



Snakk så folk forstår

Jeg sitter og forbereder meg til å holde foredrag for doktorgradskandidater i odontologi om hva de må gjøre for å nå frem til folk flest gjennom massemediene, med sine kanskje viktige funn og antagelig kompliserte og sammensatte budskap. Mitt hovedbudskap, som jeg håper å nå frem med, er at det eneste som nytter er å bruke et enkelt språk – det vil si klar tale og tydelig tekst.

Dette hovedbudskapet gjelder ikke bare doktorgradskandidater. Det gjelder alle fagfolk i de fleste sammenhenger, når de ikke snakker med kolleger som kjenner fagterminologien godt. Det gjelder altså tannleger flest, i møte med pasienter og andre ikke-tannleger.

En undersøkelse gjennomført av Forbrukerrådet, som tar for seg tannlegenes prisopplysninger til publikum, som fikk bred mediedekning i midten av oktober, konkluderer blant annet med at tannleger bruker et språk som ikke er forståelig for folk flest. Tannleger bruker for mye fagterminologi, hevder Forbrukerrådet og gir eksempler på nettopp dette.

Pasienten vet som regel ikke hva hverken ekstraksjon eller molar betyr, ei heller premolar eller marginal periodontitt, og langt mindre incisjon av abscess. Alle disse faguttrykkene er hentet fra prislister norske tannleger presenterer for sine pasienter. Privatpraktiserende så vel som offentlige klinikker. En oppfølging og spørreunde blant folk på gaten, gjennomført av NRK fjernsynet illustrerte dette.

Det er klart en kan bruke fagterminologi når en snakker med kolleger som snakker samme språk. Da gjør bruk av riktige faguttrykk meningsoverføringen både presis og grei. Når en møter andre blir det både uøfflig, meningsløst og dumt – forutsatt at en ønsker å kommunisere, det vil si gjøre det som er kjent for en selv til noe felles.

Jeg er ikke vant til å forelese. Jeg er vant til å skrive. Det betyr at jeg skal benytte meg av en, for meg, ny formidlingsform til å fortelle og forhåpentligvis

nå frem med mitt budskap om hvordan noen andre skal bruke en, for dem, ny formidlingsform til å nå frem med sitt budskap. Det er vanskelig, synes jeg, og jeg bruker mye tid på å tenke på hvordan jeg skal formulere og uttrykke meg og hvilke virkemidler jeg skal bruke for å få budskapet klart frem, og gjøre det til noe doktorgradskandidatene kan gjøre seg nytte av. Forhåpentligvis får jeg overført et budskap om viktigheten av klar tale og tydelig tekst, og noen metoder for hvordan en gjør det.

Jeg har i grunnen ikke noe annet budskap i denne lederen enn å formidle at også en erfaren formidler møter motstand når hun skal ta i bruk en ny kommunikasjonsform og at det krever lange forberedelser og mye tankevirksomhet når en vil nå frem med sitt budskap.

Jeg har vært vitne til debatter tannleger imellom i det siste som avdekker at tannlegene gjerne vil nå frem til publikum med mer forståelig prisinformasjon. De har ikke noe valg heller. Det er et myndighetskrav, og det kommer til å bli etablert en prisportal i regi av Helsedirektoratet. Det må tannlegene forberede seg på. De må tenke igjennom både budskap og form for å få til en god prisinformasjon til pasientene, som kan være opplysende.

God kommunikasjon krever arbeid. Jeg har i grunnen bare lyst til å si at jeg ønsker tannlegene lykke til.

En ting jeg tenkte å foreslå for doktorgradskandidatene er forresten at de skal late som de snakker med mora si. Med mindre hun er tannlege hun også. Da får de velge en annen, som ikke kjenner faget. En tante eller nabo kanskje. Kort sagt: Hvordan forklarer du en som ikke kjenner faget og som har behov for informasjon det de trenger å vite for å kunne foreta et valg. Vanskeligere eller lettere er det ikke.

Ellen Beate Dyvi

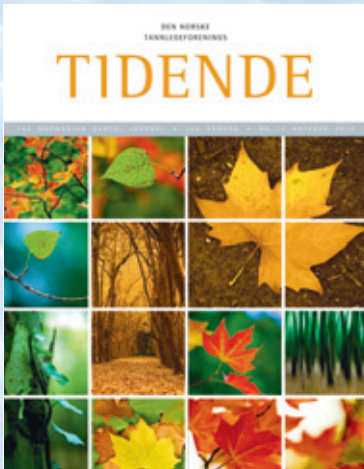


Foto: Yay Micro. Design: Mike Mills.

Ansvarlig redaktør:
Ellen Beate Dyvi

Vitenskapelige redaktører:
Nils Roar Gjerdet
Jørn Arne Fridrich-Aas

Redaksjonssjef:
Kristin Aksnes

Redaksjonsråd:
Jan Bergdahl, Universitetet i Tromsø
Anne Chr. Johannessen, Universitetet i Bergen
Ingar Olsen, Universitetet i Oslo

Redaksjonskomité:
Jon E. Dahl
Anders Godberg
Malin Jonsson

ABONNEMENT
Abonnementspris for ikke-medlemmer
og andre abonnenter kr 1575,-

ANNONSER
Henv. markedsansvarlig Eirik Andreassen,
Tlf. 22 54 74 30.
E-post: eirik.andreassen@tannlegeforeningen.no

TELEFON OG ADRESSE
Frederik Stangs gate 20,
postboks 3063 Elisenberg, 0207 Oslo
Tlf. 22 54 74 00
E-post: tidende@tannlegeforeningen.no
www.tannlegetidende.no

UTGIVER
Den norske tannlegeforening

ISSN 0029-2303
Opplag: 5 900. 15 nummer per år
Parallellpublisering og trykk: 07 Gruppen AS
Grafisk design: Mike Mills

Fagpressens redaktørplakat ligger til grunn for utgivelsen. Alt som publiseres representerer forfatterens synspunkter. Disse samsvarer ikke nødvendigvis med redaksjonens eller Den norske tannlegeforenings offisielle synspunkter med mindre dette kommer særskilt til uttrykk.