

VASA UNIVERSITET

Filosofiska fakulteten

Taru Suutari

Möjligheternas hus!

Rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonser i ett syntaktiskt och
lexikaliskt perspektiv

Avhandling pro gradu i svenska språket

Vasa 2012

INNEHÅLL	
TABELLER	2
TIIIVISTELMÄ	5
1 INLEDNING	7
1.1 Syfte	8
1.2 Material	10
1.3 Metod	11
1.4 Tidigare forskning	12
2 TEORETISKA PERSPEKTIV PÅ FACKSPRÅK, TEKNOLEKT OCH MINILEKT	14
2.1 Begreppen <i>fackspråk</i> och <i>teknolekt</i>	14
2.2 Begreppet <i>minilekt</i>	16
2.3 Kännetecknande drag för minilekter	17
2.3.1 Syntaktiska drag	18
2.3.2 Strukturella drag	19
2.3.3 Lexikaliska drag	20
3 BOSTADSANNONSER SOM TEXT	22
3.1 Sju sätt att definiera en text	22
3.2 Texter med praktiska syften	24
3.3 Kommunikationsprocess	25
4 SYNTAKTISK NIVÅ	28
4.1 Meningslängd	30
4.1.1 Antalet ord per mening	31
4.1.2 Antalet sats per mening	36
4.1.3 Antalet ord per sats	38
4.2 Meningstyper	40
4.2.1 Icke satsformade meningar	40
4.2.2 Satsformade meningar	43
4.2.3 Övriga meningar	44

4.3 Meningsstruktur	45
5 LEXIKALISK NIVÅ	50
5.1 Verb	50
5.1.1 Användning av verb i bostadsannonser	51
5.1.2 De vanligaste verben	54
5.2 Substantiv	56
5.2.1 Användning av substantiv i bostadsannonser	57
5.2.2 De vanligaste substantiven	60
5.3 Adjektiv	64
5.3.1 Användning av adjektiv i bostadsannonser	64
5.3.2 De vanligaste adjektiven	67
6 SAMMANFATTANDE DISKUSSION	71
LITTERATUR	75
BILAGOR	
Bilaga 1. En bostadsannons från erikolsson.se	78
Bilaga 2. En bostadsannons från husmanhagberg.se	79
Bilaga 3. En bostadsannons från huoneistokeskus.fi	80
Bilaga 4. En bostadsannons från skv.fi	81
TABELLER	
Tabell 1. Den genomsnittliga meningsländen i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna och i jämförelsematerialet	32
Tabell 2. Fördelningen av meningarna i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna enligt antalet ord per mening	34
Tabell 3. Det genomsnittliga satsantalet i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna och i jämförelsematerialet	37
Tabell 4. Fördelningen av satserna i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna	38
Tabell 5. Den genomsnittliga satslängden i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna och i jämförelsematerialet	39

Tabell 6.	Meningarna med olika typer av struktur i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna	46
Tabell 7.	Förekomsten av verb i bostadsannonserna	52
Tabell 8.	De fem vanligaste verben i det rikssvenska och finlandssvenska materialet	54
Tabell 9.	Förekomsten av substantiv i bostadsannonserna	59
Tabell 10.	De tio vanligaste substantiven i det finlandssvenska materialet	60
Tabell 11.	De tio vanligaste substantiven i det rikssvenska materialet	62
Tabell 12.	Förekomsten av adjektiv i bostadsannonserna	67
Tabell 13.	De tio vanligaste adjektiven i det rikssvenska och finlandssvenska materialet	68

VAASAN YLIOPISTO**Filosofinen tiedekunta**

Tekijä:	Taru Suutari
Pro gradu -tutkielma:	Möjligheternas hus! Rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonser i ett syntaktiskt och lexikaliskt perspektiv
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Oppiaine:	Ruotsin kieli
Valmistumisvuosi:	2012
Työn ohjaaja:	Harry Lönnroth

TIIVISTELMÄ:

Tutkielmani ensisijaisena tarkoituksena on tarkastella riikinruotsalaisissa ja suomenruotsalaisissa asuntoilmoituksissa ilmeneviä lauseopillisia ja sanastollisia yhtäläisyyksiä ja/tai eroavaisuuksia. Toissijaisena tarkoitukseni on ottaa selvää, missä määrin asuntoilmoitukset toteuttavat minilekteille asetettuja ehtoja. Aineistoni koostuu 100 elektronisesta asuntoilmoituksesta. Vertailuaineistona käytän Marianne Nordmanin minilekteistä (1994) sekä Johanna Rantamäen pro gradu -tutkielmaa sanomalehtien asuntoilmoituksista (2002).

Lauseopin osalta selvitän, mikä on asuntoilmoituksissa käytettyjen virkkeiden keskimääräinen pituus ja mitä virkerakennetta teksteissä suositaan. Tutkimustulokset osoittavat, että asuntoilmoituksissa käytetään tavallisesti hyvin lyhyitä virkkeitä. Ilmoituksille on myös ominaista, että virkkeet rakentuvat pääsääntöisesti vain yhdestä päälauseesta ja että sivulauseet ovat harvinaisia. Tulosten perusteella voidaan todeta, että riikinruotsalaisten ja suomenruotsalaisten asuntoilmoitusten välillä on tuskin havaittavia eroja. Lisäksi asuntoilmoitukset näyttäisivät lauseopillisesti noudattavan säännönmukaisia minilektejä.

Sanaston tutkimuksessa keskityn tarkastelemaan verbejä, substantiiveja ja adjektiiveja. Tulosten perusteella substantiivit ovat merkittävin sanaluokka asuntoilmoituksissa, kun taas verbit ovat vähälukuisin ja jäävät substantiivien varjoon. Verbien vähäisyyteen vaikuttavat muun muassa vaillinaiset lauseet, joista puuttuu usein predikaatti. Substantiivien ja adjektiivien kautta asunnonostajille välittyy kaupanteon kannalta tärkein tieto myyntikohteesta. Ilmoituksille on ominaista, että niissä on muiden minilektien tapaan rajoitettu määrä erilaisia verbejä, substantiiveja ja adjektiiveja, joista osa on lisäksi suositumpia kuin toiset.

Tutkielmassani käytän pääasiassa kvantitatiivista metodologiaa. Käytän myös kvalitatiivista ja komparatiivista metodologiaa, kun analysoin ja vertailen aineistojen tutkimustuloksia. Esittelen saadut tulokset taulukoissa, joista ilmenevät tutkittujen piirteiden absoluuttiset ja prosentuaaliset arvot. Havainnollistan tutkimustuloksia myös asuntoilmoituksista poimittujen esimerkkien avulla.

AVAINSANAT: bostadsannonser, lexikon, minilekt, syntax

1 INLEDNING

Vid något tillfälle i våra liv kommer vi alla säkert i kontakt med bostadsannonser. I dag är detta i själva verket nästan ofrånkomligt eftersom bostäderna utöver i dagstidningar också annonseras i fönster på banker, på Internet och till och med på television. Att köpa en bostad är en av de största och viktigaste händelserna i våra liv. Den som letar efter en ny bostad analyserar vanligen noggrant den information som står i en bostadsannons. För att det ska bli en så kallad lyckad matchning mellan säljaren och köparen är det viktigt att budskapet i bostadsannonserna förmedlas tydligt och problemfritt.

Språket i bostadsannonser kännetecknas av många fenomen som är typiska för så kallade minilekter, till exempel en formaliserad syntax och ett begränsat ordförråd. Minilekterna är syntaktiskt, lexikaliskt och strukturellt konventionaliserade språkformer som används av en begränsad grupp experter eller som kopplas till ett begränsat specialområde. Dessa språk regleras av en medveten eller omedveten fackspråklig språkplanering. (Nordman 1993: 69, 1994: 10, 37.) Vad beträffar bostadsannonser händer språkplaneringen omedvetet. Den omedvetna fackspråkliga språkplaneringen händer i någon mån spontant fast man strävar efter att hålla kvar ett effektivt språkbruk. Däremot försöker man med den medvetna fackspråkliga språkplaneringen att avsiktligt skapa så fullständiga minilekter som möjligt. Språkplaneringen är alltså strikt målinriktad och den gäller endast språk med ett speciellt användningsändamål, till exempel *seaspeak*. (Nordman 1993: 74, 78.)

De aktiva språkbrukarna är själva ansvariga för den omedvetna språkplaneringen (Nordman 1993: 70). För bostadsannonsernas del betyder det att fastighetsmäklarna som dagligen utarbetar objektbeskrivningar också styr den språkliga utvecklingen hos dessa texter. I denna avhandling kommer jag att studera syntax och lexikon i elektroniska bostadsannonser. Som material för undersökningen använder jag professionella bostadsannonser vilket betyder att de är utarbetade av experter, fastighetsmäklare (jfr privata annonsörer).

Numera när bostadsannonserna har hittat sin väg till allt flera medier och når ännu flera människor än till exempel för 10–15 år sedan, är det intressant att utreda huruvida annonserna är språkligt så förutsägbara och enhetliga som man är van vid. Eftersom tempot i bostadsmarknaden i dag är högt, är det nämligen tänkbart att fastighetsmäklarna inte längre har tillräckligt med tid att beakta de krav som den omedvetna fackspråkliga språkplaneringen förutsätter. Det som man normalt förväntar sig av en bostadsannons är att den är en kortfattad men innehållsrik, enkel text som väcker positiva känslor och köplust hos läsaren. Jag vill kartlägga hurdant helhetsintryck moderna elektroniska bostadsannonser förmedlar. Tyngdpunkten i min analys ligger på syntaktiska och lexikaliska aspekter.

1.1 Syfte

Bostadsannonser representerar en språkform som hör till kategorin minilekter och kan klassificeras som facktexter. Ordet *minilekt* används för att syfta på ”en liten språkvariant” (Nordman 1994: 12). I föreliggande undersökning har jag som syfte att analysera syntax och lexikon i rikssvenska och finlandssvenska elektroniska bostadsannonser. Jag kommer att studera hur de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna eventuellt liknar eller skiljer sig från varandra vad gäller syntax och lexikon. Samtidigt utreder jag också i vilken mån bostadsannonserna uppfyller de syntaktiska och lexikaliska krav som traditionellt ställs på en minilekttext. Senare i avsnitt 2.3.1 och 2.3.3 om minilekternas kännetecknande drag kommer det fram hurdana de krav som riktas mot minilekterna är.

Jag kommer att utföra undersökningen på så sätt att jag studerar de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna bredvid varandra på syntaktisk och lexikalisk nivå. Dessa undersökningsnivåer har jag valt därför att de i alla minilekter vanligen visar stereotypi. Stereotypin kan synas starkt på de båda nivåerna eller endast på den ena nivån. (Nordman 1994: 38.) Syntax och lexikon är intressanta forskningsobjekt också av den anledningen att det ofta beror på dem om kommunikationen mellan minilektens sändare och mottagare löper smidigt eller inte (se Nordman 1994).

Temat för avhandlingen hör hemma inom området fackspråk fastän bostadsannonserna språkligt befinner sig i skärningspunkten mellan fackspråk och allmänspråk. Inledningsvis i kapitel 2 kommer jag sålunda att anlägga teoretiska perspektiv på fackspråk och speciellt på minilekter för att det skulle vara lättare att få en tydlig uppfattning om undersökningens resultat. Därtill kommer jag i kapitel 3 att redogöra kort för hurdana texter bostadsannonserna i allmänhet är. Undersökningen av materialet har jag indelat i två huvudkapitel där jag redogör för analysen och analysresultaten.

I kapitel 4 inleder jag undersökningen av materialet genom att granska bostadsannonsernas syntaktiska drag. Med *syntax* avser jag det sätt på vilket orden förbinds till fraser, satser och meningar (Hellspong 2001: 27). I kapitel 4 står satser och meningar i fokus. Jag kommer speciellt att fästa uppmärksamhet vid satsernas och meningarnas längd samt meningarnas struktur. Som utgångspunkt vid granskning av annonsernas syntax använder jag de grammatiskt centrala begreppen *ord*, *sats* och *mening* som jag kommer att definiera i början av kapitel 4.

I kapitel 5 om bostadsannonsernas lexikon eller ordförråd har jag som mål att studera de tre mest frekventa och viktigaste ordklasserna i svenska texter: verb, substantiv och adjektiv (Nordman 1994: 68, 145). Jag kommer att utreda vilken av dessa ordklasser som dominerar i annonserna. Mängden av verb, substantiv och adjektiv varierar mycket i olika slags texter men statistiken om deras användning kan lyfta fram generella drag i språkbruket och berätta hur bostadsannonserna är skrivna. I samma kapitel granskar jag även vilka de vanligaste verben, substantiven och adjektiven som fastighetsmäklarna utnyttjar i bostadsannonserna är.

På basis av den kännedom som jag har skaffat mig om bostadsannonser och minilekter har jag vissa antaganden om undersökningsresultatet. Framför allt antar jag att bostadsannonserna visar stark stereotypi på de båda nivåer som jag kommer att granska. Syntaxen i bostadsannonserna är antagligen relativt begränsad vilket syns genom användningen av så kallad telegrafisk stil (Nordman 1994: 40). Den telegrafiska stilen innebär nämligen ofta att satserna är ofullständiga eftersom

antingen subjektet eller predikatet har utelämnats. Jag förväntar mig dessutom att huvudsatserna dominerar starkt jämfört med bisatserna. Meningslängden i annonserna förhåller sig säkert kort för den är en grundförutsättning såväl för annonstexterna som för minilekterna (Bergström 2001: 147–148). Vag gäller lexikon har bostadsannonserna utan tvivel ett begränsat urval av områdesspecifika verb, substantiv och adjektiv. Antagligen spelar speciellt beskrivande, värderande och känsloladdade adjektiv en central roll i objektbeskrivningar för de har en stor betydelse för hurdan bild av objektet som förmedlas till den potentiella köparen.

1.2 Material

Som material för undersökningen har jag 50 finlandssvenska och 50 rikssvenska bostadsannonser i elektronisk form. Motivering till val av elektroniskt material är att bostadsannonseringen idag alltmer äger rum på Internet. Det rikssvenska materialet har jag hämtat på bostadssajterna *erikolsson.se* (EO) och *husmanhagberg.se* (HH). Det finlandssvenska materialet har jag i stället hämtat på de finländska bostadssajterna *huoneistokeskus.fi* (HK) och *skv.fi* (SKV) som betjänar sina kunder också på svenska. Jag har valt materialet ur dessa källor därför att Erik Olsson Fastighetsförmedling och Husman & Hagberg hör till Sveriges största fastighetsmäklare medan Huoneistokeskus och SKV är två av de ledande fastighetsförmedlingsföretagen i Finland (Erik Olsson 2011; Huoneistokeskus 2011; HusmanHagberg 2011; SKV 2011). Orsaken till att jag inte studerar bara rikssvenska eller finlandssvenska bostadsannonser är att jag vill studera bostadsannonser från hela det svenska språkområdet. Dessutom vill jag reda ut om de olika källorna har sina egna konventioner när det gäller bostadsannonser.

Materialet för min undersökning har jag samlat in i oktober och november 2011. Jag har valt med endast de nyinkomna försäljningsobjekten. I sin helhet omfattar materialet 100 bostadsannonser, det vill säga 25 annonser från varje bostadssajt. Jag anser att materialet är tillräckligt stort för att dra slutsatser av det språk som används i elektroniska bostadsannonser. Materialet är ändå för litet för att jag kan göra

generaliseringar om bostadsannonsernas syntax och lexikon.

Jag har valt bostadsannonserna så att objekttyperna *höghus*, *rad-/kedjehus* och *villa* finns representerade. Utanför undersökningen har jag lämnat försäljningsobjekten *tomt*, *fritidshus* och *lokaler*. För den syntaktiska och lexikaliska analysen kommer jag att utnyttja endast bostadsannonsernas deskriptiva textavsnitt samt eventuella inledningsfraser och inledningsrubriker, alltså de textavsnitt som ger information om rumantal, speciella karaktär/egenskaper, miljö, natur, läge och tillgång till service (se bilaga 1, 2, 3 och 4). I fokus står det med andra ord de textavsnitt där de stereotypiska dragen antagligen framträder starkast.

1.3 Metod

För att kunna uppnå de målsättningar som jag har med denna undersökning är valet av en lämplig forskningsmetod ytterst viktigt. Rolf Ejvegård (2009: 33) definierar *metod* som ”ett vetenskapligt sätt att närma sig det ämne man skall skriva om och hur man ämnar behandla ämnet”. Valet av metod kommer i hög grad att påverka hur jag lyckas besvara mina frågeställningar. Det som avgör vilken metod forskaren ska använda är undersökningens syfte och material. (Holme & Solvang 1991: 76.)

I denna undersökning har jag valt att använda mig av en kvantitativ och kvalitativ metod för att öka undersökningens tillförlitlighet (Holme & Solvang 1991: 86). En kvantitativ metod är att föredra då man kvantifierar data, det vill säga arbetar med siffror (Ejvegård 2009: 38). Jag utnyttjar den kvantitativa metoden då jag vill få svar på hur frekvent de olika syntaktiska och lexikaliska dragen förekommer i materialet. Det kvantifierade materialet kommer jag därefter att omvandla till statistik med hjälp av vilken jag kan utföra kvalitativa beskrivningar om språket i bostadsannonserna. En fördel med den kvalitativa metoden är att jag med den kan fördjupa mig i mitt material och ge motiveringar för de språkliga val som textskaparna har gjort (Holme & Solvang 1991: 78). Eftersom materialet i undersökningen är tudelat, utnyttjar jag

även en komparativ metod för att utreda om det finns skillnader och/eller likheter mellan det rikssvenska och finlandssvenska materialet.

Genom att använda de tre ovan nämnda metoderna får jag möjlighet att analysera materialet nyanserat i olika perspektiv (Holme & Solvang 1991: 86). Den mest centrala rollen i undersökningen spelar ändå den kvantitativa metoden eftersom språket i stor utsträckning analyseras med hjälp av statistik.

I analyskapitlen 4 och 5 använder jag rikligt med exempel ur materialet och i de flesta fall också tabeller för att presentera undersökningsresultatet på ett överskådligt sätt. Av tabeller framgår både procentandelarna och de absoluta antalen för de undersökta dragen. Jag vill påpeka att alla kursiveringar i exemplen är av mig. Med kursiveringarna vill jag lyfta fram ord som har en central roll i det aktuella exemplet.

1.4 Tidigare forskning

Studier i minilekter har intresserat forskare inom det fackspråkliga fältet under en relativt kort tid. De små speciella textgenrer som kallas för minilekter har ändå funnits i flera århundraden, till exempel läkarnas recept har funnits redan på 1100-talet (Nordman 1994: 7). Enligt Marianne Nordman (1994: 51) har forskarna mest koncentrerat sig på minilekten i väderrapporter och börsnoteringar. Min motivering för valet av bostadsannonser är att bostadsannonserna ännu inte har fått en så stor uppmärksamhet inom minilektforskningen. Jag hoppas att min undersökning kan bidra med något nytt om språket i bostadsannonser eller väcka intresse för forskning inom området.

Marianne Nordman är en av de mest framträdande fackspråks- och minilektforskarna. Hon har publicerat flera undersökningar om fackspråk men också om minilekter (bl.a. 1983, 1985, 1986, 1991, 1992a, 1992b). Hennes undersökning *Minilekter. Om de små textgenrernas språk* (1994) är värd en närmare presentation eftersom jag kommer att utnyttja den i denna avhandling. I undersökningen har Nordman koncentrerat sig på

minilekten i matrecept, stickbeskrivningar, väderrapporter och gymnastikprogram. Hon har analyserat hurdan struktur, syntax och lexikon som är karakteristiska för dessa fyra texter som är avsedda för vardagsbruk. I undersökningen studerar hon minilekterna skilt för sig men jämför dem också med varandra. De resultat som hon har fått har påvisat att kraven hos en minilekt fylls i de alla undersökta texterna.

Utöver Nordman har också andra forskare visat intresse för olika slags minilekttexter. Gunnel Källgren (1979) publicerade redan för över 30 år sedan en studie om platsannonsernas utbyggnad i svenska dagstidningar. Senare har Hans Landqvist (1996) studerat tidningarnas kontaktannonser. Han har fäst uppmärksamhet vid annonsernas språk och struktur.

Flera studerande har visat intresse för olika slags minilekter vid Vasa universitet. Kirsi Kasurinen (1991) har i sin avhandling pro gradu behandlat syntax i nyare och äldre svenska kokböcker. Auli Mäki-Mantila (1998) har studerat kontaktannonser i *Kuriren* i ett syntaktiskt, strukturellt och lexikaliskt perspektiv. Dessutom finns det studier bland annat om språket i horoskop (Kuusirati 1993), hästannonser (Alanko 1999) och vinbeskrivningar (Koskinen 2006).

Tidigare har också Johanna Rantamäki studerat bostadsannonser i sin avhandling pro gradu *Språk och struktur i bostadsannonserna i Dagens Nyheter, Hufvudstadsbladet, Svenska Dagbladet och Vasabladet* (2002). Hon har studerat bostadsannonser alltså i två rikssvenska och två finlandssvenska dagstidningar. Hon har i sin undersökning analyserat bostadsannonserna ur en strukturell och lexikalisk synvinkel. Materialet har gett henne också möjlighet att kontrastera de rikssvenska och finlandssvenska annonserna med varandra.

2 TEORETISKA PERSPEKTIV PÅ FACKSPRÅK, TEKNOLEKT OCH MINILEKT

Fackspråk anses omfatta språkformerna teknolekt och minilekt (Nordman 1994: 11). Till grund för denna undersöknings teoretiska referensram ligger således fackspråk. Här kommer jag att ge en presentation av detta forskningsområde. Till att börja med ger jag en definition av begreppen *fackspråk* och *teknolekt* samt en kortfattad översikt av deras funktion och användning i allmänhet. Inom fackspråk kan man ytterligare urskilja ett tredje begrepp, *minilekt*, som står i fokus i denna avhandling. Eftersom jag betraktar och studerar bostadsannonserna som minilekter, behandlar jag minilektbegreppet mer omfattande än de två andra begreppen.

2.1 Begreppen *fackspråk* och *teknolekt*

Med åren har begreppet *fackspråk* blivit definierat på många olika sätt beroende på bland annat vem som använder begreppet och i vilket syfte för det har inte fått någon stabiliserad betydelse i svenskan (Laurén 1993: 9). I fråga om vad fackspråk är avser Nordman (1992b: 9) att det är ett språk som framför allt har ett speciellt syfte. Man kan använda fackspråk som beteckning för det språkbruk som specialister inom samma fackområde använder sinsemellan då de diskuterar och utbyter tankar om sitt gemensamma område. Forskare använder fackspråk dessutom som ett kollektivt begrepp att beteckna allt specialiserat språkbruk. Man försöker oftast förklara begreppet fackspråk med hjälp av begreppet *allmänspråk* fastän de inte är helt jämförbara. Allmänspråk avser den språkform som människorna använder i vardagliga samtal för odifferentierade syften. Då samtalspartner kommunicerar på allmänspråk behöver de inte vara specialister i det ämne som de diskuterar och deras insikter i ämnet kan variera mycket. (Laurén & Nordman 1987: 30–31; Nordman 1994: 28–29.)

De specialister som använder sitt fackspråk sinsemellan har oftast nästan samma insikter i sitt samtalsämne. Det kan hända att den andra samtalspartnern ändå inte är

specialist på området som diskuteras och då måste den andra fästa uppmärksamhet på sitt språkbruk. Hur mycket den andra behöver underlätta och begränsa sitt språkbruk beror på samtalspartnern som beroende på situationen kan vara en specialist på ett annat område eller en lekman. I kommunikationen mellan specialist och lekman är specialisten oftast tvungen att förenkla sitt språkbruk och då glider språket lätt mot allmänspråket. Specialisten som har populariserat sitt språk för lekmannen använder inte mera sitt fackspråk trots att framställningen kan innehålla fackspråkliga drag. Eftersom gränsen mellan fackspråk och allmänspråk är oklar, kan det förenklade språkbruket inte alltid kallas direkt allmänspråk heller. (Laurén & Nordman 1987: 32.)

Då man har för avsikt att använda fackspråk i betydelsen 'olika språk knutna till olika fack' är det meningsfullare att använda begreppet *teknolekt* i stället. Detta begrepp har uppstått för att beteckna det språkbruk som specialister inom ett visst fackområde använder sinsemellan i kommunikationen, till exempel läkare och hantverkare har var sin teknolekt. Specialisering hos olika fackområden realiserar härigenom i områdenas teknolekter. Den som inte är specialist inom ett visst fackområde kan ha svårigheter att förstå den teknolekt som man använder där. Det finns teknolekter med olika funktioner. Man kan tala om vetenskapliga teknolekter, såsom medicinens språk och om teknolekter som helt saknar anknytning till någon vetenskap, såsom hantverkarnas språk med endast praktisk anknytning. (Laurén & Nordman 1987: 33, 36–37; Nordman 1992b: 9, 1994: 10–11, 21.) Alla teknolekter med olika funktioner utgör tillsammans det kollektiva begreppet fackspråk som vanligen ställs i opposition med allmänspråk (Laurén & Nordman 1987: 33–34).

Språkbruket mellan olika fackområden skiljer sig mer eller mindre från varandra. Då fackområdena går omlott kan de ha flera gemensamma drag i språkbruket. Det enda som är gemensamt för alla teknolekter är användningen av termer. Specialisternas gemensamma vetande ingår i termer som gör kommunikationen flytande och okomplicerad inom fackområdet. Antalet termer och termernas standardiseringstraditioner varierar enligt varje fackområde. Det är möjligt att studera språket i de flesta teknolekter både i tal och i skrift men det finns några teknolekter

som förekommer endast i talad form liksom sotarspråk. (Laurén & Nordman 1987: 34–36; Lauren 1993: 11, 57–58.)

2.2 Begreppet *minilekt*

Begreppet *minilekt* är ett underbegrepp till begreppet *teknolekt* som i sin tur är ett underbegrepp till överbegreppet *fackspråk*. Minilekterna kan anses som en särskild typ av teknolekter eftersom de har en ännu mer begränsad och specialiserad användning än teknolekterna. (Nordman 1994: 12.) Enligt definitionen betecknar minilekt en liten språkvariant vars användargrupp är noggrant begränsad och består av specialister. Minilekt kan dessutom stå för en språkform som kopplas till ett begränsat specialområde där den har strikt avgränsade användningsmöjligheter. (Laurén & Nordman 1987: 45; Nordman 1994: 10.) Språket i patientrapporter, stickbeskrivningar och horoskop är exempel på olika minilekter (Nordman 1994: 25, 34, 103).

En minilekt kan stå inom en teknolekt på vetenskaplig nivå eller inom en teknolekt på en annan nivå. Dessutom kan minilekterna också bilda en självständig enhet inom eller utanför fackspråk. Minilekterna har vidare olika förankringar till en teknolekt. Det finns minilekter som har ett direkt förhållande till en vetenskaplig teknolekt samt minilekter som går via en annan teknolekt tillbaka på en vetenskaplig teknolekt. Det är inte omöjligt att en minilekt ibland endast har en praktisk anknytning till en teknolekt eller helt saknar förankring till en teknolekt. (Laurén & Nordman 1987: 45; Nordman 1994: 25–26.)

Vanligen anses alla minilekter vara en del av fackspråk fastän de skulle innehålla allmänspråkliga drag. Fackspråkstillhörigheten är inte helt oproblematiske speciellt om minilekten befinner sig på gränsen mellan fackspråk och allmänspråk, liksom bostadsannonserna. Det lönar sig att granska lite närmare minilektens innehåll, textgenre och kommunikationssituation då det gäller att utreda om minilekten i fråga har en starkare allmänspråklig eller fackspråklig benägenhet. Enbart ur innehållslig och textfunktionell synvinkel kan det vara svårt att placera minilekten. Det

begränsade innehåll som minilekter vanligen uttrycker och de textfunktioner som de gynnar finns vid sidan av fackspråk också i allmänspråk. Det som oftast slutligen avgör graden av fackanknytningen i en minilekt är kommunikationssituationen. (Nordman 1994: 28–30.)

I varje kommunikationssituation finns en sändare, ett budskap och en mottagare. I en kommunikationssituation där det används någon minilekt anses åtminstone sändaren alltid vara en specialist. Utgående från sändaren kan således vilken som helst minilekt alltid klassificeras som fackspråk. Sändaren har förstås en möjlighet att påverka hur stark textens fackanknytning är. Vad gäller budskapet i en minilekt är det oftast så precist och långt ifrån det vardagliga språket att minilekten kan direkt klassificeras som fackspråk. En faktor till att avgöra huruvida en minilekt kan klassificeras som fackspråk eller allmänspråk är mottagaren. Då mottagaren är specialist i den minilekt som diskuteras är det alltid fråga om fackspråklig kommunikation. Om en allmänspråkligt inriktad minilekt är det i stället fråga då mottagaren är en lekman som inte har någon erfarenhet eller specialkunskap om minilekten. (Nordman 1994: 33–34.)

Bostadsannonserna kan anses vara ett exempel på allmänspråkliga minilekter. Mottagargruppen kan omfatta vem som helst för det krävs inte någon specialkunskap av den som tar emot bostadsannonsernas budskap. Den som läser bostadsannonser behöver endast en ungefärlig kännedom om de vanligaste förkortningar och termer som förekommer i objektbeskrivningar.

2.3 Kännetecknande drag för minilekter

Det som kännetecknar de flesta minilekter är stereotypi, det vill säga någon form av standardisering. Stereotypin gör att minilekterna alltid följer strikta konventioner vad gäller utformningen av texterna. Det kan anses att stereotypin har uppstått för att underlätta kommunikationen. Ju påtagligare stereotypin blir, desto lättare är det för mottagaren att följa och ta emot minilekternas budskap. Stereotypin är endast en

positiv företeelse eftersom det är just den som hjälper att skilja minilekter från teknolekter och andra små språkformer. (Nordman 1994: 37–38.)

I minilekter kan stereotypin komma till uttryck på ett syntaktiskt, strukturellt och lexikaliskt plan. I vissa minilekter syns stereotypin endast på ett eller två plan och i vissa minilekter på alla tre plan. De tre undersökningsplanen är av stort intresse när forskarna sätter igång sina analyser av minilekttexter och därför kommer jag att ta dem till närmare granskning i avsnitt 2.3.1–2.3.3 nedan. (Nordman 1994: 37–38.) Med tanke på denna undersökning är speciellt kunskapen om minilekternas syntaktiska och lexikaliska egenskaper relevant.

2.3.1 Syntaktiska drag

Ett kännetecken på en minilekt är en starkt formaliserad och enkel syntax. Det är inte meningsfullt att jämföra grammatiken i minilekterna med grammatiken i andra språkliga uttrycksformer. Det kan anses att minilekternas grammatik utgör ett eget självständigt system som det således är mer motiverat att studera skilt från andra system. (Lehrberger 1986: 27; Nordman 1994: 40.)

Det är oftast textens innehåll och funktion som påverkar hur stereotyp syntaxen i den är. Mest stereotypiska är de minilekter vilkas grammatik kan till och med uppfattas som felaktig. Inom en och samma minilekt kan syntaxen ändå variera mycket beroende på till exempel textfunktionen. Beskrivande textavsnitt gynnar vanligen påståendesatser medan instruerande avsnitt drar mest nytta av imperativa satser. (Lehrberger 1986: 29; Nordman 1994: 40.)

Som jag har påpekat ovan gynnar de flesta texter som klassas som minilekter telegrafisk stil. Det betyder att vissa satstyper återkommer oftare än andra. (Nordman 1994: 40.) Till exempel för bostadsannonserna är det karakteristiskt att satserna ofta blir ofullständiga då antingen subjekt eller predikat saknas, inte heller är det omöjligt att båda satsdelarna saknas. Eftersom sändaren och mottagaren vanligen har så mycket gemensam kunskap om minilekten i fråga, är det acceptabelt att syntaxen

avviker från den normala syntaxen (Nordman 1994: 40).

Varje minilekt har ett karakteristiskt sätt att föra fram sitt budskap, till exempel i svenska matrecept har imperativ fått en stark ställning. Problematiskt är att minilekttexternas uttrycksätt brukar variera beroende på språket. Den dominerande formen i danska matrecept är passiv medan den i franska matrecept är imperativ eller infinitiv. (Nordman 1994: 41.) I bostadsannonserna i mitt material använder textskaparen konsekvent påståendesatser. Användningen av imperativ och passiv är inte ovanligt men relativt sällsynt.

Förekomsten av passiv och uttrycksmedel som motsvarar passiv (t.ex. det opersonliga *man*-pronomenet) är vanliga i vissa minilekttexter men inte i bostadsannonser. I minilekter som vanligen är antingen instruktiva eller informativa är användningen av fråge- och utropssatser sällan ändamålsenligt och därför saknas de oftast helt i skrivna minilekttexter. Liksom minilekttexterna i gemen har också bostadsannonser som vana att nästan genomgående föredra någon viss meningsstruktur och tempusform. (Lehrberger 1986: 30; Nordman 1992: 77, 1994: 40–42, 63–64.) I bostadsannonserna i mitt material undviker man uppenbarligen svåra meningskonstruktioner och uttrycker budskapet huvudsakligen i nutid.

2.3.2 Strukturella drag

Som det redan tidigare har kommit fram har minilekterna som uppgift att förmedla sitt budskap noggrant, snabbt och entydigt till mottagaren. Därför måste varje minilekt vid sidan av en stereotyp syntax också följa en klar och konventionaliserad textuppläggning. Minilekternas struktur fördelar sig i makrostruktur och mikrostruktur. *Makrostruktur* betyder den övergripande uppställning som också kallas disposition. De språkliga uttryck och deras ordningsföljd inne i textavsnitten utgör däremot *mikrostrukturen*. Hur stereotyp strukturen i allmänhet är beror på graden av specialiseringen hos minilekten. Oftast är minilekterna dessutom konservativa: de nya texterna bygger på områdets gamla strukturmodeller. (Laurén & Nordman 1987: 52; Nordman 1994: 38–39.)

Minilekternas struktur består av vissa huvudkomponenter som alltid finns med (Laurén & Nordman 1987: 51). Vissa minilekter består endast av få innehållskomponenter medan andra består av betydligt flera (Nordman 1994: 108). En elektronisk bostadsannons i mitt material består nästan alltid av ett deskriptivt textavsnitt, teknisk information och eventuella kontaktuppgifter. De flesta rikssvenska bostadsannonser har därtill en inledande fras eller rubrik. När de obligatoriska huvudkomponenterna följer varandra i en bestämd ordning, kan läsaren lätt finna en viss informationssnutt på en viss plats.

Inom ett och samma språk förhåller sig en viss minilekts struktur oftast oförändrad även om olika källor kan ha olika praxis. Anmärkningsvärt är att helt olika minilekter också kan vara strukturellt likartade. Mellan olika språk kan en minilekts struktur i viss mån variera men ofta är textstrukturen nästan densamma oberoende av språket. (Laurén & Nordman 1987: 52; Nordman 1994: 38–39.)

2.3.3 Lexikaliska drag

Ett begränsat ordförråd är gemensamt för alla minilekter fast det i några minilekter kan vara något rikare än i andra. Den gemensamma kunskap som sändaren och mottagaren fördelar sinsemellan möjliggör att många ord kan utelämnas utan att kommunikationen för den skull försämras. Beroende på minilekten omfattar ordförrådet i sin mest begränsade utsträckning ett knappt hundratal ord ända upp till några tusen ord. Ju mindre och mer specialiserad en minilekt är, desto färre ord förutsätter kommunikationen. Fastän ordförrådet i de flesta minilekter bygger på helt vanliga ord, behöver mottagaren viss specialkunskap eftersom texterna ofta innehåller en mängd olika ämnesspecifika termer och symboler. (Laurén & Nordman 1987: 53; Nordman 1994: 42–43, 68.)

Ordklasserna verb, substantiv och adjektiv verkar vara mest frekventa i minilekterna medan förekomsten av andra ordklasser är försvinnande liten. Minilekternas funktion påverkar vilken ordklass som dominerar. Ett begränsat utbud på uttryck som anger bland annat tid, plats, aspekt, osäkerhet och negering är gemensamma för varje

minilekt. Dessa uttryck har en olikartad användning och frekvens i minilekter än i andra språkformer. (Nordman 1994: 42–43, 68.)

Alla de ord som en minilekts ordförråd innehåller bör vara entydiga. Ett och samma ord kan aldrig syfta på två eller flera olika referenter eller fungera samtidigt som substantiv och verb. För en lyckad kommunikation är det ytterst viktigt att alla som agerar inom en viss minilekt använder de områdesspecifika orden och termerna på ett likadant sätt. (Laurén & Nordman 1987: 51; Nordman 1994: 44.)

3 BOSTADSANNONSER SOM TEXT

I detta kapitel kommer jag att redogöra för hur bostadsannonserna fungerar som text. Till att börja med kommer jag med hjälp av Hellspong och Ledin (1997) att diskutera hurdana skriftliga produkter man egentligen kallar för text. I avsnitt 3.2 redovisar jag vad man avser med *brukstexter* och hur dessa texters praktiska natur förverkligas i bostadsannonser. I avsnitt 3.3 belyser jag till slut hur annonsinnehållet förmedlas från sändare till mottagare. Jag tar fasta på de faktorer som samverkar i denna kommunikativa process.

3.1 Sju sätt att definiera en text

På rak arm kan det vara svårt att svara på frågan ”Vad är en text?”. Hellspong och Ledin (1997: 30–38) har definierat *text* med hjälp av sju egenskaper. Enligt dem är en text *kommunikativ, intentionell, verbal, stabil, koherent, konventionell* och *kreativ*. Men vad betyder det egentligen att en text är stabil eller kreativ? Hur kommer dessa egenskaper fram i texten?

Då man säger att en text är *kommunikativ* betyder det att texten har ett budskap. Det finns något som sändaren vill meddela vidare till mottagaren. Då kommer texten att fungera som ett tilltal från sändaren till mottagaren. (Hellspong & Ledin 1997: 31.) Bostadsannonserna är kommunikativa texter. Fastighetsmäklarna skriver annonser till bostadsspekulanter som kollar annonser på företagets webbsidor eller i tidningar. Genom annonser får spekulanterna information om de objekt som är till salu.

Man kan kalla en skriftlig produkt för text om den är *intentionell* eller *avsiktlig*. Det måste finnas någon orsak till att någon har skrivit texten. (Hellspong & Ledin 1997: 32.) Fastighetsmäklarna skriver bostadsannonser bland annat för att informera bostadssökande om de nyinkomna försäljningsobjekten. Den som tar emot en bostadsannons kan ändå använda den för ett annat ändamål som sändaren har avsett (Hellspong & Ledin 1997: 32). Mottagaren kan till exempel använda bostadsannonsen

för att undersöka dess språk.

Det som alla troligen förväntar sig av en text är att den är *verbal*. Texten måste bestå av ord för att den kan vara kommunikativ och intentionell. De verbala texterna, såsom bostadsannonserna, har en säregen uppbyggnad. Skribenten sätter ut orden så att de följer varandra linjärt från vänster till höger. Vidare skriver man texter uppifrån och ner. (Hellspång & Ledin 1997: 33–34.)

Det är inte bara texter som är kommunikativa, intentionella och verbala utan även tal kan ha dessa egenskaper. Det som ändå skiljer skrift från tal är *stabilitet*. Att en bostadsannons är stabil betyder att när mottagaren tar emot den kan sändaren inte längre påverka den. Texten är färdig. Stabiliteten innebär också att mottagaren kan läsa om bostadsannonsen hur många gånger som helst. (Hellspång & Ledin 1997: 34.) På Internet finns bostadsannonser dock tillgängliga bara under en begränsad tid och skribenten har möjlighet att ändra och uppdatera dem. Tryckta tidningsannonser finns däremot tillgängliga så länge som tidningen fysiskt existerar.

Utöver de egenskaper som nämnts ovan krävs det också *koherens* av en text. En koherent text är sammanhängande vilket betyder att de olika delarna i texten bildar en helhet. Genom att använda olika språkliga signaler, såsom tidsangivelser eller ett övergripande ämne, kan skribenten skapa sammanhang. (Hellspång & Ledin 1997: 35.) En typisk bostadsannons består av olika delar som tillsammans bildar en enhetlig helhet. Då fastighetsmäklaren utarbetar annonsen tar han eller hon i en bestämd ordning upp något nytt om försäljningsobjektet. Det övergripande ämnet i varje del blir då det objekt som man försöker att sälja.

Att texten är *konventionell* betyder att skribenten omedvetet har följt vissa konventionaliserade normer och regler då han eller hon har konstruerat texten. Dessa normer och regler påverkar också hur mottagaren tar emot texten. Konventionerna är olika för olika textgenrer. Om en genre byts ut till en annan, kan en text som ursprungligen varit berättande nu bli utredande i stället. (Hellspång & Ledin 1997: 37.)

Nästan alla texter är *kreativa*. Det är en egenskap som gör texten unik och skiljer den från andra likartade texter. Hur mycket skribenten får använda sin kreativitet i texten beror på genren. Genren som till exempel väderrapporterna tillhör är så strikt styrd att skribenten knappast har möjligheter att använda kreativitet. (Hellspång & Ledin 1997: 38.) I genren bostadsannonser får skribenten däremot relativt fritt utnyttja sin kreativitet. Fastighetsmäklarna visar sin kreativitet bland annat då de skapar benämningar för försäljningsobjekt. I mitt material finns benämningar som *drömlägenhet*, *sekelskiftetstvåa* och *smedlättsvillan*. Skribenten måste ändå vara försiktig med kreativiteten för att hålla texten acceptabel (Hellspång & Ledin 1997: 38).

Det finns alltså sju egenskaper med hjälp av vilka man kan avgöra om det som ser ut som en text verkligen är en text. Med säkerhet går det att konstatera att bostadsannonserna är texter. Alla de ovan definierade egenskaperna kommer fram i annonserna, vissa tydligare än andra förstås.

3.2 Texter med praktiska syften

I den litterära världen finns det massor av texter med varierande innehåll och ändamål. Det är vanligt att göra en tudelning mellan den litteratur som har ett teoretiskt eller praktiskt syfte och den som har ett estetiskt syfte. Beteckningen *brukstext* eller *bruksprosa* syftar på den förra och beteckningen *skönlitteratur* på den senare. Gränsen mellan dessa litterära former är inte helt tydlig eftersom de på vissa punkter mer eller mindre kan likna varandra. Bostadsannonserna är ett exempel på brukstexter som ibland kan ha inslag av ett estetiskt framställningssätt. (Hellspång & Ledin: 1997: 11, 14, 17; Hellspång 2001: 13.)

Texter med praktiskt syfte har en viss funktion och ett för dem typiskt sätt att presentera sitt innehåll. Dessa två omständigheter skiljer brukstexterna från texter med en skönlitterär förankring. Det går att särskilja tre praktiska huvudfunktioner bland brukstexter: *den informativa*, *den instruktiva* och *den övertalande*.

Bostadsannonsens praktiska funktion är att informera bostadssökande om bostadens egenskaper medan till exempel matreceptets uppgift är att sätta mottagaren i stånd att tillaga en viss maträtt. Alla brukstexter försöker med hjälp av olika funktioner att syfta på sakförståelse och få sin mottagare att agera på ett visst sätt. Ibland kan brukstexterna vid sidan av sin praktiska funktion också fylla en estetisk funktion som i regel endast förknippas med skönlitterära texter. Då kan sakligt beskrivande eller utredande texter samtidigt förmedla en upplevelse. (Hellspong & Ledin 1997: 16–17.)

Brukstexternas praktiska ändamål förknippas i regel med ett sakligt framställningssätt. En typisk brukstext försöker inte att gestalta den verklighet som den syftar på utan uttala den. Bostadsannonser inleds oftast med teknisk information om rumantal och bostadens läge. Om fastighetsmäklaren försöker gestalta försäljningsobjektet med konstnärliga medel, kan han eller hon lätt motarbeta annonsens syfte. Trots det är framställningssätt inte alltid rent sakliga. Till exempel på Internet finns det bostadsannonser som försöker få mottagaren att se bostaden framför sig med hjälp av ord som tilltalar hans eller hennes känslor. (Hellspong & Ledin 1997: 17–18.)

3.3 Kommunikationsprocess

Bostadsannonserna, liksom också de flesta andra texter, följer det traditionella kommunikationsmönstret som består av tre huvudkomponenter: *sändare (avsändare)*, *budskap* och *mottagare*. I den kommunikationssituation som bostadsannonserna befinner sig i finns alltid en sändare som formulerar och sänder annonsbudskapet genom ett medium till en mottagare. (Liljestränd 1993: 11.)

Sändaren av en bostadsannons är den som är ansvarig för innehållet i texten. För mottagaren är den enda sändaren oftast en enskild fastighetsmäklare. Läsaren kan också tro att den fastighetsmäklare vars namn och kontaktuppgifter finns i annonsen också måste vara ansvarig för den. Sanningen är att huvudansvaret för informationen i en bostadsannons sist och slutligen ligger på det företag som fastighetsmäklaren representerar. (Hellspong & Ledin 1997: 53.)

I tidningar och på Internet når bostadsannonserna flera mottagargrupper som alla förhåller sig på olika sätt till annonserna när de kommer i kontakt med dem (Hellspång & Ledin 1997: 52). De avsedda mottagarna för en bostadsannons kan anses vara de bostadssökande som blir så intresserade av annonsen att de vill komma till bostadsvisningen. I mitt material finns annonser där sändaren i många fall har själv definierat den tilltänkta mottagargruppen ännu noggrannare genom att använda uttryck som *Bostaden är det optimala valet för t.ex. paret eller barnfamiljen*. Att på så sätt välja ut sina mottagare redan i början av annonsen är ett utomordentligt sätt att fånga de rätta mottagarnas uppmärksamhet. Då sändaren dessutom har en så klar uppfattning om den tilltänkta mottagargruppen, blir det lättare att anpassa annonsens budskap efter den. (Gustafson & Rennemark 2002: 59, 82.)

Förmedlandet av olika budskap sker genom olika medier. Vad som är det lämpligaste mediet att förmedla ett meddelande beror på textens syfte och de avsedda mottagarna. (Hellspång & Ledin 1997: 56; Bergström 2001: 64.) Vad gäller bostadsannonserna når de sina mottagare i dag bäst genom massmedier som dagstidningar, Internet och television. Media som dessa är i princip öppna för alla vilket betyder att bostadsannonserna är tillgängliga för vem som helst som råkar läsa dagstidningar, surfa på nätet eller se på TV (Hellspång & Ledin 1997: 56).

Sändaren har ett klart huvudsyfte när han eller hon förmedlar en bostadsannons: att få den potentiella bostadssökande att komma till visningen och slutligen lämna ett anbud på objektet. För att nå sitt syfte måste annonsen framkalla rätt slags effekt hos den avsedda mottagaren. Den information som står i annonsen måste väcka intresse och köplust eftersom dessa kommer att vara de mest avgörande faktorerna vid bostadsköpet. (Hellspång 2001: 82.)

Eftersom bostadsannonserna representerar envägskommunikation, är det problematiskt att sändaren inte genast får reda på hurdant mottagande annonsen har fått. Sändaren kan inte ens vara säker på att annonsen har gått fram. (Gustafsson & Rennemark 2002: 55.) Först på bostadsvisningen kan sändaren på basis av antalet besökare avgöra om kommunikationen har lyckats eller inte.

Att skicka ut en bostadsannons kräver alltså noggrann planering av sändaren. För det första måste sändaren se till att budskapet innehåller rätt information och är anpassat till mottagaren eftersom mottagarens värderingar och tolkningar i hög grad påverkar ifall annonsen ska få en önskad effekt (Bergström 2001: 72). För det andra måste sändaren vara medveten om vilket eller vilka av de olika media som allra säkrast når de avsedda mottagarna. När kommunikationen fungerar, har sändaren de bästa möjligheterna att nå de rätta mottagarna och få dem att agera som det var för avsikt.

4 SYNTAKTISK NIVÅ

Analysen av materialet har jag delat in i två kapitel. I det här första analyskapitlet kommer jag att studera bostadsannonsernas meningslängd och meningsstruktur kvantitativt (avsnitt 4.1–4.3). Jag studerar dessa syntaktiska egenskaper utgående från Nordmans undersökning *Minilekter. Om de små textgenrernas språk* (1994). I viss mån kommer jag också att ställa mitt material i kontrast till hennes material.

Som utgångspunkt för undersökningen av bostadsannonsernas syntax använder jag begreppen *ord*, *sats* och *mening*. Innan jag presenterar analysen av bostadsannonsernas meningslängd och meningsstruktur, är det värt att definiera vad jag avser med dessa begrepp. Mina definitioner baserar sig i stor utsträckning på tidigare minilektstudier (Nordman 1994) och grammatiska verk (Hultman 2003).

I denna undersökning avser jag med *ord* en sådan bokstav- eller sifferkombination som står mellan tomrum i texten. I jämförelsematerialet har Nordman (1994) utgått från samma definition. Det är viktigt att ge en exakt definition eftersom siffror och förkortningar förekommer frekvent i de flesta objektbeskrivningar. Jag kommer att räkna förkortningar som *t.ex.* och årtal som *1998* som ett ord. På samma sätt räknar jag också ord med bindestreck som ett ord, till exempel *k-tv*.

Begreppet *sats* kan definieras på olika sätt. Jag kommer att räkna här både så kallade fullständiga och ofullständiga satser. Enligt definitionen måste en fullständig sats alltid bestå av ett subjekt och ett predikat, till exempel *jag renoverar*. Ett undantag utgör relativa bisatser där subjektplatsen förblir tom eftersom subjektet är underförstått. (Hultman 2003: 271, 296.) Satserna kan också bestå av andra satsdelar, såsom objekt och predikatsfyllnad, men jag kommer inte att kommentera dem för de är inte så väsentliga vad gäller förmedlingen av annonsinnehållet. Ofullständiga satser saknar däremot subjekt och/eller predikat (Hellspång & Ledin 1997: 77). Satser som inte har en normal satsform kan också kallas *meningsfragment* eller *icke satsformade meningar* (Svenska språknämnden 2005: 336). Eftersom merparten av satserna i mitt material saknar predikat och subjekt räknas de som ofullständiga satser.

Som predikat räknar jag verbens finita former som är presens, preteritum och imperativ, till exempel *renoverar*, *renoverade*, *renovera*. Fast imperativa satser vanligen inte har subjekt, räknar jag dem som fullständiga. De finita verbformerna kan fungera som predikat i en sats. Verbens infinita former infinitiv och supinum (t.ex. *att renovera*, *renoverat*) kan däremot inte ensam utgöra predikatet i en sats utan kräver alltid en finit verbform. (Hultman 2003: 152.)

Eftersom mitt material omfattar flera meningar som består av ofullständiga satser, ger jag nedan exempel (1–4) på hur jag har gått till väga när jag har räknat antalet satser i dem. Senare i detta kapitel har jag vid behov satt utelämningsparenteser.

- (1) I vardagsrum [finns] ett akustiskt tak för vänner av film och musik.
(1 sats, SKV)
- (2) [Huset har] Fjärrvärme. (1 sats, HH)
- (3) Söker ni en ljus, genomgående och välplanerad bostad [...]?(1 sats, EO)
- (4) [Det här/Detta är] Ett hus där även en större familj ryms att bo.
(2 satser, HK)

Som det framgår av exempel (1)–(4) saknar de ofullständiga satserna oftast predikat. I de flesta fall är det ändå lätt att suppleras en ofullständig sats med subjekt och predikat. Jag har kompletterat de ofullständiga satserna med de utelämnade komponenterna och betraktar dem som fullständiga för att kunna räkna antalet satser i en mening.

Både exempel (1) och (2) består av en huvudsats. I exempel (1) finns subjektet *ett akustiskt tak* men det saknar predikat som jag har tillsatt, alltså *finns*. Exempel (2) saknar både subjekt och predikat. Jag har supplerat meningen med dessa satsdelar och således fungerar *huset* som subjekt och *har* som predikat.

Exempel (3) består av en huvudsats som innehåller båda de viktiga satsdelarna, den är alltså fullständig. Som predikatsled i satsen fungerar *söker* och som subjektsled det personliga pronomenet *ni*.

I exempel (4) består meningen av en ofullständig huvudsats och en fullständig bisats. Efter mitt tillägg fungerar *det här/detta* som subjekt i huvudsatsen och *är* som predikat. I bisatsen fungerar *familj* som subjekt och *ryms* som predikat. I bisatsen finns vid sidan av det finita verbet också ett infinit verb, *bo*.

Som *mening* i bostadsannonserna betraktar jag en textsekvens som börjar med stor begynnelsebokstav och slutar på stort skiljetecken som kan vara antingen punkt, utropstecken eller frågetecken (Hultman 2003: 259). En sådan mening kallas *grafisk mening* och den kan bestå av ett enda ord eller flera ord. Både fullständiga och ofullständiga satser kan utgöra en grafisk mening. I exempel (5) finns en bostadsannons som består av tre grafiska meningar av olika längd:

- (5) Detta är en riktigt fin genomhuset [sic] tvåa. Sydbalkong. Passar t.ex. som först [sic] bostad. (HK)

I exempel (5) inleds varje mening med stor bokstav och avslutas med punkt. Den första grafiska meningen utgörs av en fullständig huvudsats på sju ord och den tredje av en ofullständig huvudsats på fem ord. I den andra meningen utgör ordet *sydbalkong* ensam en grafisk mening.

Det skulle vara möjligt att analysera syntaktiska meningar eller makrosyntagmer i stället för grafiska meningar i bostadsannonserna. Som utgångspunkt för min studie av bostadsannonsernas meningslängd och meningsbyggnad använder jag ändå en grafisk mening eftersom Nordman (1994) i de flesta fall har utgått från den.

4.1 Meningslängd

Ett vanligt sätt att ta reda på minilekternas syntax är att studera texternas meningslängd. Härnäst kommer jag att redogöra för antalet ord per mening, antalet satser per mening och antalet ord per sats i bostadsannonserna. Jag jämför mina resultat med Nordmans (1994) resultat för att visa hurdan meningslängd en regelbunden minilekt vanligen har.

4.1.1 Antalet ord per mening

I detta avsnitt anger jag de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonsernas genomsnittliga meningslängd. Dessutom diskuterar jag den optimala meningslängden och utreder hur bland annat Nordman (1994) och Cassirer (2003) förhåller sig till meningslängden i vanliga svenska texter. Med ”vanliga svenska texter” avser jag texter som inte på samma sätt är isolerade och specifika till sin natur som minilekterna.

Jag har börjat med att räkna antalet ord och meningar i materialet. Genom att dividera antalet ord med antalet meningar har jag fått bostadsannonsernas genomsnittliga meningslängd. Det totala antalet meningar i det rikssvenska materialet är 236 och i det finlandssvenska materialet 193. Det totala antalet ord är däremot 1 822 i det rikssvenska materialet och 974 i det finlandssvenska materialet. Resultatet visar att det rikssvenska materialet omfattar nästan dubbelt så många ord som det finlandssvenska materialet. Det här påvisar att annonserna i det rikssvenska materialet är ordrikare. Den större ordmängden kan bero på att de rikssvenska annonserna oftast har en inledande rubrik eller fras som fattas i de finlandssvenska annonserna. I antalet meningar finns det inte lika stor skillnad mellan materialen vilket leder till att meningslängden blir högre i det rikssvenska materialet än i det finlandssvenska materialet.

Tabell 1 nedan visar den genomsnittliga meningslängden i båda annonsmaterialen. I tabellen finns den genomsnittliga meningslängden också för minilekterna matrecept, väderrapport och stickbeskrivning som fungerar som jämförelsematerial (jfr Nordman 1994).

Tabell 1. Den genomsnittliga meningslängden i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna och i jämförelsematerialet

Material	Antalet ord	Antalet meningar	Ord/mening
EO och HH	1 822	236	7,7
SKV och HK	974	193	5,0
Minilekt			
Matrecept (rikssv./ fisv.)			8,3/9,1
Väderrapporter (rikssv./fisv.)			6,4/10,4
Stickbeskrivningar			13,3

Av tabell 1 framgår att i det rikssvenska materialet finns i genomsnitt 7,7 ord per mening och i det finlandssvenska materialet i genomsnitt 5 ord per mening. Resultatet visar att meningarna är mycket korta i båda materialen även om meningarna är en aning längre i det rikssvenska materialet. I det rikssvenska materialet varierar den genomsnittliga meningslängden i de enskilda annonserna mellan 4,7 och 15 ord per mening och i de finlandssvenska annonserna mellan 2,3 och 17 ord per mening. Variationen i det finlandssvenska materialet är mer påfallande trots att de kortaste meningarna finns där.

En närmare granskning av tabell 1 visar skillnader och likheter i meningslängden mellan bostadsannonserna och andra minilekter. Både i matrecepten (rikssv. 8,3 o/m och fisv. 9,1 o/m) och speciellt i stickbeskrivningarna (13,3 o/m) är meningarna i medeltal längre än i bostadsannonserna. Jämfört med de rikssvenska väderrapporterna (6,4 o/m) verkar de rikssvenska bostadsannonserna ha något längre meningar men meningarna är kortare än de i finlandssvenska väderrapporterna (10,4 o/m). De finlandssvenska bostadsannonserna ligger däremot ganska nära de rikssvenska väderrapporterna men avviker klart från de finlandssvenska. På basis av de värden som presenteras i tabell 1 kan det konstateras att bostadsannonserna på samma sätt som de andra minilekterna bygger på korta meningar. Vad gäller meningslängden skiljer sig bostadsannonserna således inte från en normal minilekt som karaktäriseras av ett korthugget uttryckssätt (se Nordman 1994).

I läsbarhetsundersökningar spelar meningslängden en central roll för den avgör oftast hur svår- eller lättläst läsaren upplever texten. Korta meningar anses vara tröttande och ha en allt för enkel meningsstruktur medan långa meningar anses vara syntaktiskt invecklade eftersom de oftast består av flera huvud- och bisatser. (Liljestrand 1993: 57.)

Bland textforskare finns det avvikande åsikter om de vanliga svenska texternas, såsom tidningstexternas, meningslängd. I slutet av 1960-talet påpekade Björnsson (1968: 39) att en lång mening består av mera en tolv ord. Platzack (1974: 113) har sedermera kommit fram till att det är lättare att läsa en text där meningslängden är cirka 13 ord än en text där den genomsnittliga meningslängden är under nio ord. På 1990-talet har Nordman (1994: 64) i sin minilektundersökning uttalat att en mening som bygger på 15–30 ord anses ha en normal längd. Enligt Cassirer (2003: 66) bör meningarna i dag ha ungefär 13–19 ord för att inte vara för korta eller långa. Han är också av den åsikten att det är gynnsamt för läsaren om meningslängden varierar inom en och samma text. I olika tider har forskarna alltså haft också olika åsikter om den ändamålsenliga meningslängden.

Enligt Björnssons (1968) definition av den optimala meningslängden, som i dag kan anses vara föråldrad eftersom den är redan drygt 50 år gammal, skulle meningslängden i bostadsannonserna inte vara för lång. Men sett ur de definitionernas perspektiv som Nordman och Cassirer angett har bostadsannonserna, liksom de andra minilekter som presenteras i tabell 1, exceptionellt korta meningar. De korta meningarna är ändå helt acceptabla för minilektexternas sätt att kommunicera kort och kompakt (Laurén & Nordman 1987: 52). På basis av egna erfarenheter skulle jag dra en sådan slutsats att det inte är avsikten att meningarna i bostadsannonserna på samma sätt bildar en löpande och sammanhängande text som meningarna till exempel i en lärobok. I läroboken skulle läsaren säkert uppleva de korta meningarna störande för läsningen. I bostadsannonserna hinner de korta meningarna inte påverka läsaren så negativt för han eller hon läser vanligen annonserna endast en kort tid åt gången.

I tabell 2 indelar jag de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonsernas

meningar i sex grupper enligt antalet ord per mening. Till den första gruppen hör de meningar som består av 1–5 ord och till den andra gruppen de meningar som består av 6–10 ord. På detta sätt fortsätter grupperingen fram till gruppen där meningarna består av 26 eller flera ord.

Tabell 2. Fördelningen av meningarna i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna enligt antalet ord per mening

Ord/mening	Antalet meningar		%	
	EO och HH	SKV och HK	EO och HH	SKV och HK
1–5	87	120	36,9	62,2
6–10	92	65	39,0	33,7
11–15	39	6	16,5	3,1
16–20	12	1	5,1	0,5
21–25	6	1	2,5	0,5
26–	–	–	–	–
Totalt	236	193	100	100

Av tabell 2 framgår att största delen av meningarna i det rikssvenska materialet består antingen av 6–10 ord (39,0 %) eller av 1–5 ord (36,9 %). Resultaten påvisar att meningarna vanligen är mycket korta. I materialet finns bara sex meningar som består av 21–25 ord. De meningar som består av 26 eller flera ord används inte alls i de rikssvenska bostadsannonserna.

Över hälften av alla meningarna, 62,2 %, består av 1–5 ord i det finlandssvenska materialet. Andelen meningar på 6–10 ord är nästan densamma som i det rikssvenska materialet, 33,7 % respektive 39,0 % av alla meningar. Meningarna i de finlandssvenska bostadsannonserna är genomgående korta med några få undantag; endast sex meningar består av 11–15 ord och meningarna på 16–20 och 21–25 ord har endast ett belägg i materialet.

Nedan i exempel (6) och (7) ger jag den kortaste och längsta meningen i det rikssvenska materialet:

- (6) Gavelläge. (HH)
- (7) På 10 trappor med en storslagen utsikt ges nu möjlighet att förvärva en välplanerad 3:a med stor balkong som sträcker sig utmed hela lägenheten. (HH)

Den kortaste meningen i exempel (6) består av ett ord, *gavelläge*. I materialet finns sammanlagt tretton meningar som består av ett ord. Sådana meningar finns vanligen i slutet av bostadsannonserna och de förmedlar på sätt och vis sekundär information om objektet.

I det rikssvenska materialet består den längsta meningen av 24 ord (se exempel 7). Här är det fråga om den sista meningen i en annons som annars bygger på meningar på 1–7 ord. Textskaparen skulle ha kunnat dela meningen in i två kortare meningar eller förkorta den för att underlätta förmedlingen av annonsbudskapet. I materialet finns det dessutom en annan lika lång mening. Den andra meningen på 24 ord utgör ensam hela annonsen.

I följande exempel finns den kortaste (exempel 8) och längsta (exempel 9) meningen i det finlandssvenska materialet:

- (8) Garage. (SKV)
- (9) Ett år 1998 byggt Trend House elementhus i gott skick på ett lugnt och tryggt område nära till skola och dagis. (HK)

Den kortaste meningen i det finlandssvenska och i det rikssvenska materialet består av ett ord. I det finlandssvenska materialet finns bara något flera meningar som består av ett ord, 20 stycken sammanlagt. Det är vanligen ordet *biltakplats*, *fjärrvärme* eller *garage* som utgör den kortaste meningen i en finlandssvensk bostadsannons. I några annonser har textskaparen förmedlat informationen om garaget också med flera ord: *garage hör till priset* eller *garage ingår i priset*.

Den längsta meningen i det finlandssvenska materialet omfattar 21 ord och sådana meningar finns det bara i exempel (9). Meningen är bara tre ord kortare än den längsta

meningen i det rikssvenska materialet. Meningen är iögonenfallande lång i en annons där de andra meningarna endast består av fyra ord. I andra annonser har textskaparen valt att förmedla motsvarande information om objektet med två eller tre kortare meningar. Exempel (10) är mitt eget och visar hur den långa meningen i exempel (9) skulle se ut omformulerad och delad in i kortare meningar.

- (10) År 1998 byggt Trend House elementhus. Gott skick. Lugnt och tryggt område nära till skola och dagis.

Ett faktum är att korta meningar är lättare att läsa än långa. En orsak till att läsaren oftast upplever långa meningar som svåra är att han eller hon lätt tappar sammanhanget mellan det första och sista ordet i meningen. (Björnsson 1968.) Alltför korta meningar går inte heller att favorisera i texten. Korta meningar saknar oftast rytmen som är nödvändig för läsaren för att han skall komma ihåg innehållet i texten. (Platzack 1974: 112.) Den som läser bostadsannonser behöver inte få rytmiskt stöd för minnet liksom den som till exempel läser en lärobok inför provet. I minilektexterna betjänar de långa meningarna helt enkelt inte minilekternas princip om korthet och enkelhet. De försvårar endast mottagarens förmåga att lätt och snabbt upptäcka den information som han eller hon är ute efter. (Laurén & Nordman 1987: 52–53.)

4.1.2 Antalet satser per mening

Då jag har räknat antalet satser i meningarna har jag tagit i beaktande både fullständiga och ofullständiga satser. Det rikssvenska materialet består av 236 meningar och 262 satser medan det finlandssvenska materialet består av 193 meningar och 218 satser. Som väntat är antalet satser högre i det rikssvenska än i det finlandssvenska materialet på grund av den större meningsmängden.

Tabell 3 presenterar det genomsnittliga antalet satser per mening i materialet samt i minilekterna matrecept, väderrapport och stickbeskrivning. De motsvarande talen för de tre minilekterna har jag tagit ur Nordmans undersökning (1994).

Tabell 3. Det genomsnittliga satsantalet i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna och i jämförelsematerialet

Material	Antalet satser	Antalet meningar	Sats/mening
EO och HH	262	236	1,1
SKV och HK	218	193	1,1
Minilekt			
Matrecept (rikssv./fisv.)			1,2/1,1
Väderrapporter (rikssv./fisv.)			1,1/1,0
Stickbeskrivningar			1,7

Enligt tabell 3 är det genomsnittliga antalet satser per mening endast 1,1 i båda de undersökta annonsmaterialen. Långa meningar som består av flera bisatser och inskott anses vara i relation till texternas syntaktiska komplexitet (Liljestrand 1993: 57, 118). Det låga satsantalet tillsammans med den genomsnittligt korta meningslängden implicerar att meningsstrukturen i bostadsannonserna inte kan vara speciellt invecklad.

Av tabell 3 ovan framgår att i matrecepten (1,2–1,1 s/m) och i väderrapporterna (1,1–1,0 s/m) är antalet satser per mening detsamma som i bostadsannonserna. Endast i stickbeskrivningarna finns det något mera satser per mening än i bostadsannonserna, skillnaden är ändå bara 0,6 sats per mening. Vad gäller antalet satser i en mening skiljer de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna sig inte från andra typer av minilekttexter.

Jag har undersökt närmare hur satserna fördelar sig i meningarna. För att få fram detta har jag räknat hur många procent av meningar som består av en sats, två satser, tre satser osv. Beräkningen visar mycket enhetliga resultat mellan materialen. Dessa resultat presenteras i tabell 4.

Tabell 4. Fördelningen av satserna i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna

Sats/mening	Antalet meningar		%	
	EO och HH	SKV och HK	EO och HH	SKV och HK
1	213	174	90,3	90,2
2	20	16	8,5	8,3
3	3	1	1,3	0,5
4	–	1	–	0,5
5–	–	1	–	0,5
Totalt	236	193	100	100

Som framgår av tabell 4 består 90,3 % av alla meningar i det rikssvenska materialet av en sats. Variationen i meningarnas satsantal är obetydlig. Bara 8,5 % av meningarna innehåller två satser. Ingen av meningarna innehåller mera än tre satser. I materialet finns endast tre meningar som bygger på tre satser. Exempel (11) nedan presenterar en vanlig tresatsmening:

- (11) Högst upp i huset på Guldheden har man en panoramavy över staden och kan njuta av när Änggårdsbergens träd skiftar färg och Lisenbergsgranen tänds. (EO)
- (12) Stort tomt, huset byggt 2000, garage, grillkota, muminhus. (HK)

Liksom i det rikssvenska materialet bygger meningarna i det finlandssvenska materialet också på en sats. Andelen ensatsmeningar är 90,2 % av alla meningar. Meningar med flera satser är nästan lika ovanliga som i det rikssvenska materialet. Den enda skillnaden mellan materialen är att det högsta satsantalet i en mening är fem i det finlandssvenska materialet. Exempel (12) ovan presenterar den enda meningen som består av fem satser.

4.1.3 Antalet ord per sats

Här presenterar jag kort det genomsnittliga ordantalet per sats i de undersökta annonsmaterialen. Antalet ord per sats är lätt att räkna genom att dividera antalet ord med antalet satser.

Tabell 5. Den genomsnittliga satslängden i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna och i jämförelsematerialet

Material	Antalet ord	Antalet satser	Ord/sats
EO och HH	1 822	262	7,0
SKV och HK	974	218	4,5
Minilekt			
Matrecept (rikssv./fisv.)			7,0/8,2
Väderrapporter (rikssv./fisv.)			6,1/10,0
Stickbeskrivningar			8,0

Enligt tabell 5 är den genomsnittliga satslängden 7,0 ord i det rikssvenska materialet och 4,5 ord i det finlandssvenska materialet. Trots att de rikssvenska bostadsannonserna har satser som är 2,5 ord längre än de i de finlandssvenska bostadsannonserna, gynnar båda materialen korta satser. Det var att vänta att bostadsannonserna har korta satser eftersom meningarna redan är så korta (se tabell 1). I själva verket är meningarna i det rikssvenska materialet endast 0,7 ord längre än satserna och i det finlandssvenska materialet är skillnaden mellan menings- och satslängden ännu mindre, 0,5 ord.

Av tabell 5 framgår också de genomsnittliga värdena för antalet ord per sats i några av de vanligaste minilekter som Nordman (1994) har undersökt. Jämförelsen visar att de rikssvenska bostadsannonserna har lika ordrika satser som de rikssvenska matrecepten där det också finns 7,0 ord per sats. I fråga om antalet ord per sats har de finlandssvenska bostadsannonserna det lägsta värdet jämfört med vilken minilekt som helst i tabell 5. Skillnaden mellan de finlandssvenska bostadsannonserna och de finlandssvenska väderrapporterna är tydligast, nämligen 5,5 ord per sats. De finlandssvenska bostadsannonserna ligger närmast de rikssvenska väderrapporterna som i genomsnitt har 6,1 ord per sats. Sammanfattningsvis kan jag konstatera att variationen i antalet ord per sats inte är stor mellan bostadsannonserna och de tre minilekterna. I allmänhet tycks bostadsannonserna följa samma satslängd som de regelrätta minilekterna.

4.2 Meningstyper

I avsnitt 4.2.1 och 4.2.2 nedan kommer jag att behandla *satsformade* och *icke satsformade meningar* för att ge en helhetsbild av meningarna i bostadsannonserna. Med satsformade meningar avser jag meningar som endast består av fullständiga satser. På motsvarande sätt innehåller de icke satsformade meningarna inte några fullständiga satser. (Liljestränd 1993: 60.) Innan jag inleder analysen vill jag påpeka att texterna kan innehålla olika slags ofullständiga meningar. Det går att skilja bland annat interjektionsfraser, tilltalsfraser och satser som motsvarar huvudsatser. (Hultman 2003: 278.) I min studie är det huvudsakligen fråga om den senare typen av ofullständiga meningar. Det förekommer visserligen dock också några interjektionsfraser i bostadsannonserna såsom *OBS!* och *Välkomna!*

4.2.1 Icke satsformade meningar

De flesta texter som människan möter består av fullständiga meningar. Dessa meningar omfattar således både ett subjekt och ett predikat. Meningarna består däremot av en huvudsats, ibland av två, och eventuella bisatser. Bostadsannonserna representerar en texttyp där fullständiga meningar är mycket sällsynta. I objektbeskrivningar favoriserar textskaparna, som påpekats ovan, så kallad telegrafisk stil vilket betyder att de utesluter de väsentligaste satsdelarna, subjekt och predikat (Nordman 1994: 40). I vissa texter och sammanhang skulle ofullständiga meningar vara nästan ett brott mot språkriktigheten, men inte i bostadsannonserna och i minilekttexterna i allmänhet (se Nordman 1994).

Vid sidan av minilekttexter är ofullständiga meningar helt användbara och vanliga bland annat i bildtexter och på skyltar. Förkortade meningar används av olika skäl i olika texter. Till exempel i dagstidningarnas bostadsannonser och kontaktannonser gynnas det förkortade uttryckssättet många gånger på grund av höga kostnader och brist på spaltutrymme (Thorell 1973: 281). I sakprosa och skönlitteratur används ofullständiga meningar inte för att spara utrymme. Där fungerar dessa meningar som stilistiska hjälpmedel. (Svenska språknämnden 2005: 338.) Den som skapar

bostadsannonserna bryter så att säga medvetet mot syntaxen då han eller hon konstruerar texter med ofullständiga meningar. Kommunikationen förutsätter inte användning av fullständiga meningar eftersom annonsernas sändare och mottagare redan förväntas dela mycket av samma kunskap om ämnet. I bostadsannonserna har de förkortade meningarna som uppgift att förmedla information om försäljningsobjektet så snabbt och friktionsfritt som möjligt till mottagaren. (Laurén & Nordman 1987: 53; Nordman 1994: 63.)

Den andra benämningen på en ofullständig mening är *icke satsformad mening*. Detta betyder att meningen inte har en huvudsatsform och den är oberoende av de omgivande meningarna. Trots att ofullständiga meningar inte alltid kan anses vara en naturlig del av vårt språk, är de i de flesta sammanhang helt korrekt svenska. Det finns inte någon stor risk för att budskapet inte skulle nå sin mottagare om textskaparen använde ofullständiga meningar i stället för fullständiga, till exempel i bostadsannonserna. Fastän ofullständiga meningar utnyttjas i alla genrer och stilarter, förekommer de mest frekvent i informella och personliga texter, till exempel i dagböcker. (Svenska språknämnden 2005: 336, 342.)

I mitt material finns en massa icke satsformade meningar. I det rikssvenska materialet är 83,9 % och i det finlandssvenska materialet 87,6 % av alla meningar icke satsformade. Antalet icke satsformade meningar är i stort sett detsamma i båda annonsmaterialen. De icke satsformade meningarna saknar i de flesta fall både subjekt och predikat. I följande exempel har jag satt ut det utelämnade subjektet och predikatet inom hakparentes.

Exempel (13) och (14) konkretiserar ett fall då predikatet oftast fattas i en mening:

- (13) Trevligt kedjehus om 96 + 33 kvm med bra läge [finns] på Björkmansheden. (HH)
- (14) På mycket lugnt läge i Kilskiftet [finns] en mycket vackert renoverad radhusbostad. (HK)

Då textskaparen har som avsikt att ange objektets läge utesluter han eller hon vanligen predikatet. Fastän textskaparen har bestämt sig för att lämna ut predikatet, blir meningarna i exempel (13) och (14) knappast kortare. Budskapet når mottagaren lika bra eller dåligt också med ett utsatt predikat eftersom meningarna redan från början är ganska långa och informativa.

Exempel (15) innehåller ett predikat men saknar i stället ett subjekt:

(15) [Lägenheten] Passar t.ex. som först [sic] bostad. (HK)

I exempel (15) har textskaparen lämnat bort subjektet *lägenhet* i början av meningen. Budskapet går inte förlorat fast subjektet fattas eftersom meningen ännu har predikatet *passar* kvar. Icke satsformade meningar som endast saknar subjekt är sällsynta i bostadsannonserna eller åtminstone i mitt material för jag bara har hittat en sådan mening.

I exempel (16) och (17) finns meningar som saknar både subjekt och predikat:

(16) [Huset har] Renoveringsbehov. (HH)

(17) [Huset har] Stor och fin egen tomt. (SKV)

Både i det rikssvenska och i det finlandssvenska materialet finns rikligt med bostadsannonser där meningarna saknar båda de väsentliga satsdelarna. Läsaren kan ändå lätt komplettera meningen med ett lämpligt subjekt och predikat med hjälp av kontexten. Oftast är det fråga om de allra kortaste meningarna som saknar både subjekt och predikat i materialet. Dessa meningar består vanligen endast av objekt, liksom i exempel (16) och (17). De icke satsformade meningarna av denna typ är inte beroende av subjekt och predikat eftersom de lyckas förmedla sitt budskap lika bra och begripligt också utan dem. I den förkortade formen är meningarna dessutom mer ekonomiska.

I texter som bostadsannonser upplever läsaren vanligen inte de icke satsformade meningarna som negativa och störande för läsning eller förståelse. Avsikten är att göra meddelandet mer lättillgängligt och lättförståeligt för mottagaren genom att utelämna subjekt och/eller predikat då det är möjligt. I längre löpande texter, exempelvis i skönlitterära texter, skulle en flitig användning av korta, ofullständiga meningar göra läsningen påfrestande och texten hackig. Det beror på textens funktion när det är motiverat att använda de icke satsformade meningarna utan att det förorsakas problem. (Svenska språknämnden 2005: 337.)

4.2.2 Satsformade meningar

Analysen av meningstyperna har visat att satsformade meningar är mycket sällsynta i bostadsannonserna. En orsak till att textskaparna inte gynnar meningar som består av fullständiga satser kan vara att meningen och på så sätt hela annonsen lätt blir onödigt lång. Avsikten är ju att hålla framställningen kort för att mottagaren lätt kan uppmärksamma det allra viktigaste i annonsen (Laurén & Nordman 1987: 53).

Jag har indelat de satsformade meningarna i huvudsatser och satsfogningar. En satsformad mening kan i sin enklaste form bestå av en ensamstående huvudsats. Om meningen består av en satsfogning, betyder det att två satser är sammanbundna med ett bindeord. De två satserna kan vara antingen samordnade eller underordnade. Samordnade konjunktioner som *och*, *eller* och *samt* fogar huvudsatser medan underordnade konjunktioner som *eftersom*, *när* och *som* fogar bisatser till huvudsatser. En mening kan alltid innehålla både samordning och underordning. (Thorell 1973: 190, 283.)

I det rikssvenska materialet är 13,6 % och i det finlandssvenska materialet 9,8 % av alla meningar satsformade. Av de två typerna av satsformade meningar är de ensamstående huvudsatserna vanligast i båda materialen. Användningen av satsfogning begränsar sig till några enstaka fall. Meningen i exempel (18) är alltså inte typisk för bostadsannonserna i mitt material:

- (18) Högst upp i huset på Guldheden har man en panoramavy över staden och kan njuta av *när* Änggårdsbergens träd skiftar färg och Lisenbergsgranen tänds. (EO)

Meningen i exempel (18) består av en huvudsats och två bisatser och inrymmer både samordning och underordning. Meningen inleds med en huvudsats som innehåller ett subjekt (*man*) och två finita verb (*har, kan*). Om subjektet upprepades framför det andra finita verbet, skulle meningen innehålla två huvudsatser. Efter huvudsatsen följer det två underordnade bisatser i meningen. Båda bisatserna inleds med en temporal subjunktion *när* som har utelämnats framför den andra bisatsen som inleds med ordet *Lisenbergsgranen*. De två bisatserna är vidare samordnade med varandra med konjunktion *och*. Meningen i exempel (18) är den enda som är konstruerad så här komplext i materialet.

De andra satsfogningar som förekommer i materialet är enklare än den i exempel (18). I själva verket består resten av satsfogningarna av en huvudsats och en underordnad bisats. I materialet finns inte meningar som skulle bestå av två samordnade huvudsatser. Vanligen består de fullständiga meningarna endast av en huvudsats i båda annonsmaterialen som i exempel (19) och (20):

- (19) Vi har nöjer [sic] att presentera en enastående 2,5:a med tidstypisk 30-talscharm. (EO)
- (20) Med ytrenoeringen får ni ett fint hem! (HK)

I de fall textskaparen har använt fullständiga meningar har han oftast velat meddela något sådant om objektet som inte skulle få samma vikt eller slagkraft i en förkortad uttrycksform. Speciellt om bostadsannonsen inleds med en fullständig mening är avsikten att på så sätt fånga de potentiella köparnas intresse och leda dem vidare genom annonsen. Meningen i exempel (19) har denna funktion i en rikssvensk annons.

4.2.3 Övriga meningar

Till kategorin övriga meningar har jag räknat meningar som består av fullständiga och

ofullständiga satser. Andelen sådana meningar är mycket liten i båda materialen. I det rikssvenska materialet hör 2,5 % av meningarna till övriga typer och i det finlandssvenska materialet 2,6 %. Denna meningstyp är lika sällsynt alltså i båda annonsmaterialen. Följande exempel (21 och 22) presenterar hur meningarna i fråga ser ut:

- (21) Ett hem där även en större familj ryms att bo. (HK)
- (22) Välkommen till denna bostad med bevarade sekelskiftesdetaljer så som högt till tak, stuckatur och höga golvsöcklar ger lägenheten en härlig charm. (HH)

Då meningen består av en fullständig och en ofullständig sats bygger den vanligen på en huvudsats och en bisats. Utan undantag är det huvudsatsen som är ofullständig och bisatsen som är fullständig (se exempel 21).

Exempel (22) visar en mer intressant typ. Meningen är den enda i materialet som består av två huvudsatser varav den första är ofullständig och den andra fullständig. Dessa satser är inte samordnade med någon konjunktion utan textskaparen har kopplat dem ihop med kommatecken. Textskaparen skulle ha kunnat lämna bort kommatecknet mellan satserna och sätta ut en punkt i stället. I sin nuvarande form är meningen osammanhängande och onödigt lång.

4.3 Meningsstruktur

I detta avsnitt kommer jag att studera hurdana meningsstrukturer man vanligen använder i bostadsannonserna. Det har redan tidigare i undersökningen kommit fram att bostadsannonserna otvivelaktigt har en relativt enkel meningsstruktur bland annat på grund av det låga satsantalet per mening (se t.ex. avsnitt 4.1.2). Enligt Nordman (1992b: 33) finns det forskare som är av den åsikten att meningsstrukturen i fackspråkliga texter i allmänhet är relativt enkel men också forskare som anser att meningsstrukturen i hög grad är invecklad. I minilekterna, exempelvis i matrecept, har meningarna en enkel uppbyggnad. Dessutom är variationen i olika meningsstrukturer

liten eftersom man i minilekterna vanligen föredrar bara vissa strukturer (Nordman 1994: 65–66). Dessa egenskaper tillsammans bidrar till att mottagaren har lättare att ta emot budskapet. För att ge en helhetsbild av bostadsannonsernas meningsstruktur kommer jag att presentera de tre mer eller mindre frekvent använda strukturerna.

Jag har indelat de olika meningsstrukturerna i fyra grupper i tabell 6. I tabellen står *H* för huvudsats och *B* för bisats. De olika meningsstrukturerna kan bestå både av fullständiga och av ofullständiga satser. Jag kommer att ge exempel på varje stukturtyp samt sätta ut de utelämnade satsdelarna (subjekt och predikat) vid behov till satserna för att klargöra hur jag har uttolkat meningarna.

Tabell 6. Meningarna med olika typer av struktur i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna

Strukturtyp	Antalet meningar		%	
	EO och HH	SKV och HK	EO och HH	SKV och HK
H	213	174	90,3	90,2
HH	12	8	5,1	4,1
HB	8	8	3,4	4,1
Övriga	3	3	1,3	1,6
Totalt	236	193	100	100

Av tabell 6 ovan framgår att den vanligaste meningsstrukturen består av en ensamstående huvudsats (*H*) i båda materialen. Till och med 90,3 % av alla meningar har denna struktur i det rikssvenska materialet och 90,2 % i det finlandssvenska materialet. Skillnaden är alltså bara en procentenhet mellan materialen. Det finns sammanlagt 30 annonser som i sin helhet består av ensamstående huvudsatser i det rikssvenska materialet och 33 i det finlandssvenska materialet. Den stora andelen ensamstående huvudsatser bevisar att meningsstrukturen i de rikssvenska bostadsannonserna är mycket enkel. Knappt 10 % av de återstående meningarna innehåller en mer komplex struktur.

Nedan finns exempel om meningar som består av en huvudsats. Meningen i exempel

(23) består av en fullständig huvudsats medan meningen i exempel (24) består av en ofullständig huvudsats som saknar predikat.

(23) Både kök och badrum har fönster med utsikt. (HH)

(24) Skolorna och dagvård [ligger/finns] på gångavstånd. (HK)

Den näst vanliga strukturtypen i båda materialen består av två huvudsatser (HH). I det rikssvenska materialet utgör HH-meningarna 5,1 % av alla meningar och i det finlandssvenska materialet 4,1 %. I texterna kan huvudsatser kopplas ihop med samordnade konjunktioner som *och*, *samt*, *men*, *utan* eller *för*. I mitt material brukar textskaparen inte samordna huvudsatser med konjunktioner utan han eller hon fogar dem samman vanligen endast med hjälp av kommatecken. Detta sätt att binda ihop satser kallas för *satsradning* (Svenska språknämnden 2005: 331–332).

(25) Huset [är] byggt 1984, [huset har/i huset finns] hiss. (HK)

(26) [Lägenheten ligger på] Mycket lugn gata nära kommunikationer *och* [det är] bara några minuter från [...] Mariatorget. (HH)

I exempel (25) består meningen av två ofullständiga huvudsatser som står efter varandra. I denna mening har textskaparen använt satsradning. Ibland är satsradning ett helt naturligt sätt att foga satser men ibland kan det också misslyckas (Svenska språknämnden 2005: 333). I exempel (25) är satsradning inte på sin plats. Båda satserna fungerar mera som självständiga meningar eftersom de innehållsmässigt avviker från varandra. I vissa fall är det möjligt att separera satserna i stället för en punkt med en konjunktion och omvandla den ena huvudsatsen till en bisats men inte i exempel (25) (Svenska språknämnden 2005: 334).

Också exempel (26) består av två ofullständiga huvudsatser. I denna mening har textskaparen på ett lyckat sätt samordnat huvudsatserna med hjälp av konjunktionen *och*. Satserna bildar en enhetlig helhet. Det kan förstås tänkas att de samordnade satserna i exempel (26) har *lägenhet* som subjekt och *ligger* som predikat. Då kan dessa satsdelar vara underförstådda i den senare satsen vilket betyder att man inte behöver sätta ut dem på nytt (Hultman 2003: 312–313).

Andelen meningar som innehåller strukturtypen *HB* är 3,4 % i det rikssvenska materialet. Den motsvarande andelen i det finlandssvenska materialet är 4,1 %, strukturen är alltså lika vanlig som den föregående (*HH*). Exempel (27) och (28) visar hur en vanlig *HB*-mening ser ut:

- (27) På populär adress i city ligger denna bostad *som* bjuder på renoverat badrum, ljusa rum med generös takhöjd samt en mysig balkong. (EO)
- (28) [Huset har] Varmt garage för 2 bilar samt varmt förråd, *vilket* är lämpligt även för företagsverksamhet. (SKV)

I exempel (27) är både huvudsatsen och bisatsen fullständiga medan i exempel (28) är huvudsatsen ofullständig och bisatsen fullständig. I texterna finns det olika typer av bisatser, såsom kausala, temporala och relativa. Man kan skilja de olika bisatserna från varandra enligt deras inledare (Hultman 2003: 187). I exempelmeningarna ovan är det fråga om relativa bisatser som inleds med subjunktionerna *som* och *vilket*. I båda materialen är nästan varje bisats relativ och som inledande subjunktion kan dessutom fungera *där*. Det är ingen förvåning att bisatserna är just relativa i annonserna eftersom de har som uppgift att specificera och beskriva innebörden hos ett korrelat som i exempel (27) är *bostad* och i exempel (28) *förråd* (Nordman 1983: 41; Teleman, Hellberg & Andersson 1991: 486).

I tabell 6 omfattar *övriga* meningar som består av flera huvudsatser eller av flera huvud- och bisatser. Dessa meningar är inte typiska för bostadsannonserna för i det rikssvenska materialet utgör de endast 1,3 % av alla meningar och i det finlandssvenska materialet 1,6 %.

Gemensamt för alla meningar med en annan struktur än *H* är att de är avsevärt längre än meningarna i genomsnitt i materialet. Som det har kommit fram i avsnitt 4.1 är den genomsnittliga meningslängden i det rikssvenska materialet 7,7 ord per mening och i det finlandssvenska materialet 5,0 ord per mening. Exempel (27) ur det rikssvenska materialet består till exempel av 22 ord och exempel (28) ur det finlandssvenska materialet av 14 ord. Det verkar vara så att en mer komplex meningsstruktur medför

en ökad meningslängd.

Meningarna i båda materialen fördelar sig nästan lika jämnt i de ovan behandlade strukturtyperna. Granskningen har påvisat att bisatserna så gott som inte används i bostadsannonserna. Detta gör att annonserna har en idealisk, enkel meningsstruktur (Nordman 1994: 65). Största delen av meningarna består av en huvudsats vilket betyder att meningarna genomgående har en stereotyp uppbyggnad. Nordman (1994) har i sin minilektundersökning kommit fram till att i en regelbunden minilekt meningarna vanligen består av en eller två huvudsatser eller av en huvudsats och en bisats. Eftersom textskaparna vanligen strävar efter att vara konsekventa, är det värt att notera att det då och då sker små variationer i meningsstrukturen.

5 LEXIKALISK NIVÅ

I det här analyskapitlet behandlar jag bostadsannonserna ur en lexikalisk synvinkel. Jag koncentrerar mig på att studera verb, substantiv och adjektiv eftersom de utgör de största och mest betydande ordklasserna i vilken svensk text som helst (Nordman 1994: 120, 145). Jag har som mål att ta reda på ordklassernas förekomst och frekvens i objektbeskrivningar. Med hjälp av statistiken analyserar jag därefter hurdan funktion ordklasserna har att uppfylla i minilekten i bostadsannonser. Dessutom kommer jag att granska om det råder stereotypi på ordvalsnivån vad gäller verb-, substantiv- och adjektivurval som det borde när det gäller en minilekt. I fråga om ordval är det också intressant att se i hur stor utsträckning de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna liknar varandra.

I analysen kommer jag att använda Rantamäkis undersökning om bostadsannonser (2002) som jämförelsematerial för hon har också studerat ordförrådet. Eftersom bostadsannonserna förmodligen har förändrats under de senaste tio åren och tidningarnas bostadsannonser i allmänhet har en annan grundkaraktär än bostadsannonserna på Internet, måste jag vara kritisk då jag jämför mina resultat med Rantamäkis resultat. I detta kapitel utnyttjar jag även Nordmans undersökning om minilekter (1994) för att kunna analysera hur kraven hos en minilekt förverkligas i bostadsannonser.

5.1 Verb

I svenska fackspråksstudier har undersökningen av verb inte fått en lika stor betydelse än undersökningen av adjektiv och substantiv (Nordman 1986: 5, 41). I minilektstudier brukar forskarna däremot kartlägga också verbanvändningen i texterna. De flesta minilekter har endast ett begränsat förråd av verb som dessutom ofta har en specifik betydelse i minilekten i fråga (Nordman 1994: 43). I min undersökning förblir verben tydligt i bakgrunden jämfört med substantiven och adjektiven. Trots verbens låga representation i materialet är de inte mindre betydande

forskningsobjekt. Granskningen av verbanvändning kan ge viktig information om hur man framställer ett visst innehåll i form av en minilekt.

Innan jag går djupare i analysen, lönar det sig att förklara vad jag avser med begreppet *verb*. I bostadsannonser finns en mängd particip som kan räknas antingen som verb eller adjektiv eftersom de är bildade av verb men böjs som adjektiv (Fiilin & Hakala 2004: 88–89). I denna undersökning betraktar jag particip som adjektiv för de har snarare en adjektivisk än en verbal funktion i bostadsannonser. Som verb räknar jag endast de finita verb formerna presens, preteritum och imperativ (t.ex. *söker*, *sökte*, *sök*) och de infinita formerna infinitiv (t.ex. *att söka*, *att köpa*) och supinum (t.ex. *har sökt*).

5.1.1 Användning av verb i bostadsannonser

Mitt material består totalt av 2 796 ord och av dessa ord är 102 verb. Det betyder att verben utgör 3,6 % av alla ord i hela materialet. I Rantamäkis undersökning (2002: 58) är verbandelen bara en aning mindre: 2,3 %. Att verben spelar en så anspråkslös roll i bostadsannonser är inte förvånande för ett rikt verbbruk är utmärkande närmast för berättande texter (Cassirer 2003: 61). En beskrivande stil som i synnerhet gynnar adjektiv är mer karakteristisk för bostadsannonser. Handlingar och händelser som uttrycks genom verb har således en underordnad roll i bostadsannonser medan beskrivningar av objektet tar mer utrymme (se avsnitt 5.3.1).

Det låga antalet verb beror ytterligare på bostadsannonsernas benägenhet att uttrycka sig så korthugget som möjligt. Detta ekonomiska språkbruk har för avsikt att lämna bort alla onödiga element från meddelandet, en stor del av verben i detta fall, eftersom sändaren och mottagaren redan delar så mycket gemensam kunskap sinsemellan (Nordman 1994: 63). De flesta bostadsannonser i mitt material gynnar ofullständiga satser och meningar där predikatet oftast saknas. De annonser som saknar verb för informationen fram nästan enbart genom substantiv och adjektiv. Att textskaparen i många fall kan lämna bort verben berättar för sin del om ordklassens låga informationsvärde, den tjänar alltså inte ett informativt syfte i bostadsannonserna.

I materialet finns 39 bostadsannonser där textskaparen inte har använt ett enda verb. Knappast märker man att verben saknas eftersom annonsernas budskap förmedlas lika tydligt och effektivt också utan dem. Nedan finns ett exempel på en annons där det inte finns några verb (exempel 29) och en annons där det finns ovanligt många verb (exempel 30). Av tabell 7 nedan framgår hur många verb det i genomsnitt finns per annons i de olika delmaterialen.

- (29) Fin lägenhet med genomgående nytt ekparkettgolv, nya vitvaror och renoverat badrum. Stor och solig balkong med ett fritt läge utan närliggande hus. (EO)
- (30) [...] *Kontakta mäklaren för att boka privat visning. Välkommen till populära Hammarby Sjöstad och detta moderna höghus om 13 våningar. På 10 trappor med en storslagen utsikt ges nu möjlighet att förvärva en välplanerad 3:a med stor balkong som sträcker sig utmed hela lägenheten.* (HH)

Skillnaderna i verbbruket mellan det finladssvenska och rikssvenska materialet är inte märkvärdiga. Tabell 7 nedan presenterar siffror om förekomsten av verb i varje delmaterial. Tabellen baserar sig på den som Rantamäki (2002: 59) använt i sin verbundersökning.

Tabell 7. Förekomsten av verb i bostadsannonserna

	EO	HH	SKV	HK
Totalt	34	25	15	28
/annons	1,4	1	0,6	1,1
% av alla ord	5,6	2,1	3,1	5,7

Som det framgår av tabell 7 finns det inga stora skillnader mellan bostadsannonserna när det gäller förekomsten av verb. Flest verbförekomster finns i EO, 34 stycken, och minst i SKV, 15 stycken. Antalet verb per annons varierar endast mellan 0,6 och 1,4 verb i materialet. I medeltal finns det flest verb i HK, 5,7 %, och minst i HH, 2,1 %. Rantamäki (2002: 59) har i sin undersökning fått reda på att verbandelen varierar från 1,8 % till 2,8 % i hennes material. Nordman (1994) har också studerat verbandelarna i

några typiska minilekter. Hon har kommit fram till att verb utgör omkring 20 % av hela textmassan i matrecept och omkring 2–4 % i väderrapporter (Nordman 1994: 145). På basis av dessa resultat går det att konstatera att i vissa minilekter har verb en mer central roll än i andra. Jämfört med matrecept och väderrapporter liknar användning av verb i bostadsannonser den i väderrapporter.

Verb i bostadsannonserna är få till antalet men visar ändå stor variation vilket är ganska häpnadsväckande. Jag har undersökt variationen i verburvalet genom att räkna hur många verb som är olika inom respektive material. I det rikssvenska materialet är andelen olika verb av alla verb 62,7 % och i det finlandssvenska materialet 72,1 %. Eftersom procentandelarna är så iögonenfallande höga, verkar bostadsannonserna inte visa någon stereotypi i verburval. I en normal minilekt kommer nämligen stereotypin i verburvalet till uttryck när variationen är mycket mer balanserad (Nordman 1994: 72). Nordman (1994: 70) har märkt att textskaparna bland annat i de rikssvenska och finlandssvenska matrecepten använder verb stereotypt eftersom variationen sträcker sig endast från 18 % till 32 %. Största delen av verben, både i mitt rikssvenska och finlandssvenska material, är sådana att de förekommer endast en gång. Bostadsannonsernas läsare möter alltså oftare ett nytt verb än ett verb som redan tidigare har dykt upp i texten.

De olika verben kan vara antingen dynamiska eller statiska. De dynamiska verben beskriver en handling, händelse eller förändring medan de statiska verben uttrycker ett tillstånd eller förhållande. En approximativ granskning visar att både det rikssvenska och det finlandssvenska materialet har flera dynamiska än statiska verb. Den dynamiska redovisning som bostadsannonserna föredrar framför den statiska skapar konkretion och gör annonserna mer lättillgängliga och intressanta för sin mottagare. (Hellspong & Ledin 1997: 69–70, 110.) De dynamiska verb som förekommer i materialet är till exempel *boka*, *bygga*, *kontakta* och *renovera*. En stor del av de olika dynamiska verben har bara ett belägg i hela materialet. Exempel på de statiska verb som förekommer i materialet är *vara*, *bo* och *ha*.

I materialet är verben för det mesta aktiva och förekommer nästan uteslutande i

tempusformen presens. I texttyperna som bostadsannonser är användningen av presens mycket vanligt. Lennart Hellspång och Per Ledin (1997: 70) konstaterar att man med hjälp av presens har som uppgift att uttrycka något angeläget. Den som skapar bostadsannonser använder presens för samma syfte: för att redogöra för bostadens nutida tillstånd och egenskaper. Några enstaka gånger står verben i tempusformen perfektum i annonserna. I regel är det då fråga om någon slags bakgrundsinformation som förmedlas genom perfektum, exempelvis *Badrum har förnyats 2006/07*.

I några minilekttexter kan verben fungera som termer. Till exempel i matrecept finns flera verb som man från förut känner från allmänspråk men som inte har en lika speciell betydelse i allmänspråk som i matreceptens minilekt. (Nordman 1994: 71.) Alla de verb som förekommer i bostadsannonserna är helt vanliga i allmänspråket. Det finns inte något verb som har en terminologiserad eller annars preciserad användning i annonserna. De klart ämnesrelaterade verben är också få i annonserna. De vanligaste ämnesrelaterade verb som textskaparna använt är *boka*, *ingå*, *kontakta*, *köpa* och *renovera*.

5.1.2 De vanligaste verben

Jag har tagit reda på vilka av de få verb som förekommer i materialet är vanligare än andra i objektbeskrivningar. I tabell 8 nedan presenterar jag de fem vanligaste verben i det rikssvenska och finlandssvenska materialet.

Tabell 8. De fem vanligaste verben i det rikssvenska och finlandssvenska materialet

EO och HH	Antal	% av alla verb	SKV och HK	Antal	% av alla verb
Ge	7	11,9	Vara	6	14,0
Ha	6	10,2	Ingå	4	9,3
Vara	6	10,2	Finnas	4	9,3
Göra	5	8,5	Köpa	4	9,3
Bo	4	6,8	Renovera	3	7,0
Totalt	28	47,6	Totalt	21	48,9

En översikt över tabell 8 berättar att det vanligaste verbet i det rikssvenska materialet är *ge* med sju förekomster. Verbet förekommer i uttryck som liknar varandra: *Rymlig vardagsrum ger plats åt säng, En uteplats ger sol [...] eller Öppen planlösning ger rymd*. Textskaparna tycks använda verbet endast i samband med ett omänskligt subjekt (*vardagsrum, uteplats, planlösning*). Verbet *ge* ger subjektet ändå en mänsklig karaktär, det personifierar subjektet. Verbet *ha* har sex förekomster och det används i annonserna för att berätta hurdana egenskaper försäljningsobjektet har, till exempel *Högt upp i huset har man en panoramavy [...]*.

Andra verb som utnyttjas mer frekvent i de rikssvenska annonserna är *vara, göra* och *bo*. Utom *ge* förekommer de vanligaste verben också ett par gånger i det finlandssvenska materialet.

Det vanligaste verbet i det finlandssvenska materialet är enligt tabell 8 *vara*. Verbet är dessutom det enda som förekommer bland de vanligaste verben både i det rikssvenska och i det finlandssvenska materialet. I de båda materialen har verbet sex förekomster. Att *vara* är frekvent i materialen är i och för sig ingen överraskning för det utgör det vanligaste verbet i de flesta europeiska språk. Men eftersom verbet förekommer mer frekvent än de andra kan det för sin del signalera att annonserna har den beskrivande karaktären. (Nordman 1986: 11, 1992: 64.) I bostadsannonserna förekommer *vara* nästan uteslutande före adjektiv, liksom i exempel (31). Verbet är innehållstomt men det utgör en nödvändig del i en predikativ konstruktion där det fungerar som ett slags informationsförmedlare (Fiilin & Hakala 2004: 117).

(31) Alla vitvaror är nya [...]. (HH)

De andra verb som är vanliga i det finlandssvenska materialet är *ingå, finnas, köpa* och *renovera*. Verben *ingå* och *köpa* förekommer i uttryck med likartade budskap. *Ingå* används då man vill förmedla att *bilgarage ingår i priset* medan verbet *köpa* används då man vill informera de potentiella köparna om att de har *möjlighet att köpa bilgarageaktie*. Av de vanligaste verben i det finlandssvenska materialet har *ingå, köpa* och *renovera* inga förekomster i det rikssvenska materialet.

Nordman (1986: 12) konstaterar i en av sina fackspråksundersökningar att verb som *finnas, ge, göra, ha* och *vara* är ganska bleka och innehållsmässigt betydelsefattiga. Oftast fungerar dessa verb endast som funktionsverb i text. En stor del av de vanligaste verben i det rikssvenska materialet är abstrakta och innehållstomma. Verben får sin betydelse först när de ansluter sig till något substantiv (Nordman 1992b: 81). I det finlandssvenska materialet är de vanligaste verben däremot mer konkreta.

Av tabell 8 framgår att de vanligaste verben är nästan lika frekvent förekommande i båda annonsmaterialen: 47,6 % i det rikssvenska och 48,9 % i det finlandssvenska materialet. Enligt resultatet används de vanligaste verben i samma utsträckning i de båda annonsmaterialen.

5.2 Substantiv

Hultman (2003: 44) har konstaterat att substantiven är den största ordklassen i svenska språket för över 50 % av lexikonorden klassificeras som substantiv. Således är det inte någon överraskning att av alla ordklasser är andelen substantiv högst i de flesta svenska texter (Liljestrand 1993: 47). Substantiven spelar den mest framträdande rollen även i minilekten bostadsannons. Det viktigaste i texterna förmedlas vanligen genom substantiven (Hultman 2003: 44). Om en bostadsannons innehöll endast substantiv, skulle det ändå förmedlas åtminstone en ungefärlig bild av försäljningsobjektet till läsaren.

I följande avsnitt (5.2.1) redogör jag för substantivanvändning i bostadsannonser men före det lönar det sig att förtydliga hurdana ord jag har betraktat som substantiv. Man kan indela substantiven i huvudgrupperna *egennamn* och *appellativer* (Hultman 2003: 45). Som substantiv har jag utöver dessa räknat också förkortningar som är förkortade av substantiv, till exempel *kvm* – *kvadratmeter*. Största delen av substantiven i de undersökta bostadsannonserna är appellativer som betecknar föremål (t.ex. *bil, säng, soffa*), ting (t.ex. *hästskötsel, jordvärmesystem, reparationsfond*) eller varelser (t.ex.

arkitekt, hund, mäklare). De egennamn som förekommer i annonserna är närmast namn på olika stadsdelar och bostadsområden. Av alla olika substantiv utgör egennamnen 5,3 %.

Substantiven i mitt material är både konkreta och abstrakta. De konkreta substantiven är åskådliga för sinnena eftersom de har en existerande referent som man kan ta eller se på. De abstrakta substantiven är däremot sådana som man inte kan uppfatta med sinnena. Deras referent existerar egentligen endast i tankarna. (Hultman 2003: 45.)

5.2.1 Användning av substantiv i bostadsannonser

Det är helt vanligt att vissa minilekter gynnar vissa ordklasser och helt eller delvis undviker några andra (Nordman 1994: 43). I de hundra bostadsannonser som jag har granskat finns totalt 1 059 substantiv vilket gör att substantiven utgör 37,9 % av alla ordklasser i materialet. Rantamäki (2002: 42) har också studerat andelen substantiv i sitt material. Enligt hennes resultat är substantivandelen 47,3 % av alla ord i de undersökta annonserna. Om man jämför våra resultat, kan man konstatera att det inte finns märkvärdiga skillnader i användningen av substantiv mellan nutida elektroniska och dåtida tryckta bostadsannonser. Vidare kan man konstatera att både i mitt och i Rantamäkis material är substantiven den dominerande ordklassen medan verben är den mest underrepresenterade ordklassen (jfr 5.1.1 och 5.3.1). Det verkar nästan att den höga substantivandelen i någon mån kompenserar den låga verbandelen i bostadsannonserna.

Substantiven är den mest intressanta ordklassen i bostadsannonserna eftersom de tar så stort utrymme och på så sätt fyller en viktig funktion. Av ordklasserna substantiv, verb och adjektiv är just substantiven innehållstungast, det vill säga när en text innehåller många substantiv, har den en hög informationsvärde (Melin & Lange 1995: 44). I bostadsannonserna förmedlar substantiven den nödvändigaste informationen om försäljningsobjektet till den potentiella köparen. Bostadsannonseringen skulle vara en omöjlighet utan substantiv och därför innehåller varje bostadsannons i mitt material i genomsnitt minst 6,5 substantiv (se tabell 9).

Merparten av substantiven i bostadsannonserna är konkreta. De konkreta substantiven är många gånger också sammansatta. En flitig användning av konkreta, sammansatta substantiv återspeglar bostadsannonsernas förkärlek för ett exakt och tydligt framställningssätt, vilket också är ett krav för minilekttexter (Laurén & Nordman 1987: 52; Hellspong & Ledin 1997: 67, 79; Cassirer 2003: 116). Bostadsannonsernas textskapare använder sammansatta substantiv speciellt för att specificera de olika objekttyperna. Sammansättningar som *gavelbostad*, *hörnlägenhet* och *stockhus* ger en mer uttömmande helhetsbild av objekttypen än bara *bostad*, *lägenhet* och *hus*. Det abstrakta inslaget i bostadsannonserna för med sig bland annat några verbalsubstantiv. Dessa substantiv är bildade av verb och betecknar företeelser som *fuktighetsmätning*, *inredning* och *ventilation* i annonserna (Hellspong & Ledin 1997: 68).

För att få en omfattande bild av substantivförrådet i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna har jag undersökt andelen olika substantiv av alla substantiv inom respektive annonsmaterial. Andelarna som jag har fått är tämligen lika: andelen olika substantiv av alla substantiv är 54,3 % i det rikssvenska och 59,3 % i det finlandssvenska materialet. Variationen i substantivurvalet är påtaglig i bostadsannonserna fastän den är något mer balanserad än variationen i verburvalet (se avsnitt 5.1.1). Det går ändå inte att konstatera att textskaparna använder substantiv stereotypiskt i annonserna. Eftersom substantiven är så frekventa och relevanta i annonserna, skulle stereotypin i ordklassen vara viktig för annonsernas mottagare. Stereotypin i ordval gör det lättare för mottagaren att snabbt och problemfritt hitta den information som han eller hon mest letar efter i annonsen (Nordman 1994: 71).

Jag har undersökt hur de 1 059 substantiv som mitt material innehåller fördelar sig mellan de olika delmaterialen. I tabell 9 nedan har jag samlat detaljerad information om substantiven.

Tabell 9. Förekomsten av substantiv i bostadsannonserna

	EO	HH	SKV	HK
Totalt	216	467	213	163
/annons	8,6	18,7	8,5	6,5
% av alla ord	35,6	38,4	43,7	33,5

Av tabell 9 framgår att substantiven inte fördelar sig helt jämnt mellan annonsmaterialen vad gäller antalet förekomster. EO, SKV och HK ligger mycket nära varandra medan HH avsevärt avviker från dem. I HH finns det nämligen klart flest substantiv, 467 förekomster. Minst substantiv finns i HK, endast 163 förekomster. På grund av den stora substantivförekomsten finns det till och med 18,7 substantiv per annons i HH. De andra annonsmaterialen visar mer enhetliga resultat för antalet substantiv per annons varierar i genomsnitt mellan 6,5 och 8,6 substantiv. Mellan materialen sträcker sig variationen i substantivandelarna från 33,5 % till 43,7 % av alla ord. SKV har sålunda de substantivrikaste annonserna och HK de substantivfattigaste.

Rantamäki (2002: 44) har fått liknande resultat när hon har studerat förekomsten av substantiv i bostadsannonser i tidningar. I hennes material är det minsta antalet substantiv per annons 13,8 och det största 27,1. Andelen substantiv av alla ord förhåller sig kring 47 % i materialen. Enligt de resultat som jag och Rantamäki har fått använder man substantiv nästan i samma skala i bostadsannonser som i de regelrätta minilekterna matrecept och väderrapporter där substantiven utgör omkring 30–40 % av orden (Nordman 1994: 145).

Till slut kan jag konstatera att nästan alla de substantiv som mitt material innehåller är allmänspråkliga. Ibland krävs det ändå lite specialkunskap av mottagaren att läsa bostadsannonser eftersom främmande modeord och förkortningar som *funkis*, *walk in closet*, *S/V* och *avg* annars kan försvåra texten och göra läsningen långsammare. Antalet svåra ord och förkortningar är så försvinnande litet i mitt material att trots det kvarstår annonsernas budskap lättillgängligt också för en oinvigd läsare.

5.2.2 De vanligaste substantiven

Jag har studerat vilka de tio vanligaste substantiven både i det rikssvenska och i det finlandssvenska materialet är. Denna granskning har visat mer olikheter än likheter mellan materialen. De rikssvenska och finlandssvenska annonserna betonar helt olika substantiv i sina objektbeskrivningar. Endast ett substantiv förekommer bland de vanligaste både i det rikssvenska och i det finlandssvenska materialet. Även om jag nedan analyserar och kartlägger annonsernas substantivval, kan jag ändå inte dra några långt gående slutsatser av substantivförrådet på grund av materialets relativt begränsade omfång. I följande tabeller presenterar jag de vanligaste substantiven i det finlandssvenska (tabell 10) och i det rikssvenska materialet (tabell 11).

Tabell 10. De tio vanligaste substantiven i det finlandssvenska materialet

SKV och HK	Antal	% av alla substantiv
År	12	3,2
Garage	12	3,2
Område	12	3,2
Balkong	11	2,9
Hus	9	2,4
Tomt	9	2,4
Våning	9	2,4
M ²	9	2,4
Skick	8	2,1
Bostad	7	1,9
Totalt	98	26,1

De allra vanligaste substantiven i det finlandssvenska materialet är *år*, *garage* och *område* som alla står för 3,2 % av samtliga substantiv. Det är ingen överraskning att just dessa substantiv betonas i bostadsannonserna eftersom för många bostadsköpare är det säkert viktigt att få veta om försäljningsobjektet är byggt *år 1930* eller *år 2008*, på hurdant område det ligger och om priset inkluderar garage eller endast biltakplats. Det näst frekventa substantivet i annonserna är *balkong* (2,9 %) som förekommer bland de vanligaste substantiven också i det rikssvenska materialet, om än något mer frekvent (se tabell 11).

De andra substantiv som textskaparna använder sig av i de finlandssvenska annonserna är *hus*, *tomt*, *våning*, *m²*, *skick* och *bostad*. Det intressanta är att substantiv som skulle ge mer utförlig information om själva objektet saknas nästan helt i tabell 10. Bland de tio vanligaste substantiven fattas nämligen beteckningar för olika rum.

I en finlandssvensk bostadsannons finns vanligen 1–3 av de vanligaste substantiven representerade åt gången. Nästan varje annons i materialet innehåller alltså åtminstone ett av de mest använda substantiven. Annonserna som inte alls gör bruk av de vanligaste substantiven är mycket sällsynta. I det finlandssvenska materialet finns en bostadsannons (exempel 32) där textskaparen har lyckats utnyttja ovanligt många av de vanligaste substantiven, till och med sex utav tio:

- (32) Ett år 1998 byggt Trend House elementhus i gott *skick* på ett lugnt och tryggt *område* nära till skola och dagis. Egen 1193 *m² tomt*. Ett stort varmt *garage*. (HK)

I Rantamäkis undersökning (2002: 45–46) är det vanligaste substantivet i det finlandssvenska materialet *kvadratmeter/m²* som förekommer i varje bostadsannons minst en gång. I mitt finlandssvenska material brukar man vanligen inte nämna objektets storlek i objektbeskrivningen. Trots det finns substantivet *m²* bland de tio vanligaste men hamnar ändå i slutet av ”tio i topp”-listan med sina nio förekomster. *Balkong* är ett annat substantiv som finns bland de vanligaste både i mitt och i Rantamäkis material och visar dessutom nästan samma frekvens i båda: 2,9 % respektive 2,3 % av alla substantiv.

Av de tio vanligaste substantiven i Rantamäkis material finns *adress*, *bastu*, *försäljningspris*, *kök*, *mark*, *rum* och *visning* inte bland de vanligaste i mitt finlandssvenska material. I själva verket har *adress*, *mark*, *försäljningspris* och *visning* inga förekomster i de finlandssvenska annonser som jag har undersökt. De andra substantiven har däremot några enstaka förekomster.

I tabell 11 nedan finns de tio vanligaste substantiven i det rikssvenska materialet.

Tabell 11. De tio vanligaste substantiven i det rikssvenska materialet

EO & HH	Antal	% av alla substantiv
Balkong	35	5,1
Läge	26	3,8
Lägenhet	19	2,8
Kök	15	2,2
Vardagsrum	14	2,0
Sovrum	11	1,6
Kvm	11	1,6
Badrum	10	1,5
Fönster	10	1,5
Planlösning	10	1,5
Totalt	161	23,6

Balkong är det enda substantiv som hör till de vanligaste i båda annonsmaterialen. Med sina 35 förekomster utgör *balkong* också det vanligaste substantivet i det rikssvenska materialet. Det är anmärkningsvärt att substantiv som betecknar något som egentligen finns utanför bostaden har en så central roll i de rikssvenska annonserna (liksom i de finlandssvenska annonserna där *balkong* utgör ett av de vanligaste substantiven). Man kan lätt dra den slutsatsen att information om balkong i hög grad anses påverka människornas köplust, speciellt när alla bostäder inte har balkong. I en tidningsartikel om bostädernas värde konstaterar några svenska fastighetsmäklare att balkongen för väldigt många bostadssökande är ett krav vid val av ny bostad (Blomquist 2011).

Av tabell 11 framgår att substantiven *badrum*, *kök*, *vardagsrum* och *sovrum* är vanliga i det rikssvenska materialet. Genom dessa substantiv förmedlas det väsentlig information om själva objektet till den potentiella köparen. Som jag ovan har påpekat finns dessa substantiv inte bland de tio vanligaste i det finlandssvenska materialet. Andra vanliga substantiv i de rikssvenska annonserna är *läge*, *lägenhet*, *kvm*, *fönster* och *planlösning*.

I det rikssvenska materialet finns endast två bostadsannonser där textskaparen inte har använt ett enda av de tio vanligaste substantiven. Vanligen finns det minst ett och högst fyra av de vanligaste substantiven representerade i en rikssvensk annons. I

exempel (33) finns en annons där det till och med finns sju av de tio vanligaste substantiven:

- (33) [...] *Lägenheten* samt *balkongen* i söderläge. Rymligt *vardagsrum* i ljusa färger med parkettgolv ger plats åt sängen samt två soffor. Både *kök* och *badrum* har *fönster* med utsikt. Bra *planlösning*, potentiell mini tvåa. [...] (HH)

I Rantamäkis undersökning (2002: 47) är det vanligaste substantivet också i det rikssvenska materialet *kvadratmeter/m²* som utgör 5,2 % av alla substantiv. I mitt rikssvenska material hör samma substantiv (*kvm*) också till de vanligaste men utgör endast 1,6 % av alla substantiv. *Badrum*, *balkong*, *kök* och *sovrums* är andra substantiv som förekommer bland de vanligaste också i Rantamäkis material. Substantiv som däremot förekommer bland de vanligaste endast i Rantamäkis rikssvenska material är *adress*, *bostadsområde*, *månad*, *pris* och *trappa*. Alla de här substantiven förekommer i mina rikssvenska annonser men bara några gånger.

Fastän de vanligaste substantiven är ganska få till antalet i det rikssvenska och finlandssvenska materialet, är just de speciellt frekventa. I det rikssvenska materialet täcker de tio vanligaste substantiven 23,6 % av substantivförrådet och i det finlandssvenska materialet 26,1 %. Procentandelarna ligger mycket nära varandra vilket gör att det knappast finns några skillnader mellan materialen när det gäller användningen av de vanligaste substantiven. Sammanfattningsvis kan jag konstatera att båda annonsmaterialen har ett lika omfattande utbud på de vanligaste substantiven som dessutom används lika stereotypiskt i båda. En ännu mer märkbar stereotypi i användningen av de vanligaste substantiven skulle vara gynnsamt för mottagaren. Då textskaparen utnyttjar samma substantiv från en annons till en annan har mottagaren lättare att uppnå det väsentligaste i annonsen.

En närmare granskning av de tio vanligaste substantiven har visat hur noggrant de olika materialen presenterar sina objekt. Genom att gynna substantiv som *badrum*, *kök*, *sovrums* och *vardagsrum* anger de rikssvenska bostadsannonserna mer exakt information om objektet än de finlandssvenska bostadsannonserna som inte utnyttjar dessa substantiv speciellt flitigt. Substantiv som *område*, *skick*, *tomt* och *år* visar att

de finlandssvenska annonserna utesluter detaljer och föredrar att berätta något mer allmänt och abstrakt om objektet. Denna skillnad mellan de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna syns inte bara i mitt material utan också hos Rantamäki (2002: 49).

5.3 Adjektiv

Till ordklassen adjektiv har jag här räknat vid sidan av ”äkta” adjektiv, som *härlig*, *mysig* och *vacker*, också presens- och perfektparticip, som *hänförande*, *renoverad* och *storslagen*. I olika typer av texter används adjektiv för att nyansera, beskriva och förstärka substantiv (Liljestränd 1993: 47, 49). I de flesta fall förekommer adjektiven i bostadsannonserna tillsammans med ett substantiv men ibland också självständigt. I objektbeskrivningar brukar adjektiven dessutom bilda kedjor som består av två eller flera adjektiv.

I bostadsannonser har adjektiven vid sidan av substantiven en viktig roll. I bostadsannonserna använder textskaparna adjektiv bland annat som effektmedel för att kunna påverka läsare. Bostadsannonserna skiljer sig klart från texterna där skribenten inte har möjlighet visa sitt subjektiva ställningstagande genom adjektiv utan måste hålla framställningen hela tiden på ett sakligt plan (Hellspong & Ledin 1997: 68). I följande avsnitt (5.3.1) granskar jag mer djupgående hur man i bostadsannonser utnyttjar adjektiv.

5.3.1 Användning av adjektiv i bostadsannonser

I min undersökning utgör adjektiven den näst största ordklassen. Totalt består mitt material av 591 adjektiv, då andelen adjektiv för hela materialet blir 21,1 %. Adjektivandelen i Rantamäkis undersökning (2002: 49) är något lägre, 14,2 %, men det kan bero på hennes något större material. Bostadsannonserna är ovanligt adjektivrika texter jämfört med andra typer av brukstexter där adjektivandelen normalt varierar mellan 6 % och 8,3 % (Westman 1974: 81). En frekvent användning

av adjektiv är ändå helt normalt för det värderande och målande framställningssätt som kommer till uttryck i de flesta bostadsannonser (Liljestrand 1993: 48; Hellspong & Ledin 1997: 68).

Det är ingen överraskning att adjektiven spelar en så central roll speciellt i bostadsannonser. I annonserna har adjektiven som uppgift att ge utförliga beskrivningar och nödvändig information om objektet samt locka läsaren att gå igenom hela annonsen. Enligt mina förväntningar har största delen av adjektiven en positiv laddning i materialet. Textskaparna undviker negativt laddade adjektiv för att annonsen skulle väcka köplust hos så många som möjligt. Naturligtvis främjar adjektiv som *stor* och *ljus* försäljningen mer än adjektiv som *liten* och *mörk*.

Adjektiven i bostadsannonser kan tematiskt vara av två olika slag, antingen nödvändiga eller fristående. De förra är innehållsligt motiverade och textskaparen kan inte välja dem så fritt som de tematiskt fristående adjektiv som oftast endast har en utsmyckande och stämningsskapande funktion i texterna. (Cassirer 2003: 62.) Normalt använder de regelbundna minilektexterna endast de tematiskt nödvändiga adjektiven. Detta beror på minilekternas strävan att uttrycka sig så korthugget och informativt som möjligt. (Nordman 1994: 41, 176.) I detta avseende avviker bostadsannonserna avsevärt från andra minilekter, till exempel väderrapporter och matrecept.

I bostadsannonserna förmedlar de tematiskt nödvändiga adjektiven väsentlig information om objektet. Adjektiv som *konditionsgranskad*, *nyrenoverad* och *välvärdad* ger en tydligare bild av objektet än de fristående adjektiven *fantastisk*, *trevlig* och *snygg*. De fristående adjektiven sätter främst liv i annonser och tilltalar de potentiella köparnas känslor.

I mitt material har de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna något olika praxis att använda de tematiskt nödvändiga och fristående adjektiven. De rikssvenska annonserna använder vid sidan av tematiskt nödvändiga adjektiv också rikligt med fristående adjektiv. De finlandssvenska annonserna använder däremot fristående

adjektiv ganska sparsamt och använder således nästan enbart de tematiskt nödvändiga. De finlandssvenska annonserna är alltså koncentrerade på att förmedla främst konkreta, nödvändiga fakta om objektet medan de rikssvenska annonserna däremot vill förmedla en viss stämning om objektet.

Vid beskrivningar av substantiv kan adjektiven fungera antingen som attribut, som *rymlig villa*, eller predikativ, som *vitvaror är nya*, i bostadsannonserna. Eftersom bostadsannonserna gynnar ofullständiga satser, där i synnerhet predikatet oftast saknas, är användningen av predikativ relativt sällsynt. I materialet finns också annonser där adjektiven ibland står ensam utan huvudord i en sats. I dessa fall har huvudordet blivit nämnt redan tidigare i annonsen och textskaparen har upplevt det som onödigt att upprepa det på nytt senare. Då är det kontexten som hjälper läsaren att avgöra på vilket substantiv adjektivet syftar.

Vid beskrivningar av objekt använder textskaparna nästan uteslutande adjektiv i positiv form. I några enstaka fall finns det också komparation i form av komparativ eller superlativ. De komparativa adjektiven är *bra*, *hög*, *stor* och *vacker* som vanligen beskriver något annat än själva objektet, t.ex. läge: *här bor ni med bästa läge*, eller mottagargrupp: *ett hus där även en större familj ryms att bo*.

För att få reda på hurdan variation det råder i adjektivförrådet i det rikssvenska och finlandssvenska materialet har jag räknat andelen olika adjektiv av alla adjektiv. Materialen visar mycket likadana värden; i det rikssvenska materialet är andelen olika adjektiv 43,6 % av alla adjektiv och i det finlandssvenska materialet 40,9 %. De relativt låga värdena beror på att textskaparna oftast använder samma adjektiv i objektbeskrivningar. Det är intressant att både i det rikssvenska och i det finlandssvenska materialet varierar adjektiven minst och verben mest fast antalet verb är mindre (se avsnitt 5.1.1). Resultatet visar att av de tre undersökta ordklasserna används adjektiv mest stereotyp i bostadsannonserna.

Tabell 12 nedan presenterar hur de 591 adjektiv som materialet innehåller fördelar sig mellan de olika materialen.

Tabell 12. Förekomsten av adjektiv i bostadsannonserna

	EO	HH	SKV	HK
Totalt	121	262	92	116
/annons	4,8	10,5	3,7	4,6
% av alla ord	20	21,6	18,9	23,8

Tabell 12 visar att adjektiven absolut sett fördelar sig ganska jämnt mellan de olika delmaterialen fast det rikssvenska HH omfattar en aning fler adjektiv än de andra annonsmaterialen. Det som mest väcker uppmärksamhet är att det i HH finns avsevärt fler adjektiv per annons än i EO, SKV och HK som i detta avseende står mycket nära varandra. I medeltal finns det till och med 10,5 adjektiv per annons i HH. I de andra delmaterialen finns det en variation endast mellan 3,7 och 4,8 adjektiv per annons. I procent räknat verkar alla annonsmaterial ändå vara lika adjektivrika för adjektivandelarna varierar endast mellan 18,9 % och 23,8 % i materialet.

5.3.2 De vanligaste adjektiven

Jag har undersökt vilka de tio vanligaste adjektiven i det rikssvenska och finlandssvenska materialet är. Jämförelsen av de så kallade tio i topp-listorna visar att det finns fem adjektiv som är gemensamma för materialen. Tabell 13 åskådliggör de tio adjektiv som har flest förekomster i de finlandssvenska och rikssvenska annonserna.

Tabell 13. De tio vanligaste adjektiven i det rikssvenska och finlandssvenska materialet

EO och HH	Antal	% av alla adjektiv	SKV och HK	Antal	% av alla adjektiv
Stor	21	5,5	Stor	26	12,5
Ljus	18	4,7	Byggd	18	8,7
Lugn	14	3,7	Lugn	15	7,2
Fin	12	3,1	Bra	14	6,7
Bra	11	2,9	Egen	11	5,3
Hög	11	2,9	Inglasad	10	4,8
Rymlig	11	2,9	Renoverad	8	3,8
Ny	9	2,3	Vacker	6	2,9
Vacker	9	2,3	Barnvänlig	5	2,4
Planerad	8	2,1	Ljus	5	2,4
Totalt	124	32,4	Totalt	118	56,7

Som det framgår av tabell 13 är *stor* det vanligaste adjektivet i båda annonsmaterialen. Adjektivet har 21 förekomster i det rikssvenska materialet och 26 förekomster i det finlandssvenska. För olika mottagargrupper, såsom för stora familjer och unga par som har tänkt sig att skaffa barn i framtiden, är objektets storlek ofta en av de viktigaste faktorerna vid bostadsköpet och därför är det naturligt att mäklarna betonar det i annonserna. De andra adjektiv som står i fokus i de båda materialen är *ljus*, *lugn*, *bra* och *vacker*. En ganska ny undersökning om mäklarspråket i rikssvenska bostadsannonser har också visat att de fyra adjektiven är de vanligaste i objektbeskrivningar (Bovision.se 2011: 3). Fast adjektiven har ett abstrakt innehåll, tilltalar de människornas känslor och påverkar i hög grad deras inköpsbeslut.

De andra vanligaste – eller ”mest säljande” – adjektiven i de finlandssvenska bostadsannonserna är *byggd*, *egen*, *inglasad*, *renoverad* och *barnvänlig*. Något förvånande är kanske att *byggd* har hamnat på andra plats i tabell 13 ovan. Det beror på att annonserna många gånger inleds på följande sätt: ”år 2008 *byggd* trea”, ”huset *byggt* 2005” osv. Ett annat adjektiv som man kanske inte förväntar sig att påträffa i ”tio i topp”-listan är *egen*. I annonserna använder textskaparna adjektivet för att betona att objektet har *egen tomt* eller *egen bastu* för de är inte alltid en självklarhet vid bostadsköpet. Till exempel i många höghus finns det en gemensam bastu för alla.

Adjektiv som *renoverad* och *barnvänlig* däremot inte väcker förvåning i tabell 13. De är adjektiv som säkert höjer objektets status i de flesta köparens ögon. Adjektivet *inglasad* har en hög frekvens eftersom det förekommer nästan varje gång i samband med substantivet *balkong* som är ett av de mest frekventa substantiven i de finlandssvenska annonserna (se tabell 10).

Normalt innehåller en finlandssvensk bostadsannons omkring 1–3 av de vanligaste adjektiven. Endast i tre annonser har textskaparen inte beskrivit objektet med något av de vanligaste adjektiven. I det finlandssvenska materialet finns en annons (se exempel 34) som väcker uppmärksamhet med en flitig adjektivanvändning. I annonsen finns nio adjektiv av vilka sju hör till de vanligaste.

- (34) En snygg och *ljus* lägenhet på mycket *bra* ställe. *Egen* bastu. Huset byggt 1984, hiss. *Vackert* [sic] och grönt [sic] utsikt mot gården. *Stor inglasad* balkong. [...] (HH)

Rantamäki (2002: 54) har undersökt vilka de 12 vanligaste adjektiven i hennes finlandssvenska material är. Resultatet visar att för tio år sedan har *stor* varit det populäraste adjektivet också i tryckta bostadsannonser. Bland de mest frekventa adjektiven i Rantamäkis material finns fem adjektiv (*fin*, *kaklad*, *ledig*, *open* [sic] och *trevlig*) som inte hör till de vanligaste i mitt finlandssvenska material. Jämförelsen visar att elektroniska finlandssvenska bostadsannonser i dag i hög grad verkar favorisera samma adjektiv som tryckta bostadsannonser för tio år sedan.

De vanligaste adjektiven i det rikssvenska materialet, utöver dem som är gemensamma med det finlandssvenska materialet, är *fin*, *hög*, *rymlig*, *ny* och *planerad*. Adjektivet *fin* är ganska intetsägande och det verkar att textskaparna använder det i brist på annat för att beskriva objektets allmänna skick. *Hög* förekommer nästan uteslutande i uttryck som beskriver objektets läge, till exempel *Rymlig villa med skyddat högt läge*. Adjektivet *rymlig* är intressant eftersom textskaparen använder det ofta i betydelsen *stor*. Då *planerad* har framför sig adverbet *smart*, *optimalt* eller *bra*, får man en känsla att textskaparen försöker få objektet att framstå som stor fast det i beskrivningen kommer fram att det i själva verket är fråga

om en liten etta eller tvåa. Det finns alltså alternativa adjektiv att beskriva objektets storlek i annonserna. *Ny* är ett adjektiv som upprepas i uttryck som *ett nytt tak* eller *nya vitvaror*. Enstaka gånger använder textskaparen *ny* för att ersätta adjektivet *renoverad*.

Textskaparen utnyttjar vanligen 1–3 av de vanligaste adjektiven per bostadsannons. I två annonser har textskaparen lyckats använda hälften av dessa adjektiv vid sidan av de mindre vanliga. Endast i några annonser beskriver man objekt med hjälp av adjektiv varav inget räknas till de vanligaste.

Stor är det vanligaste adjektivet också i Rantamäkis (2002: 56) rikssvenska material. Adjektivet spelar således en viktig roll både i de tryckta och i de elektroniska rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna. Av de 12 mest frekventa adjektiven i Rantamäkis material har *fräsch*, *härlig*, *kaklad*, *öppen* och *välskött* inga belägg bland de tio mest frekventa i mitt rikssvenska material. De två förstnämnda adjektiven har ändå en relativt hög frekvens i mitt material men de andra är sällsynta.

De rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna har olika sätt att använda de vanligaste adjektiven. I de rikssvenska annonserna utgör de tio vanligaste adjektiven 32,4 % av alla adjektiv och i de finlandssvenska annonserna 56,7 %. Den ganska stora skillnaden i procentandelarna berättar att de finlandssvenska annonserna flitigare och mer stereotyp utnyttjar de vanligaste adjektiven än de rikssvenska annonserna. Att de rikssvenska annonserna i stället använder ett mer omfattande urval av adjektiv i objektbeskrivningar underlättar inte mottagarens möjligheter att uppmärksamma snabbt och lätt den nödvändiga informationen till exempel om objektets skick i annonsen.

6 SAMMANFATTANDE DISKUSSION

I denna undersökning har jag analyserat 100 elektroniska bostadsannonser i ett syntaktiskt och lexikaliskt perspektiv. Mitt syfte har varit att studera hurdana likheter och/eller skillnader det finns mellan rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonser. Eftersom jag har betraktat bostadsannonserna som minilekter, har syftet också varit att ta reda på hur bostadsannonserna fyller de syntaktiska och lexikaliska krav som ställts för en regelbunden minilekttext. Metoden i undersökningen har huvudsakligen varit kvantitativ men jag har använt även kvalitativa och komparativa metoder då jag analyserat resultat och jämfört de rikssvenska och finlandssvenska annonserna med varandra. Analysen av materialet har baserat sig på teorin om minilekter och utifrån samma referensram har jag också uttolkat resultaten.

Jag har samlat in materialet från två rikssvenska och två finlandssvenska bostadssajter, det vill säga 25 bostadsannonser från varje sajt. De rikssvenska bostadsannonserna har jag hämtat på *erikolsson.se* och *husmanhagberg.se* och de finlandssvenska på *sky.fi* och *huoneistokeskus.fi*. Med i undersökningen har jag endast tagit de nyinkomna försäljningsobjekt som representerar objekttyperna *höghus*, *rad-/kedjehus* och *villa*.

Som jämförelsematerial har jag använt Johanna Rantamäkis (2002) och Marianne Nordmans (1994) undersökningar. Rantamäki har i sin pro gradu avhandling studerat bostadsannonsernas språk och struktur i rikssvenska och finlandssvenska dagstidningar. Nordman har däremot i en grundläggande undersökning om minilekter analyserat hur några typiska minilekter ser ut ur lexikalisk, strukturell och syntaktisk synvinkel. Nordmans studie har jag lyckats utnyttja både vid undersökning av syntax och av lexikon. Rantamäkis studie har jag däremot utnyttjat endast vid undersökning av den senare.

De resultat som jag har fått i undersökningen av bostadsannonsernas syntax och lexikon visar att de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna inte avsevärt

skiljer sig från varandra. Dessutom tyder resultaten på att de som utarbetar bostadsannonser tar i beaktande de syntaktiska och lexikaliska krav som man ställer för en typisk minilekt. Detta betyder att bostadsannonsernas sändare, fastighetsmäklarna, använder minilekt i annonserna.

I undersökning av bostadsannonsernas syntax har jag koncentrerat mig på meningslängd och meningsstruktur. I analysen av meningslängd framkom det att det genomsnittliga antalet ord per mening är nästan detsamma i båda annonsmaterialen. I det rikssvenska materialet är meningslängden 7,7 ord och i det finlandssvenska 5,0 ord. Fastän meningslängderna som dessa kan av mottagaren upplevas vara för korta till exempel i en tidningstext, bör meningarna enligt Laurén och Nordman (1987: 52–53) vara korta i en minilekttext för att principen om korthet och snabb informationsöverföring uppfylls. Av den korta meningslängden följer naturligt att satslängden är också kort. Jämfört med de typiska minilekter som Nordman (1994) undersökt avviker bostadsannonserna inte från dem vad gäller meningslängd och satslängd.

Största delen av meningarna i bostadsannonser är enligt min undersökning icke satsformade. Meningarna har således inte en normal huvudsatsform som förutsätter att satsen består både av ett subjekt och av ett finit verb. Eftersom minilekttexternas mottagare och sändare i de flesta fall förväntas ha mycket gemensam kunskap, blir det möjligt att använda ofullständiga meningar utan att budskapet försämras eller går förlorat. Användning av icke satsformade meningar framhäver minilekternas sätt att använda språket ekonomiskt (Nordman 1994: 63). I det rikssvenska materialet är andelen icke satsformade meningar 83,9 % och i det finlandssvenska 87,6 %. Vanligen saknar meningarna både subjekt och predikat.

På grund av den stora mängden icke satsformade meningar begränsas användningen av satsformade meningar till några enstaka fall i bostadsannonserna. De satsformade meningarna har inte fått plats i annonserna eftersom de oftast gör annonserna för långa och försvårar mottagarens möjligheter att uppnå budskapet snabbt. I det rikssvenska materialet är 13,6 % av alla meningar satsformade och i det

finlandssvenska materialet 9,8 %. Textskaparna verkar använda satsformade meningar endast i avsikt att uttrycka något särskilt om bostaden. De icke satsformade meningarna har inte möjlighet att väcka samma känslor och föreställningar hos mottagaren än de satsformade meningar som är mer expressiva. I de båda undersökta annonsmaterialen finns dessutom några meningar som består av en fullständig och en ofullständig sats. Meningen kan då vara konstruerad av en ofullständig huvudsats som följs av en fullständig bisats eller också av två huvudsatser varav den ena är ofullständig och den andra fullständig.

Undersökning av bostadsannonsernas meningslängd implicerar att meningsstrukturen måste vara enkel i annonserna eftersom korta meningar sällan innehåller svåra satskonstruktioner. I sin undersökning av minilekter har Nordman (1994) kommit fram till att texterna inte utnyttjar varierande meningsstrukturer. Meningarna har som vana att favorisera endast några mycket enkla strukturer. Meningsstrukturen i de rikssvenska och finlandssvenska bostadsannonserna är enligt resultaten rätt likadana. I 90 % av meningarna har textskaparen endast använt en enkel huvudsats. Andelen meningar med en annan struktur förblir endast 10 %. Till de 10 % ingår strukturer som är vanliga i de flesta minilekter men också strukturer som vanligen inte förknippas med minilekttexter.

Vid granskning av bostadsannonsernas lexikon har jag speciellt velat utreda vilken av ordklasserna substantiv, adjektiv och verb som dominerar och hurdan funktion ordklasserna har i annonserna. I undersökningen har det kommit fram att substantiven är den dominerande ordklassen i annonserna. Verben för sin del har den mest underordnade rollen. I mitt material utgör substantiven 37,9 % av alla ord medan adjektiven utgör 21,1 % och verben endast 3,6 %. Mellan det rikssvenska och finlandssvenska materialet finns inte märkvärdiga skillnader i användning av de tre ordklasserna. I jämförelsematerialet har Rantamäki (2002) fått samma resultat som jag då hon har undersökt bostadsannonser i tidningar för tio år sedan.

Det låga antalet verb i bostadsannonserna beror på att objektbeskrivningarna inte har för avsikt att vara berättande. Texterna har snarare en beskrivande karaktär som

kommer till uttryck genom en rik adjektivanvändning. Till den ringa verbförekomsten påverkar också det ekonomiska språkbruk som bygger på satser som ofta saknar predikat.

Som vanligt är minilekterna mycket informationsrika texter (Laurén & Nordman 1987: 52). I bostadsannonserna är speciellt substantiven de mest informationsbärande orden. Genom substantiven kan textskaparen förmedla det väsentligaste om försäljningsobjektet till mottagaren. Annonseringen kan anses vara en omöjlighet utan substantiv och därför innehåller varje bostadsannons i genomsnitt minst 6,5 substantiv och högst 18,7 substantiv.

Den höga substantivandelen har påverkat att andelen adjektiv också har blivit hög i bostadsannonserna. Adjektiven har som uppgift att bestämma substantiv och ger de potentiella köparna ännu mer information om objektet. Adjektiven lyfter fram de egenskaper som substantiven bär samt gör texterna emotionella och beskrivande. I båda annonsmaterialen är variationen i adjektivurvalet allra försiktigast, det vill säga annonserna använder adjektiv mer stereotypt än substantiv och verb. Stereotypin syns på det sättet att samma adjektiv används från en annons till en annan.

Vid granskningen av de tio vanligaste adjektiven och substantiven i det rikssvenska och finlandssvenska materialet har det kommit fram både skillnader och likheter mellan materialen. Av de tio vanligaste substantiven är endast ett substantiv gemensamt för materialen (*balkong*). Vad gäller de vanligaste adjektiven är däremot hälften gemensamma.

Jag anser att de resultat som jag har uppnått med undersökningen verifierar mina antaganden om minilekten i bostadsannonser. Den för minilekterna utmärkande stereotypin har kommit fram på de båda undersökta nivåerna i bostadsannonserna, om än det syns något starkare på den syntaktiska än på den lexikaliska nivån. Detta påvisar att både i de rikssvenska och i de finlandssvenska bostadsannonserna uppfylls de krav som forskarna förutsätter av en minilekt.

LITTERATUR

Primärlitteratur

Erik Olsson (2011) [online]. Tillgänglig: <http://www.erikolsson.se/>

Huoneistokeskus (2011) [online]. Tillgänglig: <http://www.huoneistokeskus.fi/>

HusmanHagberg (2011) [online]. Tillgänglig: <http://www.husmanhagberg.se/>

SKV (2011) [online]. Tillgänglig: <http://www.skv.fi/>

Sekundärlitteratur

Alanko, Virpi (1999). *Säljes: Hingst 1 år. Annonser i Hevosurheilu, Hästen och Trav- och galoppronden*. Opublicerad avhandling pro gradu i svenska språket. Vasa universitet.

Bergström, Bo (2001). *Effektiv visuell kommunikation. Hur man får ett budskap att nå fram i print, film och webbsajter*. 4:e rev. uppl. Stockholm: Carlsson.

Björnsson, C. H. (1968). *Läsbarhet*. Stockholm: Liber.

Blomquist, Jonas (2011). Bygg balkong – höj värdet på bostaden. Här är mäklarnas bästa tips. *Aftonbladet* 7.11.2011 [online]. [Citerat 9.1.2012]. Tillgänglig: <http://www.aftonbladet.se/bostadinredning/article13899699.ab>

Bovision.se (2011). *Mäklarspråket 2011. En språkanalys från Bovision.se* [online]. [Citerat 25.1.2012]. Tillgänglig: http://blogg.bovision.se/wp-content/uploads/2011/03/maklarspraket_2011.pdf

Cassirer, Peter (2003). *Stil, stilistik & stilanalys*. Stockholm: Natur och kultur.

Ejvegård, Rolf (2009). *Vetenskaplig metod*. 4:e uppl. Lund: Studentlitteratur.

Fiilin, Ulla-Maija & Kristiina Hakala (2004). *Fullträff. Ruotsin kielioppi- ja harjoituskirja*. 4:e uppl. Helsinki: Finn Lectura.

Gustafsson, Conny & Rune Rennemark (2002). *Säljande reklam*. Malmö: Liber Ekonomi.

Hellspång, Lennart (2001). *Metoder för brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Hellspång, Lennart & Per Ledin (1997). *Vägar genom texten. Handbok i brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Holme, Idar Magne & Bernt Krohn Solvang (1991). *Forskningsmetodik. Om*

kvalitativa och kvantitativa metoder. 2 uppl. Lund: Studentlitteratur.

- Hultman, Tor G. (2003). *Svenska Akademiens språklära*. Stockholm: Svenska Akademien.
- Kasurinen, Kirsi (1991). *Syntax i svenska kokböcker från början av seklet och från 1980-talet*. Opublicerad avhandling pro gradu i svenska språket. Vasa universitet.
- Koskinen, Henna-Mareena (2006). *"In vino veritas"*. *Vinbeskrivningar hos Alko och Systembolaget*. Opublicerad avhandling pro gradu i svenska språket. Vasa universitet.
- Kuusirati, Jaana (1993). *Vad säger stjärnorna? Om språket i horoskop i Vasabladet och Året Runt*. Opublicerad avhandling pro gradu i svenska språket. Vasa universitet.
- Källgren, Gunnel (1979). Innehåll i platsannonser – en textlingvistisk fallstudie. I: *Förhandlingar vid sammankomst för att dryfta frågor rörande svenskans beskrivning* 11. Stockholms universitet. Institutionen för nordiska språk. Stockholm. 107–123.
- Landqvist, Hans (1996). Hur personligt är Personligt? Några synpunkter på minilektbegreppet och på en möjlig minilekt. I: *Fackspråk och översättningsteori. VAKKI-symposium XVI*. Våren 10–11.2.1996. Vasa: Vasa universitet. 124–135.
- Laurén, Christer (1993). *Fackspråk. Form, innehåll, funktion*. Lund: Studentlitteratur
- Laurén, Christer & Marianne Nordman (1987). *Från kunskapens frukt till Babels torn. En bok om fackspråk*. Malmö: Liber.
- Lehrberger, John (1986). Sublanguage Analysis. I: Ralph Grishman & Richard Kittredge (red.). *Analyzing Language in Restricted Domains: Sublanguage Description and Processing*. Hillsdale: New Jersey. 19–38.
- Liljestränd, Birger (1993). *Språk i text. Handbok i stilistik*. Lund: Studentlitteratur.
- Melin, Lars & Sven Lange (1995). *Att analysera text. Stilanalys med exempel*. Lund: Studentlitteratur.
- Mäki-Mantila, Auli (1998). *Språk och struktur i Kurirens kontaktannonser*. Opublicerad avhandling pro gradu i svenska språket. Vasa universitet.
- Nordman, Marianne (1983). Fackspråk och meningsbyggnad. I: *Fackspråk och översättningsteori. VAKKI-seminarium III*. Våren 29–30.1.1983. Vasa högskola. Institutionen för språk. Vasa. 37–44.

- Nordman, Marianne (1985). Miniteknolekter. I: *Fackspråk och översättningsteori. VAKKI-seminarium V*. Vörå 26–27.1.1985. Vasa högskola. Institutionen för språk. Vasa. 71–84.
- Nordman, Marianne (1986). *Verb och verbavledningar i vetenskapliga artiklar. Förekomst, funktion och betydelse*. Vaasan korkeakoulun julkaisuja 116. Vaasa: Vaasan korkeakoulu.
- Nordman, Marianne (1991). Adjektiv i facktext – frekvens och funktion. I: *Fackspråk och översättningsteori. VAKKI-seminarium XI*. Vörå 9–10.2.1991. Vasa: Vasa universitet. Vasa. 255–266.
- Nordman, Marianne (1992a). Mamma är lik sin mamma. Marthas kokbok för tre generationer. I: *Fackspråk och översättningsteori. VAKKI-symposium XII*. Vörå 8–9.2.1992. Vasa universitet. Humanistiska fakulteten. Vasa. 184–198.
- Nordman, Marianne (1992b). *Svenskt fackspråk*. Lund: Studentlitteratur.
- Nordman, Marianne (1993). Fackspråklig språkplanering. I: *Fagspråk i Norden. Rapport fra en konferanse i Lund 4.–6. desember 1992*. Oslo: Nordisk språksekretariat. 67–81.
- Nordman, Marianne (1994). *Minilekter. Om de små textgenrernas språk*. Tutkimuksia 178, Språkvetenskap 23. Vasa: Vasa universitet.
- Platzack, Christer (1974). *Språket och läsbarheten. En studie i samspelet mellan läsare och text*. Lund: Gleerup.
- Rantamäki, Johanna (2002). *Språk och struktur i bostadsannonser i Dagens Nyheter, Hufvudstadsbladet, Svenska Dagbladet och Vasabladet*. Opublicerad avhandling pro gradu i svenska språket. Vasa universitet.
- Svenska språknämnden (2005). *Språkriktighetsboken*. Stockholm: Norstedts Akademiska.
- Teleman, Ulf, Staffan Hellberg & Erik Andersson (1991). *Svenska Akademiens grammatik 4. Satser och meningar*. Stockholm: Svenska Akademien.
- Thorell, Olof (1973). *Svensk grammatik*. Stockholm: Esselte Studium.

Bilaga 1. En bostadsannons från erikolsson.se

**Rutger Fuchsgatan 8**
2-3 rok SÖDERMALM**Etage­lägenhet a là New York med öppen planlösning**

Unik och fräsch etagélägenhet. Framtagen tegelvägg, svävande trappa, vita väggar och stora umgängesytor med attraktivt läge på Söder. Nära det mesta.

Bilaga 2. En bostadsannons från husmanhagberg.se

Möregatan 6, 4 tr, Södermalm Katarina, Stockholm

Toppfräsch, påkostat funkis med öppen spis och balkong i väst



Påkostat, nyrenoverat i toppskick! Högt, fritt läge med både fransk balkong och balkong i väster med sol från lunch till nio på kvällen under sommartid. Fungerande öppen spis i vardagsrum för fredagsmys. Kök och badrum med högklassigt materialval. Två bra sovrum. Välkomnande hall med plats för arbetshörna.

Bilaga 3. En bostadsannons från huoneistokeskus.fi

RIVITALO 2-4 H, K, S 100 M²
Kiilapalstantie 7, Vaasa (Kiilapalsta)



Erittäin rauhallisella Kiilapalstan alueella kauniisti remontoitu rivitalokoti. Autotalli. Palvelut lähellä. På mycket lugnt läge i Kilskiftet en mycket vackert renoverad radhusbostad. Garage. Nära service.

Bilaga 4. En bostadsannons från skv.fi

Omakotitalo 3h n.100 m²

Nybyvägen 142, Petolahti (Maalahti, Petolahti)

Vuonna 1958 rakennettu pystyhirsitalo omalla 3.506 m²:n tontilla. Uusi peltikatto, alakerrassa uudet ikkunat. Sähkölämmitys, ilmalämpöpumppu ja varaava takka. Jäteveden puhdistussysteemi. År 1958 byggt stockhus på egen tomt 3.506 m². Nytt plåttak, nya fönstren i nedre våningen. Elvärme, luftvärmepump och ackumulerande spis. Rengöringssystem för avfall.



