

Vägledning för översättningar

Praktiska råd för dig som jobbar med kommunikation i region

Version 1.0, april 2022

Innehåll

Inledning	2
Sammanfattning	3
Att jobba med översättningar	3
Så säger lagen	4
Skriv vårdat, enkelt och begripligt	4
Alla har rätt till språk.....	4
Ge information på andra språk efter behov	4
De nationella minoritetsspråken ska skyddas och främjas	5
Det svenska teckenspråket ska skyddas och främjas	6
Bedöma behov av översättning.....	7
Ibland räcker det med lätt svenska	7
Bild och video kan ibland vara bättre än text	7
Att välja språk för översättning	8
Särskilda riktlinjer för texter på 1177.se	9
Samordning kring översättningar	9
Att ta fram en översättning – steg för steg.....	10
1. Utred språkbehovet genom en målgruppsanalys	10
2. Bearbeta underlaget för översättning	11
3. Skicka texten till översättare	13
4. Kvalitetssäkra översättningen	14
5. Marknadsför översättningarna mot målgruppen	14
6. Gör en plan för förvaltning av översättningarna	15
Översätta till teckenspråk	15
Översätta undertexter till film	16
Kravställning mot byrå	18
Referenser.....	20

Inledning

Ungefär 20 procent av alla som bor i Sverige idag är födda i ett annat land. Samtidigt finns det stora skillnader när det gäller ålder, utbildningsnivå och varför man har invandrat till Sverige. Olika personer och språkgrupper har därför olika behov av översatt information. Vissa talar engelska, andra inte. Många förstår information på klarspråk eller lätt svenska. I andra fall behöver informationen översättas till andra språk.

Det finns också personer som är födda i Sverige som behöver anpassad information, till exempel genom svenskt teckenspråk eller stöd av bilder.

Som kommunikatör förväntas du ofta ge råd kring språk och anpassning. Du förväntas också bedöma vilka språk som organisationen ska översätta till för att nå ut till valda målgrupper. Du kan behöva bearbeta texter inför en översättning och sedan beställa översättningen hos en byrå.

Den här vägledningen riktar sig särskilt till dig som jobbar med kommunikation i en region. Syftet är att ge ett praktiskt stöd i arbetet med översättningar, oavsett verksamhetsområde, format eller kanal för översättningen.

Vägledningen har tagits fram genom en projektgrupp som bestod av kommunikatörer från fyra olika regioner i Sverige och Inera, ett aktiebolag som ägs av regioner, kommuner och Sveriges Kommuner och Regioner (SKR). SKR har lett projektet på uppdrag av regionerna.

Innehållet är baserat på befintliga källor och på erfarenheter och lärdomar av att ha arbetat med översättningar i en region och i nationella projekt.

Sammanfattning

Att jobba med översättningar

All kommunikation behöver anpassas för målgruppen. Att översätta till andra språk är ett sätt att anpassa kommunikationen, och därmed öka chansen att målgrupperna förstår och tar till sig ditt budskap.

Men bra översättningar kräver förarbete. Det är viktigt att det finns en strategi som utgår från en målgruppsanalys, så att du vet vilka regionens målgrupper är. Inte minst är det viktigt för att kunna översätta rätt innehåll och till rätt språk. Målgruppens behov och förutsättningar styr hur kommunikationen ska utformas – vad texterna ska innehålla, om texterna behöver översättas eller om det räcker med lätt svenska, vilka språk texterna ska översättas till, hur texterna ska spridas till målgruppen med mera.

Ett bra och hållbart resultat kräver därför framförhållning och en väl avvägd bedömning av vilka översättningar som är nödvändiga. Översättningar blir nämligen ofta svårare, dyrare och mer tidskrävande än många tror.

Den här vägledningen kan sammanfattas i följande råd:

- Skriv alltid texterna på klarspråk och bearbeta dem gärna till lätt svenska innan de översätts. Då blir texterna tydligare, konkretare och risken för missförstånd minskar.
- Basera alltid språkvalen på en målgruppsanalys för att vara helt säker på att nå ut till målgruppen du vill nå. Ibland behöver texterna inte översättas, utan då kan det räcka med lätt svenska.
- Låt en annan översättare eller extern granskare titta på de färdiga översättningarna för att garantera att de har en bra kvalitet.
- Säkerställ att översättningarna kommer att förvaltas över tid.
- Marknadsför översättningarna för att nå ut till önskade målgrupper. Till exempel i sociala medier.
- Låt gärna någon i organisationen ha samordningsansvar för översättningar.

Så säger lagen

Skriv vårdat, enkelt och begripligt

Alla myndigheter och annan offentlig verksamhet måste skriva vårdat, enkelt och begripligt. Det står i språklagen från 2009, och gäller även information på andra språk.

Alla har rätt till språk

Svenska är huvudspråk i Sverige och alla ska få möjlighet att använda svenska i kontakten med myndigheter. Men alla kan av olika anledningar inte lära sig eller använda svenska, och då ska myndigheter och annan officiell verksamhet se till att personen ”får tillgång” till språk.

I praktiken innebär det att ge information på andra sätt. Ett sätt kan till exempel vara information på lätt svenska. Andra sätt kan vara punktskrift, svenskt teckenspråk, information i talad eller visuell form eller på andra språk än svenska. Det är målgruppens behov som avgör vilket sätt som passar bäst.

Språklagen säger att ingen invånare ska hindras från att använda sitt modersmål. Till exempel har invånare rätt att använda sitt modersmål i kontakten med myndigheter och annan offentlig verksamhet. Detta regleras även i förvaltningslagen och patientlagen. Hur invånaren ska få den anpassade informationen specificeras inte, men det kan till exempel behövas en tolk som översätter. Det viktiga är att invånaren ska förstå nödvändig information från myndigheter eller annan offentlig verksamhet.

Minoritetslagen, lagen om nationella minoriteter och minoritetsspråk, innebär ett ännu starkare skydd för minoritetsspråken. Du kan läsa mer om det under rubriken [De nationella minoritetsspråken ska skyddas och främjas](#).

Läs mer:

[Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Språklagen*. \(Hämtad 2022-03-28\).](#)

Ge information på andra språk efter behov

Myndigheter och annan offentlig verksamhet måste följa språklagen, minoritetslagen, förvaltningslagen och andra lagar som reglerar språkliga rättigheter. Lagarna är teknikneutrala och det kommer hela tiden nya sätt att nå

ut på. Det är därför upp till varje organisation själv att bedöma om något behöver översättas eller om det går bra med en tolk istället, vilken information som ska översättas och vilka språk som behövs för att nå målgruppen.

Institutet för språk och folkminnen rekommenderar att man översätter grundläggande information som är relevant för målgruppen.

Läs mer:

[Institutet för språk och folkminnen. 2012. *Flerspråkig information på webbplatser* \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

De nationella minoritetsspråken ska skyddas och främjas

De nationella minoritetsspråken är finska, jiddisch, meänkieli, romani chib och samiska. Dessa fem språk har varit nationella minoritetsspråk i Sverige sedan 2000.

Språklagen specificerar inte vilken information som måste översättas till de nationella minoritetsspråken. Den konstaterar däremot att offentlig verksamhet ansvarar för att skydda och främja användningen av minoritetsspråk.

Att skydda de nationella minoritetsspråken innebär främst att en myndighet, region eller kommun inte får förbjuda eller försvåra användningen av minoritetsspråken. Att främja de nationella minoritetsspråken betyder att offentlig verksamhet bör arbeta aktivt för att stärka språken. Hur det kan göras rent konkret exemplifieras i ”Språklagen i praktiken” från Institutet för språk och folkminnen.

Minoritetslagen, lagen om nationella minoriteter och minoritetsspråk, slår fast att kommuner och regioner ska informera de nationella minoriteterna om deras rättigheter och det allmännas ansvar.

Institutet för språk och folkminnen rekommenderar att alla offentliga verksamheter i Sverige översätter grundläggande information till minoritetsspråk på sina webbplatser. Dock med hänsyn till resurser och i samråd med målgruppen. Grundläggande information kan till exempel vara information om den egna verksamheten, kontaktuppgifter och sådant som rör den aktuella minoritetsgruppen. Det kan vara information som berör många invånare, till exempel central samhällsinformation eller ofta använda tjänster.

Läs mer:

[Institutet för språk och folkminnen. 2011. *Språklagen i praktiken*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Länsstyrelsen Stockholm. *Nationella minoriteter och minoritetsspråk*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Institutet för språk och folkminnen. 2012. *Flerspråkig vägledning på webbplatser* \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

Förvaltningsområden har särskilda skyldigheter

Exponeringen av de nationella minoritetsspråken handlar inte bara om synlighet för att skydda språken, utan också om rättigheter. Personer som talar finska, meänkieli eller samiska har enligt minoritetslagen rätt att använda språket i kontakter med myndigheter inom vissa förvaltningsområden.

På webbplatsen för Institutet för språk och folkminnen kan du läsa mer om vilka kommuner och regioner som är förvaltningsområden.

Läs mer:

[Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Förvaltningsområden*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Institutet för språk och folkminnen. 2020. *Minoritetslagen*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

Det svenska teckenspråket ska skyddas och främjas

Många döva har svenskt teckenspråk som modersmål och svenska som andraspråk. Teckenspråk är inte en tecknad version av svenska och skiljer sig också åt mellan olika länder.

I språklagen står det att alla myndigheter och offentlig verksamhet ska skydda och främja det svenska teckenspråket. Det innebär att man dels inte får förbjuda eller försvåra användandet av teckenspråk, dels ska arbeta aktivt för att stärka språket.

Läs mer om hur du översätter till teckenspråk under avsnittet [Att ta fram en översättning – steg för steg](#).

Bedöma behov av översättning

Ibland räcker det med lätt svenska

Många med andra modersmål än svenska behärskar svenska väl. Då kan det ibland räcka att förenkla texten genom att skriva på lätt svenska istället för att översätta den. Under rubriken [Att ta fram en översättning – steg för steg](#) finns tips på hur du förenklar en text.

Bild och video kan ibland vara bättre än text

Ibland är det bra att använda bilder som stöd till text, till exempel illustrationer, video eller bildstöd. Många har lättare för att ta till sig visuell kommunikation, och bland vissa invandrargrupper är analfabetism vanligt. Då kan det vara motiverat att använda enbart **bilder**, istället för att översätta text.

Som alltid bör du låta materialet och målgruppens förutsättningar och behov avgöra vilket format som passar bäst. Även texttypen avgör vilket format av bilder som passar bäst. Instruktioner kan till exempel passa bra i videoformat så att man tydligt ser hur man ska göra. Detta kan även gynna den svenska ursprungstexten.

Tänk på att använda bilder som är inkluderande och som inte bidrar till att förstärka stereotyper och normer. Det är exempelvis bra att visa personer med olika åldrar, olika ursprung och med olika funktionsnedsättningar.

Bildstöd

Det som kallas bildstöd är ett exempel på hur text kan kombineras med bild. Innehållet består av text på lätt svenska som kombineras med tydliga bilder, som på så vis visar betydelsen av ett ord.

Det finns flera webbresurser där du relativt snabbt och enkelt kan skapa bildstöd. Till exempel har Västra Götalandsregionen mer information om bildstöd och erbjuder ett gratis webbverktyg.

[Västra Götalandsregionen. 2022. Bildstöd i vården. \(Hämtad 2022-03-29\).](#)

Att välja språk för översättning

Jämför du regionerna i Sverige varierar ofta demografin och språkbehoven. Till exempel är samiska ett betydligt vanligare språk i norra Sverige än i södra delarna av landet, och språket har särskilda rättigheter i förvaltningsområden där. Språkbehoven kan också snabbt förändras beroende på händelser i omvärlden.

Utred behoven genom en målgruppsanalys

Genom en målgruppsanalys kan du ta reda på vilka målgrupper som behöver översatt information. För vissa målgrupper kan det räcka med lätt svenska, medan andra grupper behöver få informationen översatt till sitt modersmål. Ibland finns det lagkrav att ta hänsyn till (se avsnittet [Så säger lagen](#)). Det är också bra om det finns en övergripande regional strategi att utgå från.

Faktorer som kan spela roll i en målgruppsanalys:

- hur många som talar språket i regionen
- om regionen är ett förvaltningsområde för finska, samiska eller meänkieli
- hur länge målgruppen har varit i Sverige
- hur stort behov målgruppen har av information på sitt modersmål, till exempel om många inte pratar svenska eller engelska, eller om de av en annan anledning behöver anpassat material för att förstå informationen
- hur målgruppen söker information och vilken relation målgruppen har till er som avsändare.

I Sverige registreras inte hur många som pratar ett visst språk, utan bara vilka länder som människor invandrar från. Den statistiken har Statistikmyndigheten SCB. I många länder talas flera officiella språk, vilket gör att befolkningsstatistik per land inte ger en helt rättvis bild.

Det är därför bra att kombinera befolkningsstatistiken med siffror över de vanligaste språken, som finns sammanställda i rapporten ”Språken: Den nya mångfalden” av språketaren Mikael Parkvall. Hans siffror baseras på bland annat undersökningar, befolkningsstatistik samt uppgifter från intresseorganisationer, skolan och hälsovården.

Läs mer:

[Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Språken i Sverige*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Mikael Parkvall. 2019. *Språken: Den nya mångfalden*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Statistikmyndigheten SCB. *Befolkningsstatistik*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

Särskilda riktlinjer för texter på 1177.se

Ska texten publiceras på 1177.se? Då finns särskilda strategier och processer som du måste följa. Det finns även en nationell lista över prioriterade språk.

Läs mer:

[1177. 2021. *Strategi och process för översättningar på 1177.se*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

Samordning kring översättningar

Det är ofta svårt för den enskilda kommunikatören att överblicka allt som skrivs och kommuniceras. Det är därför bra att utse någon i organisationen som har samordningsansvar för översättningar. Då blir det lättare att arbeta konsekvent med översättningar, och risken för dubbelarbete minskar. Det blir också enklare att hålla sig uppdaterad om förändringar i regionens demografi och språkbehov, om någon kontinuerligt ansvarar för att följa upp detta och ha kontakt med eventuella intresseorganisationer.

Läs mer:

[1177. 2021. *Strategi och process för översättningar på 1177.se*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

Att ta fram en översättning – steg för steg

Här följer ett antal rekommenderade steg som du som kommunikatör kan följa när du ställs inför behovet att översätta information.

1. Utred språkbehovet genom en målgruppsanalys

Utgå från en regional strategi eller börja med att göra en målgruppsanalys för att ta reda på vilka språk texten behöver översättas till. Tänk på att olika regioner har olika befolkningsgrupper och behov. Det är därför bra att först ta reda på vilka stora språkgrupper som finns i din region.

Börja med att gå igenom de här frågorna:

1. Varifrån kommer målgruppen? Vilka språk talas i det landet?

Läs mer:

[Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Språken i Sverige*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Mikael Parkvall. 2019. *Språken: Den nya mångfalden*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

2. Är språket ett minoritetsspråk och är regionen ett förvaltningsområde för språket? Vilka varianter av språket talas?

Läs mer:

[Institutet för språk och folkminnen. *Nationella minoritetsspråk*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Minoritet.se. *Förvaltningsområden i Sverige*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

3. Hur många talar språket i regionen? Utgå exempelvis från statistik från SCB på regional nivå.

Läs mer:

[Statistikmyndigheten SCB. *Befolkningsstatistik*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

4. Hur länge har målgruppen varit i Sverige? Till exempel om det handlar om ett språk som har funnits mycket länge i Sverige, eller om det handlar om en stor grupp människor som har kommit till Sverige på grund av ett krig.
5. Hur stort behov har målgruppen av information på just sitt modersmål? Förstår många i målgruppen också engelska eller kan de också förstå en text på lätt svenska?
6. Hur brukar målgruppen söka information? Är det muntligt via olika nätverk eller bekanta? Via sociala medier? På en myndighets webbplats? Fundera också på vilka förväntningar målgruppen har och vilket förtroende målgruppen har för er för avsändare.

Resurser gör ofta att man bara kan välja ett fåtal språk. Då rekommenderar Institutet för språk och folkminnen det här:

- Översätt den mest grundläggande informationen.
- Översätt information för de största målgrupperna och för grupper som har rätt till eller störst behov av informationen på sitt modersmål.

När du har målgruppens behov klart för dig, glöm inte heller bort att undersöka om det finns befintliga översättningar som går att använda eller uppdatera.

Läs mer:

[Institutet för språk och folkminnen. 2012. *Flerspråkig information på webbplatser* \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

2. Bearbeta underlaget för översättning

Det behövs i princip alltid en bearbetning av underlaget som ska översättas. En krånglig ursprungstext ger en krånglig översättning och kan på sikt försvåra förvaltningen av den. Börja därför med att säkerställa att texten är skriven på klarspråk, det vill säga vårdad, enkel och begriplig svenska.

Du kan behöva förenkla och anpassa språket ytterligare, till exempel genom att förklara vissa kulturspecifika begrepp. Det finns mycket som inte är självklart för den som är uppvuxen i ett annat land än Sverige.

Skriv normkritiskt och använd ett inkluderande språk. Det är exempelvis bättre att skriva att något är ovanligt än att det är onormalt. Vissa ord kan upplevas

som stereotypa och utpekande och kan därför behöva ersättas. Ta inte för givet att någon är på ett visst sätt för att personen exempelvis har en viss ålder, kommer från ett visst land eller har en funktionsnedsättning. Det gäller även för den svenska ursprungstexten.

Allt det här är ett viktigt förarbete. Det är mycket lättare att ändra i den svenska ursprungstexten än i översatta texter.

Här är en mall för hur du kan bearbeta texten inför översättning:

1. Markera det som är mest relevant för läsaren och som hen måste känna till. Ta bort allt annat som inte är lika väsentligt. Tänk på att visst innehåll kan behöva formuleras om eller strykas så att texten får en längre livslängd.
2. Är det något i texten som man behöver ha bött i Sverige en längre tid för att förstå? Förklara eventuella kulturspecifika termer och försök förenkla annat innehåll.

Exempel: ”En kallelse är en personlig inbjudan till en undersökning. I kallelsen står ditt namn, tid och plats för undersökningen.”

3. Blanda korta och lite längre meningar. Använd helst rak ordföljd.
4. Undvik bisatser om det går. Om en mening börjar med en lång bisats är det bra att dela upp meningen eller att placera bisatsen sist.
5. Skriv tydliga och informativa rubriker. Justera dem om det behövs.
6. Använd vanliga ord och förklara svårare ord som måste vara med. Ge gärna exempel. Undvik ordspråk eller bildspråk om det går, och skriv hellre ut hela orden än att förkorta dem.
7. Använd ord som visar på samband. Exempel: därför, eftersom, dessutom, också, även, sedan, men.
8. Skriv alltid ut hjälp verbet **har**:

Exempel:

Skriv inte: Hon var stolt över vad hon **gjort**

Skriv hellre: Hon var stolt över vad hon **hade gjort**.

Svenskan är det enda språket i världen där vi kan stryka vissa hjälpverb, vilket vi ofta gör. Det här kan försvåra för personer med andra modersmål.

Läs mer:

[Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Myndigheternas skrivregler*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Skriva klarspråk*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Institutet för språk och folkminnen. 2022. *Klarspråkstestet*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

Särskilda riktlinjer för texter på 1177.se

Ska texten publiceras på 1177.se? Då finns det särskilda riktlinjer som du måste följa.

Läs mer:

[1177. 2021. *Att skriva lätt svenska på 1177.se*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

3. Skicka texten till översättare

När du skickar texten på översättning är det bra att ge översättaren tydliga instruktioner om hur texten ska användas och i vilket format. Då blir översättningen till målspråket bättre. Skicka gärna med relevant referensmaterial som ska hjälpa översättaren vid översättningen. Till exempel tidigare texter om samma ämne, särskilda termlistor eller mallar för layout.

Försök att alltid besvara de här frågorna i instruktionen till översättaren:

- Vad är textens syfte?
- Vem är textens tänkta läsare?
- I vilka kanaler ska texten användas?
- Är det något annat som är viktigt, till exempel kring ton eller tilltal?

Ha gärna en dialog med översättningsbyrån om texten, så att du kan vara tillgänglig för eventuella frågor från översättaren.

4. Kvalitetssäkra översättningen

När du har fått tillbaka texten från översättningsbyrån är det viktigt att kvalitetsgranska texten. Till exempel genom att låta en extern granskare jämföra källtexten med den översatta texten sida vid sida.

Granskningen syftar till att säkerställa att den översatta texten har samma innehåll, budskap och ton som ursprungstexten och att den passar målgruppen. För att lättare kunna revidera översättningen är det viktigt att innehållet i källtexten och den översatta texten överensstämmer. Det är också bra att tänka på att olika dialekter ibland använder olika begrepp. I vissa länder är språket även politiskt eller religiöst laddat, vilket kan påverka ordval i översättningen.

Det är viktigt att säkerställa att översatta texter blir korrekta i det färdiga materialet, alltså efter webbpublicering eller inför tryck. Anlita gärna någon som kan granska det innan du går vidare med arbetet. Särskilt om det är språk eller alfabet som du inte själv behärskar.

Läs mer:

[1177. 2021. Strategi och process för översättningar på 1177.se. Kvalitetsgranskad översättningsprocess. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

5. Marknadsför översättningarna mot målgruppen

Översatt material gör förstås bara nytta om målgrupperna hittar och tar del av det. Därför bör frågor om målgruppens förväntningar, sökbeteende, förtroende för avsändaren med mera finnas med redan i målgruppsanalysen.

Ofta är det också nödvändigt att marknadsföra det översatta innehållet. Det kan till exempel göras genom köpta sökord på olika språk, annonsering i sociala medier och kanaler som är stora i vissa språkgrupper, banners på webbplatser eller genom tryckt material. Större kampanjer kan föra ut budskapet att informationen finns på flera språk. Att ta hjälp av förbund och frivilligorganisationer kan också vara ett bra sätt att sprida översatt information.

Resultatet av marknadsföringsinsatser bör alltid mätas, med nollmätning och uppföljning efter en viss tid.

6. Gör en plan för förvaltning av översättningarna

Alla texter måste förvaltas över tid för att fortsätta vara korrekta och aktuella. Det gäller förstås även översättningar. Att förvalta översättningar kan innebära stora kostnader om hela texten eller delar av den behöver översättas igen.

Gör gärna en plan för förvaltning redan i kravställningen inför ditt översättningsprojekt.

Följande frågor är bra att ta ställning till:

- **Vem ansvarar för de översatta texterna?**
Definiera vem som äger och ansvarar för texterna när översättningen är genomförd och publicerad. Beskriv om det är en person, roll eller avdelning, eller om det ska organiseras på något annat sätt. Beskriv hur synpunkter och klagomål på översättningarna ska hanteras, och vilken personal och finansiering som krävs för det.
- **Hur kvalitetssäkras översättningarna över tid?**
Beskriv hur översättningarna ska hanteras om det görs större förändringar i den svenska versionen. Finns det personal och finansiering att revidera även översättningarna, inklusive att skicka dem till översättare? Eller ska översättningarna i så fall avpubliceras?
- **Vad kostar det att underhålla texten?**
Beräkna kostnaden efter publicering, per år. Är det samma varje år, eller kanske mer efter tre eller fem år då större revideringar behöver göras? Vad händer om finansieringen inte finns? Vilken livslängd kan garanteras?
- **Vilken kompetens och teknisk lösning krävs?**
Specificera vilka insatser och kompetenser som behöver finnas. Till exempel redaktör/textbearbetning, en teknisk lösning som fungerar för att visa olika språk med mera.

Översätta till teckenspråk

Teckenspråk har sin egen grammatik och ordföljd. Översättningar till teckenspråk behöver därför vara språkligt fristående från den svenska originaltexten.

Tänk på det här:

- Skriv max 42 tecken per rad i den svenska undertexten.
- Låt undertexten till svenska vara valbar.
- Publicera gärna den översatta texten på webbsidan intill teckenspråksfilmen om det är möjligt.
- En film bör vara mellan två och tre minuter lång. Långt innehåll bör alltså delas upp i flera olika filmer.
- Se till att filmerna går att visa i fullskärmsläge.
- Använd en god bildkvalitet, helst HD-kvalitet.
- Låt färger och kontraster vara tydliga.
- Låt inspelningsmiljön och talarens klädsel vara neutrala och nedtonade.

Läs mer:

[Institutet för språk och folkminnen. 2011. *Språklagen i praktiken*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Institutet för språk och folkminnen. 2012. *Flerspråkig information på webbplatser*. \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

Översätta undertexter till film

När undertexter översätts till andra språk ska översättningen utgå från den svenska eller engelska undertexten, men en anpassning ska göras enligt principen att ”texten ska följa talet”.

En bra undertextning är synkroniserad med vad som sägs i bild, men den är oftast inte en exakt transkription av det som sägs. Det viktiga är att undertexten förmedlar samma information som återges i talet, och att tittaren ska förstå innebörden av vad som sägs.

Tittaren ska hinna läsa och förstå undertexterna, därför gäller följande:

- Undertexter är indelade i block som visas mellan 2 och 7 sekunder i talet.
- Varje block får innehålla max två rader.
- Varje rad ska helst innehålla 3–32 tecken, men max 42 tecken.
- Om flera personer talar samtidigt i filmen ska talstreck användas i början av varje uttalande.

Läs mer:

[Moderskeppet video. *Din guide till undertextning.* \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

[Myndigheten för digital förvaltning \(DIGG\). 2020. *Texta inspelad rörlig media.* \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

Kravställning mot byrå

Det viktigaste när du krävställer mot en byrå eller i en upphandling är att vara tydlig. Det tjänar alla på. Beskriv vilken tjänst du vill ha och exemplifiera gärna vad det rör sig om för slags texter. Var också tydlig med vilka krav ni ställer och uppskatta värdet på en eventuell upphandling. Om värdet inte är så högt kan man göra en direktupphandling istället.

Några tips:

- Skilj på källspråk och målspråk. Källspråk är språket ni vill ha texten översatt från och målspråket är språket som ni vill ha texten översatt till.
- Var tydlig kring om ni ska betala per ord i källspråket eller målspråket. Det vanligaste är att betala per ord i källspråket.
- Det kan vara bra att teckna avtal med flera byråer om möjligt och använda en rangordning mellan byråerna.
- Säkerställ att byrån eller byråerna följer den internationella standarden för översättningar, ISO 17100:2015 eller motsvarande. Standarden anger bland annat krav på processer, kvalitet och översättarnas utbildning och erfarenhet.
- Säkerställ att översättarna har språkkunskaper motsvarande akademisk modersmålsnivå i målspråket.
- Säkerställ att översättarna har god kännedom om hur det svenska samhället och exempelvis den svenska vården är organiserad. Detta är viktigt för att all fakta ska bli rätt i översättningarna.
- Efterfråga gärna att översättarna använder någon form av översättningsprogram och översättningsminnen. Det underlättar översättningen och revidering av redan översatta texter.
- Säkerställ gärna att översättarna alltid granskar översättningarna manuellt efteråt om de har använt datorstödd översättning. Enbart maskinöversättningar i till exempel Google translate kan ge sämre översättningar.

Läs mer:

[Svenska institutet för standarder. Krav på översättningstjänster \(ISO 17100:2015\). \(Hämtad 2022-03-31\).](#)

Sveriges facköversättarförening. *Att upphandla översättningstjänster*. (Hämtad 2022-03-31).

Referenser

Här följer förteckning över de källor som arbetsgruppen bakom vägledningen har använt sig av:

1177. 2021. *Att skriva lätt svenska på 1177.se*.

<https://www.1177.se/Stockholm/riktlinjer-och-material/oversattningar/lattlast/>
(Hämtad 2022-03-31).

1177. 2021. *Strategi och process för översättningar på 1177.se*.

<https://www.1177.se/Stockholm/riktlinjer-och-material/oversattningar/strategi-och-process-for-oversattningar-pa-1177.se/> (Hämtad 2022-03-31).

Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Språklagen*. <https://www.isof.se/lar-dig-mer/kunskapsbanker/lar-dig-mer-om-sprakpolitik-och-spraklagar/spraklagen> (Hämtad 2022-03-28).

Institutet för språk och folkminnen. 2011. *Språklagen i praktiken*.

<https://www.isof.se/stod-och-sprakrad/vagledningar/spraklagen-i-praktiken>
(Hämtad 2022-03-31).

Institutet för språk och folkminnen. 2012. *Flerspråkig information på webbplatser*. <https://www.isof.se/stod-och-sprakrad/vagledningar/flersprakig-information-pa-webbplatser> (Hämtad 2022-03-31).

Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Förvaltningsområden*.

<https://www.isof.se/stod-och-sprakrad/vagledningar/din-ratt-till-nationella-minoritetsprak/forvaltningsomraden> (Hämtad 2022-03-31).

Institutet för språk och folkminnen. 2020. *Minoritetslagen*.

<https://www.isof.se/lar-dig-mer/kunskapsbanker/lar-dig-mer-om-sprakpolitik-och-spraklagar/minoritetslagen> (Hämtad 2022-03-31).

Institutet för språk och folkminnen. *Nationella minoritetsspråk*.

<https://www.isof.se/vart-uppdrag/expertomraden/nationella-minoritetsprak>
(Hämtad 2022-03-31).

Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Språken i Sverige*.

<https://www.isof.se/lar-dig-mer/kunskapsbanker/lar-dig-mer-om-flersprakighet/spraken-i-sverige> (Hämtad 2022-03-31).

Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Myndigheternas skrivregler*.

<https://www.isof.se/stod-och-sprakrad/vagledningar/myndigheternas-skrivregler> (Hämtad 2022-03-31).

Institutet för språk och folkminnen. 2021. *Skriva klarspråk*.

<https://www.isof.se/stod-och-sprakrad/vagledningar/skriva-klarsprak> (Hämtad 2022-03-31).

Länsstyrelsen Stockholm. *Nationella minoriteter och minoritetsspråk*.

<https://www.lansstyrelsen.se/stockholm/samhalle/social-hallbarhet/manskliga-rattigheter-och-demokrati/nationella-minoriteter-och-minoritetssprak.html> (Hämtad 2022-03-31)

Mikael Parkvall. 2019. *Språken: Den nya mångfalden*.

https://www.rj.se/globalassets/rj-arsbocker/rj2019-2_spraken_den_nya_mangfalden.pdf (Hämtad 2022-03-31).

Minoritet.se. *Förvaltningsområden i Sverige*.

<https://www.minoritet.se/forvaltningsomraden> (Hämtad 2022-03-31).

Moderskeppet video. *Din guide till undertextning*.

<https://video.moderskeppet.se/kunskap/undertexter/guide-till-valskrivna-undertexter/> (Hämtad 2022-03-31).

Myndigheten för digital förvaltning (DIGG). 2020. *Texta inspelad rörlig media*.

<https://webbriktlinjer.se/riktlinjer/117-texta-inspelad-rorlig-media/> (Hämtad 2022-03-31).

Statistikmyndigheten SCB. *Befolkningsstatistik*. <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/befolkning/befolkningens-sammansattning/befolkningsstatistik/>

(Hämtad 2022-03-31).

Svenska institutet för standarder. *Krav på översättningstjänster (ISO 17100:2015)*.

<https://www.sis.se/produkter/terminologi-och-dokumentation/terminologi/sseniso171002015/> (Hämtad 2022-03-31).

Sveriges facköversättarförening. *Att upphandla översättningstjänster.*

<https://sfoe.se/sv/for-kopare/upphandling/> (Hämtad 2022-03-31).

Västra Götalandsregionen. 2022. *Bildstöd i vården.*

<https://www.vgregion.se/ov/dart/fardigt-material/vard/> (Hämtad 2022-03-29).