgjør den institusjonelle parten med mest makt i situasjonen, betyr ikke at kommunikasjonen mellom partene trenger å være preget av asymmetri. Det asymmetriske forholdet gjenspeiles likevel i maktforholdet mellom partene i og med at Lindorff er den dominerende parten med *rett til* og *mulighet til* å iverksette ulike tiltak ovenfor debitor. Samtidig vil presiseringen av at Lindorff jobber på oppdrag for sin kunde, kunne virke hemmende på relasjonsskapingen mellom Lindorff og debitor. Ved å formulere seg slik, lykkes ikke Lindorff med å kommunisere med debitor som en likeverdig kommunikasjonspartner. Dette vil igjen kunne føre til at brevet oppleves som å være informasjonspreget framfor å være dialogpreget.

## 4.2.2 Innramming og formidling

I kategorien *Innramming og formidling* er formålet å avdekke språklige elementer som kan hindre kommunikasjonen mellom Lindorff og debitor. Her fokuseres det i stor grad på bruken av fagterminologi og fremmedord som kan gjøre det vanskeligere for debitors å forstå brevet.

Valget av ordbruk og formuleringer legger føringer for hvordan et budskap blir oppfattet, og bruken av ulike ord og ulike formuleringer kan bli potensielle problempunkter som hindrer kommunikasjonen mellom Lindorff og debitor. Ikke bare fordi man har ulike assosiasjoner til enkelte ord, men også fordi enkelte ord ikke er selvforklarende og dermed trenger å bli tolket for å bli forstått. Ordbruken kan dermed være avgjørende for om budskapet blir lettfattelig, eller om det legger begrensninger på forståelsen. De ordene og de formuleringene som brukes, er med på å forsterke eller svekke det asymmetriske forholdet mellom partene. Målet for kommunikasjonen i brevene bør være at kravet betales, eller at misforståelser oppklares.

Vanskelig ordbruk og besværlige formuleringer kan altså virke hemmende både for debitors forståelse av brevet, og for relasjonsskapingen mellom partene. I denne brevmalen er det noen ord og formuleringer som bør sees i lys av et slikt problempunkt. Generelt sett er det ikke noe gøy å få inkassobrev, og det er lite til hjelp at ordbruken setter begrensninger for en god relasjon mellom Lindorff og debitor. Det er flere eksempler på hvordan ordbruken eller formuleringer i brevmalen fungerer lite fordelsaktig for Lindorff. Når Lindorff for eksempel forteller om konsekvensene av å ikke betale kravet, gjør de det på en unødvendig tung måte:

Unnlatt betaling kan føre til ytterligere kostnader og rettslig innfordring kan iverksettes.

I denne setningen formidler Lindorff de konsekvensene det kan få for debitoren dersom betaling ikke skjer innen betalingsfristen. En av konsekvensene er at kravet blir dyrere, mens en annen og mer alvorlig konsekvens er at Lindorff kan vurdere å kreve inn pengene via rettssystemet. Det som er det mest interessante i denne setningen, er at de ikke forklarer hva de mener med at 'rettslig innfordring kan iverksettes'. Mange debitorer vil kanskje lure på hva det *egentlig* betyr, hva de *faktiske* konsekvensene av det er. Med rettslig innfordring menes det at Lindorff har muligheten til å vurdere å kreve inn pengene via rettssystemet, altså via forliksrådet eller namsmannen. Dette vil medføre mange ekstra omkostninger for debitoren, og sluttsummen på kravet kan bli mye høyere enn det opprinnelige kravet. Dette informeres det imidlertid ikke noe om, og det kan virke som om Lindorff tar det for gitt at debitoren skal skjønne hva 'rettslig innfordring' innebærer. Disse tekstlige grepene fører til to ting: Igjen posisjoneres Lindorff som den maktavende parten i og med at de har muligheten til å utføre en slik 'rettslig innfordring' ovenfor debitor. Det er altså Lindorff som skal vurdere hva konsekvensene blir, og de kan iverksette det de mener er mest hensiktsmessig ut i fra sakens natur. For det andre posisjoneres debitoren som en svakere aktør som ikke har særlig innvirkning på Lindorff sin beslutning, noe som også stemmer. Lindorff sitt formål med denne setningen er trolig bare å informere om de alvorlige konsekvensene det kan få dersom debitoren ignorerer kravet. Likevel kan formuleringen og ordbruken forsterke det ujevne forholdet mellom partene, og debitoren posisjoneres ikke som en likeverdig og gjensidig kommunikasjonsaktør. Dette vil i tilfelle kunne svekke forholdet mellom partene, og det åpnes på denne måten ikke for en god dialog og en hensiktsmessig relasjon.

Den neste setningen forsterker bare inntrykket av at Lindorff ikke tar hensyn til debitorens lesing av teksten. Setningen lyder som følger:

Oversittes betalingsfristen i inkassoforskriftens §2-3, økes salæret.

Her er det hovedsaklig to ord som utmerker seg som vanskelige. Det første ordet, 'oversittes', er synonymt med det å ikke overholde en frist (betalingsfrist). Det siste ordet i setningen, 'salær', viser til en type inkassoomkostning som automatisk tillegges kravet hvis man ikke betaler. Midt i setningen refereres det til lovverket, og de paragrafene i inkassoforskriftene

som gjelder dersom debitor fortsetter å ignorere kravet. Disse to ordene kan være mulige problempunkter. *'Oversittes'* er et ord som ikke er mye brukt i norsk språk, og det er dermed ikke godt kjent blant folket. Dette fører til at setningen fra starten av blir vanskelig å forstå, og det krever at leseren tolker meningen ut fra sine egne forutsetninger. Det samme gjelder for ordet *'salær'*. Selv om ordet kan sies å være bedre kjent og mer brukt i norsk språk, er ikke ordets mening innlysende for alle. Setningen er i tillegg en passiv konstruksjon, og det framkommer ikke klart hvem det er som kan *'oversitte'* betalingsfristen. Det at setningen mangler en aktiv agens, og at ingen (verken Lindorff eller debitor) kommer til syne i setningen, har betydning for relasjonen mellom partene. Samtidig kan det bli problematisk at en aktiv konstruksjon mangler fordi det virker som om Lindorff henvender seg til *alle debitorer*, og ikke den konkrete debitoren i denne konkrete inkassosaken. Ved å omformulere setningen til for eksempel *'Betaler du ikke innen betalingsfristen, øker omkostningene'*, formidlers akkurat den samme informasjonen, men på en mer hensiktsmessig måte. Samtidig vil en slik formulering unngå at Lindorff gjemmer seg bak vage og generelle formuleringer.

De vanskelige ordene som Lindorff benytter seg av gjør at debitoren får problemer med å tone seg inn på Lindorff sin frekvens. Grunnen til dette kan være at Lindorff ikke bruker mye energi på å tone seg inn på debitoren, dermed kan det være vanskelig for leseren å komme til en forståelse. Når det i tillegg refereres til lovparagrafer i teksten, er dette med på å gjøre avstanden mellom Lindorff og debitoren større. Lovhenvisingene er med i teksten fordi Lindorff har strenge juridiske krav å forholde seg til, og er pliktig til å opplyse om hvilke lover og regler de forholder seg til (se kapittel 3.2.2.). Men selv om Lindorff har en plikt i å opplyse om dette, kunne det vært gjort på en annen måte. Det å bruke lovhenvising, *'inkassoforskriftens §2-3'*, i brevtteksten er med på å forsterke de posisjonelle forskjellene mellom Lindorff og debitor. Lindorff framstår som en maktinstans som har lovverket i ryggen som gjør dem i stand til å iverksette konsekvensene dersom debitor ikke får betalt innen fastsatt dato. Samtidig kan dette igjen gi assosiasjoner til en type ansvarsfraskrivelse når det virker som om Lindorff sier at "det er ikke vi som har bestemt at det er sånn, det er loven!". Det at de referer til lovverket kan også brukes som et argument dersom diskusjoner skal oppstå på et senere tidspunkt. Debitoren stiller svakt dersom hun tar kontakt med Lindorff for å klage, for da kan Lindorff trekke fram lovreferansene og forklare for debitor at hun har blitt tilstrekkelig informert. Selv om Lindorff *må* henvise til loven i denne typen inkassobrev, kan en mulig løsning være å velge en annen plassering. Ved å la disse lovhenvisingene stå



skrevet sammen med den øvrige teksten, er det med på å gjøre inntrykket av Lindorff enda strengere.

De to siste setningene i brevet er som følgende:

Ubestridte krav rapporteres til kredittopplysningsbyråene etter gjeldende regler. Tvist om Inkassolovens regler er fulgt kan bringes inn for inkassoklagenemnda, jfr. Inkassoloven § 22.

Dette er også setninger med mye tung informasjon. Setningene er vanskelige å forstå, og mye av grunnen til det er at Lindorff viser til regler og paragrafer uten å fortelle *hvilke* dette er og *hva* som inngår i dem. Videre stiller man seg selv spørsmål underveis i lesningen: ”Hva er et *ubestridt* krav?” og ”hvem er *Kredittopplysningsbyråene*?”. Det Lindorff mener med dette, er at dersom debitor verken klager på kravet eller betaler kravet, vil hun kunne få en betalingsanmerkning hos kredittopplysningsbyråene. Det kommer derimot ikke fram slik setningen er formulert. Lund (2004) viste til de fire maksimene *kvantitet*, *kvalitet*, *relasjon* og *måte* som er viktige fokuspunkter i kommunikasjon. Lindorff formidler *viktig* informasjonen når de viser til gjeldende regler og paragrafer, men er det utformet på riktige *måte*? Lund (ibid) framhevet viktigheten av å uttrykke seg klart og å unngå unødvendigheter i informasjonsgivingen. Selv om Lindorff er pliktig til å informere om lover og paragrafer, er det ikke dermed sagt at denne informasjonen trenger å stå skrevet i den løpende teksten i brevet. Under kvalitetskriteriet *Forløpet*, forklarer Lund (ibid) hvordan en teksts disposisjon har konsekvenser for meningsdannelsen, og at leseren alltid leter etter det *mest* relevante i teksten. Med bakgrunn i dette, kunne denne juridiske informasjonen med fordel flyttes til en annen plass i brevet, slik at det leseren møtes først med er den *mest* nødvendige og relevante informasjonen. Et annet problem, er at det kan framstå som om Lindorff ”gjemmer” seg bak lovverket. De informerer i første setning om at betalingsanmerkning kan bli en konsekvens, mens de i andre setning gir debitor muligheten til å klage på den måten Lindorff har utført inkassosaken. Dette er to helt individuelle informasjonenheter som er skrevet sammen slik at de framstår som en samlet informasjonsenhet. Innrammingen er altså forvirrende i seg selv, og tolkningen og forståelsen som debitor får ut av setningene kan være både forvirrende og irriterende. Paragrafene i inkassoloven, som jeg også viste til i kapittel 3.2.2, viser at Lindorff *må* informere om debtors rett til å bringe saken inn for inkassoklagenemnda. Uansett ville muligens en annen formulering, og å flytte teksten til et annet sted i brevet, forenkle tolkningen for debitoren, og øke muligheten for å komme fram til en felles forståelse. Det er jo en fordel at Lindorff informerer om konsekvensene av at betalingen uteblir, ikke for å virke

truende, men fordi debitoren da kan unngå at saken vokser seg større. Selv om Lindorff er pliktig til å vise til det gjeldende lovverket, burde det være av interesse for Lindorff å gjøre dette på en måte som ikke hindrer debitoren i å problemløst forstå brevene, og for å kunne opprette en relasjon til debitoren. For eksempel kunne alle lovhenvvisninger, regler og paragrafer ligge ved som et eget vedlegg til brevet, et skriv som debitoren kan sette seg inn i *etter* å ha forstått hovedbudskapet.

De vanskelige ordene utgjør problempunkter som setter den kommunikative likevekten i ubalanse. Skjer dette for mange ganger, eller ubalansen blir for stor, vil det ikke oppstå et midlertidig sosialt delt forståingsrom, og den største konsekvensen av det blir at debitoren ikke skjønner hva Lindorff prøver å formidle. En videre konsekvens av det kan være at Lindorff får mange spørsmål om hva debitorene *egentlig* skal gjøre, eller at betalingen uteblir. Et godt brev kan ikke forfattes kun med avsenderens motiv som utgangspunkt (at debitor tar kontakt eller at regningen betales), men må ta utgangspunkt i både leserens premisser og situasjon (Lund 2004: 26). Mottakerbevisstheten bør være den største rettesnoren i utformingen av et brev, men vanskelige ord og formuleringer kan hindre forståelsen mellom Lindorff og debitor og være avgjørende for om brevets formål kommer tydelig nok fram.

### 4.2.3 Initiativ og respons

Debitor oppfordres til å ta kontakt med Lindorff dersom det skulle være nødvendig gjennom at de skriver *'Kontakt oss dersom du har spørsmål vedrørende kravet'*. Også på den andre siden i brevet bes debitor til å ta kontakt for ytterligere informasjon. Tekstbolken innledes med denne setningen:

Nedenfor følger oppstilling over kravet. Dersom du mener at kravet er urettmessig, må dette meddeles oss innen betalingsfristen. Grunnlag for hovedkravet kan fås ved henvendelse til oss.

Det Lindorff kommer med her, er ikke en *oppfordring* til debitor om å ta kontakt. Men de gir debitor en mulighet til å gjøre det ved å skrive *'dersom du mener... må dette meddeles oss...'* (min understreking). Lindorff lar det altså være opp til debitor selv om hun velger å ta kontakt eller ei, og når det skrives at grunnlaget for hovedkravet kan fås *'...ved henvendelse til*

oss'. På denne måten inviterer de debitor til å selv ta initiativ til å kontakte Lindorff, men oppfordrer ikke direkte til å ta kontakt for å diskutere saken. Det som imidlertid er oppsiktsvekkende, er at dersom debitor *faktisk* velger å kontakte Lindorff, *kan* debitor få innflytelse på sluttresultatet, og kanskje til og med på sluttregningen. La oss forestille oss at debitor er uenig i kravet, og mener at Lindorff har rettet et urettmessig krav mot henne, kan hun ta kontakt med Lindorff og ytre sine klager. Dette kan for eksempel føre til at saken settes på vent mens Lindorff gjør noen ekstra undersøkelser, forhører seg med kreditor og sjekker kravets grunnlag grundigere. Dersom en feil oppdages, kan dette ha betydning både for kravets størrelse, og for betalingsfristen – i beste fall vil debitor "slippe unna" med å betale mindre og få en lengre betalingsfrist. Dette er kun et eksempel på hva som kan bli resultatet av at debitor kontakter Lindorff med en klage. Det er likevel en interessant observasjon, fordi den kan si noe om maktforholdet mellom Lindorff og debitor. Gjennom å gi debitor *muligheten* til å ta kontakt og til å meddele sine klager eller bekymringer, gir de også debitor *makten* til å påvirke inkassosaken og dens sluttresultat.

#### 4.2.4 Tilretteleggelse

Med analysekategorien '*Tilretteleggelse*' er jeg på utkikk etter elementer i brevtteksten som viser at brevet er tilrettelagt til å gjelde en spesifikk debitor. I privatdebitorbrevet er ikke teksten og brevets innhold spesielt tilpasset hver enkelt mottaker. Det eneste som gjør brevene ulike fra mottaker til mottaker, er den saksspesifikke informasjonen som for eksempel henvisning til kreditor og betalingsinformasjon. Oppstillingen av kravet på side to av betalingsoppfordringen er den delen av hele brevet som best er tilpasset den aktuelle debitoren. I et faktisk brev vil denne oversikten se slik ut:

Hovedkrav	NOK	7756,00
Påløpte renter før inkasso	"	0,00
Renter fra 17.01.2010 til 26.02.2010 med forsinkelsesrentesats 8,75 %	"	73,52
Kreditors omkostninger	"	0,00
Inkassosalær	"	1500,00
Hittil påløpne rettsgebyr	"	0,00
<b>SUM</b>	<b>NOK</b>	<b>9329,52</b>

Det er jo i grunn ikke annet enn spesifikk saksinformasjon, som informerer debitor om hva det så langt har kostet å la regningen ligge ubetalt. Etter denne oversikten, kommer følgende tekst:

**I tillegg kommer forsinkelsesrenter av hovedkravet fra brevets dato fram til betaling skjer. Ta kontakt med oss for oppdatert rentesaldo pr. betalingsdato.**

Igjen bes debitor om å ta kontakt for å få mer nøyaktig informasjon om saken. Dette minsker helt klart effektiviteten til de ansatte i Lindorff, fordi de til stadighet må besvare telefonen og debitorenes spørsmål omkring elementer og informasjon som gis - eller rettere sagt *ikke* gis - i brevene. Debitorerne må i tilfelle bruke av sin tid for å få svar på spørsmål som i utgangspunktet kunne vært besvart i brevene. Brevene er så generelle både i utforming og i informasjonsgivingen at den eneste måten for debitor å få vite mer om sin konkrete sak, er å ta kontakt med Lindorff.

### 4.3 Betalingsoppfordring til firma

Betalingsoppfordringen som sendes til firma består, som tidligere nevnt, av to ulike sider. Side én utgjør hovedbrevet hvor all den viktigste informasjonen gies. Side to gir en oversikt over kravet og hva som utgjør hovedkrav, renter, salær og andre omkostninger.

Brevet som brukes for å kontakte firmadebitorer skiller seg ikke mye fra brevet som sendes til privatdebitorer. Noen forskjeller er det imidlertid, og det er disse som skal framheves i det kommende. Jeg tar imidlertid ikke analysekategoriene i bruk i analysen av denne brevmalen, fordi likhetene mellom firma- og privatdebitorbrevet er så store. Jeg velger derfor å i stedet kun påpeke de elementene som skiller seg fra privatdebitorbrevet.

Brevteksten i brevet til firmadebitorer ser slik ut:

**BETALINGSOPPFORDRING \$sak\_stenging\_ledetekst**

Vi ber, etter oppdrag fra \$kunde\_navn, om innfrielse av forfalt gjeld i henhold til \$sak\_kravbeskr og spesifisering på baksiden. Henvendelser om kravet rettes til vårt kontor.

Unnlatt betaling kan føre til ytterligere kostnader og rettslig innfordring kan iverksettes. Oversittes betalingsfristen i inkassoforskriftens §2-3, økes salæret.

Ubestridte krav rapporteres til kredittopplysningsbyråene 30 dager etter dagens dato.

Både teksten og oppsettet er altså veldig likt brevmalen som sendes til privatdebitorer. Også her er fraværet av innledende hilseord åpenlys, og brevet går rett på sak med å vise til hvem de jobber på oppdrag for, og vise til spesifiseringen på baksiden. De to innledende setningene i brevet er imidlertid noe ulikt brevet som sendes til firmadebitorer. I firmadebitorbrevet skrives det:

Etter oppdrag fra \$kunde\_navn ber vi deg betale forfalt gjeld i henhold til \$sak\_kravbeskr og spesifisering på baksiden. Kontakt oss dersom du har spørsmål vedrørende kravet.

mens det i brevet til firma skrives:

Vi ber, etter oppdrag fra \$kunde\_navn, om innfrielse av forfalt gjeld i henhold til \$sak\_kravbeskr og spesifisering på baksiden. Henvendelser om kravet rettes til vårt kontor.

Setningene er relativt like, og formidler den samme typen informasjon. Men det er noen elementer her som er ulike. For det første er ikke mottakeren til stede i teksten i det andre tekstutdraget. I firmadebitorbrevet skrives at '*ber vi deg betale*' (min understreking), noe som viser at Lindorff henvender seg direkte til debitor ved å benevne vedkommende som '*deg*'. I firmadebitorbrevet derimot, benevnes ikke debitor på noen måte når det skrives at '*Vi ber, etter oppdrag fra \$kunde\_navn, om innfrielse av forfalt gjeld...*'. Også den andre setningen vitner om det samme. I firmadebitorbrevet bes debitor om å ta kontakt med Lindorff '*dersom du har spørsmål...*', mens firmadebitorbrevet har en mer generell formulering om at '*Henvendelser om kravet rettes til vårt kontor*'. En passiv konstruksjon blir tydelig, og setningens agens forsvinner. Dette kan skyldes at Lindorff ikke vet hvem de skal henvende seg til når de sender brev til firmadebitorer. Privatdebitorer har et navn og inkassokravet gjelder *bare* vedkommende. Men når Lindorff sender brev til firmadebitorer, har de ofte ikke en konkret person å henvende seg til, og kan derfor ikke bruke personlig pronomen i brevet.

Passive konstruksjoner kan være med på å gjøre avstanden mellom Lindorff og debitor større enn nødvendig, noe som vil prege relasjonen mellom partene.

De to neste setningene i brevet er like i både privatdebitorbrevet og firmadebitorbrevet:

**Unnlatt betaling kan føre til ytterligere kostnader og rettslig innfordring kan iverksettes. Oversittes betalingsfristen i inkassoforskriftens §2-3, økes salæret.**

Denne informasjonen er altså ikke personspeifikk, men gjelder for alle typer inkassokrav. Slik generell informasjon er imidlertid veldig viktig å formidle, fordi den forklarer konsekvensene av å utelate betaling. Den siste setningen i brevet til firmadebitorer skiller seg noe fra siste tekstenhet i privatdebitorbrevet. I sistnevnte brev står det skrevet at:

**Ubestride krav rapporteres til kredittopplysningsbyråene etter gjeldende regler. Tvist om Inkassolovens regler er fulgt kan bringes inn for inkassoklagenemnda, jfr. Inkassoloven § 22.**

mens det i firmadebitorbrevet står skrevet at:

**Ubestride krav rapporteres til kredittopplysningsbyråene 30 dager etter dagens dato.**

Når det står skrevet i privatdebitorbrevet at ubestridte krav rapporteres til kredittopplysningsbyråene etter '*gjeldende regler*', betyr det at reglene for dette er ulike fra debitor til debitor og fra sak til sak. Hvorvidt kredittopplysningsbyråene blir informert eller ei, og når dette gjøres, kommer an på forhold som for eksempel kravets størrelse og hvorvidt betalingsavtaler er gjort på et tidligere tidspunkt. Når det gjelder firmadebitorer har Lindorff strengere regler for rapporteringer, og kredittopplysningsbyråene varsles 30 dager etter brevets dato *uavhengig* av hva som skjer i mellomtiden – med mindre kravet betales slik at saken avsluttes.

Den andre siden i brevet til firmadebitor er lik som i brevet til privatdebitorene, og viser en oppstilling over inkassokravet. I et faktisk brev kunne en slik oversikt sett slik ut:

Hovedkrav	NOK	6722,50
Påløpte renter før inkasso	"	0,00
Renter fra 18.08.2010 til 08.02.2011 med forsinkelsesrentesats 9,00 %	"	285,70
Kreditors omkostninger	"	0,00
Inkassosalær	"	900,00
Hittil påløpne rettsgebyr	"	0,00
<b>SUM</b>	<b>NOK</b>	<b>7908,20</b>

Det er imidlertid informasjonen som presenteres *før* denne oversikten som er mest interessant.

I privatdebitorbrevet står det skrevet at:

Nedenfor følger oppstilling over kravet. Dersom du mener at kravet er urettmessig, må dette meddeles oss innen betalingsfristen. Grunnlag for hovedkravet kan fås ved henvendelse til oss.

mens det i firmadebitorbrevet står skrevet:

Nedenfor følger oppstilling over kravet. Dersom kravet er urettmessig, må dette meddeles innen betalingsfristen.

I det øverste eksemplet er leseren til stede i teksten ved at Lindorff henvender seg direkte til debitor ved å skrive '*Dersom du mener...må dette meddeles oss...*', mens leseren er helt fraværende i det andre tekstutdraget. En annen interessant observasjon, er den graden av makt som tildeles debitor i det første tekstutdraget kontra det andre. Bare ved å skrive '*Dersom du mener*' (min understreking), viser Lindorff at de tilkjennegir at debitor har en mening som kan ytres, og at Lindorff gjerne vil høre denne. Det å erkjenne at debitor har en mening, gir debitor en form for makt i og med at de til en viss grad kan være med på å bestemme sin skjebne fra nå av – de kan ta kontakt med Lindorff og ytre sin mening, noe som *kan* føre til at kravet og saken endres. For eksempel kan debitor legge fram sin side av saken, og komme med ny og hittil ukjent informasjon som gjør at Lindorff endrer oppfatning av saken. Denne lille henvendelsen til debitor og en etterspørsel etter debitors mening, er altså med på å posisjonere debitor som en aktiv og maktstående aktør. Man kan også tolke det som om Lindorff anser debitor som å være en likeverdig aktør med linje på kreditor i og med at de antar og erkjenner at debitor kan inneha viktig informasjon om kravet som er med på å forme hele inkassosaken. Men debitor er altså fraværende i det andre tekstutdraget – hva kan det bety? For det første kan Lindorff framstå som sintere og mer direkte i brevet til

firmedebitorene. Her er det ingens *mening* som verdsettes, og Lindorff informerer kun om at eventuelle innsigelser må varsles dem innen betalingsfristen. Likevel tilkjennegis også firmedebitoren en viss makt, for de kan, på likhet med privatdebitoren, sitte på informasjon som endrer inkassosaken. Når Lindorff skriver at '*Dersom kravet er urettmessig...*', indikerer de med det at de ikke kan garantere at inkassokravet er riktig. Brevet som er sendt ut, og den tilhørende saksbeskrivelsen samt betalingssummen, er beregnet ut i fra hva de *tror* og *antar* er riktig ut ifra hva de har fått av informasjon fra kreditor, ikke nødvendigvis at den *er* riktig. Lindorff kan kun (videre)formidle den informasjonen de har fått fra kreditor, og vedkjenner gjennom formuleringen at de også er klar over at debitor kan inneha viktig informasjon om kravet. De er derfor ikke statiske og påståelige i formuleringen, men åpner for debitor til å selv komme på banen med sin mening eller sine innsigelser og informasjon. Dette vitner om at Lindorff posisjonerer debitorerne, både firma- og privatdebitorene, som viktige aktører både i arbeidet med inkassosaken, samt i kommunikasjonen.

## 4.4 Betalingsoppfordring til ung debitor

Det er interessant å se nærmere på hvordan Lindorff oppretter en relasjon til den unge debitoren, og hvorvidt de språklige grepene i teksten er med på å bygge opp relasjonen, eller om teksten virker mot sin hensikt. Lindorff har valgt å ta i bruk et nytt og eget brev til unge debitorer fordi de ønsker å nå disse debitorerne på en annen måte. Dette i seg selv vitner om at Lindorff verdsetter en hensiktsmessig relasjon til debitorerne, og at det er viktig å nå debitorerne ”der de er”.

Det er den brevmalen som brukes for å kontakte unge debitorer (privatpersoner under 25 år) som er den mest interessante av de tre brevmalene. Grunnene til det er flere: For det første skiller denne malen seg fra de to andre ved at den inneholder mye mer tekst. For det andre tyder første gjennomlesing på at teksten er mye mer forklarende i dette brevet, altså med flere utgreininger og oppstillinger over kravet. For det tredje er ordlyden i denne malen ulik de to andre, og ikke fullt så preget av fagsjargong.

Jeg kommer her til å presentere analysefunn under hver enkelt analysekategori for å gjøre lesingen så oversiktlig som mulig.



#### 4.4.1 Likeverd, symmetri og gjensidighet

Heller ikke dette brevet åpnes med noen hilsning til debitoren, men går rett på sak under brevtittelen 'Betalingssopporfordring'.

##### BETALINGSOPPFORDRING

Dette kravet er fra \$kunde\_navn og gjelder ubetalt \$sak\_kravbeskr.

Ubetalt beløp	NOK	\$sak_hstol_rest	
Renter som følge av forsinket betaling	"	\$sak_renter_rest	Beregnet slik: \$sak_rentesats% fra \$sak_eldste_rentefradato
Krav som følge av inkassoinndrivning	"	\$sak_salar_rest	Beregnet slik: 0 x 610 (lovbestemt inkassosats)
<u>Totalt skyldig beløp</u>	<u>NOK</u>	<u>\$sak_saldo</u>	

Brevet til firmadebitor innleder med å vise til at Lindorff krever inn pengene etter *oppdrag* fra kreditor: 'Vi ber, etter oppdrag fra Skunde-navn, om innfrielse av forfalt gjeld i henhold til \$sak-kravbeskr og spesifikasjon på baksiden.' og i privatdebitorbrevet at 'Etter oppdrag fra Skunde\_navn ber vi deg betale forfalt gjeld i henhold til \$sak\_kravbeskr og spesifikasjon på baksiden. Brevet til de unge debitorene, derimot, innledes med å vise til den konkrete kreditoren og hva kravet gjelder. I et reelt brev kunne det vært skrevet "Dette kravet er fra TALKMORE AS og gjelder ubetalt faktura". Dette er i tråd med Lund (2004) sitt kvalitetskriterium om at *emnet* bør formuleres både kort og konsist: Setningen sier i stor grad det samme som de innledende setningene i brevet til firma- og privatdebitorene, men med forenklet ordbruk. I stedet for å bruke ord som 'innfrielse' og 'forfalt gjeld', er formuleringen i brevet til unge debitorer mer direkte og forklarer kort og konsist hvem det er som krever penger, og hvorfor. Samtidig følges denne setningen av en oversikt over de konkrete kostnadene, noe som gjør at debitoren har større sjanse til å forstå hva kravet gjelder og at det haster med å betale kravet for å unngå at det blir enda dyrere. På denne måten etableres en midlertidige delt og sosial virkeligheten med en gang, og dermed også muligheten for aktørene til å oppnå felles forståelse. Jeg siterte tidligere Rommetveit (i Heen Wold 1992: 31) og hans mening om at den sosiale delte virkeligheten endres i takt med forandringer i de omkringliggende forholdene. Ved å innlede brevet med å forklare hva saken gjelder, samt å gi en oversikt over det ubetalte kravet, har Lindorff etablert en felles bakgrunn slik at forståelsen mellom Lindorff og debitor kan bli størst mulig. Samtidig har Lindorff i større grad innstilt seg på mottakerens frekvens i dette brevet, og det at Lindorff i det hele tatt har valgt å ta i bruk et brev som er spesielt utformet med tanke på unge debitorer vitner om dette. Innledningen i dette brevet er et forsøk på å orientere seg mot mottakeren, og formuleringen

'*Dette kravet er fra \$kunde\_navn og gjelder ubetalt \$sak\_kravbeskr*' er med på å skape en mulighet for debitoren til å innstille seg på Lindorff sin frekvens og dermed forstå det Lindorff prøver å formidle.

I brevet til firma- og privatdebitoren, følger en oversikt over kravet på side to, mens i dette brevet er en kravoppstilling noe av det mest sentrale i innledningen. Det tyder på at Lindorff i større grad forsøker å skape et rom for forståelse så tidlig som mulig i teksten, og at debitor skal ha god mulighet til å skjønne *hva* saken gjelder, og *hvorfor* hun har mottatt brevet. Brevet fortsetter med:

**Dersom du ikke betaler det totale beløpet innen fristen nedenfor, kan det føre til at ytterligere kostnader blir lagt til totalbeløpet du skylder i dag, og det kan føre til rettslig inndrivning av kravet.**

I sammenligning med brevet til firma- og privatdebitorer, er det tydelig at denne brevtteksten er mye mer forklarende og lettfattelig. I denne setningen formidler Lindorff de konsekvensene som kan bli reelle dersom kravet forblir ubetalt. De informerer om at kostnadene kan øke, og at rettslig inndrivning kan iverksettes. Men de gjør det på en mer forklarende måte enn i de to foregående brevene, og er mer utleggende. I brevet til firma- og privatdebitoren står det at '*Utelatt betaling kan føre til ytterligere kostnader og rettslig innfordring kan iverksettes*' og det vises til lovparagrafene som gjelder. Her forklares det samme, men på en helt annen måte. Denne formuleringen er en forenklet variant av ordlyden i firma- og privatdebitorbrevene, men fungerer den bedre for å skape en god relasjon mellom Lindorff og debitor? På den ene siden kan man helt klart argumentere for at en slik formulering er med på å skape størst mulighet for å oppnå en felles forståelse og at debitor forstår hva Lindorff mener. Ved å formulere setninger på denne måten, eliminerer man mulige problempunkter, og gir debitorene en sjanse til å problemløst skjønne hva som kreves av dem. Det er også større sjanse for at en midlertidig delt sosial virkelighet kan etableres når formuleringen forenkles, og at forhandlingen om mening ikke blir fullt så krevende. På den andre siden kan det hende at en slik formulering virker belærende og er med på å skape større avstand mellom Lindorff og debitor fordi debitor kan føle at hun blir "matet med teskje", og at Lindorff ikke har tiltro til debitors kompetanse og økonomiske kunnskap. Den kommunikative likevekten avhenger av balansen mellom kjent og ukjent informasjon, og hvorvidt tekstelementer trenger presisering eller ei for å bli forstått. Men er det også mulig at den kommunikative likevekten kan bli ujevn dersom Lindorff blir *for* belærende og *for* klar i språkformuleringen? Det vil i

dette tilfelle være snakk om å finne en balanse mellom å si ting i klartekst og det å være for gjentakende, belærende og overøse debitor med informasjon.

## 4.4.2 Innramming og formidling

Hvordan et budskap formidles, gjennom både visuell utforming og formulering, har stor betydning for hvordan budskapet oppfattes av mottakeren. Innrammingen er med på å kontekstualisere den aktiviteten som foregår, og gir signaler til mottakeren om hva slags brev det er hun har mottatt. I og med at den visuelle utformingen ble presentert tidligere i kapittel 4.1.1 velger jeg her å kun fokusere på den språklige innrammingen og formidlingen.

### 4.4.2.1 *Du med debitor – nærhet og distanse*

Tiltalemåten er ett av flere elementer som skiller brevet til unge debitorer fra brevet til firma- og privatdebitorer. I brevet til unge debitorer er Lindorff mer *du* med debitorene enn det de er i firma- og privatdebitorbrevene. Det er flere plasser i teksten at Lindorff henvender seg direkte til debitor ved å skrive 'Dersom *du* ikke betaler...', '...totalbeløpet *du* skylder...', 'vi ber om at *du* betaler...', 'Er *du* ikke enig...må *du* si ifra...' og '...*du* har rett til å kreve...'. Denne bruken av *du* tar en viss grad av gjensidighet for gitt, og kan være et uttrykk for Lindorff sitt ønske om å signalisere en nærhet til debitoren. Hvordan avsender velger å tiltale mottaker (enten det gjelder muntlig eller skriftlig kommunikasjon), er med på å skape og markere ulike forhold mellom partene (Svennevik, Sandvik og Vagle 2007: 180). I Norge har det i lang tid vært akseptabelt å bruke *du* framfor de mer fornemme tiltalene *De* og *Dem*, så det er ikke unormalt av Lindorff å henvende seg til debitor på denne måten. Det som imidlertid er interessant, er at de *ikke* har gjort det i like stor grad de foregående brevene. Hvorfor mener Lindorff at det plutselig er viktig å henvende seg så direkte til debitor? Svaret på det kan være flere. For det første kan det være fordi det er viktig å etablere en god relasjon og nærhet til unge debitorer. Det er selvfølgelig også viktig å gjøre det i brevene til firma- og privatdebitorene, men i brevene til unge debitorer er det *viktigere*. Grunnen til det kan være at det å unnlate å betale en regning kan få store konsekvenser, og spesielt for unge personer. Derfor er det viktig for Lindorff å henvende seg direkte til debitor og være konkret i informasjonsgivingen, framfor objektiv og generell slik de framstår i brevene til firma- og

privatdebitorerne. For det andre er det også essensielt at Lindorff henvender seg til debitor på en måte som gjør det enklere for vedkommende å forstå brevets innhold. Ved å tiltale mottakeren som *du* skaper Lindorff ikke bare en nærhet til debitor, men posisjonerer også debitor som en faktisk person og ikke bare som ”en av mange”. Lindorff skaper en relasjon til debitor som belager seg på gjensidighet og nærhet, noe som kan gjøre det vanskeligere for debitor å sluntre unna og unnlate å betale.

Samtidig signaliserer Lindorff *sin egen* posisjon gjennom bruken av personlig pronomen. For eksempel skriver de: ’*Vi* ber om at...’, ’kravet *vi* har presentert...’, ’si ifra til *oss*...’ og ’*Vi* gjør oppmerksom på...’. Igjen vil denne bruken av pronomen være med på å definere forholdet mellom partene, og bruken av *vi* er med på å skape en nærhet til debitor. Svennevig (2009: 125) skriver at nærhet i kommunikasjon skapes av at forfatteren trer fram i teksten – noe Lindorff gjør ved å tiltale seg selv som *vi*. De er til stede i teksten, og inviterer på den måten til en mellommenneskelig nærhet. Likevel er ikke det å være til stede i teksten det samme som å vise til et fortrolig forhold mellom partene. Selv om Lindorff posisjonerer seg selv om debitor gjennom bruken av *vi* og *du*, betyr ikke det at det alltid skaper en nærhet mellom partene. La oss se på en annen setning fra brevet som kan illustrere dette:

**Vi ber om at du betaler totalt skyldig beløp innen fristen.**

Her starter setningen riktignok med et posisjonerende *vi*, men samtidig bruker Lindorff et høflighetsuttrykk når de skriver at ’*vi ber om*...’. Det å be om noe kan ha flere betydninger. På den ene siden kan dette være et uttrykk for den situasjonelle makten som Lindorff har. Lindorff har både rett til og mulighet til å pålegge debitor et krav om å betale, men de velger å gjøre det ved å si at de ’*ber*’ om at debitor skal betale. Dette kan benevnes som en høflighetsmekanisme som Lindorff tar i bruk for å ikke framstå som altfor krevende ovenfor debitor. Samtidig kan denne høflighetsmekanismen være med på å skape en avstand mellom partene. Selv om partene er til stede i teksten gjennom *vi* og *du*, markerer Lindorff gjennom bruk av høflighetsmekanismene at relasjonen dem imellom ikke er preget av vennskap, affeksjon og fortrolighet, men er et objektivt og profesjonelt forhold (Svennevig 2009: 123).

#### 4.4.2.2 Tegneseriene

På side to i brevet til unge debitorer blir leseren presentert for to ulike tegneserier. Disse tegneseriene er to veldig interessante analyseobjekter.

En tegneserie betegnes som en bildeserie med tilhørende tekst (Borgersen og Ellingsen 2004: 192). Slike serier består som regel av 3-4 ruter, og de fleste inneholder tekst i form av tale- og tankebobler, eller forklarende rammer med tids-, steds- og stemningsbeskrivelser (ibid). Teksten og bildene er så sammenvevd at de ikke fungerer hver for seg, men må leses og sees i sammenheng. Tegneseriene danner på den måten et ”tredjespråk” som er ulikt både verbalspråket og bildespråket (ibid).

Tegneserier ble opprinnelig brukt til underholdning, men har i løpet av de siste 10-årene blitt tatt i bruk som virkemidler innen flere ulike sjangere, spesielt innen massekommunikasjon (Kolstrup et al. 2009: 513). Tegneserier er en sjanger som de fleste kjenner til, og har lest mange ganger. Derfor er tegneserier en sjanger som egner seg godt til å sende ulike budskap, spesielt dersom man ønsker å formidle budskapet på en humoristisk måte.

Den første tegneserien som debitoren møtes med er denne:

#### Opp med hodet, ut av sanda, fram med nettbanken!



Tegneseriens ”overskrift” forteller i korte trekk hva tegneserien prøver å fortelle. Tegneserien består av fire ruter, og kombinerer både tegnede bilder og tekst. I den første ruta ser vi en kvinne som ligger i en seng. En forklarende setning i toppen av ruta forteller at ’morgenposten har kommet’, og nederst i ruten vises en pil som peker på et papir på

nattbordet, og teksten 'inkassovarsel' indikerer hva morgenposten bestod av. Kvinnen snakker (tilsynelatende) til seg selv når hun sier at "Kanskje det forsvinner hvis jeg prøver litt 'strutsetaktikk'". Den neste ruta viser kvinnen som har trukket dyna over hodet og en tankeboble viser oss hva hun tenker (Please, please forsvinn...). Den tredje ruta viser en struts med hode i sanden, mens den fjerde ruta viser kvinnen som oppdager at inkassovarslet fortsatt ligger på nattbordet, og hun roper ut et fortvilt "NEI!".

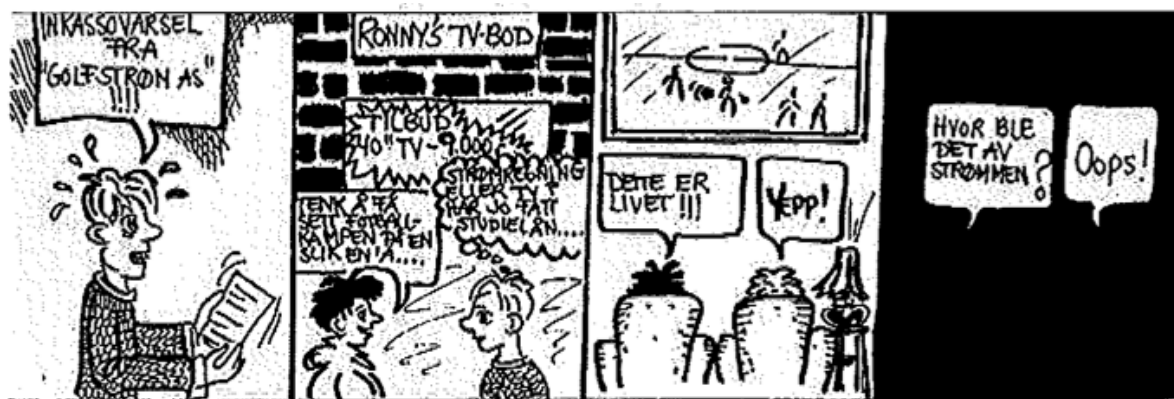
Vi kjenner til det kulturelle symbolet med strutsen som gjemmer hodet i sanden og dermed "gjemmer" seg for omverdenen. Dette er et symbol og et ordtak som brukes mye, og viser til at det ikke nytter å tro at vanskelighetene forsvinner selv om man ignorerer dem. Derfor er det heller ikke vanskelig å tyde tegneseriens budskap: det hjelper ikke å ignorere inkassokrav, de forsvinner ikke av den grunn.

I tillegg til tegneserien, følger en tekst som ser slik ut:

- Glem strutsetaktikken, det hjelper ikke å stikke hodet i sanden. Giroen er fortsatt i live, når du stikker hodet opp for luft. Mange håper det hjelper å kaste eller ignorere påminnelsen de har fått om at de skylder noen penger. Profesjonelle aktører har stramme rutiner for å følge opp ubetalte krav, og gir deg ikke noe pusterom om du lar være å ta kontakt.

Teksten har helt klart et informerende budskap om at konsekvensene av å ikke gjøre noe med inkassokrav kan bli store. Det informeres om at de profesjonelle aktørene (kreditorene) opererer med strenge rutiner, og at det ikke nytter å ignorere kravene fra dem. I denne tekstbolken er det imidlertid ikke fokus på å få kravet betalt, men at debitor skal ta kontakt med kreditor eller Lindorff. Dette er et viktig poeng når det gjelder inkasso: de fleste kreditorer og inkassoselskaper har forståelse for at det til tider kan være vanskelig å betale regningene sine i tide. Men det de ønsker, er at debitor likevel skal ta kontakt med kreditor og informere om dette og lage nye betalingsavtaler. På denne måten viser debitor seg som en seriøs og oppriktig betaler, og kreditor har mulighet til å vise tillit ovenfor debitor ved å innvilge betalingsutsettelse. Derfor poengteres viktigheten av at debitor tar kontakt med innkrever i stedet for å ignorere kravene.

Etter denne tekstbolken kommer følgende tegneserie:



Også denne består av fire ruter. Den første ruta viser en mann som svetter når han innser at han har fått inkassovarsel fra '...Golfstrøm AS!!!!'. Den andre ruta viser mannen sammen med kamerat. De to står tydeligvis foran en tv-forhandler, og 'Ronny's TV-bod' har tilbud på en 40" tv til 9.000 kroner. Kameraten til debitor sier drømmende at "Tenk å få sett fotballkampen på en slik en'a..." hvorpå debitor tenker over dette: "Strømregning eller tv? Har jo fått studielån...". Neste rute viser de to kameratene i sine godstoler mens de kikker på fotballkamp på den nye tv-en. Kameraten uttaler at "Dette er livet!!!", og får et tilfreds "Yepp!" til svar. Den siste ruta er helt svart, og kun to snakkebobler vises. Kameraten spør undrende "Hvor ble det av strømmen?" og svaret til debitor er da et stort "Oops!".

Heller ikke her er det vanskelig å forstå budskapet: Betaler du ikke strømregninga kan strømmen bli slått av. Igjen et dette en metode for å formidle at konsekvensene av å ignorere regningene kan få store konsekvenser. Under tegneserien følger denne teksten:

● Betaler du regningene, kan du fortsatt nyte godt av det du har i kjøleskapet holder seg duggrfriskt.

Kanalene vises, når du slår på tv'n. Føneren virker, når du plugges i kontakten.

Mange håper at alt går sin vante gang om en bare sitter stille som mus, og tar det som en selvfølge at de ytelsene en nyter godt av i hverdagen forblir tilstede. Profesjonelle aktører leverer deg det du har bestilt, men bare hvis du faktisk betaler for det. Går strømregninga i søpla, forsvinner strømmen.

Konsekvensinformasjonen i denne tekstbolken er sann og troverdig. Likevel er det elementer i teksten som fortjener grundigere gjennomgang. I de tre første linjene henvender Lindorff direkte til debitor ved å bruke 'du'- pronomenet. Men i den fjerde setningen generaliserer Lindorff når de skriver at '*Mange håper at alt går sin vante gang om en bare sitter stille som en mus, og tar det som en selvfølge at de ytelsene en nyter godt av i hverdagen forblir tilstede*'. Dette kan være en mekanisme som brukes for å ikke direkte anklage debitor for å ha

denne holdningen, men å vise at det er en holdning som *mange* (kanskje inklusive debitor?) har. Bruken av ubestemt pronomen i stedet for personlig pronomen gjør språket mindre direkte. Henvendelsen i neste setning er direkte til debitoren gjennom bruken av *'deg'* og *'du'* når de skriver at *'Profesjonelle aktører leverer deg det du har bestilt, men bare hvis du faktisk betaler for det'*. Dette kan igjen få leseren til å tro at Lindorff har inntrykk av henne som en *"stille mus"*.

Mottakerne og leserne av institusjonelle brev har ofte forventninger om hva det er som venter dem i teksten. De har mottatt regninger tidligere, og har derfor kjennskap til både sjangeren og formuleringene i slike brev. Inkassobrev er i utgangspunktet ikke så ulikt vanlige regninger, og det er derfor rimelig å anta at mottakeren lett kan gjenkjenne den skriftlige sjangeren. Likevel kan dette inkassobrevet, og spesielt tegneseriene og følgetekstene, oppleves som en sjangerkollisjon mellom inkassosjangeren på den ene siden, og tegneseriesjangeren på den andre siden. Dermed blir tegneseriene og den utfyllende konsekvensinformasjonen er brudd på inkassosjangeren, noe som sannsynligvis ikke er i tråd med leserens forventninger. Hvorvidt det er positivt eller negativt å formidle et budskap på denne måten er en helt annen diskusjon. Man kan lett se for seg at denne måten å formidle et inkassokrav på kan oppleves som både nedverdiggende og fornærmende ved at debitor blir betraktet som en kunnskapsfattig person som trenger å bli "matet" med informasjon for å skjønne budskapet og konsekvensene. På den andre siden kan dette være en korrekt og gjennomført måte å nå unge debitorer på – det er jo tross alt det som er hensikten med brevet. Ved å ta en slik ungdommelig stil i bruk, er det både større sjanse for at debitor leser brevet og skjønner budskapet. Det er altså en vurderingssak hvorvidt man skal opprettholde inkassosjangeren og informere kortfattet og presist, eller om man skal imøtekomme de unge debitorene ved å ta i bruk nye midler. Tegneseriene visualiserer konsekvensene av å utelate betaling, og det er stor sjanse for at de både blir lest og forstått av den unge debitoren. Men er de nødvendige? Er det ikke nok å være sjangertro og behandle den unge debitoren som enhver annen debitor? Tegneseriene følges også av mye tekst som på mange måter gjentar det som blir formidlet gjennom tegneseriene. Det at budskapet repeteres såpass grundig kan gjøre at leseren føler seg unødvendig bombardert av konsekvensinformasjon. Dersom det oppfattes på denne måten, vil det igjen framstå som om Lindorff posisjonerer debitor som en ukyndig og lite erfaren debitor, og mulighetene til å opprette en god og hensiktsmessig relasjon står igjen på spill. Samtidig kan tegneseriene være med på å formidle et vanskelig tema på en morsom og lett forståelig måte. Det er også stor sjanse for at tegneseriene leses i større grad enn den



øvrige teksten, noe som betyr at Lindorff har muligheten til å ”nå gjennom” til debitoren i en viktig fase av inkassosaken.

#### 4.4.2.3 Kostnadsoversikt

Etter tegneseriene presenteres leseren med en oversikt over hva det koster å la regningen bli liggende ubetalt:

##### Det koster å la regningen ligge:

Denne illustrasjonen stopper før pengene du skylder går til inndriving i rettsapparatet

NOK 230,80 står ubetalt ved forfall 18.11.2010	Purring kan sendes deg	Inkassovarsel må sendes deg	Saken går til inkasso (betalingsoppfordring)	Før oversendelse til rettslig inndriving
08.12.2010	NOK 61,00			
22.12.2010		NOK 61,00		
05.01.2011			NOK 305,00	
02.02.2011				NOK 610,00
Renter fra 18.11.2010 9,00 %				NOK 5,42

Du skyldte **NOK 230,80**. Etter ca 2 1/2 mnd skylder du **NOK 846,22**.

Denne oversikten er hentet fra en reell betalingsoppfordring. I den vedlagte giroen til brevet, vises det at debitor er skyldig 538,51 kroner til Lindorff. Oversikten viser at vedkommende som opprinnelig skyldte 230,80 kroner *kan* ende opp med å måtte betale hele 846,22 kroner dersom hun ikke betaler dette kravet innen betalingsfristen.

Denne oversikten beror seg på faktiske omkostninger og faktiske rentesatser, og viser hva som ikke bare *muligens* vil skje dersom debitor unnlater betaling, men hva som *garantert* vil skje. En slik kostnadsoversikt kan være med på å øke trykket på debitorens samvittighet, og appellerer til den økonomiske og ”gjerrige” siden av enhver forbruker. Etter mitt syn er oversikten noe av det viktigste i hele brevet, spesielt med tanke på at brevet er ment på unge debitorer. Dette er også i tråd med Lund (2004) som påpeker viktigheten av å gjøre informasjon så relevant, konsis og lettforståelig som mulig. Voksne og godt erfarne voksne kan muligens tenke seg et slikt scenario, og skjønner de økonomiske konsekvensene samt de andre konsekvensene av å ikke betale regningene sine. Noen av de yngre debitorene kan derimot ha vanskelig med å forutse slike konsekvenser. Derfor er en slik oversikt til stor nytte for unge debitorer som må lære seg ettervirkningene av sine handlinger - eller manglende handlinger.

### 4.4.3 Initiativ og respons

Innenfor kategorien *Initiativ og respons* er det interessant å se nærmere på hva slags initiativ Lindorff og debitor tar og *kan* ta ut fra brevtteksten, og hvorvidt *muligheten* for å respondere på disse initiativene kommer til syne.

Ifølge Lund (2004: 19) betegnes et brev som en nedskrevet og målrettet henvendelse som sendes fra en (eller flere) avsendere til en (eller flere) mottakere. Denne henvendelsen vil i ulik grad vitne om et forhold mellom partene. Det er jo en grunn til at vedkommende mottar brevet, noe som i seg selv vitner om en relasjon mellom partene – hvorfor ville mottakeren ellers motta et brev? Partene har altså noe med hverandre å gjøre. Det at henvendelsen i et brev er målrettet, er en god indikasjon på at brevet er et institusjonelt brev. Lindorff har tatt et initiativ nettopp ved å sende en betalingsoppfordring til debitor. Nå er det opp til debitor å respondere på denne henvendelsen. Det er også elementer i brevet som helt konkret etterspør debitors respons:

Vi ber om at du betaler totalt skyldig beløp innen fristen. Er du ikke enig i kravet vi har presentert over, må du si i fra til oss senest innen 14 dager. Vi gjør oppmerksom på at du har rett til å kreve behandling av klage på inkassoindrivelsen i Inkassoklagenemnda, (jf inkassolovens § 22.)

Tekstbolken er gjenkjennelig fra brevet til privatdebitorerne. Først bes debitor om å betale kravet. Dersom hun er uenig i kravet, bes hun om å ta kontakt med Lindorff. Dersom hun er uenig med Lindorffs behandling av inkassosaken, kan hun klage til inkassoklagenemnda. Debitor stilles dermed ovenfor tre ulike valg og må selv avgjøre hvordan hun skal respondere på denne henvendelsen. Lindorff åpner uansett for en dialog med debitor, og stiller på denne måten både tid og ressurser til rådighet for å hjelpe debitoren med eventuelle problemer eller spørsmål.

### 4.4.4 Tilretteleggelse

Selv om Lindorff skriver direkte til en faktisk leser gjennom å henvende seg til debitoren som 'du', er det ingen elementer i brevet, bortsett fra kostnadsoversiktene, som antyder at Lindorff henvender seg til *en konkret* debitor. I og med at brevene fra Lindorff er brevmaler, innebærer

det at brevene er forfattet med tanke på en stor (og homogen?) mottakerskare og er ikke spesielt tilpasser hver enkelt mottaker. Brevmalene kan tilpasses og endres dersom saksbehandler i Lindorff ønsker det, men dette gjøres i svært liten grad. Dermed blir enkeltindividet fraværende i brevene. Dette kan resultere i en avstand mellom Lindorff og debitor, og relasjonen blir i mindre grad preget av likeverd og gjensidighet. I og med at tilretteleggelsen mot den enkelte debitor er såpass fraværende, er det desto viktigere at Lindorff informerer om viktigheten av at debitor tar kontakt. Det er først i møtet (fysisk, via telefon eller e-post) mellom debitor og Lindorff at en faktisk relasjon opprettes, og først da kan Lindorffs saksbehandlere tilrettelegge saken til hver enkelt debitor.

## 4.5 Kjerneverdiene

Etter at vi nå har gått gjennom hvert enkelt brev, er det mulig å se nærmere på Lindorff sine kjerneverdier og om disse kommer til uttrykk i brevene. Da arbeidet med denne masteroppgaven startet, ytret Lindorff tidlig et ønske om at jeg skulle forsøke å finne svar på om kjerneverdiene var godt nok representert i tekstene. Kjerneverdiene danner verdigrunnet som alle Lindorff sine ansatte skal rette seg etter, og konsernet har et ønske om at kjerneverdiene skal være velkjente og godt representert i all type kommunikasjon med både debitorer og kreditorer.

Jeg jobber meg kronologisk gjennom en og en kjerneverdi, og forsøker å finne språklige elementer som kan bevise eller avkrefte hvorvidt kjerneverdiene er tilstede i teksten. I og med at jeg har gått gjennom kjerneverdiene tidligere i kapittel 3.1, vil disse kun repeteres kort. Det er også viktig å påpeke at disse kjerneverdiene i all hovedsak gjelder hele Lindorff-konsernet, og at de ikke er definert for å kun gjelde kommunikasjonen med debitorer. Det er derfor elementer i kjerneverdiene som faller utenfor mitt analysefelt i denne oppgaven. Jeg skal likevel forsøke å finne eksempler på hvordan kjerneverdiene kommer til uttrykk i brevene, *dersom* de gjør det.

Den første kjerneverdien, *Professional*, handler om at Lindorff etterstreber å opprettholde en høy etisk standard, de skal levere den beste mulige tjenesten og oppfylle kundenes

forventninger til tid, pris og kvalitet. I kjerneverdien inngår det også at Lindorff skal være ansvarsfulle, ansvarlige og pålitelige. Jeg kan ikke uttale meg om Lindorff oppfyller kundenes forventninger til tid, pris og kvalitet. Det er også vanskelig å påpeke elementer som utviser ansvarlighet og pålitelighet. I all hovedsak virker det som om denne kjerneverdien i utgangspunktet er definert med tanke på kundene og ikke nødvendigvis med tanke på debitorerne. Men man kan jo påstå at Lindorff framstår som ansvarlig når de innledningsvis refererer til at de jobber på oppdrag for kunden sin, og at de er tilgjengelige for å diskutere saken dersom debitor tar kontakt. Påliteligheten er det vanskeligere å finne spor av. Hva gjør Lindorff til en pålitelig aktør *sett fra debitor sitt perspektiv*? Er man pålitelig, så er man lojal og til å stole på. Så hvordan kan debitor stole på Lindorff? Ut i fra teksten kan debitor stole på at de vil få svar på sine spørsmål dersom de tar kontakt med Lindorff. Men hva mer? Kan de stole på at kravet de nå har mottatt er riktig? Nei, de kan ikke det. Kravet er *sannsynligvis* korrekt, men Lindorff innehar kun informasjon som de har fått fra kreditor, og kan derfor ikke med all sikkerhet si at kravet er fullstendig korrekt. Kan debitor stole på at denne inkassosaken er utført med hensyn til inkassolovens regler? *Sannsynligvis* er den det, men debitor informeres om sin mulighet til å betvile dette når det i brevet til privatdebitorerne står skrevet at *'Tvist om Inkassolovens regler er fulgt kan bringes inn for inkassoklagenemnda, jfr. Inkassoloven §22'*. Denne setningen vil altså ikke bare forvirre leseren og oppfattes som et mulig problempunkt i etableringen av mening og forståelse, men kan også være med på å svekke Lindorff som en pålitelig aktør. Selv om Lindorff er pliktet til å informere om dette, kan setningen altså mistolkes og sees som et svakhetstegn når det gjelder Lindorff sin pålitelighet ovenfor debitorerne.

Den andre kjerneverdien, *Customer oriented*, omhandler Lindorff sitt samarbeid med kundene, altså kreditorerne, at de skal definere deres behov og deretter levere optimale løsninger. Gjennom å kjenne til kundenes behov skal Lindorff kunne utvikle tjenestene sine til det bedre. De ønsker derfor å være åpne for endringer, og ha fokus på fremtiden. Denne kjerneverdien er det ingen hensikt i å analysere ut i fra brevene. I denne studien ligger fokuset på relasjonen mellom Lindorff og debitor, ikke Lindorff og kundene. Derfor velger jeg å ikke innlemme denne kjerneverdien i analysen.

Den tredje kjerneverdien, *Performance oriented*, er også vanskelig å analysere ut i fra fokuset i denne oppgaven. Kjerneverdien har fokus på prestasjoner, prosesser og resultater, og at Lindorff skal holde det de lover og gjøre det ytterste for å levere. Dette er elementer som ikke

lar seg spore i det tekstlige materialet. Hvorvidt Lindorff holder det de lover, kan kun besvares dersom man følger en dialog mellom Lindorff og debitor i en lengre kjede enn det som gjøres i denne oppgaven. Men de holder trolig det de lover med tanke på konsekvensene de har informert debitor om – flere omkostninger *vil* bli lagt til kravet, og saken *kan* bli sendt til rettslig inndrivning dersom debitor ikke betaler. Likevel er det ingen hensikt i å gå mer i dybden på denne kjerneverdien på nåværende tidspunkt.

Den fjerde og siste kjerneverdien, *Caring*, handler om å vise respekt for kunder, debitorer, samarbeidspartnere og kollegaer. Lindorff skal lytte til deres behov, ønsker og utfordringer. Her påpekes det også at positive og varige relasjoner skapes gjennom ekte engasjement og entusiasme. Denne kjerneverdien er den som er lettest å finne eksempler på i brevttekstene.

Det at Lindorff ønsker å ha respekt for sine debitorer er selvfølgelig veldig bra. Men hva innebærer det egentlig? Man kan si at respekt handler om å ta hensyn til debitor og anerkjenne debitor som menneske og privatperson. Lindorff oppnår dette i brevene på flere måter. For det første omtaler ikke Lindorff debitor på en uhøflig måte. De har en generell og allment brukt tiltalemåte ('*du*', '*deg*'), og de respekteres debitors meninger og er tilgjengelige for debitors tilbakemeldinger ('*Dersom du mener at kravet er urettmessig, må dette meddeles oss innen betalingsfristen*'). Likevel mener jeg at de foregående analysene, spesielt analysene av '*Innramming og formidling*', har vist at en mildere formulering og endring av visse ord som for eksempel '*salær*' og '*oversittes*', kan være viktige endringer for at Lindorff skal framstå som mer respektfulle ovenfor debitor. Negative konnotasjoner til ulike ord kan også være med på at Lindorff framstår som mindre respektfulle, som foreksempel bruken av ordet '*gjeld*'.

Lindorff framstår som tilgjengelige i brevene til debitor, noe som ble påvist i analysene i kategorien '*Initiativ og respons*'. De informerer klart og tydelig om at vedkommende kan ta kontakt med spørsmål og andre typer henvendelser, og kontaktinformasjonen er tydelig. Men de kan til tider framstå som utilgjengelige ved at den ordbruken og de formuleringene de bruker ikke fungerer optimalt for å skape gode og hensiktsmessige relasjoner mellom Lindorff og debitor. Eksempelvis kan ordbruk og formulering være med på å gjøre Lindorff mindre tilgjengelige fordi Lindorff på den måten skaper avstand mellom seg selv og debitor.

I analysekategorien *'Innramming og formidling'* så jeg nærmere på hvordan valg av formuleringer påvirker relasjonsskapingen mellom partene. I underkategorien *'Dus med debitor – nærhet og distanse'* i brevet til unge debitorer, ble det vist at den utstrakte bruken av *'vi'* og *'du'* vitner om at relasjonene er uhøytidlige og at Lindorff etterstreber et godt forhold til debitor. Likevel kan man drøfte Lindorffs bruk av *'vi'* – ved å bruke *'vi'* i stedet for eksempelvis *'jeg'*, kan det virke som om Lindorff sender et budskap om at *'vi er mange, men du er bare deg'*. Dersom brevene hadde vært skrevet av en spesifikk saksbehandler hos Lindorff, ville det vært enklere å skape en nærere relasjon til debitor. Debitor ville fått en saksbehandler å forholde seg, hun kunne kontaktet denne ene saksbehandleren med sine spørsmål, og relasjonen mellom Lindorff og debitor ville sannsynligvis blitt bedre. På samme måte kan man diskutere hvorvidt en viss avstand mellom Lindorff og debitor er til debitor sin fordel. Enkelte debitorer ville kanskje foretrekke en viss avstand til Lindorff, og at det på den måten ville bli enklere å forholde seg til inkassokravet. Mange opplever det som både ekkelt, krenkende og ydmykende å diskutere gjeld og ubetalte krav. Ved å opprettholde en profesjonell relasjon framfor en personlig og nær relasjon, kan det gjøre det enklere for enkelte debitorer å forholde seg til Lindorff.

Kjerneverdiene kommer altså til uttrykk i brevene på ulik måte. Noen av kjerneverdiene er ikke relevante i forhold til brevene fordi de ikke er utviklet med tanke på debitorene. I kapittel 3.1 viste jeg det trekantforholdet som eksisterer mellom Lindorff, kreditor og debitor, og at Lindorff fungerer som mellommann. Det er ut i fra det vanskelig å tyde hvem Lindorff skal forholde seg mest til av kreditor og debitor. På den ene siden så er det jo kreditor som er Lindorff sine kunder – det er kundene som har ansatt Lindorff for å operere på deres vegne. På den andre siden ville ikke Lindorff sin inkassoavdeling kunne eksistere uten debitorene. Kjerneverdiene gjenspeiler etter min mening ikke dette tresidete forholdet mellom Lindorff og de to andre partene. Lindorff har definert en egen kjerneverdi som omhandler forholdet til kundene - *Customer oriented* – mens fokuset på debitor kun er en *del av* kjerneverdien *Caring*. Ut i fra dette kan det virke som om Lindorff vektlegger relasjonen til sine kunder - kreditorene - og ikke relasjonen til debitorene. Det bør være i Lindorffs interesse å opprette og opprettholde en så hensiktsmessig relasjon til debitor som overhodet mulig, noe som igjen innebærer at et vesentlig større fokus på debitor gjenspeiles i kjerneverdiene.

## 4.6 Oppsummering

Innen dialogismen betraktes språket som en arena for meningsskaping og forståelse mellom de som kommuniserer (Dysthe 1996: 110). Brevmalene som Lindorff bruker, utgjør en slik arena. Mening er altså ikke noe som eksisterer i språket uavhengig av hvem som bruker det. Mening blir heller ikke skapt av individet, men skapes i samspillet mellom de som kommuniserer. Lindorff og debitor må altså *sammen* komme fram til en forståelse slik at brevenes formål blir tydelig.

Analysene har vist at forholdet mellom Lindorff og debitor er asymmetrisk, og maktforholdet er skjevt. Lindorff er den institusjonelle parten og har dermed en maktposisjon ovenfor debitor. Dette kan by på utfordringer når det gjelder å kommunisere med debitor som en likeverdig og gjensidig kommunikasjonspartner. Dette ujevne forholdet forsterkes av Lindorffs bruk av fagsjargong. Likevel kan det virke som om Lindorff er imøtekommende ovenfor debitor, spesielt med tanke på at de til stadighet oppfordrer debitor til å ta kontakt. De uttrykker også nærhet til debitor ved å benevne seg selv som *'vi'* og debitor som *'du''deg'*.

Det at det brukes tegneserier i brevet til unge debitorer, kan betraktes på to ulike måter. Enten er dette et smart grep som forenkler et vanskelig budskap, og appellerer til unge lesere ved å ta i bruk en sjanger og en formidlingsteknikk de er kjent med. Tegneseriene kan hjelpe til med å ta vekk "brodden" i dette ellers så strenge institusjonelle brevet. På den andre siden kan tegneseriene virke nedlatende og "barnslige", og kan etterlate debitor med et inntrykk av Lindorff som belærende.

Debitorene trekker på diskursiv kunnskap når de mottar et inkassobrev. De går umiddelbart i gang med å avkode brevets formål, og leter etter relevant informasjon. Inkassobrevene har i så måte flere forbedringspunkter, noe analysene har vist. Skal man oppsummere analysefunnene, kan man generelt sett si at hovedutfordringen for Lindorff ligger i å finne passende formulering og være mer bevisst over valg av språkbruk. I og med at relasjoner oppstår som følge av måten man kommuniserer på, er språklige valg med på å definere denne relasjonen. Ordbruk og formulering er derfor avgjørende for hvordan relasjonen mellom partene utarter seg. Samtidig er partenes tilstedeværelse i teksten med på å definere relasjonene, og den utstrakte bruken av *'vi'* og *'du''deg'* viser en nærhet mellom partene som er hensiktsmessig

for at formålet med brevene skal bli så tydelig som mulig. Mengden informasjon som presenteres i brevene er også betydningsfull for hvorvidt Lindorff og debitor skaper forståelse seg i mellom. Hvordan denne informasjonen organiserer og plasseres i brevene er også viktig å fokusere på, fordi dette er elementer som generelt sett kan være med på å forenkle debitors *lesing* av brevet.



## Kapittel 5.

# Drøfting

I analysekapittelet trakk jeg fram tekstlige elementer fra brevmalene som på en eller annen måte kan gi uttrykk for relasjonsskapingen mellom Lindorff og debitor. I dette kapittelet skal jeg drøfte analysefunnene og trekke tråder mellom problemstillingen, teori og analysefunn. Jeg kommer i tillegg til å rette blikket opp og ut, og diskutere hvilke andre innfalsvinkler jeg kunne hatt til denne masteroppgaven.

Lindorff er en seriøs og ledende aktør når det gjelder inkasso i Norden. De er daglig i kontakt med hundrevis av mennesker, og brev sendes til debitorer i stor skala. Disse brevene er i stor grad basert på prefabrikkerte brevmaler som endres lite eller ingenting for å tilpasses hver enkelt mottaker. Det er disse brevmalene som utgjør materialet mitt i denne oppgaven, og det er utfallet av analysene som utgjør resultatet av forskningen.

Jeg har undersøkt hvordan Lindorff skaper og opprettholder en relasjon til debitor gjennom disse brevene, og jeg har tatt utgangspunkt i problemstillingen jeg presenterte i innledningskapittelet:

***Hvordan bidrar de standardiserte brevmalene til å skape hensiktsmessige relasjoner mellom Lindorff og debitor?***

Problemstillingen har vært med på å begrense og konkretisere omfanget av analysene, samtidig som jeg har forsøkt å oppfylle Lindorff sitt ønske om å gjøre en så grundig og omfattende analyse som mulig.

Analysene resulterte i tre generelle hovedfunn som dreier seg om 1) ordbruk og formulering, 2) tilstedeværelse i teksten og 3) mengde informasjon og plassering og organisering av denne informasjonen. Brevene inneholder flere vanskelige ord og formuleringer som kan være problempunkter i relasjonsskapingen mellom Lindorff og debitor. Partene er også til stede i teksten på ulikt vis, for eksempel via bruk av 'vi', 'du' og 'deg'. Dette er språklige elementer som forteller noe om forholdet mellom partene, og Lindorff og debitor posisjoneres på ulikt vis gjennom bruken (eller manglede bruk) av personlig pronomen. Brevene brukes for å meddele debitor viktig informasjon, og måten denne informasjonen struktureres på kan ha mye å si for forståelsen og meningsdannelsen.

## 5.1 Ordbruk og formulering

Ordbruk og valg av formulering kan være avgjørende for om et budskap bli lettfattelig, eller om det legger begrensninger på forståelsen. Når forholdet og relasjonen mellom Lindorff og debitor i utgangspunktet preges av å være asymmetrisk, blir det desto viktigere å eliminere potensielle problemer som kan oppstå gjennom bruken av fagspråk og vanskelige formuleringer. En av de oppdagelsene som analysene førte til, var at noen av de ordene som ble brukt, var vanskeligere enn det de trenger å være. Vanskelig og ukjent ordbruk, som for eksempel '*Rettslig innfordring*', kan etter mitt syn føre til to ting: Lindorff viser sin posisjon som den makthavende parten i den forstand at det har rett til, lov til og mulighet til å utføre visse handlinger ovenfor debitor. Dette vitner også om et asymmetrisk forhold mellom partene nettopp fordi Lindorff i utgangspunktet kan foreta seg slike handlinger ovenfor debitor. Den tunge formuleringen vitner altså ikke bare om det asymmetriske forholdet mellom Lindorff og debitor, men er også med på å posisjonere partene som ikke-likeverdige aktører i kommunikasjonssituasjonen. Formuleringer og ordbruk er med på å forsterke det ujevne forholdet mellom partene, og debitor betraktes dermed ikke som en jambyrdig og gjensidig kommunikasjonsaktør. De tunge formuleringene vitner også om at Lindorff ikke tar hensyn til debitorens lesing av teksten. De vanskelige ordene som brukes, for eksempel '*oversittes*', '*salær*' og '*innfordring*', gjør at debitor får problemer med å tone seg inn på Lindorff sin frekvens. Når det i tillegg refereres til lovparagrafer i teksten ('...i

*inkassoforskriftens §2-3*'), er dette med på å gjøre avstanden mellom Lindorff og debitor større, og det er også med på å forsterke de posisjonelle forskjellene mellom Lindorff og debitor. Ved å la disse lovhenvisningene stå skrevet sammen med den øvrige teksten, er det med på å gjøre inntrykket av Lindorff enda strengere. Informasjon om de lover og paragrafer som gjelder gis uten noen utdypninger om *hva* som inngår i dem. Muligens ville en annen formulering av lover og paragrafhenvvisninger, og å flytte teksten til et annen sted i brevet, forenkle leserens tolking av brevet og øke muligheten for å komme fram til en felles forståelse. Ved å bruke så mange besværlige ord, kan brevene tildels virke skremmende for en ukyndig leser. Hvis Lindorffs mål er å få inn pengene fortest mulig, bør de muligens også etterstrebe å spille på lag med debitor framfor å fremmedliggjøre seg selv ved å bruke fagspråk så aktivt i kommunikasjonen. Ved å legge listen for ordbruk litt lavere, og ta leserens kunnskap i betraktning, kan dette være til hjelp for å forenkle brevenes budskap uten at dette skal skje på bekostning av nødvendig informasjon. Dette blir som å se Rommetveits premisser i nytt lys. Han sier at 'We are writing on the premises of the reader, reading on the premises of the writer [...]' (Rommetveit 1974: 63). Det kan tilsynelatende virke som om Lindorff ikke har tatt leserens perspektiv i det hele tatt, og dette kan føre til at aktørene ikke lenger deler en felles forståelse. Teksten i seg selv blir et problempunkt i forhold til den interaksjonelle kommunikasjonen, noe som igjen vil føre til at den kommunikative likevekten svekkes. Kommunikasjonen får preg av å være enveis hvor leseren som mottaker ikke tildeles en avgjørende rolle i interaksjonen.

På samme måte kan man argumentere for at Lindorff og debitor posisjoneres som kommunikasjonsaktører med stor avstand til hverandre. Når Lindorff så tydelig påpeker at de jobber '*på oppdrag for*', gjør det at Lindorff kun framstår som en budbringer av informasjon, og ikke som den aktøren som debitoren skal forholde seg til. Ved å påpeke at de kun arbeider på oppdrag for sine kunder, kan det virke som om Lindorff fraskriver seg ansvaret for den situasjonen som debitor har havnet i. Det kan også virke som om de ikke ønsker å opprette en hensiktsmessig relasjon til debitor. Relasjonen mellom Lindorff og debitor kan preges av å være andregrads, og debitor oppfattes ikke som en likeverdig aktør i kommunikasjonen. Lindorff etablerer ikke en symmetrisk relasjon til debitor som preges av gjensidighet mellom de to partene. Det er i utgangspunktet umulig for Lindorff og debitor å bli likeverdige parter i kommunikasjonen nettopp fordi Lindorff har mer makt i situasjonen, noe deres mulighet til å pålegge debitor et krav vitner om. Formuleringen forsterker likevel inntrykket av Lindorff

som en budbringer framfor en kommunikasjonsaktør som ønsker direkte kontakt med debitor på debitorens premisser for forståelse og meningsdanning.

Det å skulle formulere seg korrekt krever kjennskap både til situasjon, leser og kontekst. I og med at brevene fra Lindorff skal nå så mange ulike mennesketyper med ulik kunnskap og alder, må brevmalene de bruker være så allmenne som mulig. Brevene kan ikke være for enkle, for da vil muligens en streng advokat eller en kunnskapsrik lærerinne føle seg nedverdiget. Samtidig er det viktig at den 20-årige scooterkjøreren også skjønner brevet, og at den strevende alenemoren også skjønner konsekvensene av den informasjonen som Lindorff formidler.

Både skriveren og leseren tildeles en like stor rolle i forhandlingen om mening. Med dette menes det at teksten skal fungere som en arena hvor partene sammen kommer fram til mening. Eksemplene fra analysen viser hvordan dette ikke lett lar seg gjennomføre. En setnings innholdsmessige mening er sikkert klar og tydelig for den som har *forfattet* den, men det er slett ikke sikkert at en *leser* synes det sammen. Dette begrunnes med at man som aktører ikke har den samme bakgrunnskunnskapen eller de samme forutsetningene for forståelse. Dermed kan kommunikasjonen bli mer eller mindre mislykket. Nystrand påpekte at for at kommunikasjon skal være vellykket, holder det ikke at den ene parten prøver å formidle sin *mening*, men at også leseren *forstår* hva skriveren prøver å formidle (Nystrand 1982:76-77). Dermed vil det være vesentlig og essensielt for Lindorff å imøtekomme leseren i teksten, og ta hensyn til leseren ved utforming av brevene.

Brevet til de unge debitorene skiller seg fra de to andre både men tanke på formuleringer og mengde informasjon. Formuleringene i brevet til unge debitorer er mer direkte og forklarer kort og presist hvem det er som krever penger, og hvorfor. Ved å innlede brevet med å forklare hva saken gjelder, samt å gi en oversikt over det ubetalte kravet, har Lindorff etablert en felles bakgrunn slik at forståelsen mellom Lindorff og debitor kan bli størst mulig. Er det dermed sagt at brevmalen til unge debitorer er *bedre* enn de to øvrige brevmalene? På den ene siden kan man argumentere for at det er viktig å opprettholde en profesjonell og institusjonell kommunikasjon nettopp for å markere det asymmetriske forholdet mellom partene. Gjeld og

økonomiske problemer kan ofte være betente tema, og for mange debitorer kan det oppleves som en fordel at Lindorff ikke åpner for et nært og inderlig forhold gjennom brevene. Avstand mellom partene, markert gjennom språkbruk og faguttrykk, kontekstualiserer og institusjonaliserer relasjonen mellom Lindorff og debitor. På den andre siden kan man argumentere for viktigheten av å gjøre et budskap så lett å forstå som overhodet mulig. Brevene *bør* være så lettfattelige som mulig, uten å virke belærende og nedverdiggende. Brevene *bør* også presentere den viktigste informasjonen så tydelig og eksakt at misforståelser elimineres. Det er dermed ikke sagt at relasjonen som oppstår som en følge av brevene *bør* være god, kameratslig og vennskaplig, men relasjonen *bør* gjenspeile et *hensiktsmessig* forhold mellom partene basert på likeverd og gjensidig forståelse.

Brevet til de unge debitorerne er bedre enn de to øvrige brevene med tanke på måten å formidle budskap på, og i måten informasjonen presenteres på. Likevel kan man drøfte hvorvidt brevet til de unge debitorerne oppfyller sjangerkravene og de generelle forventningene man kan ha til et inkassobrev, spesielt med tanke på tegneseriene. Tegneseriene bryter helt klart med sjangeren dersom man tenker at inkassobrev er en strengt regulert og institusjonalisert kommunikasjonsform. Men kanskje er det en fordel å bryte med sjangeren for å få fram et budskap? Vekker tegneseriene interesse? Bidrar de konstruktivt til meningsskaping og forståelsen som debitor sitter igjen med, eller kolliderer tegneseriene såpass med sjangeren at de er hensiktsløse og til og med respektløse? Dette er spørsmål som kun kan besvares ved å forhøre seg med en mengde debitorer som har mottatt, lest og fundert over et slikt inkassobrev. Muligens vil enkelte debitorer oppfatte tegneseriene som en humoristisk måte å formidle vanskelige tema på, mens andre føler seg støtt av barnsligheten som også foreligger i en tegneserie. Lund (2004: 89) framhever viktigheten av å være *kvantitativt* bevisst i utformingen av brev, og at det innebærer å gjøre teksten så informativ som mulig, og ikke mer. Tegneseriene kan på den ene siden sees på som ”fyll” i brevet som informerer om konsekvensene av å utelate betaling. På den andre siden kan de også sees på som gode og informative tegneserier som virkeliggjør betydningen av de konsekvensene som kan bli reelle dersom regningen ikke betales. Jeg, som både er en ung forbruker og en tekstanalytiker, har vanskeligheter med å komme fram til ett fasitsvar på hvordan Lindorff best kan nå unge debitorer. Det jeg uansett har bemerket, er at det er for mye tekst i dette brevet så det virker mot sin hensikt. Det er også for mange repeteringer av den samme informasjonen, og tonen i brevet framstår som belærende og instruktiv. Likevel er brevet lettfattelig og forståelig, noe som faktisk er det viktigste i et inkassobrev. I 2010 ble 29% av

utsendte betalingsoppfordringer til firma- og privatdebitorer betalt til riktig tid. Av disse ble 14% betalt av firmadebitorene, mens 12% ble betalt av privatdebitorer. Når betalingsprosenten på brev sendt til *unge debitorer* viser 17% er dette helt klart høyere enn betalingsprosenten på brevene til firma- og privatdebitorer. Det er selvfølgelig umulig å vite hva dette egentlig skyldes, og å finne et svar på hvorfor unge debitorer er flinkere til å betale enn de øvrige debitorer. *En* mulighet er at brevet til unge debitorer formidler viktig informasjon på en bedre måte enn i de to andre brevene. Det er altså ingenting som tyder på at brevet til de unge debitorer, inkludert tegneserier og mye tekst, fungerer dårligere enn de to andre brevene.

## 5.2 Tilstedeværelse

Det at kommunikasjonsaktørene er til stede i teksten og kommer til uttrykk har mye å si for relasjonen som skapes mellom Lindorff og debitor. I betalingsoppfordringene er tilstedeværelsen av de ulike partene synlig på ulike måter. Personlig pronomen brukes for eksempel i varierende grad.

Bruken av det personlige pronomenet *'du'* tar en viss grad av gjensidighet for gitt, og kan være et uttrykk for nærhet mellom Lindorff og debitor. Ved å tiltale mottakeren som *'du'* skaper Lindorff ikke bare nærhet til debitorer, men posisjonerer også debitorer som en faktisk person og ikke bare som "en av mange". Samtidig signaliserer Lindorff sin egen posisjon gjennom bruken av personlig pronomen ved at de til stadighet benevner seg selv om som *'vi'* noe som igjen definerer forholdet mellom partene. Selv om partene er til stede i teksten gjennom bruken av personlig pronomen, markerer Lindorff gjennom bruk av høflighetsmekanismene at relasjonen dem imellom ikke er preget av vennskap, affeksjon og fortrolighet, men er et objektivt og profesjonelt forhold. Dette synet forsterkes når Lindorff generaliserer formuleringene til å gjelde *'mange'* og *'en'*. Dette kan være en mekanisme som brukes for å ikke anklage debitor spesifikt, men forklare at det er slik *'mange'* tenker. Bruken av ubestemt pronomen i stedet for personlig pronomen gjør språket mindre direkte. Men er det hensiktsmessig å uttrykke nærhet i inkassobrev av denne

typen? På den ene siden kan man argumentere for at det å uttrykke nærhet gjennom bruk av personlige pronomen er helt *avgjørende* for å skape en mest mulig hensiktsmessig relasjon mellom partene. Inkassobrev og betalingsoppfordringer *trenger* ikke å være strengt profesjonelle og upersonlige, og de *bør* kanskje ikke være det? Når Lindorff bruker personlige pronomen i omtalen om seg selv og debitor, er dette med på å skape et her-og-nå-forhold mellom partene som kan forenkle kommunikasjonen mellom de to. Forståelsen av brevenes innhold, og meningsdannelse, er vesentlige faktorer for det debitor velger å foreta seg. På den andre siden kan det være en fordel at det uttrykkes en viss avstand mellom partene og at relasjonen mellom dem først og fremst preges av å være institusjonalisert, profesjonelt og objektivt. Som nevnt tidligere, kan mange debitorer oppleve ubehag ved å motta brev om sin økonomiske situasjon. Inkassobrev er spesielt lite hyggelig å motta fordi de understreker det debitor allerede vet: at hun ikke har utført sine plikter om å betale for de tjenestene hun har benyttet seg av. Derfor kan enkelte muligens oppleve det som en fordel å ”være en av mange” og ser det som en fordel at brevet er generelt og allmenngyldig framfor individuelt og personlig.

Brevene innledes heller ikke på noen måte. Brevet går rett på sak uten noen hilsende ord til leseren. Dette kan gjøre at leseren posisjoneres som en anonym og ansiktsløs debitor og at Lindorff ikke finner det hensiktsmessig å introdusere leseren for teksten på en mer nyansert måte. I og med at betalingsoppfordringene ofte utgjør den første kommunikasjonen mellom Lindorff og debitor, betyr også det at brevene er med på å definere relasjonen mellom partene og er toneangivende for all den kommende dialogen mellom Lindorff og debitor. Dersom Lindorff ikke introduserer leseren for brevets innhold, er det på ingen måte sikkert at det har betydning for relasjonen mellom de to partene – leserne *trenger* kanskje ikke en bedre introduksjon til brevet, og leseren *forventer* kanskje ikke å bli møtt av hilsende velkomstord. Likevel kan man diskutere verdien av å introdusere brevene bedre med tanke på å opprette en bedre relasjon til debitor. På den ene siden kan man si at mangelen på innledende hilseord gjør at Lindorff ikke orienterer seg *godt nok* mot leseren. Konsekvensen av det kan i tilfelle bli at debitoren ikke føler seg verdsatt eller anerkjent som en likeverdig kommunikasjonsaktør. På den andre siden kan man diskutere hvorvidt det egentlig er nødvendig å introdusere leseren for teksten og å uttrykke relasjon mellom partene ved å bruke hilseord. Er det nødvendig? Og er det i tråd med sjangeren og konvensjonen? Det er umulig å gi et generelt svar på dette nettopp fordi mennesker er så ulike. Enkelte vil kanskje verdsette å bli møtt med et ’Hei Kari Nordmann’ mens andre ikke har behov for å det, og kanskje vil føle

seg støtt eller forarget dersom Lindorff tillater seg å henvende seg så direkte til vedkommende. I brevene til firmadebitorene kan også Lindorff ha vanskeligheter med å kunne henvende seg direkte til en person fordi de ikke vet hvem de skal forholde seg til. Dersom de ikke har vært i kontakt med noen i firmaet på et tidligere tidspunkt, kan de umulig vite hvem det er som mottar og leser brevet. Er det daglig leder? Eller den som er økonomiansvarlig? Eller kanskje er det sjefens sekretær som åpner og leser slike brev, før hun sender det videre til riktig vedkommende? Hvorvidt hilseord er nødvendig innledningsvis i disse brevene, kan kun avdekkes ved å spørre mottakerne av brevene. I teorikapittelet refererte jeg til Lund (2004) som påpekte at man i all kommunikasjon må ta hensyn til hva som er *hensiktsmessig* å si til en hver tid. Det har kanskje ingen *hensikt* å hilse leseren velkommen i brevets innlesning, men har det betydning for relasjonen som skapes mellom Lindorff og debitor? Jeg er ikke av den oppfatning at hvorvidt brevet innledes med hilseord eller ei, er det avgjørende elementet for relasjonsskapingen mellom Lindorff og debitor. Likevel sier slike språklige valg noe om posisjoneringen av leseren i teksten, og valget om å *ikke* hilse leseren velkommen kan gjenspeile Lindorff sitt syn på debitor som en ansiktsløs og upersonlig kommunikasjonsaktør.

Det viktigste uttrykket for tilstedeværelse, er etter mitt syn at Lindorff framstår som *tilgjengelige*. Kontaktinformasjonen er tydelig plassert i brevene, og debitor oppfordres opptil flere ganger i den løpende teksten om å ta kontakt med sine spørsmål. Denne tilgjengeligheten er det aller viktigste som Lindorff kan formidle i og med at de på denne måten *inviterer* debitor til å ta initiativ til å ta kontakt. Gjennom å gi debitor muligheten til å ta kontakt for å ytre sine klager, spørsmål eller frustrasjon, signaliserer også Lindorff at de ønsker en dialog med debitor på *debitors egne premisser*. Lindorff stiller på denne måten både tid og ressurser til rådighet for å hjelpe debitor. Lindorff inviterer til *forhandling*. Dette kan være forhandling i bokstavlig forstand i og med at debitor kan forhandle og diskutere sin inkassosak, eller partene kan *forhandle om mening* ved å foreksempel oppklare misforståelser, drøfte uenigheter og framlegge klager. Tilstedeværelsen som Lindorff uttrykker gjennom denne tilgjengeligheten er derfor det mest vesentlige som formidles gjennom betalingsoppfordringene.

Mine kontaktpersoner i Lindorff uttrykte tidlig et ønske om at jeg skulle forsøke å lokalisere bedriftens kjerneverdier i brevmalene. Lindorff ønsker at disse kjerneverdiene skal gjenspeiles i brevene. Kjerneverdiene tilstedeværelse analyserte jeg i kapittel 4.5. Det største



problemet når det kommer til kjerneverdiene, er at debitor ikke vektlegges nok i kjerneverdiene i utgangspunktet. Relasjonen Lindorff har med sine oppdragsgivere er formulert og konkretisert i kjerneverdien *Customer oriented*, mens forholdet til debitor kun inngår som en *del* av verdien *Caring*. Dette viser at Lindorff vektlegger forholdet til kundene og kreditor framfor relasjonen til debitor. Det er ikke opp til meg å drøfte hvorvidt dette er bevisst, ønsket eller av stor betydning. Men det kan være et problem at debitor vektlegges så lav verdi og at fokuset ikke er fordeles jevnt mellom kreditor og debitor. Som sagt utgjør Lindorff en mellommann som skal forhandle mellom kreditor og debitor. Så hvorfor vektlegges ikke debitor på lik linje med kreditor? Denne skjeve fokuseringen indikerer igjen det asymmetriske forholdet mellom partene, og debitor posisjoneres dermed som den kommunikasjonsaktøren som har minst å bidra med i situasjonen. Det bør være i Lindorff sin interesse å opprette en så hensiktsmessig og gunstig relasjon til debitor som overhodet mulig. Dette gjenspeiles ikke i kjerneverdiene, og dermed gjenspeiles det heller ikke i brevene.

Det er vesentlig at Lindorff er synlig i teksten og tilgjengelig for debitor. På samme måte er det viktig at Lindorff kommuniserer *med* debitor og gjør debitor synlig i teksten. Alle språklige valg påvirker denne dialogen, og bevisste valg omkring partenes tilstedeværelse i teksten er med på å skape og opprettholde ønsket relasjon til debitor.

## 5.3 Mengde informasjon og organisering

Noe av det første jeg påpekte, var hvorvidt det visuelle uttrykket i brevene bidro til en optimal kommunikasjon. Skrifttypen Arial kan med fordel byttes ut med en skrifttype som har serif, slik at lesingen av brevene blir enklere. Spesielt når brevene inneholder *mye* informasjon, blir det viktig at skrifttypen gjør det enklest mulig å lese, og ikke hemmer lesingen. Brevene framstår som rotete og inneholder for mye informasjon til at det *egentlige* budskapet kommer tydelig nok fram. Det er likevel bra at informasjonen i brevene presenteres kronologisk med det viktigste først. Dette er med på å kontekstualisere kommunikasjonen, og gir leseren mulighet til å med en gang oppfatte hva slags brev det er hun leser, hva brevets innhold dreier seg om, og hva avsenderen *egentlig* ønsker å formidle.

I brevet til firma- og privatdebitorer presenteres en kostnadsoversikt på side to i brevet, men i brevet til unge debitorer vises denne kostnadsoversikten på den første siden. Det kan dermed virke som om en slik kostnadsoversikt anses å være mindre viktig enn den øvrige teksten i brevet til firma- og privatdebitorer. Så hvorfor presenteres denne oversikten på brevets første side til unge debitorer? Det kan skyldes at en slik kostnadsoversikt betraktes som viktig informasjon og at unge debitorer har enklere for å forholde seg til konkret og eksakt informasjon enn kun en framvising av mulige konsekvenser. Rent språklig sett er det ikke mye å peke på i en slik oversikt. Min mening er at en slik oversikt er mye mer nyttig enn en mengde informasjon om *mulige* konsekvenser som for eksempel at strømmen forsvinner. Min erfaring tilsier at debitorer (og alle forbrukere for den del) ønsker å betale så lite som overhodet mulig. Derfor kan en slik oversikt være et nyttig redskap for å vise debitorer de *reelle* konsekvensene av å unnlate betaling.

Konfigurasjonskonvensjonen (Brudhold 2002: 67) er en tekstkonvensjon som innebærer at en teksts utseende også påvirker en leseres tolkning, og at utseendet på en tekst kan ha mye å si for den betydningen og meningen som leseren får ut av den. I dette inngår det også tanker om at leseren gjenkjenner sjangere ut i fra tidligere erfaringer med samme sjanger, og at en mottaker av et inkassobrev går brevet i møte med både forhåndskunnskap og egen oppfattelse av Lindorff som økonomisk aktør og avsender. Konfigurasjonskonvensjonen kan fortelle leseren hva slags tekst hun har i hendene, samtidig som sjangeren gir forventinger til hva som venter leseren med tanke på brevets innhold. Ved å ta dette til etterretning, kan en omorganisering av informasjon bedre det visuelle uttrykket både med tanke på utseende og plassering av essensiell informasjon. En mer bevisst utforming av brevene kan gjøre det enklere for Lindorff å formidle det *egentlige* budskapet og eliminere eventuelle forstyrrende elementer.

Hvor man velger på plassere ulike typer informasjon kan altså ha mye å si for hvordan brevet oppfattes, leses og forstås. For mange gjentakelser og opprømsing av den samme informasjonen flere ganger kan konstruere et inntrykk av debitor som en person som trenger å bli servert informasjonen så mange ganger som mulig og på så forskjellige måter som mulig.

Spesielt med tanke på tegneseriene som følges av tekstbolker som gjentar det som tegneseriene formidler. Derimot kan man tenke på tegneseriene som et smart og kreativt

forsøk på å formidle vanskelig informasjon på en mer lettfattelig måte som samtidig appellerer til unge debitorer.

I brevmalene som Lindorff bruker er ikke organiseringen av informasjonen et stort problem. Etter mitt syn er brevene sjangeretro og ser ut slik man *forventer* at et inkassobrev skal se ut. Man får presentert all den nødvendige informasjonen (om enn på en mer komplisert måte enn nødvendig) og den viktige kontaktinformasjonen kommer tydelig fram.

## 5.4 Oppsummering

Et dialogisk syn på kommunikasjon innebærer en fokusering på samhandling, og at mening og forståelse kun kan oppstå gjennom en dialog (skriftlig og muntlig) og en forhandling mellom kommunikasjonspartene. Etter min mening er et dialogisk utgangspunkt både en nyttig og velegnet tilnærming til å undersøke relasjonsskaping mellom ulike kommunikasjonsaktører.

Jeg har gått metodisk til verks med å analysere brevmalene, og inndelingen i fire ulike analysekategorier har hjulpet meg med å strukturere analysene. Hver analysekategori har fokusert på elementer i språket som er viktige fokusområder for relasjonsskaping. Analysekategoriene har sørget for å gi en dekkende analyse som tar for seg ulike, men like viktige, deler av materialet. Analysekategoriene la også grunnlaget for den analytiske begrensningen. Man kan ikke analysere *alt* i et materiale, og analysekategoriene, sammen med teorigrunnlaget, utgjorde på den måten en konkretisering av min analytiske tilnærming.

Hensikten med denne studien har vært å undersøke hvorvidt brevmalene som Lindorff bruker, egner seg til å skape hensiktsmessige relasjoner mellom Lindorff og debitorene. Det betyr at fokuset for Lindorff må være å opprette relasjoner til debitorene slik at debitor på enklest mulige måte skjønner hva som kreves av henne, slik at hun deretter velger å foreta seg det Lindorff etterspør. I dette inngår det at den relasjonen som skapes gjennom kommunikasjonen, er den mest hensiktsmessige for å møte kravene til situasjonen. Formålet med betalingsoppfordringene, og all kommunikasjon mellom Lindorff og debitor for øvrig, er at debitor skal betale kravet hun har utestående. Det er derfor mest *hensiktsmessig* at Lindorff

formidler sitt budskap på beste mulige måte for å få debitor til å gjøre nettopp det. Det blir derfor viktig for Lindorff å fokusere på å gjøre det enklest mulig for debitor å forstå inkassobrevet. Det er først når debitor *forstår* hva Lindorff prøver å formidle at hun kan *velge* hva hun ønsker å foreta seg videre. Hvorvidt relasjonen mellom Lindorff og debitor er god eller ei, er i utgangspunktet ikke avgjørende. Debitor kan både være sint, frustrert og misfornøyd med å ha havnet i en kjedelig inkassosituasjon, sannsynligvis kan man regne med at debitor ofte *er* nettopp det. Det er imidlertid *vesentlig* at relasjonen mellom partene er hensiktsmessig ved at debitor skjønner budskapet, at debitor skjønner konsekvensene, og at debitor ut fra brevet skjønner viktigheten av å foreta seg *noe*. Helst betales kravet, men dersom dette ikke er et alternativ, ønsker Lindorff å opprette en videre dialog med debitor for å forhandle fram en løsning som passer for dem begge.

Når jeg i problemformuleringen og den analytiske tilnærmingen fokuserte på *hensiktsmessige relasjoner*, var jeg på utkikk etter hvordan de språklige valgene som Lindorff har gjort i utformingen av brevmalene påvirket denne relasjonen. Studien av brevmalene i et sosiointeraksjonistisk lys ga muligheten for å fokusere på kommunikasjonen i et mikroperspektiv. Dette ga igjen resultater i form av å avdekke elementer i brevene som ikke fungerer optimalt for forståelse og meningsskaping. Posisjoneringsteori ga meg muligheten til å analysere hvordan partene posisjoneres i brevene, og hva dette kan bety for relasjonen og dermed forståelsen, mellom partene. Et dialogisk utgangspunkt med fokus på sosiointeraksjonisme og posisjoneringsteori har utgjort et solid og omfangsrikt teoretisk bakteppe som egner seg godt som analytisk utgangspunkt.

Gjennom å analysere brevmalene ut fra denne teoretiske innfallsvinkelen har jeg kunnet påpeke mikroelementer i brevene som ikke er så hensiktsmessige som det de kunne vært. Funnene fra analysen har resultert i en konklusjon om at den beste måten å kommunisere med debitorerne på, er å forenkle kommunikasjonen så mye som mulig. Den hensiktsmessige relasjonen mellom Lindorff og debitor påvirkes av hvordan Lindorff kommuniserer gjennom brevene. Valg av ordbruk, formuleringer og måten å strukturere brevene på kan derfor, som vist gjennom analysene, forenkles betraktelig fra slik de er i dag. Ved å eliminere språklige problempunkter kommuniserer Lindorff med debitor på beste mulige måte, og skaper større sjanse for at den relasjonen som gjenspeiles i brevene fører til at debitor *velger* å følge *oppfordringen* om å betale.

Det valgte teoretiske utgangspunktet, sammen med analysemetoden som beror på analysekategoriene, har definitivt gjort meg i stand til å besvare problemstillingen. Slik drøftingen har vist, er det *ordbruk og formulering, partenes tilstedeværelse i teksten, og organisering av informasjon* som danner hovedfunnene fra analysene, og det er disse elementene det må fokuseres på for å skape den mest hensiktsmessige relasjonen mellom Lindorff og debitor.

## 5.5 Oppgavens relevans

De resultatene jeg har kommet fram til gjennom analysen av betalingsoppfordring, er i første omgang ment å skulle utgjøre en forskjell for Lindorff og bidra til å forbedre den skriftlige kommunikasjonen mellom Lindorff og debitor. Men resultatene er også bidragsytere til forskningsfeltet som omhandler skriftlig kommunikasjon og institusjonell kommunikasjon. Det er skrevet flere masteroppgaver om brevet som kommunikasjonsform, noe jeg også viste til i kapittel 2.8. Men så langt jeg vet er det ikke skrevet masteroppgaver eller forsket på inkassobrev i et kommunikasjonsperspektiv. Likhetene mellom denne oppgaven og andre oppgaver som tar for seg skriftlig kommunikasjon, er likevel store. Viktigheten av riktig ordbruk og gode formuleringer vektlegges, og betydningen av å ta leserens perspektiv er gjennomgående. Mengde informasjon diskuteres også i samtlige oppgaver, og det konkluderes med at informasjonsmengden kun bør inkludere det aller nødvendigste. Det som skiller disse oppgavene mest fra min oppgave, er at jeg kun har fokusert på brevmalene som Lindorff sender til debitorerne. Jeg har ikke tatt i bruk sekundærmateriale som for eksempel intervju med saksbehandlere eller brukt andre informanter. Jeg *valgte* å ikke inkludere sekundært materiale i den studien av to grunner. For det første har jeg såpass lang arbeidserfaring fra Lindorff at jeg selv mente jeg var en god nok ”kilde” for å drøfte problemer og vanskeligheter som brevene har ført/fører til. Jeg mener også at man ikke trenger supplering fra sekundærmateriale for å kunne uttale seg og forske på skriftlig kommunikasjon. Jeg mener at de funnene som analysene har ført til, har vist nettopp dette. En tekstlig analyse trenger ikke tilleggmateriale for å være gyldig. Sekundærmateriale kan selvfølgelig være med på å nyansere primærmaterialet, men det er ikke nødvendig i alle tilfeller. I denne studien har jeg vist at det er fullt mulig å analysere brevmaler kun ut i fra det

tekstlige innholdet uten å vektlegge den muntlige dialogen som ofte omkranser en slik inkassosituasjon.

Gjennom analysene og bruken av de valgte teoretiske perspektivene, har jeg kommet fram til at inkassobrevene har flere forbedringspunkter. Den største mangelen som brevene har slik de er i dag, er at de ikke er utformet med tanke på *leseren*. Det framkommer i alle fall ikke slik i brevene. Brevene bidrar ikke godt nok til å opprette og opprettholde hensiktsmessige relasjoner til debitor, og de er formulert med vanskelig ordbruk og uten hensyn til leserens forståelse og meningsdannelse. Brevene kan med hell struktureres bedre med tanke på

informasjonspresentasjonen og en omorganisering av brevene kan gjøre det enklere for debitor å skille ut den viktigste informasjonen fra den mindre viktige. Denne oppgaven har vist viktigheten av tilstedeværelse i teksten, og bevissthet omkring hvordan man posisjonerer både seg selv og andre i en skriftlig sjanger.

### 5.5.1 Nytteverdien for Lindorff

Lindorff har en utfordrende posisjon når det gjelder kommunikasjon. Det trekantede forholdet mellom Lindorff, kreditor og debitor innebærer at bevisste valg må ligge til grunn i all kommunikasjon, både muntlig og skriftlig. Det er stor fokus på muntlig kommunikasjon i Lindorff, og de ansatte får til stadighet kurs og opplæring som omhandler nettopp dette. Den skriftlige kommunikasjonen er et fokuspunkt i vekst, men det er fortsatt mye som kan gjøres for å optimalisere den skriftlige tradisjonen som Lindorff benytter. Denne studien er forhåpentligvis et skritt i retning av en ny tankegang når det gjelder skriftlig kommunikasjon i Lindorff. Jeg har vist at fokuset på debitor må forbedres for at kommunikasjonen, den skriftlige *dialogen*, skal bli så hensiktsmessig som mulig. Denne studien av relasjonsskapingen gjennom brevmaler er nyttig fordi den vil øke bevisstheten omkring de avgjørelser man er nødt til å ta i prosessen med å utvikle brevmaler. Mottakeren og leseren av betalingsoppfordringene må taes mer hensyn til i utformingen av brevene – det er *leserens premisser* som må vektlegges og imøtekommes.

## 5.6 Hva mer kunne jeg tatt tak i?

Da jeg bestemte meg for, og fikk lov til, å bruke materiale fra Lindorff i masteroppgaven min, hadde jeg opprinnelig lyst til å ta utgangspunkt i et *mundtlig* materiale. Jeg ønsket å bruke opptak av samtaler mellom debitor og Lindorff sine saksbehandlere som grunnlag, og gjøre analyser for å avdekke vesentlige fokuspunkter i slike samtaler. Mine kontaktpersoner i Lindorff ytret imidlertid et ønske om at jeg heller skulle fokusere på den *skriftlige* kommunikasjonen, og især brevmalene. Jeg bestemte meg da for å bruke betalingsoppfordringene som materiale i og med at disse ofte utgjør den aller første kommunikasjonen i dialogen mellom Lindorff og debitor. Brevmalene har utgjort et spennende og interessant analysemateriale, og det er definitivt er materiale man kan undersøke i lys av teori og faglige perspektiver fra anvendt språkvitenskap.

Likevel er det mye jeg kunne gjort annerledes. Jeg kunne ha brukt et annet teoretisk utgangspunkt enn det jeg har gjort i denne oppgaven. Jeg kunne for eksempel analysert brevmalene med utgangspunkt i retorisk teori eller med fokus på rammeteori eller kommunikative prosjekt. Symbolsk interaksjonisme kunne også utgjort et interessant teoretisk bakteppe, og materialet kunne med fordel blitt analysert ut fra omdømme og markeds kommunikasjon. Det kunne også vært interessant å fokusere mer på brevmalene som sjanger i et diskurssamfunn. Å rette blikket oppover og innta en forskerposisjon på makronivå i stedet for mikronivå slik denne studien gjør, kunne vært nyttig for å belyse relevansen av kjennskap til ulike kommunikative sjangere innen profesjonell og institusjonell kommunikasjon.

Kommunikasjon kan undersøkes og analyseres ut fra mange ulike perspektiver og faglige ståsted. Når mitt valg falt på brevmaler av inkassobrev som materiale, var det i stor grad med på å avgjøre hvilket teoretisk utgangspunkt jeg ønsket. Jeg kunne likevel valgt en annen tilnærming ved å for eksempel åpne opp for flere aspekter ved tekstene. Jeg kunne ha intervjuet de ansatte i Lindorff som daglig er i kontakt med debitorer, og jeg kunne utført spørreundersøkelser for å bedre avdekke debitorennes meninger. En slik utvidelse av analysen vil kunne gi mer utfyllende svar omkring posisjoneringen av debitor gjennom brevmalene og om hvordan relasjonsskapingen fortoner seg. Det er i all hovedsak debitor som har vært fokuset i denne oppgaven, og derfor er det helt naturlig å kunne inkludere deres syn på

brevene i en studie av denne typen. Jeg kunne også supplert materialet med annet skriftlig materiale som Lindorff bruker i hverdagen. Dette kunne inkludert opplæringsmateriell, flere typer brev(maler), e-post- og nettkommunikasjon. Lindorff har mange ulike kommunikasjonsflater, og alle er verdige en gjennomgang og analytisk tilnærming fra et anvendt språkvitenskaplig ståsted.

Analysene av Lindorff-brevmalene har på mange måter resultert i funn som påpeker språklige elementer som ikke fungerer optimalt i kommunikasjonen mellom Lindorff og debitorerne. Som en forlengelse av denne studien kunne jeg gjerne tenke meg å fokusere mer på hvordan Lindorff på best mulige måte kan utvikle brevmalene til det bedre. Jeg kunne ha forbedret brevmalene ved å eliminere forstyrrende elementer og i tilfelle endre språkbruk, formulering og plassering av informasjon. På denne måten ville analysene jeg har utført i denne oppgaven fått et konkret resultat som Lindorff kunne tatt i bruk i kommunikasjon med debitorerne. Jeg kunne også brukt resultatene fra brevmalsanalysene til å produsere informasjonsmateriell til de ansatte i Lindorff. Eksempelvis kunne det vært aktuelt å utvikle *retningslinjer* for skriftlig kommunikasjon i Lindorff, med klare anvisninger, påminnelser og fokuspunkter for skriftlig kommunikasjon med både debitor og kreditor.



## Kapittel 6.

# Avslutning

I og med at alle som kommuniserer tar i bruk diskursive kunnskaper for å skape mening og forståelse, er det stor grunn til å tro at debitorene som oftest oppfatter brevene som Lindorff sender dem og agerer deretter. Det at betaling av et inkassokrav *ikke* skjer, kan ikke alene forklares på grunnlag av mangler eller feilaktigheter i brevene. Derimot er det klart at brevene inneholder forbedringspunkter, og spesielt dersom man har et dialogisk kommunikasjonsperspektiv som utgangspunkt. Innen dialogismen er fokuset på den dialogen som foregår *mellom* de som kommuniserer, og hvordan all mening, forståelse og forhandling skjer gjennom denne *dialogen*. Det sosiointeraksjonistiske perspektivet jeg har tatt i bruk i denne oppgaven har gjort det mulig å fokusere på språket på et mikronivå, og deretter avdekke språklige elementer som med hell kan forandres for å bedre imøtekomme debitorenes *lesing* av inkassobrevne.

Dersom man skal anse det retoriske kompasset som jeg viste til i kapittel 2.6.1 som en *fasit* på hvordan man skal utarbeide brev i institusjonell sammenheng, kan man si at Lindorff generelt sett har lyktes med å skape et brev som oppfyller ”kravene”. Likevel er det elementer i brevene som kan forbedres, spesielt når det gjelder mottakerbevissthet. Analysene av brevmalene har vist at det i all hovedsak fokuseres for lite på brevets mottakere, debitorene, og at Lindorff i større grad bør imøtekomme debitor på *debitorene sine premisser*. I dette inngår det nøye overveielser over hva brevene bør, skal og må inneholde, samt hvordan dette skal formidles.

## AVSLUTNING

---

Hvordan Lindorff posisjoneres gjennom å kommunisere som de gjør (både skriftlig og muntlig) kan kun avdekkes gjennom spørreundersøkelser og intervju av mennesker som har kjennskap til bedriften. Likevel nøler jeg ikke med å påstå at de brevene som Lindorff sender til sine debitorer, definitivt er med på å skape Lindorff sitt omdømme. Følgende sitat forklarer hvordan man best kan kommunisere for å bli forstått:

”Skal du få ditt budskap til å bli hørt, er den mest effektive måten å gjøre det så enkelt som overhodet mulig. Der er med kommunikasjon som arkitektur. Det enkleste er det mest virkningsfulle. Budskapet ditt skal være som et spyd som borer seg inn i mottakerens bevissthet. Du må kaster over bord alle argumenter som kan ha antydning til tvetydighet, gjør budskapet ditt enkelt, og når du har fått det så enkelt som du synes er mulig, så forenkler du det litt mer. Bare et overforenklet budskap har mulighet til å gjøre et varig inntrykk” (Ries & Trout 1991: 32).

Jeg mener at dette sitatet oppsummerer oppgaven min og analysefunnene på en glimrende måte: *Det enkleste er det mest virkningsfulle*. Dette gjelder både når det er snakk om en bedrifts omdømme og hvordan bedriften posisjonerer seg selv gjennom den måten de kommuniserer på, men også i brev av typen betalingsoppfordringer.

Mitt mål med denne studien er flerdelt. På den ene siden ønsker jeg at resultatene skal vitne om at en analyse ut fra et sosiointeraksjonistisk perspektiv på kommunikasjon både er hensiktsmessig og gunstig. Jeg ønsker også at resultatene skal være nyttige for Lindorff, og at de kan bidra til en bedre forståelse for at fokuset på riktig og *hensiktsmessig* kommunikasjon kan være avgjørende for utfallet. Samtidig ønsker jeg at oppgaven skal oppfattes som *et eksempel* på de mulighetene som kommunikasjonsforskning innebærer, og jeg har hele tiden ønsket av oppgaven skal ha en stor grad av overføringsverdi til andre fagfelt, materiale og institusjonelle situasjoner.

Jeg skulle gjerne ønske at denne oppgaven ga klare og konsise svar på hvordan Lindorff bør utforme sine brevmaler, og at oppgaven resulterte i en rettlede oppsummering med konkrete tiltak som forbedrer brevene. Oppgaven har utviklet seg til å heller påpeke hvilke elementer som *ikke* fungerer optimalt og hensiktsmessig framfor å påpeke hvordan brevene *bør* utformes. Jeg håper likevel at du som leser denne studien greier å se konklusjonene jeg mener å ha påpekt.

---

## Litteraturliste

- Albæk, L. (2001) ”Jeg sendte det lell...” *En analyse av kundekommunikasjonen i motorvognavdelingen i Gjensidige NOR Forsikring*. Hovedfagsoppgave, Institutt for språk- og kommunikasjonsstudier, Det historisk-filosofiske fakultet, NTNU.
- Andenæs, Ellen (2007): Snakk om kjønn og etnisitet. Teoretisk utgangspunkt og analytiske grep. S. 275-287 i Gunnarsson, Britt-Louise m fl: *Språk och kön i nutida och historisk perspektiv*. Uppsala universitetet: Skrifter utgivna av Institutionen för nordiska språk, 71. (12s).
- Andersen, Ø. og Steen, T. (2011). *Store Norske Leksikon (SNL), Marcus Tullius Cicero*. [online]. Tilgjengelig fra: [http://www.snl.no/Marcus\\_Tullius\\_Cicero](http://www.snl.no/Marcus_Tullius_Cicero). [Lastet ned 24. Februar 2011]
- Bakhtin, Mikhail M. (1979) *Spørsmålet om talegenrene*. Norsk oversettelse av Rasmus T. Slaatelid (2005). Oslo: Pensumtjeneste AS.
- Barker, C. (2004) *The SAGE dictionary of cultural studies*. London: SAGE publications Ltd.
- Bazerman, C. (2000) Letters and the Social Grounding of Differentiated Genres. I: D. Barton (Red.), *Letter writing as social practice*. (s. 15-29). Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Bhatia, V.K. (2004) *Worlds of written discourse*. London/New York: Continuum.
- Borgersen, T. og Ellingsen, H. (2004) *Flytende bilder. Bildet i skriftkulturen*. Oslo: J.W. Cappelens Forlag as.
- Brudholm, M. (2002) *Læseforståelse – hva og hvordan?* København: Alinea.
- Dysthe, O. (1996) Læring gjennom dialog – kva inneber det i høgare utdanning? I O. Dysthe (Red.). *Ulike perspektiv på læring og læringsforskning*.(s. 105-135). Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.

## LITTERATURLISTE

---

- Eco, U. (1994) *Seks turer i fortellingenes skoger*. Oslo: Tiden Norsk Forlag AS.
- Ede, L. og Lunsford, A. (1984) Audience Addressed/Audience Invoked: The Role og Audience in Composition Theory and Pedagogy. *College Composition and Communication*, volum 35, s. 155-177.
- Evensen, L.S. m.fl. (1991). Utvikling av skriftspråklig kompetanse: Forskningsbakgrunn og kunnskapsutfordringer. Trondheim: SESAM, s. 2-40.
- Evensen, J.P. og Simonsen, A.H. (2010) *SE! Lærebok i visuell journalistikk*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Frandsen, F. (2002) *Umberto Eco og semiotikken*. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Hermundsgård, M. (1999) *Fokus Bank og kundene. En sammenlignende analyse av posisjonering i tilsagnsbrev*. Hovedfagsoppgave, Institutt for språk- og kommunikasjonsstudier, Det historisk-filosofiske fakultet, NTNU.
- Hoel, T. L. (1997) Innoverretta og utoverretta skriveforskning og skriveteorier. I L. S. Evensen og T. L. Hoel (Red.), *Skriveteorier og skolepraksis*. (s. 3-44). Oslo: Cappelen/LNU.
- Jørgensen, M. W. og Phillips, L. (1999) *Diskursanalyse som teori og metode*. (1. Utgave). Fredriksberg: Roskilde Universitetsforlag/Samfundslitteratur.
- Kaspersen, V. (2001) "Dette til deres orientering..." *Analyse av avslagsbrev i Gjensidige Forsikring*. Hovedfagsoppgave, Institutt for språk- og kommunikasjonsstudier, Det historisk-filosofiske fakultet, NTNU.
- Koester, A. (2004) *The language of work*. Oxon: Routledge.
- Kolstrup, S., Agger, G., Jauert, P. og Schrøder, K. (2009) *Medie- og kommunikationsleksikon*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Lund, A. K. (2004) *Den forsømte kommunikation – brevet i organisationskommunikationen*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.
- Moghaddam, F. M., Harré, R og Lee, N. (2008) *Global Conflict Resolution Through Positioning Analysis*. New York: Springer Science+Business Media, LLC.
- Nystrand, M. (1982) The structure of Textual Space. I M. Nystrand (Red.), *What Writers Know. The Language, Process, And Structure of Written Discourse*. (1. utgave, s. 75-84). Florida: Academic Press, INC.
- Nystrand, M. (1983) The role of context in written communication. *The Nottingham Linguistic circular*, volum 12, s. 55-56.
- Nystrand, M. (1986) *The structure of written communication*. Orlando, FA: Academic Press.

- 
- Nystrand, M. (1992) Social interactionism vs. Constructionism: Bakhtin, Rommetveit and the semiotics of written text. I A. Heen Wold (Red.), *The dialogical alternative*, (s. 157-173). Oslo: Scandinavian University Press.
- Petterson, A (1990) *A Theory of Literary Discourse*. Lund: Lund University Press.
- Ries, A. og Trout, J. (1991) *Posisjonering – kampen om en plass i din bevissthet*. Oslo: Tano AS.
- Rommetveit, R. (1992) Outlines of a Dialogically Based Social-Cognitive Approach to Human Cognition and Communication. I A. Heen Wold (Red.), *The Dialogical Alternative: Towards a Theory of Language and Mind*. (1. Utgave, s. 19-44). Oslo: Scandinavian University Press (Universitetsforlaget AS).
- Sarangi, S. og Coulthard, M. (2000) *Discourse and social life*. Edinurgh; Pearson Education Limited.
- Sogstad, K. (2004) *Layout. Journalistisk presentasjon*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Svennevig, J. (2009) *Språklig samhandling. Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse*. (2. utgave). Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.
- Vagle, W., Sandvik, M. og Svennevig, J. (1993). *Tekst og kontekst. En innføring i tekstlingvistikk og pragmatikk*. Oslo: Cappelens Forlag.
- Vatn, G. Å. (1998) *Forståingsrom og relieff. Forhandling om mening i arbeidsbeskrivelser*. Doktorgradsavhandling, Institutt for anvendt språkvitenskap, Det historisk-filosofiske fakultet. NTNU.



# Vedlegg

Vedlegg 1. Betalingsoppfordring til privatdebitor	II
Vedlegg 2. Betalingsoppfordring til firmadebitor	IV
Vedlegg 3. Betalingsoppfordring til ung debitor	VI

Vedlegg 1. Betalingsoppfordring til privatdebitor



\$dok\_strekkode\_retur  
 \$mottaker\_navn  
 \$mottaker\_gateadr1  
 \$mottaker\_gateadr2  
 \$mottaker\_gateadr3  
 \$mottaker\_landkode \$mottaker\_postnr \$mottaker\_poststed

Sak nr: \$sak\_saksnr  
 \$savsender\_kontorsted, \$dok\_generert\_dato  
 Kontakt: \$savsender\_kontakt\_navn  
 Telefon: \$savsender\_kontakt\_tlfnr  
 Åpningslid: \$savsender\_åpningstid  
 \$savsender\_kontakt\_epostadr  
 (Vennligst skriv saksnr i emnefeltet)

\$sak\_rolle\_ledetekst \$sak\_rolle\_tekst  
 \$skyldner\_levadr \$skyldner\_levadr  
 Gjeld til: \$kunde\_navn, \$kunde\_gateadr1, \$kunde\_gateadr2, \$kunde\_gateadr3,  
 \$kunde\_landkode-\$kunde\_postnr \$kunde\_poststed  
 Kred. ref.: \$sak\_kundes\_refnr

**BETALINGSOPPFORDRING \$sak\_stenging\_ledetekst**

Etter oppdrag fra \$kunde\_navn ber vi deg betale forfalt gjeld i henhold til \$sak\_kravbeskr og spesifikasjon på baksiden. Kontakt oss dersom du har spørsmål vedrørende kravet.

Unnlatt betaling kan føre til ytterligere kostnader og rettslig innfordring kan iverksettes. Oversettes betalingsfristen i inkassoforskriftens §2-3, økes salæret.

Ubestridte krav rapporteres til kredittopplysningsbyråene etter gjeldende regler. Tvist om Inkassolovens regler er fulgt kan bringes inn for inkassoklagenemnda, jfr. Inkassoloven § 22.

**Kvittering**

Hovedkontor  
 \$savsender\_selskapsnavn  
 Innbetalt til konto Fyrstikkalén 1 NO 0661 OSLO  
 \$savsender\_bankkontonr  
 \$saksnummer \$sak\_saksnr  
 KID: \$giro\_kid  
 Beløp \$giro\_belop  
 Betalerens kontonummer  
 Blankettnummer \$giro\_blankettnr

Giro faks - Posten 1102

Riv her

Betalinginformasjon		<b>GIRO</b>	Betalingsfrist	\$giro_forfallsdato
Sak nr.: \$sak_saksnr		Underskrift ved girering		
IBAN : \$savsender_iban_kode		-----		
BIC : \$savsender_swift_kode		L		
KID : \$giro_kid		L		
Betalt av		Betalt til		
\$mottaker_navn		\$giro_avsender_navn		
\$mottaker_gateadr1		\$giro_avsender_gateadr1		
\$mottaker_gateadr2		\$giro_avsender_gateadr2		
\$mottaker_gateadr3		\$giro_avsender_gateadr3		
\$mottaker_landkode \$mottaker_postnr \$mottaker_poststed		\$giro_avsender_landkode \$giro_avsender_poststed		
Belast konto		Kvittering tilbake		
Kundeidentifikasjon (KID)	Kroner	Øre	Til konto	Blankettnummer
\$giro_kid	\$giro_belop	\$giro_ore	\$savsender_bankkontonr	\$giro_blankettnr





**Saksnr:** \$sak\_saksnr  
 Gjeld til: \$kunde\_navn  
 Kontonr: \$avsender\_bankkontonr Kid: \$giro\_kid  
 Kontaktinfo: \$avsender\_kontakt\_navn Til:\$avsender\_kontakt\_llfnr  
 \$avsender\_kontorsted, \$dok\_generert\_dato

Vi gir nå en siste frist for å ajourbetale kravet ved innbetaling av NOK \$ajourbet\_belop innen 14 dager. I denne saken vurderer vi å bruke utreder.

\$sak\_stenging\_ri\_tekst1  
 \$sak\_stenging\_ri\_tekst2

Salær for purring/inkassovarsel blir fakturert på neste ordinære terminfaktura med NOK .

Nedenfor følger oppstilling over kravet. Dersom du mener at kravet er urettmessig, må dette meddeles oss innen betalingsfristen. Grunnlag for hovedkravet kan fås ved henvendelse til oss.

Hovedkrav	NOK	\$sak_hsto_rest
Påløpte renter før inkasso	"	\$sak_renter_fast
Renter fra \$sak_eldste_rentefradato til \$sak_rentefradato	"	\$sak_renter_fast_minus_fast
med forsinkelsesrentesats \$sak_rentesats %		
Kreditors omkostninger	"	\$sak_omkost_rest
Inkassosalær	"	\$sak_salar_rest
Hittil påløpne rettsgebyr	"	\$sak_gebyr_rest

<u>SUM</u>	NOK	<u>\$sak_saldo</u>
------------	-----	--------------------

I tillegg kommer forsinkelsesrenter av hovedkravet fra brevets dato fram til betaling skjer. Ta kontakt med oss for oppdatert rentesaldo pr. betalingsdato.

Med vennlig hilsen

\$avsender\_selskapsnavn

Vedlegg 2. Betalingsoppfordring til firmadebitor



\$dok\_strekkode\_retur  
 \$mottaker\_navn  
 \$mottaker\_gateadr1  
 \$mottaker\_gateadr2  
 \$mottaker\_gateadr3  
 \$mottaker\_landkode \$mottaker\_postnr \$mottaker\_poststed

Sak nr: \$sak\_saksnr  
 \$avsender\_kontorsted, \$dok\_generert\_dato  
 Kontakt: \$avsender\_kontakt\_navn  
 Telefon: \$avsender\_kontakt\_tlfnr  
 Åpningstid: \$avsender\_åpningstid  
 \$avsender\_kontakt\_epostadr  
 (Vennligst skriv saksnr i emnefeltet)

\$sak\_rolle\_ledetekst \$sak\_rolle\_tekst  
 \$skyldner\_levadr \$skyldner\_levadr  
 Gjeld til: \$kunde\_navn, \$kunde\_gateadr1, \$kunde\_gateadr2, \$kunde\_gateadr3,  
 \$kunde\_landkode-\$kunde\_postnr \$kunde\_poststed  
 Kred. ref.: \$sak\_kundes\_refnr

**BETALINGSOPPFORDRING \$sak\_stenging\_ledetekst**

Vi ber, etter oppdrag fra \$kunde\_navn, om innfrielse av forfalt gjeld i henhold til \$sak\_kravbeskr og spesifikasjon på baksiden. Henvendelser om kravet rettes til vårt kontor.

Unnlatt betaling kan føre til ytterligere kostnader og rettslig innfordring kan iverksettes. Oversettes betalingsfristen i inkassoforskriftens §2-3, økes salæret.

Ubestridte krav rapporteres til kredittopplysningsbyråene 30 dager etter dagens dato.

\$sak\_stenging\_ri\_tekst1  
 \$sak\_stenging\_ri\_tekst2

**Kvittering**

Innbetalt til konto Hovedkontor \$aks nr.: \$sak\_saksnr  
 \$avsender\_selskapsnavn KID: \$giro\_kid  
 Fyrstikkallén 1 Beløp Betalerens kontonummer Blankettnummer  
 NO 0661 OSLO \$avsender\_bankkontnr \$giro\_belop \$giro\_blankettnr  
 \$avsender\_fax\_no \$avsender\_selskap\_orgrv

Riv her

Betalingsinformasjon	<b>GIRO</b>	Betalingsfrist	\$giro_forfallsdato
Sak nr.: \$sak_saksnr	Underskrift ved girering		
IBAN : \$avsender_iban_kode			
BIC : \$avsender_swift_kode			
KID : \$giro_kid			
Betalt av	Betalt til		
\$mottaker_navn	\$giro_avsender_navn		
\$mottaker_gateadr1	\$giro_avsender_gateadr1		
\$mottaker_gateadr2	\$giro_avsender_gateadr2		
\$mottaker_gateadr3	\$giro_avsender_gateadr3		
\$mottaker_landkode \$mottaker_postnr \$mottaker_poststed	\$giro_avsender_landkode \$giro_avsender_postnr \$giro_avsender_poststed		
Belast konto		Kvittering tilbake	<input type="checkbox"/>
Kundeidentifikasjon (KID)	Kroner	Øre	Til konto
\$giro_kid	\$giro_belop	\$giro_siff	\$avsender_bankkontnr \$giro_blankettnr



**Saksnr:** \$sak\_saksnr  
 Gjeld til: \$kunde\_navn  
 Kontonr: \$savsender\_bankkontonr Kid: \$giro\_kid  
 Kontaktinfo: \$savsender\_kontakt\_navn Tlf:\$savsender\_kontakt\_llfnr  
 \$savsender\_kontorsted, \$dok\_generert\_dato

Salær for purring/inkassovarsel blir fakturert på neste ordinære terminfaktura med NOK .

Nedenfor følger oppstilling over kravet. Dersom kravet er urettmessig, må dette meddeles innen betalingsfristen.

Hovedkrav	NOK	\$sak_hstol_rest
Påløpte renter før inkasso	"	\$sak_renter_fast
Renter fra \$sak_eldste_rentefradato til \$sak_rentefradato	\$sak_renter_fast	\$sak_renter_fast minus_fast
med forsinkelsesrentesats \$sak_rentesats %		
Kreditors omkostninger	"	\$sak_omkost_rest
Inkassosalær	"	\$sak_salar_rest
Hittil påløpne rettsgebyr	"	\$sak_gebyr_rest
<u>SUM</u>	<u>NOK</u>	<u>\$sak_saldo</u>

Med vennlig hilsen

\$savsender\_selskapsnavn

Vedlegg 3. Betalingsoppfordring til ung debitor



\$dok\_strekkode\_retur  
 \$mottaker\_navn  
 \$mottaker\_gateadr1  
 \$mottaker\_gateadr2  
 \$mottaker\_gateadr3  
 \$mottaker\_landkode \$mottaker\_postnr \$mottaker\_poststed

**Sak nr: \$sak\_saksnr**  
 \$savsender\_kontorsted, \$dok\_generert\_dato  
 Kontakt: \$savsender\_kontakt\_navn  
 Telefon: \$savsender\_kontakt\_tlfnr  
 Åpningstid: \$savsender\_apningstid  
 \$savsender\_kontakt\_epostadr  
 (Vennligst skriv saksnr i emnefeltet)

\$sak\_rolle\_ledetekst \$sak\_rolle\_tekst  
 \$skyldner\_levadr \$skyldner\_levadr  
 Gjeld til: \$kunde\_navn, \$kunde\_gateadr1, \$kunde\_gateadr2, \$kunde\_gateadr3,  
 \$kunde\_landkode-\$kunde\_postnr \$kunde\_poststed  
 Kred. ref.: \$sak\_kundes\_refnr

**BETALINGSOPPFORDRING**

Dette kravet er fra \$kunde\_navn og gjelder ubetalt \$sak\_kravbeskr.

Ubetalt beløp	NOK \$sak_hstol_rest	
Renter som følge av forsinket betaling	"\$sak_renter_rest	Beregnet slik: \$sak_rentesats% fra \$sak_eldste_renteledatato
Krav som følge av inkassoinndriving	„ \$sak_salar_rest	Beregnet slik: 0 x 610 (lovbestemt inkassosats)
<b>Totalt skyldig beløp</b>	<b>NOK \$sak_saldo</b>	

Dersom du ikke betaler det totale beløpet innen fristen nedenfor, kan det føre til at ytterligere kostnader blir lagt til totalbeløpet du skylder i dag, og det kan føre til rettslig inndriving av kravet.

Vi ber om at du betaler totalt skyldig beløp innen fristen. Er du ikke enig i kravet vi har presentert over, må du si i fra til oss senest innen 14 dager. Vi gjør oppmerksom på at du har rett til å kreve behandling av klage på inkassoinndrivelsen i Inkassoklagenemnda, (jf inkassolovens § 22.)

**Kvittering**

Innbetalt til konto	Hovedkontor \$savsender_selskapsnavn Fyrstikkallen 1 NO 0661 OSLO Fax: \$savsender_fax_no E-post: \$savsender_selskap_orgrnr	Sak nr.: \$sak_saksnr KID: \$giro_kid Beløp	Betalerens kontonummer	Blankettnummer
\$savsender_bankkonto		\$giro_belop		\$giro_blankettnr

Riv her

Betallingsinformasjon		<b>GIRO</b>	Betallingsfrist	\$giro_forfallsdato
Sak nr.: \$sak_saksnr		Underskrift ved girering		
IBAN : \$savsender_iban_kode		L		
BIC : \$savsender_swift_kode		Betalt til		
KID : \$giro_kid		L		
Betalt av		L		
\$mottaker_navn		\$giro_avsender_navn		
\$mottaker_gateadr1		\$giro_avsender_gateadr1		
\$mottaker_gateadr2		\$giro_avsender_gateadr2		
\$mottaker_gateadr3		\$giro_avsender_gateadr3		
L \$mottaker_landkode \$mottaker_postnr \$mottaker_poststed		L \$giro_avsender_landkode \$giro_avsender_postnr \$giro_avsender_poststed		
Belast konto			Kvittering tilbake	<input type="checkbox"/>

H | Kundidentifikasjon (KID) | Kroner | Øre | Til konto | Blankettnummer

H | \$giro\_kid | \$giro\_saldo | \$sak\_saksnr | \$savsender\_bankkonto | \$giro\_blankettnr >



Saksnr: \$sak\_saksnr  
 Gjeld til: Skunde\_navn  
 Kontonr: Savsender\_bankkontonr Kid: \$giro\_kid  
 Kontaktinfo: Savsender\_kontakt\_navn Til:\$avsender\_kontakt\_llfnr  
 Savsender\_kontorsted, \$dok\_generert\_dato

**Opp med hodet, ut av sanda, fram med nettbanken!**



- Glem strutsetaktikken, det hjelper ikke å stikke hodet i sanden. Giroen er fortsatt i live, når du stikker hodet opp for luft. Mange håper det hjelper å kaste eller ignorere påminnelsen de har fått om at de skylder noen penger. Profesjonelle aktører har stramme rutiner for å følge opp ubetalte krav, og gir deg ikke noe pusterom om du lar være å ta kontakt.



- Betaler du regningene, kan du fortsatt nyte godt av det du har i kjøleskapet holder seg duggfriskt. Kanalene vises, når du slår på tv'n. Føneren virker, når du plugges i kontakten. Mange håper at alt går sin vante gang om en bare sitter stille som mus, og tar det som en selvfølge at de ytelsene en nyter godt av i hverdagen forblir tilstede. Profesjonelle aktører leverer deg det du har bestilt, men bare hvis du faktisk betaler for det. Går strømregninga i søpla, forsvinner strømmen.

**Det koster å la regningen ligge:**

Denne illustrasjonen stopper før pengene du skylder går til inndrivning i rettsapparatet

NOK \$sak_hstol_rest står ubetalt ved forfall	Purring kan sendes deg	Inkassovarsel må sendes deg	Saken går til inkasso (betalingsopfordring)	Før oversendelse til rettslig inndrivning
\$sak_eldste_rentefradato	NOK			
30.01.2011		NOK		
13.02.2011			NOK	
13.03.2011				NOK
Renter fra				NOK

\$sak\_eldste\_rentefradato  
 Du skylder **NOK \$sak\_hstol\_rest**. Etter ca 2 1/2 mnd skylder du **NOK** \$sak\_rentesats %