

**Eesti Keele Instituut**

**SELGE**  
**KOMMUNIKATSIOON**  
**Artiklite kogumik**

**Eesti Keele Sihtasutus**  
**Tallinn 2015**

**Koostanud ja toimetanud  
Katrín Hallik, Katre Kasemets**

**Tõlkinud  
Helle Pohl-Raidla,  
Katrín Hallik, Katre Kasemets**

**Kujundanud ja küljendanud  
LooLoo**

**Tõlke autoriõigus:  
Eesti Keele Instituut, 2015**

**Trükkinud  
AS Pakett**

ISBN: 978-9985-79-634-4

Tõlgitud väljaandest: *Clear Communication – A Brief Overview*  
Tallinn: Institute of the Estonian Language, 2014

**6–7**  
**Saateks**

**11–16**  
**Selge disain**  
Josiah Fisk

**19–21**  
**Selge kommunikatsioon:**  
**kuidas saaks psühholoogia**  
**kaasa aidata**

Stefan Hampl  
Amrei C. Joerchel

**23–31**  
**Ravimimürgistus päästab elusid:**  
**miks on ravimiinfolehtede**  
**kujundus oluline**  
Robert Linsky

**33–38**  
**Kuidas tõlkida paremini**  
**ehk selge tõlkimine**  
David Monkcom

**41–51**  
**Tulemuslik infoedastus:**  
**planeerimine ja hindamine**  
Janice (Ginny) Redish

**53–65**  
**Selge keele põhimõtete ja**  
**suuniste väljatöötamine**  
Karen Schriver

**69–71**  
**Infoleht kui ravimi**  
**hädavajalik lisa**  
Karel van der Waarde

## Saateks

Dokumentide koostamise stiili on paljudes maailma riikides juba üle kuuekümne aasta mõjutanud selge keele liikumine. Alguse sai see vajadusest lihtsustada juriidilisi tekste. Praegu võetakse selge keele põhimõtteid arvesse pea kõigis avaliku suhtlusega seotud valdkondades.

Keeleselguse kõrval on aina olulisemaks saanud selge vorm. Infosõnumi edukus seisneb nii sisu kui ka vormi läbimõeldud esituses. Peale selle tuleb silmas pidada, kellele ja miks midagi teada antakse ning kas info ka sihtrühmani jõuab.

Selleks tuleks infot koostades end kliendi rolli asetada ja läbi mõelda, millised võiksid olla tema vajadused. Väga kasulik on, kui saadakse võimaliku kliendi peal oma sõnumit enne selle avaldamist katsetada ja kliendi tagasisidet arvesse võtta.

Viimase kümne aastaga on selge keele liikumisest välja kasvanud selget kommunikatsiooni propageeriv kogukond, kes tegutseb mitmel pool maailmas, aktiivsemalt USA-s, Austraalias, Inglismaal, Belgias, Rootsis ja Soomes. Oma kogukond on tekkimas ka Eestis.

Selge kommunikatsioon ühendab paljusid valdkondi. Eduka infosõnumi koostamine eeldab teadmisi lingvistikast, disainist, psühholoogiast, sotsioloogiast, turundusest, kasutatavusanalüüsist ja muust.

Käesolev kogumik annab lühiülevaate valdkondadest, mida selge kommunikatsioon hõlmab.

2014. aastal ilmus kogumik inglise keeles.

Kogumiku koostamise mõte tekkis ELi projektis IC Clear osalemise käigus. IC Cleari (2011–2014) eesmärk oli koostada selge kommunikatsiooni e-õppe kursus. Kursuse abimaterjalina palusime IC Cleari nõustamisrühma liikmetel kirjutada artikkel oma valdkonnast.

Küsisime ka paljude kommunikatsiooni ja keeleasjatundjate arvamust selle kohta, millised omadused on vajalikud selge kommunikatsiooni nõustaja töös. Nendest arvamustest valisime huvitavamad välja ja lisasime kogumiku tsitaatideks.

Täname artiklite ja tsitaatide autoreid, kes panustasid oma aega ja teadmisi ning tänu kellele saame selgest kommunikatsioonist rohkem teada. Täname ka IC Cleari koordinaatorit Karine Nicolayd ja tema assistenti Ingrid Adriaensenit toetuse eest kogumiku koostamisel.

Koostajad

Märkus

Kogumikus kasutame järgmisi põhimõisteid.

**selge kommunikatsioon** – selgest keelest ja infodisainist välja kasvanud valdkond, mille eesmärk on koostada infot, lähtudes kliendi vajadustest ja tagasisidest info kasutatavuse kohta

**selge infoedastus** – selline info edastamine, mille puhul klient saab talle vajalikust infost ilma liigse pingutuseta aru ja oskab saadud info põhjal tegutseda

**selge infosõnum** – selline tekst, piit või tekst koos pildiga, mis on koostatud kliendi vajadustest lähtuvalt

Inglise keeles kasutatakse nende kolme põhimõiste kohta sageli üht ja sama terminit – *clear communication*.

Selge sõnumi koostaja oskab kindlaks määrata oma sihtrühma ja koostada selle vajadustest lähtuva loogilise teabe. Heal infokoostajal on kõrgeimal tasemel kirjutamise ja toimetamise oskus. Ta peaks olema võimeline keerulise teksti ümber kirjutama nii, et see oleks selge, kergesti mõistetav ja kasutatav. Samuti peaks ta olema hea kuulaja, kes suudab valdkonnaeksperti keerulise info põhjal koostada täpse ja asjakohase teabe.

Kathryn Catania

Visuaalselt hästi kujundatud ja liigendatud tekst aitab kasutajal selle mõtet avada. Tekstid peavad tähelepanu pälvimiseks olema atraktiivsed, huvi hoidmiseks hästi liigendatud ja arusaamise hõlbustamiseks sisu põhjal rühmitatud.

Karel van der Waarde

# Selge disain

Josiah Fisk



**Josiah Fisk** on infodisainiettevõtte More Carrot asutaja ja tegevjuht. Oma meeskonnaga on Josiah loonud palju uudseid kasutusmugavaid dokumente, kus on läbimõeldult ühendatud nii sõna kui ka pilt. Josiah on kuulunud Selge Keele Keskuse (Center for Plain Language) nõukogusse ning esinenud paljudel selge kommunikatsiooni üritustel USAs ja Euroopas.

Selge disain on nii selge suhtlemise kui ka kasutaja kogemuse lahutamatu osa. Kui kasutajale tundub suhtlus keeruline, ei hakka ta juurdlema, kas viga on tekstis või disainis. Ta reageerib kogemusele terviklikult. Selge disaini eesmärk on tagada, et visuaalne mõõde aitaks suhtlemise eesmärkidele kaasa (või vähemalt ei kahjustaks neid).

## Mõned põhipunktid

Meel töötleb verbaalset ja visuaalset teavet korraga. Kui edastada teave verbaalselt ja visuaalselt ühel ajal, toimub teabeedastus kiiremini. Ja kuna visuaalne andmetöötlus on verbaalsest lihtsam, siis mida visuaalsem on teave, seda parem on see enamasti kasutajale.

Selge teabeedastus on seotud pigem infodisaini kui graafilise disainiga. See erinevus võib esmalt pisut segaseks jääda. Mõlemad disainitüübid kasutavad samu abivahendeid ja paljusid sarnaseid võtteid. Ent nende eesmärgid on erinevad – sageli vastupidised.

Graafiline disain üritab võita tähelepanu, luua mingit meeleolu või suhtumist. Hea infodisain aga juhib tähelepanu teabele endale, mitte selle kujundusele. Infodisain aitab kasutajal olulist teavet leida, kasutades ära silmade liikumisharjumusi, näiteks kujundite otsimist lehelt ja kiirvaadet enne lugema asumist. Selge disain toimib põhiliste visuaalsete märksõnade tasemel. Trükikunst on täis visuaalseid märksõnu. Tekstielemendid, nagu näiteks tähekuju, sõnavahed, reapikkus, pealkirjade liigitus ja lõiguvahed on meie silma jaoks väga hoolikalt mõõdetud. Kui jätta ära olulised visuaalsed märksõnad, näiteks sõnadevahelolevad tühikud, märkame seda kohe.

Ent valdkondades, kus visuaalsete märksõnade kasutamiseks ettekirjutusi eriti pole, on eksimine tavaline. Visuaalsete märksõnade abil võib palju võita ja ka kaotada. Nende mõju on samavõrd oluline kui nende tähtsus alahinnatud.

Lõpptulemus peab siiski olema pilkupüüdev. See võib küll kõlada vastuoluliselt, ent kõik oleneb tasakaalust. Oma infodisaini luues tuleb jälgida, et see ka hea välja näeks (kuid mitte funktsionaalsuse arvelt). Eesmärk on saavutada samal ajal nii stiilsus kui ka selgus. Stiil haarab kaasa ja hoiab huvi üleval. Selge kujundusega dokument peaks olema võrdselt hea nii graafilise kui ka infodisaini poolest.

## Key Investor Information

This document provides you with key investor information about this fund. It is not marketing material. The information is required by law to help you understand the nature and the risks of investing in this fund. You are advised to read it so you can make an informed decision about whether to invest.

**123 Fund, a sub-fund of ABC Fund SICAV (ISIN: 4321)**  
This fund is managed by ABC Fund Managers Ltd, part of the XYZ group of companies

### Objectives and Investment Policy

Joint description of the objectives and policy of the UCITS in plain language (it is suggested not to copy-out the prospectus)

Essential features of the product which a typical investor should know:

- main categories of eligible financial instruments that are the object of investment
- a statement that the investor may redeem units on demand, and how frequently units are dealt in
- whether the UCITS has a particular target in relation to any industrial, geographic or other market sectors or specific classes of assets
- whether discretionary choices regarding particular investments are allowed, and whether the fund refers to a benchmark and if so which one
- a statement of whether any income arising from the fund is distributed or reinvested

Other information if relevant, such as:

- what type of debt securities the UCITS invests in
- information regarding any pre-determined pay off and the factors expected to determine performance
- if choice of assets is guided by growth, value or high dividends
- how use of hedging / arbitrage / leverage techniques may determine the fund's performance
- that portfolio transaction costs will have a material impact on performance
- minimum recommended holding term

### Risk and Reward Profile

Lower risk ← Higher risk  
Typically lower rewards      Typically higher rewards



Narrative explanation of the indicator and its main limitations:

- ∞ Historical data may not be a reliable indication for the future
- ∞ Risk category shown is not guaranteed and may shift over time
- ∞ The lowest category does not mean 'risk free'
- ∞ Why the fund is in its specific category
- ∞ Details of nature, timing and extent of any capital guarantee or protection

Narrative presentation of risks materially relevant to the fund which are not adequately captured by the indicator:

- ∞ Credit risk, where a significant level of investment is made in debt securities
- ∞ Liquidity risk, where a significant level of investment is made in financial instruments that are likely to have a low level of liquidity in some circumstances
- ∞ Counterparty risk, where a fund is backed by a guarantee from, or has material investment exposure through contracts with, a third party
- ∞ Operational risks including safekeeping of assets
- ∞ Impact of any techniques such as derivative contracts

This document provides you with key investor information about this Sub-Fund. It is not marketing material. The information is required by law to help you understand the nature and the risks of investing in this Sub-Fund. You are advised to read it so you can make an informed decision about whether to invest.



## Selectum Belgium Fund

A Sub-Fund of SELECTUM STOCK PICKING FUND SICAV Class F Founder LU0652589275  
 Sub-Fund managed by: Degroof Gestion Institutionelle - Luxembourg

### Objectives and Investment Policy

**Objective** To offer shareholders a maximum increase in their investment over the medium term (5 - 7 years).

**Portfolio Securities** The Investment Manager anticipates that under normal market conditions the Sub-Fund will mainly invest in a broad mix of equities from issuers in Belgium. The Sub-Fund may use derivatives for efficient portfolio management or for hedging.

**Investment Process** The Investment Manager performs intensive research on individual companies, focusing on their fundamental qualities and their potential to increase cash flows. The Investment Manager uses a vigorous and ongoing process of analysis that includes research as well as interviews with senior management.

**Designed For** Investors who understand the risks of the Sub-Fund and intend to invest for at least 5 - 7 years.

**Reference Currency** EUR

#### Terms to Understand

**Equities** Securities that represent a share in the business results of a company.

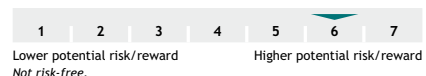
**Derivatives** Financial instruments whose value is linked to one or more rates, indexes, share prices or other values.

**Hedging** Seeking to reduce or cancel out exposure to various investment risks.

*Orders to buy or sell Sub-Fund shares are processed every Luxembourg business day.*

*The Sub-Fund issues only accumulation shares (shares in which any income earned is added to the share price).*

### Risk and Reward Profile



The value of an investment in the Sub-Fund can go up and down. When you sell your shares, they may be worth less than what you paid for them. If your currency as an investor is different from the subscription currency of the Sub-Fund, changes in currency exchange rates could reduce any investment gains or increase any investment losses.

The risk/reward number above is an estimate; it is not guaranteed. The number is based on medium-term volatility (variations in the Fund's share price over a recent period, generally several years). Going forward, the Sub-Fund's actual volatility could be lower or higher, and its risk/reward number may be changed.

The Sub-Fund's risk level reflects the following:

- The Sub-Fund invests in equities, which in general are riskier than bonds or money market instruments.

The number does not reflect the possible effects of unusual market conditions or large unpredictable events, which could amplify everyday risks and could trigger other risks, such as:

**Counterparty risk** The Sub-Fund could lose money if an entity with which it does business becomes unwilling or unable to honor its commitments to the Sub-Fund.

**Derivatives risk** Certain derivatives could increase Sub-Fund volatility or expose the Sub-Fund to losses greater than the cost of the derivative.

**Liquidity risk** Certain securities could become hard to value, or to sell at a desired time and price.

**Management risk** Portfolio management techniques that have worked well in normal market conditions could prove ineffective or detrimental during unusual conditions.

*This document provides you with key investor information about this Sub-Fund. It is not marketing material. The information is required by law to help you understand the nature and the risks of investing in this Sub-Fund. You are advised to read it so you can make an informed decision about whether to invest.*



A Sub-Fund of SELECTUM STOCK PICKING FUND SICAV  
 Class F Founder LU0652589275  
 Sub-Fund managed by: SELECTUM Vermogensbeheer N.V. in Belgium

### Objectives and Investment Policy

**Objective** To offer shareholders a maximum increase in their investment over the medium term (5 - 7 years).

**Portfolio Securities** The Investment Manager anticipates that under normal market conditions the Sub-Fund will mainly invest in a broad mix of equities from issuers in Belgium. The Sub-Fund may use derivatives for efficient portfolio management or for hedging.

**Investment Process** The Investment Manager performs intensive research on individual companies, focusing on their fundamental qualities and their potential to increase cash flows. The Investment Manager uses a vigorous and ongoing process of analysis that includes research as well as interviews with senior management.

**Designed For** Investors who understand the risks of the Sub-Fund and intend to invest for at least 5 - 7 years.

**Reference Currency** EUR

#### Terms to Understand

**Equities** Securities that represent a share in the business results of a company.

**Derivatives** Financial instruments whose value is linked to one or more rates, indexes, share prices or other values.

**Hedging** Seeking to reduce or cancel out exposure to various investment risks.

*Orders to buy or sell Sub-Fund shares are processed every Luxembourg business day.*

*The Sub-Fund issues only accumulation shares (shares in which any income earned is added to the share price).*

### Risk and Reward Profile



The value of an investment in the Sub-Fund can go up and down. When you sell your shares, they may be worth less than what you paid for them. If your currency as an investor is different from the subscription currency of the Sub-Fund, changes in currency exchange rates could reduce any investment gains or increase any investment losses.

The risk/reward rating above is an estimate; it is not guaranteed. The rating is based on medium-term volatility (variations in the Fund's share price over a recent period, generally several years). Going forward, the Sub-Fund's actual volatility could be lower or higher, and its rated risk/reward level may be changed.

The Sub-Fund's risk level reflects the following factor:

- The Sub-Fund invests in stocks, which in general are riskier than bonds or money market instruments.

The rating does not reflect the possible effects of unusual market conditions or large unpredictable events, which could amplify everyday risks and could trigger other risks, such as:

**Counterparty risk**

*The Sub-Fund could lose money if an entity with which it does business becomes unwilling or unable to honor its commitments to the Sub-Fund.*

**Derivatives risk**

*Certain derivatives could increase Sub-Fund volatility or expose the Sub-Fund to losses greater than the cost of the derivative.*

**Liquidity risk**

*Certain securities could become hard to value, or to sell at a desired time and price.*

**Management risk**

*Portfolio management techniques that have worked well in normal market conditions could prove ineffective or detrimental during unusual conditions.*



## 1. näide

Ei mingit infodisaini. Tegu on investeerimisfondi disainimata dokumendimalliga.

## 2. näide

Hea infodisain. See on tegelik dokument, mis võtab küll aluseks investeerimisfondi malli sisu ja üldjärjestuse, aga parandatud on infodisaini ja tehtud terve dokument pilkupüüdvamaks.

## 3. näide

Liiga palju graafilist disaini infodisaini arvelt. Selles dokumendis on sama infot täiendatud mitmesuguse silmailuga, mida disainerid sageli kasutavad. Kuigi siin on tahtlikult veidi liialdatud, viitab see ka paljude teiste hea tasemega tööde probleemile, kus on liialt pööratud tähelepanu efektidele ja mitte info esiletõstmisele.

Arvan, et väga olulised oskused on kliendi kuulamine ja püüd tema olukorrast aru saada (näiteks võivad kliendil olla projekti kohta lahkavamused kolleegidega). Kliendil tuleb aidata mõista, kuidas selgekeelne lähenemine oleks tõhusam ja kasulikum. Peale selgete dokumentide koostamise püüan kliendil aidata selget keelekasutust oma asutuses propageerida ja kolleegidele selgitada, mis kasu ettevõtte selgekeelsest lähenemisest saab.

Ingrid Sapona

Väga tähtis on jõuda selleni, et peale selge keele nõustajate hakkaks ka teised inimesed väärtustama selget suhtlust, mis teeb asjad lihtsamaks ning vähendab kulusid ja vigu. Selge kommunikatsiooni kogukond peaks end kuuldavamaks tegema nii oma kodumaal kui ka rahvusvaheliselt. Meil kõigil on üks eesmärk – selge suhtlus – kuigi meil on erinev taust: kes räägib selgest keelest, kes infodisainist, kes kasutatavusuuringust, kes millestki muust. Ühinedes, üksteise tugevaid külgi hinnates ja ühise eesmärgi poole püüeldes teeksime selle elukutse tugevamaks ning kõik selles vallas töötavad inimesed oleksid edukamad.

Robert Linsky

# Selge kommuni- katsioon: kuidas saaks psühholoogia kaasa aidata

Stefan Hampf  
Amrei C. Joerchel



**Stefan Hampel**, PhD, on Sigmund Freudi Ülikooli (SFU) õppeprorektor, SFU psühholoogiaosakonna juhataja asetäitja ning Austria eraülikoolide nõukogu (ÖPUK) liige. Tal on Viini Ülikooli psühholoogiadoktori kraad. Tema uurimisvaldkonnad on muu hulgas selge kommunikatsioon ning rakenduslik kultuuri- ja meediapsühholoogia.



**Amrei C. Joerchel**, PhD, on õppinud psühholoogiat USAs ja Inglismaal ning saanud doktorikraadi Viini Ülikoolis. Praegu töötab ta arengu- ja kultuuripsühholoogia lektori ning uurijana SFUs.

Mida saaks psühholoogia teha selge kommunikatsiooni heaks? Akadeemilise distsipliinina tähendab psühholoogia psüühiliste funktsioonide ja käitumise teaduslikku uurimist. Psüühilised funktsioonid, nagu näiteks taju ja mälu, on inimestevahelises suhtluses väga olulised. Selleks, et mõista selge kommunikatsiooni olemust, peame pöörduma psüühilisi funktsioone ja käitumist käsitlevate uuringute juurde.

Igapäevane suhtlus on tulvil arusaamatusi, ja nagu Gustav Ichheiser seda nimetab, mittemõistmist. Ichheiser väidab, et mittemõistmine ongi tegelikult norm, mitte erand (vt 1949, 1951, 1970). Millegi mõistmine sõltub suuresti sellest, millisena näeme seda teist, kes sõnumit edastab. Seetõttu on kommunikatsioon alati seotud sotsiaalse omistamisega (vt ka Heider 1944, Ross 1977).

Kirjaliku sõnumi puhul on suur osatähtsus psüühilistel taju- ja mälu funktsioonidel. Kuidas tajuvad inimesed teavituskirju, õigustekste, infolehti? Kuidas säilitatakse mälu pilte ja abstraktset informatsiooni? Tulving (1972) eristab teadmist ja isiklikku mälu, semantilise ja episoodilise mälu funktsioone, mis üheskoos aitavad tajutada hetke mõista. Näiteks patsiendi rollis peab teadma (semantiline mälu), mis raviga on tegu, ja mäletama (episoodiline mälu), miks see ravi oluline on.

Loetud informatsiooni mõistmiseks ja mäletamiseks tuleb olla võimeline ka kirjalikku teksti tajuma. Juba 19. sajandil kirjutasid Fechner ja Weber oma tööd tajumudelitest, mille hiljem võtsid üle geštaltpsühholoogia teoreetikud (Benetka 2002) ja mis on tänapäeva taju-uuringute alus (Stone 2012).

Eelnimetatud mehhanismid (sotsiaalne omistamine, episoodiline ja semantiline mälu ning Weberi-Fechneri seadus) on vaid mõni näide selle kohta, kuidas psühholoogia võiks selgele kommunikatsioonile kaasa aidata. Selge suhtlus on seotud teise (inimese) mõistmisega. Psühholoogia põhiküsimus seisneb inimsuhete mõistmises, alustades taju puudutavatest füsioloogiaseadustest ja lõpetades sotsiaalmodelitega (näiteks rahvusvahelised arusaamatused).

## Kirjandus

- Benetka, G. (2002). *Denkstile der Psychologie: Das 19. Jahrhundert*. Wien: Facultas.
- Heider, F. (1944). Social perception and phenomenal causality. *Psychological Review*, 51, 358–374.
- Ichheiser, G. (1949). Misunderstandings in human relations: A study in false social perception. Supplement to the September issue of the *American Journal of Sociology*. Chicago: Chicago University Press.
- Ichheiser, G. (1951). Misunderstandings in international relations. *American Sociological Review*, 16, 311–316.
- Ichheiser, G. (1970). *Appearances and Realities: Misunderstanding in Human Relations*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Ross, L. (1977). The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process. – L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 10). New York: Academic Press.
- Stone, J.-V. (2012). *Vision and Brain: How we perceive the world*. Cambridge: MIT Press, 155–178.
- Tulving, E. (1972). Episodic and semantic memory. – E. Tulving & W. Donaldson (Eds.), *Organization of memory* (pp. 381–403). New York: Academic Press.

Me peaksime olema võimelised suhtlema erineva tausta ja elukutsega inimestega. Me peaksime saama asjadest kiiresti aru, kui mõne uue valdkonnaga kokku puutume.

Sofia Malmgard

Selge keele nõustaja peab olema hea läbirääkija. Selge suhtluse nimel peab ta vahel olema valmis ka kompromissiks. Ja teadma, kui palju saab järele anda. Loomulikult tuleb olla ise hea suhtleja, nii kirjalikult kui ka vahetult suheldes.

Annetta Cheek

# Ravimi- mürgistus päästab elusid: miks on ravimi- infolehtede kujundus oluline

Robert Linsky



„Politsei uurib, kas meditsiiniõde andis kogemata imikule hoopis emale mõeldud ravimit. Kui see tõesti nii juhtus, polekski asi väga harukordne: Pennsylvania osariigi ametiasutused on viimase poole aasta jooksul saanud haiglatest enam kui 800 teadet ravimi manustamise kohta valele patsiendile.”

*Patriot news of Pennsylvania, 14.08.2013*

„Näitleja Dennis Quaidi vastündinud kak-sikutele anti tavakoguse asemel ekslikult tuhandekordne annus verelahjendajat.”

*USA Today, 21.11.2007*

Infodisaini ekspert **Robert Linsky** on nõustanud paljusid finants-, kindlustus- ja tervishoiuettevõtteid. Ta on välja töötanud LUNA™ kontseptsiooni (Locate/UNderstand/Act: lokaliseeri, mõista ja tegutse), mis lähtub info koostamisel selge kommunikatsiooni põhimõtetest.

Sellised uudised põhjustavad haiglajuhtidele peavalu, ent paraku ilmub neid tihti. Faktid on murettekitavad.

- Ravivead, mida oleks olnud võimalik ära hoida, on USAs üks peamisi surmapõhjuseid.
- Iga päev tehakse USAs ravimitega seoses ligi 45 000 viga.
- 30% ravimitega seotud vigadest tuleneb pakkimis- ja märgistusprobleemidest ning 33% neist vigadest lõppeb surmaga.

## Kõrvalnähud suurendavad kulusid

Seos ravimite kõrvalnähtude<sup>1</sup> ja tervishoiukulude vahel on kindlaks tehtud. See toob kaasa haiglakulude suurenemise, mis mõjutab omakorda haiglate kasumit ajal, kui suurt tähelepanu pööratakse hoopis tegevuskulude vähendamisele ja teenuste tasuvusele.

Hinnangu järgi on USAs ravimi kõrvalnähtudega kaasnev aastane kulu ühe juhtumi puhul 2000 kuni 9000 dollarit.<sup>2</sup> Ravivigadest põhjustatud haigestumis- ja surmajuhtumite kogukulud hinnatakse aga 77 miljardile dollarile aastas.

USA Tervishoiu-uuringute ja Kvaliteedi Ameti teatel on keskmine kõrvalnähtudega seotud aastane kulu ühe haigla kohta USAs kuni 5,6 miljonit dollarit. Ameti hinnangul oleksid haiglad enne hoolekandesüsteemi tulekut need kulud patsiendi või kindlustusfirma kanda jätnud. Praegu neelavad nad lisakulu tõenäoliselt ise alla.

Keerulisel ja muutlikul ajal pingutavad nii haigla juhid kui ka kõik töötajad, et parandada patsientide tingimusi, kindlustada nende turvalisust ja vähendada kvaliteetse arstiabiga seotud kulusid.

Haiglate ravimiosakondade juhid peavad andma endast parima, et ära hoida ravimite kõrvalnähte, neist tulenevaid kulusid ning haigla maine kahjustumist. Ravimite manustamise eest vastutavad kõige rohkem meditsiiniõded, kuid paraku lisandub neile pidevalt uusi kohustusi ning nende üldarvu haiglates vähendatakse. Haiglatel tuleb püsida konkurentsis, kuid samas peavad nad hakkama saama pingetega, mida tekitab lõhe reaalsete tegevuskulude ning

<sup>1</sup> Inglise keeles *adverse drug event* (ADE). Määratlus IATEs: mistahes meditsiiniline juhtum ravimit saanud patsiendi või uuringus osalejaga, millel ei pea olema põhjuslikku seost selle ravimi manustamisega. Kõrvalnähuks võib seega olla iga ebasoodne või mitteoodatud muutus (sealhulgas laboratoorsete analüüside tulemuste kõrvalekalle), sümptom või haigus, mis on küll ajaliselt seotud (uuritava) ravimi kasutamisega, kuid millel tegelik seos ravimiga võib olemas olla või puududa. *Toimetaja märkus*.

<sup>2</sup> Reducing and Preventing Adverse Drug Events to Decrease Hospital Costs. *Research in Action*, Issue 1, March 2001. Agency for Healthcare Research and Quality, <http://archive.ahrq.gov/research/findings/factsheets/errors-safety/adera/ade.html>.

eri allikatest (riiklikest ja osariiklikest vahenditest ning kindlustusfirmadest) saadavate kuluühvitiste vahel.

Kuigi avalik arutelu nende probleemide üle jätkub, saaks ravimiinfolehtede kvaliteetse infodisaini abil juba praegu vähendada kõrvalnähtude arvu ja sellega seotud kulusid ning tõsta patsientide turvalisust ja teenuste kvaliteeti.

## Parimad infodisainivõtted ravimiinfolehtede koostamiseks

Hästi koostatud ja kujundatud ravimiinfoleht suurendab patsiendi ohutust, vähendab kõrvalnähtude riski ning parandab kasutusmugavust.

Tõhusa ravimiinfolehe koostamisel on vaja silmas pidada järgmisi etappe.

1. Kõigi kasutajate vajaduste mõistmine
2. Vajaliku sisu ja selle rakendusala kindlakstegemine
3. Valdkonnaekspertide kasutamine ohutu meditsiiniteenuse tagamiseks
4. Parimate infodisainivõtete rakendamine
5. Värvide, kirjastiilide ja vötkoodide valimine
6. Kasutatavusuringu tegemine
7. Nõuetele vastavuse kinnitamine

## 1. Kõigi kasutajate vajaduste mõistmine

Nagu mistahes dokumendi puhul, on ka siin selge infoedastuse saavutamiseks oluline mõista kõigi kasutajate vajadusi. Tuleb aru saada, kuidas ravimiinfot kasutatakse ning näha ette töömahtu, mida dokument või infoleht kaasa toob. Ravimiinfolehtedega puutub kokku palju inimesi. Apteeker sisetab vajaliku ravimiinfo. Assistent paneb infolehe vastavate ravimite juurde ja viib need haiglas õigele korrusele. Haiglaõde manustab ravimi patsiendile. Kõigi nende kasutajatega tuleb arvestada.

## 2. Vajaliku sisu ja selle rakendusala kindlakstegemine

Parima ravimiinfolehe koostamisel aitab õnnestunud lõpptulemuseni jõuda kogemustega infodisaineri kaasamine. Infodisainer peab eelkõige mõistma, millist sisu vajatakse ning kuidas seda kasutama hakatakse. Siis saab ta selle info põhjal ning parimaid infodisainivõtteid rakendades koostada hästi toimiva ravimiinfolehe.

### *Millist infot tuleks näidata haiglapatsiendi ravimiinfolehel?*

Tavaliselt on ravimiinfolehel haiglaapteegi kontaktandmed, patsiendi kontaktandmed, patsiendi asukoht, info ravimi kohta, ravimiannus ning ravimi manustamisviis ja -sagedus. Infolehel võib olla ka teave eritingimuste kohta (näiteks „hoida külmkapis“), käitlemise eritingimused (näiteks kemoterapia-ravimite puhul) või haiglates kasutatav märg STAT<sup>3</sup>.

Infodisainer peab otsustama, kas mõne sisuosa võib kustutada, mida peaks lisama, kuidas infot loogiliselt rühmitada, jättes kogu infoleht piisavalt ruumi. Parimal juhul teab infodisainer, kes on toote kasutajad ning küsib igas etapis kasutajate-käitlejate tagasisidet selle kohta, kuidas nad tooteinfot kasutavad. Näiteks ühes haiglas prindib apteek korraga umbes 75 infolehest koosneva must-valge seeria infolehekandjale, mis on iga 2,5 cm järel augustatud. Iga infoleht on eri pikkusega, sõltuvalt infohulgast 5–10 cm. Seejärel löikab apteegi töötaja infolehed üksikhaaval prinditud rullist välja. Kui iga infolehe üla- või alanurgas oleks eraldustähis, oleks lehtede väljalõikamine kiirem ja lihtsam ning eksimise risk väiksem.

<sup>3</sup> Tuleneb ladinakeelsest sõnast *statim*, mis tähendab 'viivitamata, otsekohe'. *Toimetaja märkus.*

## **Kuidas infolehel olevat teavet kasutada? Kuidas toimivad inimesed, kes neid infolehti loevad?**

Näiteks:

- Sünnitusosakonna õde näeb infolehel pediaatriaosakonna sümbolit, vältides seega samasuguse perekonnanimega täiskasvanule mõeldud ravimit.
- Haigla abitöötajad mõistavad, millist ravimit tuleb rikkumise vältimiseks külmikus hoida.
- Intensiivraviosakonna õde reageerib vastavalt infolehel olevale hoia- tusele, muutes patsiendile manustatavaid annuseid, kui tolle seisund äkitselt muutub.

## **3. Valdkonnaekspertide kasutamine ohutu meditsiiniteenuse tagamiseks**

Infodisainer peab pöörama tähelepanu kirjastiilidele, kaubamärkide täpsetele nimedele, sõnavahedele, lühenditele jm. Ta peab olema teadlik regulatiivsetest nõuetest ning headest tavadest, mille on kehtestanud valdkonna analüütikud, reguleerivad asutused või teised juhtivad organisatsioonid, nagu näiteks Ohutu Meditsiinipraktika Instituut (ISMP), Ameerika Tervishoiusüsteemi Apteekrite Liit (ASHP) ja Tervishoiuorganisatsioonide Akrediteerimise Komisjon (JCAHO).

## **4. Parimate infodisainivõtete rakendamine**

Suur hulk teooriaid ja teadustöid tutvustavad head infodisaini. Infodisain keskendub paljudele asjadele: selgele ja kergmõistetavale keelele, hästi organiseeritud sisule, meeldivale kujundusele, kliendipsühholoogiale ja kasutatavusele. Infodisaini parimad võtted garanteerivad selle, et lõpptulemus

vastaks kolmele kaubamärgi LUNA nõudele<sup>4</sup>. LUNA™ tegeleb informatsiooni kujundamisega selge kommunikatsiooni jaoks. LUNA põhimõtteid kasutades suudavad huvipooled kergesti leida informatsiooni, sellest aru saada ning selle järgi käituda.

## **5. Värvide, kirjastiilide ja vöotkoodide valimine**

Tõhusatel ravimiinfolehtedel on hästi läbimõeldud värvide, kirjastiilide ning ühe- (1D) ja kahemõõtmeliste (2D) vöotkoodide valik koos loetava paigutusega. Värv püüab pilku ja annab kiirelt edasi olulise info. Kujutage ette valgusfoori ilma punase, kollase ja roheline tuleta!

Värvide rõhuasetus tagab selle, et ka väsinud töötaja märkab kriitilist infot, mis aitab patsiente kindlaks määrata ja vigu vältida. Varem kasutati infolehtede printimisel ainult musta tinti, kuid värviprinterid avavad nüüd uusi võimalusi. Infodisainer peab tundma ka tark- ja riistvara, kui ta valib värve ja kirja, mida annaks hästi paljundada.

Värv peaks esile tõstma ravimi tarvitamise nõudeid, mistõttu tuleb värvilise teksti või märgi asukoht hästi valida. Spetsiaalse tarkvara abil saab kujundusvõtteid vajaduse korral kas rakendada või välja jätta. Eesmärk on, et ravimite kasutamisel vigade vältimiseks poleks enam vaja koostada lisainfolehti, ning et paraneks nii patsientide turvalisus kui ka ravimite tõhusus.

Hoolikalt kirjastiili valides saab väikesele ravimiinfolehele mahutada palju teavet, mida on kerge lugeda ja mugav printida.

Vöotkoodide järgi saab tuvastada ravimeid ühe annuse kaupa jagamiseks ja manustamiseks. See on kindel viis kõrvalnähtude vältimiseks, kuna selle meetodi abil saavad õed kontrollida patsiendi turvalisuse viit näitajat<sup>5</sup>. Nii JCAHO kui ka ASHP soovivad vöotkoode kasutada. USA Toidu- ja Ravimiamet (FDA) on jõudnud järeldusele, et vöotkoodid vähendaksid ravimitega seotud vigu 50% võrra.

Vöotkoode on mitmesuguseid. Tarkvara teisendab info valitud kooditüübiks. Osa lugereid talletab automaatselt ka erinevaid patsientidega tehtud toiminguid, mida saab hiljem kontrollida.

<sup>4</sup> LUNA – stakeholders can easily Locate information, UNderstand the information they find and can Act on the information found. *Toimetaja märkus.*

<sup>5</sup> Need näitajad on: õige patsient, õige ravim, õige annus, õige manustamisviis ja õige aeg. *Toimetaja märkus.*

Kujundus hõlmabki kõike eelmainitud koos joonduste ning taand- ja vaheridadega.

Kõik see kokku moodustab selge ja intuitiivse ravimiinfolehe.

## 6. Kasutatavusuuringu tegemine

Kasutatavusuuringu teeb infodisainer ravimiinfo koostamise käigus. Ta jälgib märkamatult töötajat (näiteks õde) ravimiinfolehte kasutamas. Infolehte peetakse sobivaks, kui seal on küsitavaid kohti väga vähe või pole neid üldse ning kui kasutajad saavad kergesti ja kiiresti:

- leida mingi tööülesande jaoks kogu vajaliku informatsiooni
- mõista seda informatsiooni
- kasutada seda tööülesande edukaks täitmiseks.

## 7. Nõuetele vastavuse kinnitamine

Ravimiinfoleht peab toimima kindla teenuse keskkonnas. See peab vastama asutuse nõuetele ja kõigile kehtivatele osariigi või riikliku ravimiohutuse eeskirjadele.

### NEPSi meetod

Infodisainifirma NEPS on aastatepikkuse kogemuse põhjal loonud ravimiinfolehtede koostamise meetoodika, mis hõlmab parimaid tavasid riskide maandamiseks ja tõhususe suurendamiseks. NEPSi loodud haiglaapteekide ravimiinfolehed pakuvad kliendile:

- maandatud riske retsepti täpsuse ja patsiendi parema tuvastamise kaudu
- madalamat tarnekulu
- suuremat vastavust regulatiivsetele nõuetele
- kiiret kasutuselevõttu eeldisainitud mallide abil.

NEPS lähtub LUNA põhimõtetest kõigis oma tegevusvaldkondades: tekstide koostamisel ja kujundamisel, kasutatavusuuringute tegemisel, äri- ja regulatiivsete nõuete järgimisel ning infotehnoloogia ja trükiprotsesside suunamisel. LUNA põhimõtted aitavad luua selget infodisaini. See on samas ka vahend, mis võimaldab kontrollida, kas infoedastus on ikka selge, arusaadav ja kasutamiskõlblik. LUNA arvestab kõigi huvipoolte vajadusi ning kasutab kõiki edastusvõimalusi: paberandjat, internetti, e-posti, arvutit, tahvelarvutit, nutitelefonit ja sotsiaalmeediat. Huvipooled on laias laastus kõik, kes infoedastust mingil viisil kasutavad, nii organisatsiooni sees kui ka sellest väljaspool.

Patsiendi paremaks tuvastamiseks on tema nimi trükitud erkrohelisega, see tõmbab tähelepanu ja paistab muu info hulgast välja. Ka näiteks valge negatiivtrükk erkrohelise taustaga kassis toob hästi esile kogu olulise info patsiendi tuvastamise ja ravimi manustamise kohta. Väga tõhus meetod manustamisvigade vältimiseks on sarnase info rühmitamine ja selle eri värviga esiletoomine.

Näiteks on vaja ravimiinfolehele lisada märke „manustada kohe”. Termotrüki abil saab luua eri suurusega ridu, millele saab trükkida negatiivtrükkis valge märke mustal taustal. Kuigi märke seisab infolehel eraldi, võib eristusvärvi puudumine põhjustada selle, et väsinud töötaja ei märka olulist infot ja seetõttu tekivad ravivead. Teine levinud lahendus on paigutada algsele ravimiinfolehele lisasilt. Ühetoonilisel ravimiinfolehel olev erkpunane silt „manustada kohe” köidab kindlasti personali tähelepanu.

Hea infodisain ja selge teabeedastus võimaldavad haiglal oluliselt aega säästa ning vigu ja kulusid vähendada. Igasugune teabeedastus, näiteks infoleht, aruanne, vorm või muu dokument, edastatuna mistahes vormis, kas paberil, e-posti või interneti teel, on edukas siis, kui ta on selge ja kergesti arusaadav.



Kasutatavusuuring toob esile infoedastuses ilmnevad probleemid ning pakub neile probleemidele lahendust. Kui infosõnumit on seejärel kohandatud ja see on muutunud selgemaks, siis aitab kasutatavusuuring kinnitada selle lahenduse sobivust kindlale sihtrühmale kindlas keskkonnas.

Robert Linsky

Infoedastus on tulemuslik ainult siis, kui selle vastuvõtja saab teabest aru ning suudab selle põhjal teutseda.

Robert Linsky

# Kuidas tõlkida paremini ehk selge tõlkimine

David Monkcom



**David Monkcom** on õppinud Oxfordi Ülikoolis prantsuse ja hispaania keelt ning töötanud seejärel aastaid keeleõpetajana. 1984. aastal asus ta tõlkijana tööle Brüsselisse Euroopa Komisjoni. David on kirjutanud kõnesid nii komisjoni presidendile Romano Prodi kui ka asepresidendile Margot Wallströmile ning olnud mitme trükise autor ja toimetaja. Alates 2009. aastast kuni pensionileminekuni 2013. aastal on ta aidanud luua ja korraldada Euroopa Komisjoni selge keele kampaaniat.

Selgus on igapäevaelus ülitähtis – olgu tegu tarbijainfo, juriidilise lepingu või mõne seadme kasutusjuhendiga. Selgus on oluline ka avaliku võimu jaoks, kes peab maksumaksjale oma tegevusest selges keeles aru andma.

Eriti kehtib see tänapäeva Euroopa Liidu ülikeeruka asjaajamise kohta. Ja siiski on Euroopa Komisjoni loodud dokumendid kurikuulsad oma ebaselguse poolest. Liiga sageli on need paljusõnalised, tulvil slängi ja akronüüme, pikkades keerulistes lausetes leidub palju *mine*-tuletisi ja umbisikulist tegumoodi. Enamiku neist dokumentidest on inglise keeles koostanud inimesed, kelle emakeel ei ole inglise keel.

Selliste tegurite koosmõju muudab paljud Euroopa Komisjoni dokumendid raskesti loetavaks ja tõlgitavaks. Meie (nii komisjoni kui ka vabakutseliste) tõlkijate ja toimetajate kiituseks tuleb aga öelda, et tavaliselt teevad nad oma tööd väga hästi, muutes keerulisi tekste hulga selgemaks. Kuid kas see peaks tõesti nende ülesanne olema?

Probleemi lahendamiseks algatas Euroopa Komisjon 2010. aastal komisjonisisese kampaania. Töötajaid koolitatakse reklaamiürituste, infovoldikute, veebilehe ja kampaanialaulu abil, komisjoni koolitajad õpetavad seminaridel selge kirjutamise põhimõtteid.

Selgelt kirjutamine eeldab selget mõtlemist. Mida ja kellele tahate öelda? Kas olete oma materjali loogiliselt järjestanud? Kas olete vastanud küsimustele, mida lugejad kindlasti küsivad? Lugejad tahavad tavaliselt konkreetset informatsiooni: kes või mis on asjaga seotud, millal ja kus see toimub, miks seda tehakse ja palju see maksab.

Teksti koostamisel soovitame kasutada pealkirju ja alapealkirju ning jagada tekst lühikesteks lõikudeks. Kokkuvõtte on samuti väga kasulik. Mõistlik olekski alustada kokkuvõtte kirjutamisest, sest see toob välja kõige olulisema ja aitab autoril ebavajaliku välja jätta.

Eelkõige soovitame autoritel ja tõlkijatel kirjutada lühidalt ja lihtsalt. Jätta välja ebaolulised sõnad. Kirjutada lühikesi lauseid. Kasutada igapäevakeelt.

Siin on näide ühest liiga pikast ja mõttetult bürokratlikust lausest:

*Üks põhivabadusi, mis on kehtestatud eesmärgiga lihtsustada Euroopa Liidu kodanike elu, on vabadus valida elamiseks, töötamiseks või õpinguteks mõni liidu liikmesriik, mis ei ole antud kodaniku kodumaa.*

Igapäevases kõnepruugis tähendab see seda, et *ELi kodanikel on vabadus elada, töötada või õppida mistahes ELi riigis*. Ja see on ilmselt ka kõik, mida öelda oleks vaja. Lühem versioon koosneb ainult 11 sõnast. Rusikareegel on,

et keskmine lause võiks koosneda umbes 20 sõnast, pikim ei tohiks ületada 30 sõna.

Veel üks kasulik soovitus selgelt kirjutamiseks on vältida *mine*-tuletisi ning kasutada nende asemel tegusõnu.

Näiteks ärge öelge:

*Juhusliku õlireostuse tõttu Euroopa rannikuvete saastumise vältimiseks on tarvis sekkumise tõhustamist ja koostöö tugevdamist.*

Selle asemel öelge lihtsalt:

*Peame tegema rohkem koostööd, et kaitsta Euroopa rannikuid õlireostuse eest.*

Tegusõnade puhul eelistage isikulist kõneviisi umbisikulisele. Näiteks *komisjon otsustas*, mitte *komisjoni tasemel tehti otsus*.

Võimaluse korral tuleks vältida slängi ja lühendeid. Kui seda teha ei õnnestu, peaks need lahti seletama, eriti dokumentides, mis on mõeldud ka tavalugejale. Näiteks ei tohiks avalikkusele mõeldud infovoldikus öelda *ühtekuuluvust arendatakse ERFi abil*. Selle asemel oleks hea öelda, et *ELi rahastus aitab kaotada Euroopa eri regioonide vahel valitsevat ebavõrdsust*. Kui on tõesti vaja täpsustada, millist fondi silmas peetakse, võib kirjutada, et see on Euroopa Regionaalarengu Fond ja sulgudesse lisada ERF.

Komisjoni dokumentides tekitab segadust ka niinimetatud eri keelte eksitusõnade kasutamine. Need on näiteks ingliskeelsed sõnad, mis meenutavad mõnda prantsuskeelset sõna, ent millel on teine tähendus. Seega kirjutavad komisjoni töötajad sageli *eventually* ('lõpuks'), kuigi tegelikult mõtlevad *possibly* ('võib-olla', pr k *éventuellement*). Või siis öeldakse *assist at a meeting* ('abistab koosolekul'), kuigi tegelikult tahetakse öelda, et keegi osaleb koosolekul (pr k *assister à*).

Tüüpiline näide sellise *franglais*' (prantsuse-inglise segakeele) kohta:

*Eelarveprojektis, mis on hetkel viimistlemisel, on teaduse haldusalal ette nähtud tähtsad investeeringud.*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Important investments in the domain of research are foreseen in the budget project, which is in the course of elaboration.

Selgesse eesti keelde panduna kõlaks see nii:

*Koostatavas eelarveprojektis on teadusele ette nähtud märkimisväärsed investeeeringud.<sup>2</sup>*

Veel mõni näide „komisjonismide” kohta, mida tuleks selgemalt sõnastada. Proovige alljärgnevad laused ümber kirjutada ning siis võrrelda oma kirjutatut allpool pakutud võimalike ümbersõnastustega.

1. Toimub farmerite motiveerimine säästvate praktikate kasutuselevõtuks, pidades silmas keskkonnahoidu, maakohtade säilitamist ja kõrgekvaliteediliste ohutute toiduainete tootmist.
2. On oluline, et Euroopa kodanikud oleksid teadlikud pädevuste jaotusest Euroopa institutsioonide ja liikmesriikide vahel ja et nad oleksid informeeritud konkreetsest Euroopa Liidu poolsest panusest nende igapäevaelu parandamiseks.
3. Viidates narkokaubanduse vastu võitlemiseks juurutatud meetmetele, teatas president, et neid tugevdatakse.
4. Koostöös teiste Euroopa Liidu institutsioonidega püüab komisjon jätkuvalt lihtsustada kohmakaid formaalsusi, mida peavad täitma kodanikud, kes soovivad kasu lõigata Euroopa seadustes pühaks peetud liikumisvabaduse eelistest ning asuda elama mõnes teises liikmesriigis.
5. Meretranspordiettevõtetele pakutakse ERFi abi, lihtsustamaks oma elutsükli lõppu jõudnud laevade lammutamist ja asendamist.
6. 2011. aasta keskel vaadati valitsuse poolt läbi eelmisel aastal haridusministeeriumis välja töötatud koolireformi raamkava, mille põhjal lepiti huvipoolte poolt kokku kaheosalises reformiprogrammis (2012–18).
7. Vältimaks möödapääsmatu pankroti perspektiivi, võiksime ette näha ettevõtte restruktureerimise. Siiski on see väga tundlik teema.

Teksti lihtsustamise võtted, mida näiteid toimetades loodetavasti kasutasi- te, aitavad teil oma tõlget selgemaks muuta, isegi kui algtekst on segane ja halvasti koostatud. Keegi on teile hiljem väga tänulik, olgu ta siis tarbija,

<sup>2</sup> Considerable investment in [the field of] research is planned in the draft budget, which is currently being drawn up.

maksumaksja või mõne seadme operaator.

Võimalikud ümbersõnastused.

1. Farmereid julgustatakse kasutama säästvaid töövõtteid, et hoida keskkonda, säilitada maakohti ning toota ohutuid kvaliteetseid toiduaineid.
2. Inimestel on vaja teada, kes Euroopas mida teeb. Samuti tuleb neile selgitada, mida Euroopa Liit nende igapäevaelu parandamiseks ette võtab.
3. President teatas rangemate meetmete kasutuselevõttust uimastikaubanduse vastu. (President lubas olla karmim uimastikaubanduse vastu.)
4. Euroopa institutsioonid teevad kõik selleks, et inimestel oleks kergem ühest ELi riigist teise elama kolida.
5. Selleks, et aidata laevafirmadel vanu laevu lammutada ja asendada, kasutatakse Euroopa Regionaalarengu Fondi (ERFi) vahendeid.
6. Aastal 2010 koostas haridusministeerium koolireformi raamkava. 2011. aasta keskel analüüsis valitsus seda kava ning selle põhjal leppisid huvipooled kokku kaheosalises reformiprogrammis, mida nad täidavad aastatel 2012–2018.
7. Pankroti[riski] vältimiseks võiksime kaaluda ettevõtte ümberkorraldamist, kuid see on väga õrn teema.

## Heade uudiste levitamine

Euroopa Komisjon koolitab oma töötajaid selgemalt kirjutama.

Selleks on loodud:

- veebileht
- asutusesisene ajakiri
- iga-aastased selge kirjutamise auhinnad
- kampaania laul („Head uudised: selgus on tulekul!”)
- infovoldik „Kirjuta selgelt”

- veebipõhine interaktiivne õppematerjal
- praktilised töötoad.

Enamik neid vahendeid on mõeldud üksnes komisjoni töötajatele, kuid infovoldik on üldsusele kättesaadav aadressil [http://ec.europa.eu/translation/writing/clear\\_writing/how\\_to\\_write\\_clearly\\_et.pdf](http://ec.europa.eu/translation/writing/clear_writing/how_to_write_clearly_et.pdf).

Laulu kuulamiseks sisestage YouTube'is otsingusse „Good news clarity”. Video pikkus on 2 minutit ja 48 sekundit. Sõnad on juures, nii et laulge südamest kaasa!

**Selges keeles kirjutajal peab olema palju oskusi nii kirjalikus kui ka suulises väljenduses. Ta peab olema võimeline parandama näiteks raskesti mõistetavaid tehnilisi erialatekste. Selleks peab ta**

- 1. tundma omaenese kirjutamisstiili**
- 2. teadma, kuidas teiste kirjutatud teksti tõhusalt hinnata**
- 3. tundma erinevaid toimetamisvõtteid, mille abil teksti parandada ja selgemaks muuta.**

**Aga ta peab suutma oma parandusi ja selgekeelseid valikuid ka põhjendada. Tegelikult peab kirjutaja tih- ti teisi veenma, miks selge keel on teksti loomisel vajalik. Seega peab ta olema väga hea läbirääkija ja võimeline suhtlema juristide, juhtivtöötajate ja teiste otsusetegijatega.**

**Christopher Trudeau**

Suhtlemine peab olema selge igas keeles ja kultuuriruumis. Kirjutades näiteks eri keeltes finantsaruandeid, peame olema kindlad, et sisu on kõigis keeltes üheselt mõistetav. Samal ajal peame tagama, et kasutatud piktogrammide, värvide jms tähendus oleks vastuvõetav igas sihtkultuuris.

Robert Linsky

# Tulemuslik infoedastus: planeerimine ja hindamine

Janice (Ginny) Redish



Tulemuslik infoedastus ei alga ega lõpe kirjutamise ja kujundamisega, seda tuleb planeerida nii enne kirjutama asumist kui ka selle käigus. Loodavat teksti on vaja uuesti üle lugeda, toimetada ja hinnata. Selles IC Cleari kursuse jaoks kirjutatud artiklis

- sõnastan selge infoedastuse definitsiooni
- näitlikustan edukat infoedastuse protsessi
- vaatlen, millega tuleb infosõnumi planeerimisel arvestada
- tutvustan erinevaid viise tekstivariantide hindamiseks.

## Selge infoedastuse definitsioon

Infoedastus on selge juhul, kui seda vastu võtavad inimesed

- leiavad info, mida nad vajavad
- mõistavad seda
- on võimelised selle põhjal tegutsema,

kulutades selleks üksnes nii palju aega ja energiat, kui see nende meelest väärt on.

Pange tähele, et definitsioon käib inimeste ja käitumise kohta. See definitsioon näitab, kui oluline on keskenduda inimestele, kellele infot edastate. Seetõttu nimetatakse selget infoedastust ja selget keelt vahel ka lugejakeskseks infoedastuseks.

Tulemuslik infoedastus = selge infoedastus = selge keel = lugejakeskne infoedastus.

Kirjutamine ei ole alati infoedastus. See võib vahel olla nagu tühjusesse hüüdmine.

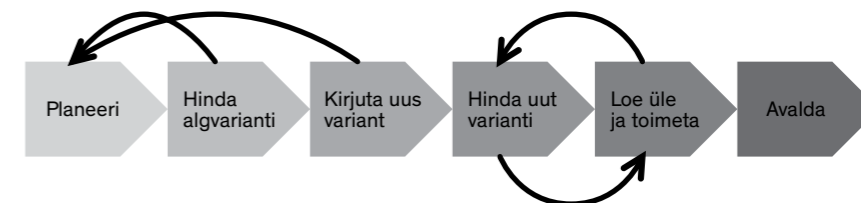
Infoedastus toimub ainult juhul, kui keegi teine

- saab teie kirjutatu kätte (näeb seda paberil või ekraanil)
- tahab sellega tegeleda
- suudab sellega tegeleda
- leiab vajaliku info, mõistab seda ja toimib selle järgi.

**Janice (Ginny) Redish** on olnud kirjulik selge keele ja kasutatavusanalüüsi propageerija juba enam kui 30 aastat. Seminaridel ja nõustamistegevuses tutvustab Ginny selge kommunikatsiooni põhimõtteid. Oma raamatus „Letting Go of the Words – Writing Web Content that Works” (2. trükk 2012) õpetab Ginny veebilehtede ja teiste infosõnumite eduka koostamise võtteid ning sellest juhendatakse mitmel pool maailmas.

## Tulemusliku infosõnumi loomise protsess

### Projekti juhtimine



Nii planeerimine kui ka hindamine aitavad keskenduda inimestele suhtlusahela teises otsas.

Kogenud infokoostajad planeerivad enne kirjutama hakkamist ja teksti kujundamist oma tööd hoolega. Seejärel analüüsivad nad kirjutatud teksti ning võrdlevad seda esialgse plaaniga. Vajaduse korral muudavad nad töö käigus oma plaane.

Kogenud infokoostajad teavad ka seda, et tulemusliku infosõnumi koostamiseks tuleb harilikult kirjutada palju tekstivariante. Neil on oma meetodid nii tekstide kui ka kujunduse toimetamiseks ja analüüsimiseks.

Infoedastusviiside puhul, mida kasutatakse näiteks ka IC Cleari õppekava raames (kirjad, teated, vormid, brošüürid, aruanded, käsiraamatud, veebisisu, sotsiaalmeediasõnumid), on uuringud näidanud, et juba paari lugeja hinnang on tõhusam kui ainult enda, kolleegi või toimetaja arvamus.

Selgitan hindamist käsitlevas osas, miks peaksite oma tööle ise hinnangu andma, kolleegidega nõu pidama ning toimetajate abi kasutama. Ometi ei piisa sellest selge infoedastuse jaoks.

Vaatame planeerimist ja hindamist veidi lähemalt.

## Tulemusliku infoedastuse planeerimine

Tulemusliku infoedastuse planeerimisel peate mõistma järgmisi põhiküsimusi.

- Miks? Teie eesmärgid – mis peaks järgnema, kui keegi teie infosõnumi kätte saab?
- Kes? Lugejad – kes nad on, mis on nende hoiakud, oskused ja teksti kasutuskontekst?
- Mis? Vestlus – autori põhisõnum ja lugejate küsimused.

## Miks? Teie eesmärgid

Infoedastus, millega tegeleme IC Cleari õppekava raames, ei hõlma proosat ega luulet. Tegu ei ole ilukirjanduse, vaid funktsionaalsete tekstidega. Eeldame, et nende tekstide lugemine või kasutamine toob kaasa lugeja mingi tegevuse. Et infot tulemuslikult edastada, peab tulemuslikkuse määratlema.

INFOEDASTUS	SOOVITUD TULEMUS
e-kiri oma ülemusele, sest tahate minna konverentsile	et ülemus oleks nõus
ettepanek uue projekti jaoks	et klient või rahastaja oleks projektiga päri ja rahastaks seda
vormi täitmise juhend	et vormi täitvad inimesed täidaksid selle õigesti ilma abitelefoni helistamata
kiri äriomanikule puuduvate maksulaekumiste kohta	et äriomanik maksaks maksud ära
teave IC Cleari katseprogrammis osalemise kohta	et sobilikud kandidaadid oskaksid oma avaldused õigesti täita; et sobimatud kandidaadid teaksid mitte kandideerida
e-kaubandusettevõtte kodulehe info	et inimesed ostaksid kaupu

Koolis õpetatakse eesmärgi sõnastama informeeriva ja juhendava lühilause-na. Sellised lühilausead võivad sobida esialgseteks märksõnadeks. Küll aga ei sobi nad tulemusliku infoedastuse tarvis, mis vajab palju täpsemat ja mõõdetavat selgitust nende asjade kohta, mida soovite inimesi tegema panna.

Kui sõnastate oma eesmärgi vormis

*kui mu infoedastus on tulemuslik, siis [need inimesed] [teevad seda]*

aitab see teil aru saada nii sellest, et suhtlete inimestega, kui ka sellest, et soovite selle suhtluse tulemusel midagi saavutada.

Nii toimides viite tähelepanu endalt lugejale ning see on lugejakeskse infoedastuse jaoks hädavajalik.

## Kes? Lugejad

**Kuulaja** tuleb sõnast *audio*, mis tähendab 'kuulama', kuid meie arutleme kirjaliku materjali, mitte suulise infoedastuse üle.

**Lugeja** viitaks üksnes sellele, et inimene loeb meie kirjutisi, kuid meie lugeja ei pruugi infoedastust ainult lugeda.

**Kasutaja** – see termin pärineb tarkvaraarendusest ja käsiraamatutest, kuid mõnele on see vastuvõetamatu, kuna tekitab valesõnade narkosõltlastega.

Iga infoedastuse puhul peaks seega pöördumisel kasutama neid sõnu, mis seostuvad konkreetse sõnumi saajaga, olgu selleks siis ülemus, (taotluse) vastuvõtja, maksumaksja, patsient, lapsevanem vm.

Selles artiklis kasutan üldsõna „lugeja”, sest see haakub ideega lugejakesksest infoedastusest. Kuid paljud lugejad üksnes sirvivad teksti, libisevad sellest üle ja jätavad osasid vahele ning ei loe hoolikalt kõiki sõnu.

Mida peaksite teadma oma lugejate kohta, kui soovite nendega tulemuslikult suhelda? Selleks peaksite:

- määrama kindlaks, kes nad on (nt ülemus, taotluse vastuvõtja, maksumaksja, patsient, lapsevanem)
- tegema oma lugejate kohta märkmeid, mis aitaksid meeles pidada nende suhtumist, oskusi ja lugemiskonteksti (nt hõivatud, seda lugedes tõenäoliselt väsinud, mures, loeb võõrkeeles, teab/ei tea antud teema oskussõnavara).

Kui oma lugejaid kindlaks määrate, kasutage kindlasti konkreetsete inimeste kohta käivaid sõnu. Näiteks kui kirjutate raamatupidamisjuhiseid, ärge väljenduge üldsõnaliselt, et juhised on mõeldud pangale. Pank on hoone. Kes seal

pangas teie juhiseid kasutama hakkab? Klienditeenindajad? Juhid? Need on inimesed. Ärge öelge, et teie juhised on finantsosakonnale. Osakond on struktuuriüksus. Kes täpsemalt hakkab finantsosakonnas teie juhiseid kasutama?

Siinkohal on veel vara mõelda oma sõnumi sisu peale. See oleks planeerimise järgmine samm. Märksõnad ja lugejate kirjeldus peaksid aitama teil oma lugejaid inimestena paremini mõista.

## Mis? Vestlus

Iga tulemuslik infoedastus on ühtlasi ka vestlus.

Vestlus sisaldab nii autori põhisõnumeid kui ka vastuseid lugejate võimalikele küsimustele. Suurepärane viis teksti kirjutada on kujutleda, et tüüpiline lugeja istub teie kõrval. Alustage oma põhisõnumist. Seejärel kujutlege, mida tüüpiline lugeja teie sõnumit lugedes küsida võiks. Vastake sellele küsimusele. Ja nii edasi.

Te ei pea tingimata kirjutama oma infosõnumit küsimuste ja vastuste vormis, kuigi see on tihti tulemuslik. Võite kasutada ka alapealkirju või muid viise.

Ent kirjutamise ajal mõttes vestlemine aitab teil meeles pidada seda, et tulemuslik infoedastus vajab nii kirjutajat kui ka lugejat.

Kujutledes lugejat enda kõrval, hoidute näiteks kirjutamast mitut lõiku toetusprogrammi ajaloost, kui mõistate, et lugeja tahab vaid teada, mis see programm on ja kas ta kvalifitseerub toetust saama.

## Planeerimise elavdamine tegelaskuju ja stsenaariumiga

Et lugeja enda kõrval veelgi realistlikumaks muuta ja olla võimeline kujuteldava lugejaga vestlema, võite oma märkmete põhjal luua tegelaskuju ja stsenaariumi.

**Tegelaskuju.** Tegelaskuju on tüüpilise lugeja kirjeldus, mis sisaldab

- fotot
- nime

- mõnda omadust, mis aitaks seda tegelaskuju paremini näha: vanus, haridus, amet, perekonnaseis
- tegelaskuju kirjeldavaid märksõnu, näiteks kirja- ja keeleoskus, teemaga seotud sõnavara tundmine, väärtushinnangud, mured ja huvid
- mingit arvamust, mida tegelaskuju võiks teile öelda, näiteks: „Olen oma pere ja tööga nii hõivatud, et saan oma e-kirju lugeda ainult hilja õhtul, kui olen juba väsinud. Kui teie kirja või teadet tundub raske lugeda, panen selle tõenäoliselt nädalavahetuseks kõrvale ja siis võin selle üldse ära unustada. Tehke see lühikeseks ja kergesti loetavaks, et saaksin sellega kohe tegeleda.”

Kui suhtlete inimesega, keda tunnete (nt ülemus), siis on see inimene teie tegelaskuju. Samas on enamik meie kirjutatust mõeldud palju laiemale lugejaskonnale. Seetõttu peame looma tegelaskuju selle järgi, mida oma lugejate kohta teame.

Parimad tegelaskujud sünnivad siis, kui õpite oma lugejaid tundma või tutvute uuringutega mingit kindlat tüüpi infoedastuse kohta. Ent isegi ilma selleta võite luua oletuslikke tegelaskujusid, kui oma lugejatest realistlikult mõtlete.

### **Pidage meeles: teie ei ole oma tekstide tüüpiline lugeja!**

Teie valdate teemat, teie lugeja aga võib-olla mitte. Teie lugeja võib olla teist palju vanem või palju noorem. Te võite osata viit keelt, teie lugeja aga ei pruugi. Teie võib-olla tegelete mingi teemaga iga päev. Teie lugejal on selle jaoks üksnes mõni hetk aega. Teile võib olla väga oluline, kuidas teie kirjeldatud programm sündis, kuid teie lugeja ei pruugi sellest hoolida.

Tegelaskujude loomine aitab meeles pidada, kui erinev on teie lugeja teist ja teie kolleegidest.

**Stsenaarium.** Stsenaarium on lühilugu sellest, millal, miks ja kuidas jõuab teie infoedastus tegelaskujuni. Võite selle lisada oma tegelaskuju juurde, et see aitaks teil mäletada konteksti, milles teie tegelaskuju võiks infosõnumit kasutada.

Võite stsenaariumisse lisada ka tegelaskuju küsimused, et see veelgi konkreetsemaks muuta.

Ideid, kust leida näiteid tegelaskujude ja stsenaariumide kohta, vaadake artikli lõpus olevast kirjandusest.



## Infoedastuse edukuse tagab hindamine

Kogenud kirjutajad analüüsivad oma tööd pidevalt. Nad mõistavad, et lihvitud lõpptulemus erineb oluliselt esialgse kirjutamise korratusest. Infoedastus, olgu trükisena või võrguväljaandena, võib lõpuks olla veatu, hästi organiseeritud, selge ja suurepärases kirjas, ent sellise tulemuseni ei jõuta ilma teksti pidevalt täiustamata.

Seega, kuidas jõuda eduka lõpptulemuseni?

Selleks tuleb ühendada toimetamine, läbivaatus ja lõpptulemuse hindamine ning parimal juhul kaasata hindamisprotsessi ka lugejad.

### Toimetamine ja läbivaatus

Olete oma teksti esimene lugeja ja toimetaja. Kuid te ei tohiks kunagi olla viimane lugeja ja toimetaja enne avaldamist.

Kui korraldate oma teksti, kirjutate lõike, koostate loendeid ja tabeleid, lisate illustratsioone, valite kirjatüüpi ja värve, siis mõelge samal ajal ka oma tege-laskuju ja stsenaariumi peale.

Kui olete juba mingi osa kirja pannud, lugege see üle. Vaadake, mida annaks välja jätta ja kas saaks kasutada lihtsamaid sõnu. Pange oma mustand mõneks tunniks või päevaks kõrvale. Kui selle uuesti kätte võtate, näete, mida muuta või välja jätta. Lugege see kõvasti ette. See on suurepärane viis liiga pikkade lausete ja lõikude ning lugejale keeruliste sõnade märkamiseks.

### Toimetamine ja läbivaatus koos kolleegidega

Isegi kui kasutate oma töö hindamiseks kõiki eelmises osas nimetatud soovitusi, on teil ikkagi vaja ka teiste abi. Oma teksti mitmendat korda lugedes ei pruugi te enam märgata kirjavigu või puuduvaid sõnu. Näete üksnes seda, mida enda arvates tahtsite kirjutada. Seetõttu tuleks näidata valmivaid tekste oma kolleegidele ja lugeda vastastikku üksteise töid.

### Töötamine koos toimetajatega

Toimetajad saavad aidata nii üldpildi kui ka detailidega. Need on erinevad ülesanded, mis nõuavad ka erinevaid oskusi. Mõni toimetaja saab hästi hakkama mõlemaga, mõni aga keskendub ühele või teisele. Nn suure pildi kallal töötamine hõlmab eesmärke, tegelaskujusid ja kujutletud vestluse osa teie tekstis. Seda nimetatakse ka sisutoimetamiseks. Toimetaja ülesanne on aidata teil mõista, kas teie teksti sisu on õige ja hästi organiseeritud ning kas stiil on lugejatele sobiv.

Keeletoimetamine hõlmab grammatikat, õigekirja ja teksti täpsust ehk toimetaja aitab teil lihvida keelelisi detaile.

### Infosõnumi edukuse hindamine

Nii teie ise, teie kolleegid kui ka toimetajad saavad kõik anda oma panuse teksti koostamisse, kuid selle teksti sihtlugeja on keegi teine. Infoedastuse põhiküsimus seisneb selles, kas lugeja suudab tekstist leida talle vajaliku info, kas ta mõistab seda infot ning kas ta oskab selle põhjal tegutseda just niisuguse aja jooksul ja niisuguse pingutusega, nagu talle sobiv tundub. Selget infoedastust ei saa arvuliselt mõõta nagu õpitulemusi hinnetega või teksti lihtsust loetavusvalemi abil.

Kuna selge infoedastus tähendab tulemuslikku infoedastust, siis saame infosõnumeid hinnata üksnes selle järgi, kas need oma eesmärgi saavutavad. Ja nagu öeldud, juhtub see üksnes siis, kui meie lugeja suudab edukalt talle vajaliku info leida, seda mõista ja selle põhjal tegutseda.

Lugejakeskset hindamist saab teha kahel moel – koos lugejaga või olles ise lugeja rollis.

**Hindamine lugeja rollis – tegelaskuju ja stsenaariumi abil.** Parim hindamisviis on lasta valitud lugejatel oma teksti edukust hinnata.

Enne seda aga võite ise või kolleegide abil katsetada hindamist lugeja rollis. Seda nimetatakse tegelase- või stsenaariumikeskseks hindamiseks.

Olge ise lugeja enda kõrval, kehastuge oma tegelaseks. Lugege oma tegelase kirjeldust ja märksõnu. Saage selleks tegelaseks. Mõelge, kuidas info teie tegelaseni jõuab. Millele teie tegelane mõtleb, kui ta teie teavitust esimest korda näeb? Mida ta esimesena teeks? Kui palju ta sellest infost läbi loeks? Mida ta seejärel mõtleks? Mida ta küsiks? Kas pärast nende küsimustele vastamist tahaksite oma teksti muuta?

**Hindamine koos lugejaga – kasutatavusuuring.** Kuigi tegelasekeskne ja stsenaariumikeskne hindamine viib teid tõenäoliselt lähemale lugeja tegelikule kogemusele kui lihtsalt teksti läbilugemine ja parandamine, ei ole teie ise see tegelane. Te pole enda teksti tüüpiline lugeja. Teil on pelgalt oletused selle kohta, kuidas inimesed teie infosõnumit lugedes reageerivad.

Et teada saada, kui tulemuslik see infoedastus tegelikult on, peate laskma sihtlugejatel seda katsetada. Seda nimetatakse kasutatavusuuringuks. Tehud uuringud on näidanud, et mingi infosõnumi katsetamiseks ei ole vaja palju inimesi. Piisab juba 3–6 inimesest, et teada saada, kas teie tekst vajab

parandamist.

Kui aga järgite artikli alguses toodud joonist, olete koos lugejatega oma infoedastusele juba mitu korda hinnangu andnud.

Kasulik on kaasata lugejaid tekstilooimeprotsessi kõigis etappides. Enne uue tekstivariandi koostamist tuleb anda hinnang olemasolevale. Kui kaasate sellesse hindamisse ka lugejaid, aitab see teil veenduda oma paranduste õigsuses ning juhtida tähelepanu ka täiesti uutele muutmist vajavatele asjadele. Joonisel on näidatud nii edasi- kui ka tagasisuunaga nooli, mis tähendab, et peaksite hindamise – ülelugemise ja toimetamise – uue hindamise faase mitu korda läbi tegema.

Muidugi tuleb teil mingil hetkel oma töö lõpetada ja avaldada. Ent tulemusliku infoedastuse jaoks tulebki tekst mitu korda ümber kirjutada. Kui kasutate lugejate abi erinevate variantide hindamisel ja teete selle põhjal parandusi, on teil võimalik luua tõhusaid infosõnumeid.

Lisalugemist hindamise, eriti tegelase- ja stsenaariumikeskse hindamise ning kasutatavusuuringute kohta vaadake alltoodud kirjandusest.

## Kirjandus

### Planeerimise kohta

Redish, J. (2012). *Letting Go of the Words – Writing Web Content that Works*. 2<sup>nd</sup> edition, Morgan Kaufmann / Elsevier. Chapter 2: Planning: Purposes, Personas, Conversations.

#### Vt ka

Adlin, T., & Pruitt, J. (2010). *The Essential Persona Lifecycle*. Morgan Kaufmann / Elsevier.

Cooper, A., Reimann, R., & Cronin, D. (2007). *About Face 3: The Essentials of Interaction Design*. Wiley.

Courage, C., & Baxter, K. (2005). *Understanding Your Users*. Morgan Kaufmann.

Hollon, E. (2008). User Personas – Tools for Understanding, <http://www.slideshare.net/eddiehollon/user-personas-tools-for-understanding-presentation>.

Hollon, E. (2008). Making the Connection (kirjutis, mis kirjeldab üksikasjalikumalt eelmiste slaidide punkte), <http://www.slideshare.net/eddiehollon/making-the-connection-user-personas-as-a-tool-for-understanding-for-product-designers-and-information-developers-presentation>.

Personas, usability.gov, <http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/personas.html>.

Scenarios, usability.gov, <http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/scenarios.html>.

## Hindamise kohta

Redish, J. (2011). Review your web site through personas and conversations, <http://redish.net/blog>.

Redish, J. (2012). *Letting Go of the Words – Writing Web Content that Works*. 2<sup>nd</sup> edition, Morgan Kaufmann / Elsevier. Chapter 14, Getting From Draft to Final Web Pages; Chapter 15, Test! Test! Test!

Redish, J. (2014). Honing Your Usability Testing Skills, [http://www.redish.net/images/stories/PDF/Redish\\_Honing\\_Usability\\_Testing.pdf](http://www.redish.net/images/stories/PDF/Redish_Honing_Usability_Testing.pdf).

<http://www.plainlanguage.gov> (Planning a Plain-Language Website – PL Guidelines – Test).

Planning a Usability Test, usability.gov, <http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/planning-usability-testing.html>.

Running a Usability Test, usability.gov, <http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/running-usability-tests.html>.

Reporting Usability Test Results, usability.gov, <http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/reporting-usability-test-results.html>.

#### Vt ka

Barnum, C. (2011). *Usability Testing Essentials – Ready, Set...Test!* Morgan Kaufmann / Elsevier.

Boren, T., & Ramey, J. (2000). Thinking Aloud – Reconciling Theory and Practice. *IEEE Transactions on Professional Communications*, 43, 3, 261–278.

Krug, S. (2010). *Rocket Surgery Made Easy*. New Riders.

Redish, J. (2000). Readability formulas have even more limitations than Klare discusses. *ACM Journal of Computer Documentation*, 24, 3, 132–137.

Rubin, J., & Chisnell, D. (2008). *Handbook of Usability Testing*. 2<sup>nd</sup> edition, Wiley.

Schriver, K. (1989). Evaluating Text Quality: The Continuum from Text-focused to Reader-focused Methods. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 32, 4, 238–255.

Schriver, K. (1997). *Dynamics in Document Design*. Wiley.

Schriver, K. (2000). Readability formulas in the new millennium: What's the use? *ACM Journal of Computer Documentation*, 24, 3, 138–140.

Stone, D., Jarrett, C., Woodroffe, M., & Minocha, S. (2005). *User Interface Design and Evaluation*. Morgan Kaufmann / Elsevier.

Kasutatavusuuring peaks olema igasuguse professionaalse infodisaini oluline osa. Pole olemas teist võimalust kindlaks teha, kas teave on mingis kontekstis selge ja arusaadav või mitte.

Karel van der Waarde

Selge kommunikatsiooni vallas ei tohi unustada projektijuhtimist kui olulist oskust. Edu sõltub projektile kui tervikule pühendumisest.

Kate Harrison Whiteside

# Selge keele põhimõtete ja suuniste väljatöötamine

Karen Schriver



**Karen Schriver**, PhD, on infodisaini ja selge kommunikatsiooni uurija ja nõustaja ning ettevõtte KSA Communication Design and Research tegevjuht. Tema raamatust „Dynamics in Document Design” on juhitud paljud eraettevõtted, valitsusasutused ning akadeemilised ringkonnad üle maailma. Praegu kirjutab Karen uut raamatut tõenduspõhisest infodisainist ja selgest keelest.

Selge keele kasutamist on mõnikord raske inimestele põhjendada. Eriti raske on veenda neid inimesi, kes on kindlad, et nad ei vaja selget keelt, kuna nende jaoks on selge kirjutamine ja disain niigi ilmselged ega nõua erilisi oskusi. Selge keele toimimise kohta veenvate põhjenduste leidmiseks on hea toetuda empiirilisele kirjandusele selle kohta, kuidas lugejad mingile tekstile ja selle kujundusele reageerivad. Selge keele propageerijad peavad erilist tähelepanu pöörama teadustöödele, mis käsitlevad tekstilisi valikuid nii sõna-, lause- kui ka tekstitasandil. Samuti tuleb tegeleda nende teadustöödega, mis käsitlevad lugemist mõjutavat visuaalset disaini, eriti tüpograafiat, küljendust, graafikat ja visuaalmuljet (Schriver 2013a, 2013b).

Kuigi seni tehtud teadustööd ei kajasta sisu arusaadavust ja kasutatavust täielikult, on juba praegu olemas märkimisväärne kogus empiirilisi uurimusi kirjutamise ja disaini kohta, millele selge keele propageerijad oma pädevuse suurendamiseks toetuda võivad (Schriver 1997, 2012). Olen analüüsinud teaduskirjandust infodisaini ja selge keele kohta, töötades läbi sadu lugemise, kirjutamise ja visuaaldisaini kohta käivaid töid (Schriver, ilmumas). Oluline küsimus on, kuidas neile uurimustele selge keele põhimõtete ja suuniste väljatöötamiseks toetuda. Soovitan üht lähenemisviisi.

## Toetumine olemasolevatele teadustöödele: analüüs ja edasised sammud

Samal ajal kui rahvusvaheline selge keele liikumine areneb selles suunas, et luua selge keele põhimõtted ja suunised, on äärmiselt oluline toetuda sellele, mis on juba teada saadud. See eeldab olemasolevate teadustööde sünteesi ja nendest kasulike nõuannete väljanõppimist. Samas on oluline mitte liialt lihtsustada kirjutamisele omast keerukust.

Minu arvates soovitab teaduskirjandus selge keele ja infodisaini jaoks arendada kaht tüüpi põhimõtteid: üldiseid ja kontekstist lähtuvaid. Mõned teadustulemused võimaldavad meil arendada üldiseid põhimõtteid (st suuniseid, mis kehtivad enamikul juhtudel), samal ajal kui teised viivad kontekstist lähtuvate põhimõtete juurde (st suuniseid, mis kehtivad teatud tingimustes). Vaadake esmalt üldiseid põhimõtteid. Me tahame teada, milliseid lugemise, kirjutamise ja kujundamise olulisemaid jooni teksti loomisel meeles pidada. Näiteks räägivad teadustööd tunnetuse kohta meile paljugi inimeste tajust, info otsimisest, lugemisest ja tõlgendamisest. Need tööd aitavad meil

selge keele ja infodisaini jaoks tuletada üldiseid põhimõtteid, kuna kirjeldavad, mis on inimestel lugemise, kirjutamise ja infovahetuse ajal ühist. Samuti suureneb üha nende teadustööde arv, mis aitavad luua kontekstist lähtuvaid põhimõtteid. Need tööd aitavad meil koostada kirjutamise suuniseid teatud maade, keelte, sihtrühmade, situatsioonide, žanrite, valdkondade või ainetike jaoks. Näiteks võivad teatud žanrite juhtumiuuringud pakkuda lahendusi suhtluse efektiivsuse parandamiseks selles žanris (vt ka Schriver 2014).

Loomulikult ei ole kõiki meid huvitavaid teemasid veel uuritud (või on uuritud ainult inglise keelt emakeelena kõnelejate hulgas, kes tõlgendavad ingliskeelseid tekste). Aga isegi sel juhul saame olemasolevat kirjandust esmaste põhimõtete ja suuniste loomiseks kasutada. Samal ajal saame tuvastada kirjanduses leiduvaid lünki ja välja tuua lahendamata küsimusi. See võimaldab meil kindlaks määrata olulisi uurimist vajavaid teadussuundi ja motiveerib avastama uusi.

Et illustreerida, kuidas analüüs ja edasiste sammude otsustamine võiks toimida, pakun läbilõike ühest uuritud kirjanduse valdkonnast: sõnatasandi tekstivalikud. Teen kokkuvõtte empiiriliste uurimuste järeldustest mõne sõnatasandi tekstiomaduse kohta, mis mõjutab lugemist ja teksti mõistmist. Seejärel pakun välja, mis sellelt pildilt puudu on ning mis veel uurimist vajaks. Lõpetan paari ideega, kuidas kõnealust teadustööd üldiste ja kontekstist lähtuvate põhimõtete loomisel kasutada.

## Empiirilised uurimused sõnatasandi valikute kohta

Sõnatasandi funktsioonide mõju lugemisele on uuritud juba 1940. aastatest. Uurimused on keskendunud sellele, kuidas sõnavalik mõjutab lugejate arusaamist teksti sisust. Teadlased on tuvastanud hulga sõnatasandi funktsioone, mis mõjutavad kirjatüki selgust, aidates vahel arusaamisele kaasa, vahel aga seda hoopis raskendades. Enim uuritud sõnatasandi valikud on

- sõna pikkus
- sõna esinemissagedus
- sõna keerukus
- sõna konkreetsus

- nominalisatsioon
- nimisõnajadad.

Vaadakem neid kõiki järgemööda, et mõista, kuidas nad lugejate tekstist arusaamist mõjutada võivad.

## Sõna pikkus

Lugemisoskuse uurimused räägivad sellest, et sõnade pikkuse järgi saab tekstist arusaamist ennustada (Miller & Selfridge 1950). Uurimistööd näitavad ka, et lühemaid sõnu on kergem ära tunda, kiirem tõlgendada, lihtsam ära õppida ning parem meelde jätta kui pikki (Carpenter & Just 1981).

**Järeldused.** Uurimused näitavad selgelt, et lühikeste sõnade eelistamine toob nii rohkem kui ka vähem vilunud lugejatele kaasa märkimisväärset kasu. Lühikeste sõnade kasutamine on oma lugejale vastutulek. Selge keele propageerijad võiksid oma põhiideede väljendamisel pikki sõnu vältida.

## Sõna esinemissagedus

20. sajandi algusest peale on teadlasi huvitanud sõna esinemissageduse mõju teksti mõistmisele. Sõnade esinemissagedust uurides lootsid teadlased hinnata tekstide suhtelist lihtsust. Nende uurimuste põhjal on valminud ka inglise keele kõige sagedamini kasutatud sõnade loendid (Leech, Rayson & Wilson 2001; Lorge 1938; Thorndike 1921; Thorndike & Lorge 1943).

Aastate jooksul on psühholoogid ja lugemist uurivad teadlased teinud palju võrdlusi suure ja väikese esinemissagedusega sõnade vahel (Hudson & Bergman 1985; Nagy & Anderson 1984). Nad on jõudnud mitte just eriti üllatava tulemuseni, et suurema esinemissagedusega sõnad tuntakse ära kiiremini ja need nõuavad vähem tähelepanu kui väiksema esinemissagedusega sõnad (Carpenter & Just 1983).

Uurimused näitavad ka, et mida rohkem mälumahtu kulub lugejal sõnade äratundmisele lauses, seda väiksem on tema kognitiivne maht, näiteks teksti tähenduse kohta järelduste tegemiseks (Just & Carpenter 1980).

Toetudes Lakoffi (1990) uurimustele inimeste kategoriseerimisvõime kohta, on Mauer (2006) väitnud, et lühikesed, suure esinemissagedusega sõnad kuuluvad tihti taju põhikategoriasse. Nende sõnade sisu on kergesti ai-

matav ning inimesed saavad neid kiiremini tõlgendada (Lakoff 1990; Mauer 2006).

**Järeldused.** Uurimused kinnitavad, et selge keele propageerijad peaksid võimaluse korral kasutama suure esinemissagedusega sõnu. Alati küll piisavalt täpset suure esinemissagedusega sõna ei leidu. Sel juhul peaksid autorid valima kõige suurema esinemissagedusega sõna, mis kannab nendele vajalikku tähendust.

Sõnade esinemissageduse uurimused soovivad enne uute sõnade moodustamist ja akronüümide loomist hästi järele mõelda, sest uus sõna on paratamatult väikese esinemissagedusega ning sellega harjumatus aeglustab nii infootsimist kui ka selle mõistmist. Äratundmise kiirendamiseks ja sisuni jõudmiseks soovivad uurimused kasutada tuttavaid sõnu pealkirjades, märgistel, seletavates tekstides ja viidetes.

## Sõna keerukus

Sõna keerukuse uurimused keskenduvad lihtsate ja keerukate sõnade erinevustele. Enamik teadlasi peab lihtsaid sõnu kergesti hääldatavaks ning raskeid sõnu raskesti hääldatavaks (Bauer & Stanovich 1980; Stanovich & Bauer 1978). Kui lugejal tulevad ette keerulised sõnad, siis tema arusaamine kannatab.

**Järeldused.** Lihtne sõna on peaaegu alati parem valik kui keeruline. Uurimistulemused soovivad vältida keerulisi paljusilbilisi sõnu ning ka niisuguseid sõnu, mida emakeelne kõneleja peab raskesti hääldatavaks. See ei tähenda, et tuleks vältida täpset sõnastust. Lugejad saavad sisust täpse arusaama üksnes sel juhul, kui tekst koosneb sõnadest, mis annavad sisu õigesti edasi. Autorid peaksid püüdma teha selliseid sõnavalikuid, mis on lugejate jaoks täpsed, aga samal ajal ka lihtsad ja tuttavad.

## Sõna pikkus, esinemissagedus ja keerukus

Kolm sõna omadust – lühidus, suur kasutussagedus ja lihtsus – on üksteisega tihedalt seotud. See tähendab, et lühikesed sõnad on harilikult ka sageli esinevad ja lihtsad.

Süsteemiline uurimine näitab, et lühikesed sõnad, ehk siis need sõnad, mida emakeelne kõneleja pidevalt kuuleb, kalduvad olema suure esinemissagedusega (Dobbs, Friedman & Lloyd 1985). Teisisõnu on keeles sageli esinevad sõnad harilikult lühikesed ja see aitab inimestel kiiremini suhelda (Zipf 1949).

Sellest tulenevalt tunnevad lugejad kiiremini ära suurema esinemissagedusega lühikesed sõnad ja nende mõistmiseks võrreldes harvemini esinevate sõnadega kulub vähem tähelepanu (McNamara, Louwerse, Cai & Graesser 2005). Väiksema esinemissagedusega lühikesi sõnu on jällegi kergem ära tunda kui väiksema esinemissagedusega pikki sõnu (Hudson & Bergman 1985).

Mõnes sõnatasandi probleeme käsitlevas teadustöös on välja pakutud ka mudel, millega mõõta sõnade esinemissagedust mingis keeles (Kucera & Francis 1967).

Zipf on näidanud, et paljudes keeltes esineb statistiline seos lihtsate ja raske sõnade vahel, nii et lihtsad sõnad on palju sagedasemad ning moodustavad suurema osa igapäevakeelest (seda seost nimetatakse Zipfi seaduseks). Igapäevases suhtluses valivad inimesed harilikult sõnu, mis vajavad väikseimat pingutust, Zipfi loodud vähima pingutuse printsip kirjeldab inimeste kalduvust kasutada mingi mõtte väljütlemisel lühimat teed (Zipf 1949).

Peale Zipfi näitavad ka teised uurimistulemused, et lihtsad sõnad on harilikult suure esinemissagedusega (Hudson & Bergman 1985). Samuti on samale tulemusele jõudnud viimase aja keelteülesed uurimused sõna pikkuse ja esinemissageduse kohta hispaania, vene, portugali, hiina, suahiili, eesti, tšehhi, maoori, türgi ja saksa keeles (Calude & Pagel 2011).

Nii sõna pikkus, sagedus kui ka lihtsus sisalduvad kõik loetavusvalemis. Klare juhib tähelepanu, et sõnade kasutussagedus on teksti raskuse määramisel nii tähtis, et sellest on saanud loetavusvalemi põhiosa (Klare 1968; vt ka DuBay 2004). Kuid loetavusvalemid ei suuda siiski eriti hästi teksti arusaadavust ennustada. Näiteks kui muudame sõnade järjekorda lauses, võib lause muuta arusaamatuks, aga loetavusvalemi tulemus sellest ei muutu. Muidugi ei koosne loetavus ainult sõnatasandi teguritest. Uurimistulemused näitavad selgelt, et loetavusvalemist palju paikapidavam mõõtmismeetod on kasutatavusuuring (Huckin 1983; Redish 2000; Schriver 2000).

Aga see ei tähenda, et sõna kasutussageduse uurimine ja selle seos teksti raskusega tuleks kõrvale heita. Kuna rasked sõnad mängivad ikkagi tekstist arusaamisel suurt rolli, on sõnade kasutussagedus viimasel ajal kaasatud mõistetavusvalemitesse. Need valemid arvestavad näitajaid, mis on kasutu-

sel nii nüüdisaja psühholingvistilistes teadustöodes kui ka traditsioonilistes loetavusmõõtmistes (Graesser, McNamara, Louwerse & Cai 2004; McNamara *et al.* 2005). Kuigi sõna pikkus, esinemissagedus ja keerukus annavad teksti arusaadavusse oma panuse ning neid peab teksti koostades kindlasti arvestama, on peale sõnatasandi ka teisi tegureid, mis määravad, kui kasutatav mingi tekst oma lugejaskonnale on.

## Sõna konkreetsus

Oluline uurimissuund on konkreetsuse ja abstraktsuse käsitlemine (nt erinevus sõnade „õun” ja „vabadus” mõistmisel). Teadustöodes võrreldakse abstrakteid ja konkreetseid sõnu ning leitakse, et konkreetsete sõnade õppimine ja mäletamine on kergem (Graesser *et al.* 2004; McNamara, Crossley & McCarthy 2010; Schwanenflugel, Harnishfeger & Stowe 1988). Uurimine näitab, et kuna konkreetsed sõnad (harilikult nimisõnad) kutsuvad sageli esile rohkem sünonüüme ja visuaalseid kujundeid kui abstraktsed sõnad, on lugejatel kergem nende tähendust mõista (Kroll & Merves 1986; Sadoski & Paivio 2001).

Konkreetsed sõnad võimaldavad autoritel oma mõtteid kujukamalt väljendada, kuna võtmesõnu on järgmistes lausetes võimalik sünonüümidega asendada. Kui teksti peamist mõtet iseloomustavad võtmesõnad on konkreetsed, võib põhiideed järgmistes lõikudes täiendada teiste konkreetsete, omavahel semantiliselt seotud sõnadega, mistõttu lugejad saavad palju tõenäolisemalt põhiideest aru ja peavad seda meeles (Cox 1978; Paivio, Yuille & Madigan 1968).

**Järeldused.** Kui teema on olemuselt keeruline, tuleks põhiideele lisada võimalikult kujukaid konkreetseid sõnu. Abstraktsust peaks täpsustama enam-vähem selle ilmumise kohas ehk seal, kus lugeja seda kõige enam vajab. (Kui koostate veebiteksti, looge näiteks hiirega ülelibisemisel tekkiv abitekst, eriti juhul, kui täiendus katkestaks põhiteksti.) Kui autor ei suuda abstraktsust konkreetsemaks muuta, võib ta selle asemel luua konkreetse konteksti, kuhu see abstraktsus raamida (Bransford & Johnson 1972). Näiteks võib disainer abstraktse idee puhul pakkuda pildilisi või sõnalisi näiteid, mis konteksti selgemaks muudaksid.

## Nominalisatsioon

Nominalisatsioon on nimisõna, mis on tuletatud tegu- või omadussõnast, sageli ladina päritolu liidete *-ize* või *-tion* abil.<sup>1</sup> Nominalisatsiooni kasutamine muudab teksti tihtipeale sõnaohtraks ja seetõttu on lugejal raske põhiteemat kiiresti mõista. Uurimused näitavad, et lugejal on keeruline aru saada tegusõnadest tuletatud nimisõnadest ning tegusõnu mõistab ta tekstis palju kergemini (Charrow & Charrow 1979; Coleman 1964, 1965; Coleman & Blumenfeld 1963).

**Järeldused.** Üldiselt võiks selges keeles kirjutajad nominalisatsiooni kasutamist vältida, kuid on ka erandeid. Vahel võib selle kasutamine aidata lauset lühendada.<sup>2</sup> Nominalisatsioonide mõistmisele aitab kaasa ka see, kui põhiidee on juba varem tekstis esitatud (loe lisaks ka Williams 2004).

## Nimisõnajadad

Nimisõnade jada (nimisõna + nimisõna + nimisõna) teeb lugejale mõtte väljasõelumise raskeks. Tihti aeglustavad nimisõnajadad lugejate võimet lauseehitusest aru saada (Gagné 2001; Levi 1978; Murphy 1990), eriti kui lauses on ka nominalisatsioone, näiteks:

*... teie laenuaotluse tagasilükkamine viitab mittekvalifitseerumisele või maksete hillinemisele.*

**Järeldused.** Autorid peaksid nimisõnajadasid vältima, kuna need aeglustavad lugemisprotsessi ja ajavad lugeja sageli segadusse. Nimisõnajadad võivad mõjutada rohkem neid lugejaid, kes ei tunne teemat või kel on lugemiskused. Lugejad, kes on teemaga kursis, võivad teada ka selles vallas kasutatavaid nimisõnajadasid ning lugeda neid sama kiiresti kui ülejäänud teksti.

Kuigi nimisõnajadad on mõeldud ruumi kokku hoidma (et anda mõtet kiiremini ja lühemalt edasi, mis on ju tavaliselt hea), toovad nad paljudel juhtudel siiski rohkem kahju kui kasu. Pealegi muudavad nad teksti tihedaks, raskeks ja vahel ka eputavaks.

<sup>1</sup> Eesti keeles tähistab nominalisatsioon nimisõnatarindit, mille peasõnaks on tegusõnast tuletatud nimisõna ning mille põhitunnus on sageli *mine*-tuletis (nt lapsed mängivad > laste mängimine). Loe lisaks: Raadik, M. (2007). Poolt-sõna poolt ja vastu. *Õiguskeel*, 2, [http://www.just.ee/sites/www.just.ee/files/maire\\_raadik\\_poolt-sona\\_poolt\\_ja\\_vastu.pdf](http://www.just.ee/sites/www.just.ee/files/maire_raadik_poolt-sona_poolt_ja_vastu.pdf). Toimetaja märkus.

<sup>2</sup> Inglise keeles näiteks tegusõnadest tuletatud nimisõnade, nagu *failure*, *discovery* abil. Toimetaja märkus.

## Edasised sammud: lüngad sõnatasandi funktsioonide uurimises

Eespool vaatlesime, kuidas sõnatasandi funktsioonid, nagu sõna pikkus, sagedus, keerukus ja konkreetsus, nominalisatsioon ning nimisõnajadad, võivad oluliselt mõjutada seda, kuidas lugejad teksti läbi töötavad ja kas nad asja tuuma mõistavad. Küllap on eeltoodud kirjeldus sõnatasandi funktsioonide kasutamise kohta ilmselge ja loomulik, kuid selge keele propageerijate jaoks on oluline oma veendumusi ka uurimisandmete abil kinnitada. Sel viisil võime kirjutamisel teha tõendusühiseid otsuseid, ning mis veelgi olulisem, saame oma otsuseid uurimisandmete abil kaitsta, juhul kui meie valikud kahtluse alla seatakse.

Vaadates, mida uurimused meile täpsemalt räägivad, avastame teemasid, mida võiks lähemalt uurida. Näiteks sõnatasandi funktsioonide uurimustes leiame lünki järgmistes küsimustes.

- Kas suure kasutussagedusega sõnade eelistamine aitab oskuslikke lugejaid samavõrra kui lugemisraskustega inimesi või neid, kes loevad võõrkeeles?
- Kas sõna pikkus on võrreldav kirjamärgi või tähise keerukusega muudes keeltes, näiteks hiina või jaapani keeles?
- Kumb oleks parem: abstraktne, ent täpne sõna või lihtne, aga vähem täpne sõna? Millised oleksid parimad võtted abstraktse teema käsitlemiseks? Kuidas saaksid selge keele propageerijad muuta abstraktse teema selgemaks, samal ajal sisu terviklikkust muutmata?
- Kas mõned nimisõnajadad ja/või nominalisatsioonid annavad mõtet edasi paremini kui teised väljendusviisid? Millal oleks nimisõnajada või nominalisatsioon parim lahendus? Kas nimisõnajadad tekitavad lugejatele probleeme ka teistes keeltes peale inglise keele?
- Milline seos on sõna konkreetsuse ja lugeja oskuse vahel sõna visualiseerida? Millist rolli mängib teksti mõistmisel visuaalne kujundlikkus? Kas mõned teemad või žanrid on paremini mõistetavad, kui kasutatakse kergesti visualiseeritavaid konkreetseid sõnu?

## Kokkuvõte

Selles artiklis kokku võetud teadustööd on tehtud peamiselt inglise keele põhjal. Nende tööde tulemustest lähtuvad põhimõtted ja suunised on tinglikud, kuni suudame kindlaks teha nende kehtimise ka teiste keelte puhul. Seega on oluline töötada samade eesmärkide nimel ühise rahvusvahelise selge keele kogukonnana.

Et illustreerida, millised üldised ja kontekstist lähtuvad põhimõtted ning nendega kaasnevad suunised võiksid välja näha, vaadake kaht näidet siinses artiklis analüüsitud teadustöödest.

**Üldine põhimõte.** Sõna pikkuse, esinemissageduse ja keerukuse vahel on tugev seos. Mida pikem on sõna, mida harvemini ta esineb ning mida raskem on seda hääldada, seda tõenäolisemalt see lugejaid pidurdab ja lugemist raskendab.

**Tõenduspõhine üldine suunis.** Et muuta tekst enamikule inimestest kergesti mõistetavaks, eelistage pikkade, harva esinevate ja keeruliste sõnade asemel lühikesi, sageli esinevaid ja lihtsaid sõnu.

**Kontekstist lähtuv põhimõte.** Mingi eriala inimesed võivad kasutada selliseid sõnu ja akronüüme, mis on nende jaoks tuttavad, kuid teistele mitte.

**Tõenduspõhine kontekstist lähtuv suunis.** Kui olete erialainimene (nt arst, insener, advokaat) ning kirjutate üldsusele, vältige võimaluse korral vähetuntud terminite kasutamist.

Need näited viitavad sellele, et üldised põhimõtted kehtivad enamikul tekstiloome juhtudel, samal ajal kui kontekstist lähtuvad põhimõtted ainult mõnel juhul.

Üldistest põhimõtetest tulenevad tõenduspõhised suunised peavad põhinema kirjutamise ja disainimise ühisosal. Need suunised aga, mis rajanevad kontekstist lähtuval põhimõtetel, peavad vastama kohalikule kontekstile: arvestama olukorda, keelt, valdkonda või teemat.

Tuginedes uurimustele kirjutamise ja disaini kohta, oskame paremini oma tegevust põhjendada. Nii on ka kergem kehtestada rahvusvahelisi standardeid selge kommunikatsiooni kohta.

## Kirjandus

- Bauer, D. W., & Stanovich, K. E. (1980). Lexical access and the spelling-to-sound regularity effect. *Memory and Cognition*, 8, 424–432.
- Bransford, J. D., & Johnson, M. K. (1972). Contextual prerequisites for understanding: Some investigations of comprehension and recall. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 11(6), 717–726.
- Calude, A. S., & Pagel, M. (2011). How do we use language? Shared patterns in the frequency of word use across world languages. *Philosophical Transactions of the Royal Society: Biological Sciences*, 366(1567), 1101–1107.
- Carpenter, P. A., & Just, M. A. (1981). Cognitive processes in reading: Models based on readers' eye fixations. – A. M. Lesgold & C. A. Perfetti (Eds.), *Interactive processes in reading* (pp. 177–213). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Carpenter, P. A., & Just, M. A. (1983). What your eyes do while your mind is reading. – K. Rayner (Ed.), *Eye movements in reading: Perceptual and language processes* (pp. 275–307). NY: Academic Press.
- Charrow, R., & Charrow, V. R. (1979). Making legal language understandable: Psycholinguistic study of jury instructions. *Columbia Law Review*, 79, 1306–1374.
- Coleman, E. B. (1964). The comprehensibility of several grammatical transformations. *Journal of Applied Psychology*, 48(3), 186–190.
- Coleman, E. B. (1965). Learning of prose written in four grammatical transformations. *Journal of Applied Psychology*, 49, 332–341.
- Coleman, E. B., & Blumenfeld, P. J. (1963). Cloze scores of nominalization and their grammatical transformations using active verbs. *Psychological Reports*, 13, 651–654.
- Cox, W. (1978). Problem-solving as a function of abstract or concrete words. *Contemporary Educational Psychology*, 3, 95–101.
- Dobbs, A. R., Friedman, A., & Lloyd, J. (1985). Frequency effects in lexical decisions: A test of the verification model. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 11(1), 81–92.
- DuBay, W. H. (2004). The principles of readability. Impact Information Plain Language Services – Resources, <http://www.impact-information.com/impactinfo/services.htm>.
- Gagné, C. L. (2001). Relation and lexical priming during the interpretation of noun-noun combinations. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 27(1), 236–254.
- Graesser, A., McNamara, D. S., Louwerse, M. M., & Cai, Z. (2004). Coh-Metrix: Analysis of text on cohesion and language. *Behavior Research Methods, Instruments, and Computers*, 36(2), 193–202.
- Huckin, T. N. (1983). A cognitive approach to readability. – P. V. Anderson, R. J. Brockmann & C. R.



- Miller (Eds.), *New essays in technical and scientific communication: Research, theory, practice* (pp. 90–108). New York: Baywood Press.
- Hudson, P. T. W., & Bergman, M. W. (1985). Lexical knowledge and word recognition: Word length and word frequency in naming and decision tasks. *Journal of Memory and Language*, 24, 46–58.
- Just, M. A., & Carpenter, P. A. (1980). A theory of reading: From eye fixations to comprehension. *Psychological Review*, 87, 329–354.
- Klare, G. R. (1968). The role of word frequency in readability. *Elementary English*, 45, 12–22.
- Kroll, J. G., & Merves, J. S. (1986). Lexical access for concrete and abstract words. *Journal of Experimental Psychology*, 12(1), 92–107.
- Kucera, H., & Francis, N. W. (1967). *Computational analysis of present-day American English*. Providence, RI: Brown University Press.
- Lakoff, G. (1990). *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Leech, G., Rayson, P., & Wilson, A. (2001). *Word frequencies in writing and spoken English based on the British national corpus*. London: Longman.
- Levi, J. N. (1978). *The syntax and semantics of complex nominals*. New York: Academic Press.
- Lorge, I. (1938). *The semantic count of the 570 commonest English words*. NY: Bureau of Publications, Teachers College, Columbia University.
- Mauer, D. (2006). Lakoff's "women, fire, and dangerous things" – What every IA should know. OZIA Podcast.
- McNamara, D. S., Crossley, S. A., & McCarthy, P. M. (2010). Linguistic features of writing quality. *Written Communication*, 27(3), 57–86.
- McNamara, D. S., Louwerse, M. M., Cai, Z., & Graesser, A. (2005). Coh-Metrix version 2.0.
- Miller, G. A., & Selfridge, J. A. (1950). Verbal content and the recall of meaningful material. *American Journal of Psychology*, 63, 176–185.
- Murphy, G. L. (1990). Noun phrase interpretation and conceptual combination. *Journal of Memory and Language*, 29, 259–288.
- Nagy, W. E., & Anderson, R. C. (1984). How many words are there in printed school English? *Reading Research Quarterly*, 19, 304–330.
- Paivio, A., Yuille, J. C., & Madigan, S. A. (1968). Concreteness, imagery and meaningfulness values for 925 words. *Journal of Experimental Psychology Monograph Supplement*, 76(3, Part 2).
- Redish, J. C. (2000). Readability formulas have even more limitations than Klare discusses. *ACM Journal of Computer Documentation*, 24(3), 132–137.
- Sadoski, M., & Paivio, A. (2001). *Imagery and text: A dual coding theory of reading and writing*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Schriver, K. A. (1997). *Dynamics in document design: Creating texts for readers*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Schriver, K. A. (2000). *Readability formulas: What's the use?* *ACM Journal of Computer Documentation*, 24(3), 138–140.
- Schriver, K. A. (2012). What we know about expertise in professional communication. – V. W. Berninger (Ed.), *Past, present, and future contributions of cognitive writing research to cognitive psychology* (pp. 275–312). New York, NY: Psychology Press.
- Schriver, K. A. (2013a). Plain by design: Evidence-based plain language. PLAIN2013, <http://www.slideshare.net/FirstWren/evidence-based-plain-language-29063983>.
- Schriver, K. A. (2013b). What do technical communicators need to know about information design? – J. Johnson-Eilola & S. Selber (Eds.), *Solving problems in technical communication* (pp. 386–427). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Schriver, K. A. (2014). Special Issue on plain language and information design. *Intercom*, (February), 4–30.
- Schriver, K. A. (ilmumas). *Information design moves for print and web: Evidence-based practice*. Käsikiri valmimas. Pittsburgh, PA.
- Schwanenflugel, P. J., Harnishfeger, K. K., & Stowe, R. W. (1988). Context availability and lexical decisions for abstract and concrete words. *Journal of Memory and Language*, 27, 499–520.
- Stanovich, K. E., & Bauer, D. W. (1978). Experiments in the spelling-to-sound regularity effect. *Memory and Cognition*, 6, 410–415.
- Thorndike, E. L. (1921). *The teacher's word book*. New York: Teachers College, Columbia University.
- Thorndike, E. L., & Lorge, I. (1943). *The teacher's word book of 30,000 words*. NY: Bureau of Publications, Teachers College, Columbia University.
- Williams, J. M. (2004). *Style: Ten lessons in clarity and grace*. 8th edition, New York: Addison-Wesley Longman.
- Zipf, G. K. (1949). *Human behavior and the principle of least effort*. Cambridge, MA: Addison-Wesley.

Eelistan selge keele nõustajat, kes tunnistab, et ta ei tea alati kõiki vastuseid või kõige õigemad lähenemisi. Ta võiks lähtuda talle antud teabest ning mitte isiklikest eelarvamustest. Väga tähtsad omadused on tolerantsus ja kannatlikkus. Nõustajal peavad olema põhjalikud kirjutamisoskused (sh oskus aru saada, milline lähenemine ei tööta ja miks) ning väga hea disainitunnetus. Sõnadest alati ei piisa ning kujundamine ei ole ainult kirjastiili valimine. Arvan ka, et selge keele nõustaja peab oskama oma tegevust põhjendada. Ta peab suutma kliendiga ühendust saada ning olema oma parandusettepanekute selgitamisel veenev: viitama uurimustele, kirjeldama, kuidas mõjutada lugejat, olemata sealjuures liialt targutav.

Tuleb mõista, et infoedastus toimub alati mingis taustsüsteemis või kontekstis. Meie dokumendid ei ole eraldiseisvad, vaid nad toimivad sotsiaalses süsteemis, mis sisaldab sageli ka suulist suhtlust. Sel-

ge keele nõustaja peab pühendama oma oskused ja teadmised sihtrühmale mõeldud teabe selgele edastamisele.

Susan Kleimann

**Infoleht kui  
ravimi  
hädavajalik lisa**

**Karel van der Waarde**



Patsiendid vajavad ravimeid, et ravida haigusi, ennetada terviseprobleeme või parandada oma elukvaliteeti. Ravimi välimus ei anna tavaliselt infot selle kasutuse kohta, mistõttu tuleb inimeste juhendamiseks ja veenmiseks kindlasti lisada ka kirjalik teave. Ilma selleta oleks võimatu ravimeid ära tunda ja õigesti tarvitada ning need põhjustaksid rohkem kahju kui kasu.

Ravimeid ei pea tundma üksnes patsiendid. Oma töös peavad ravimite ja ravimiinfoga kokku puutuma farmatseudid, arstid, õed, hulгимүүjad, ametnikud, tollitöötajad, farmaatsiatööstuse arendajad jt. Kõigil neil on vaja väga täpset teavet.

Erinevad ettekirjutused on ravimiinfo mahtu pidevalt suurendanud ning selle infohulga koondamine selgekeelseteks hea disainiga dokumentideks võib tunduda võimatu, eriti kui peab arvestama ka rangete eeskirjade, standardite, majanduspiirangute, tootmis- ja seadusnõuetega.

Eesmärk on koostada info, mis võimaldaks inimestel õigesti toimida. Selleks tuleb välja selgitada, kes need inimesed täpselt on, *kuidas* ja *miks* nad tegutsevad ning *millist* tulemust pidada neile sobivaks. Tuleb jälgida valdkonnas toimuvat, teha võrdluste, luua teksti ja disaini prototüüpe, teha kasutatavusuuringuid ning järelevalvet. Tihe koostöö tegelike kasutajatega aitab koostada ravimiinfot, mis võimaldab inimestel ravimeid õigesti ja turvaliselt kasutada.

Väljavõtte ühest pakendisse lisatud juhiseist tavalise valuvaigisti võimalike kõrvalmõjude kohta.

Teavita oma arsti, kui sul tekib mõni järgmistest sümptomitest:

- palavik, gripitunne, kurguvalu, suuõõne haavandid, peavalu, kaela jäikus, oksendamine, seletamatu verejooks või plekid nahal, kurnatus
- seedimatus, kõhuvalu, kõhukinnisus, kõhulahtisus, puhitus või iiveldus, rindkere valu või kiire ja ebaühtlane südametegevus
- maksa- ja nahaprobleemid, mis tulenevad käte ja jalgade paistetusest.

Teave on mõeldud neile patsientidele/tarbijatele, kes tahavad vabaneda palavikust ja saada leevendust nõrga kuni mõõduka valu korral. Kiri on väike, teksti on raske lugeda (pikad sõnad ja laused) ning seda on raske mõista (mida tähendab „seletamatu verejooks” või „tulenevad käte ja jalgade paistetusest”?). Samuti on seda väga raske praktikas kasutada. Millist peavalu peaksid oma arstile mainima? Kas seda, mis sind tablette võtma pani, või seda, mis tekkis nende tablettide kõrvalmõju tulemusena?

Seaduslikust ja ravimialasest vaatenurgast võib see teave ju õige olla. Patsiendi poolt vaadates ei aita see aga õigesti toimida.

Põhiküsimus on niisiis selles, kuidas koostada ja kujundada ravimiinfoleht nii, et see aitaks patsiendil ravimist enim kasu saada.

## Linke

Clarity International

<http://www.clarity-international.net>

Plain Language

Association International

<http://www.plainlanguagenetwork.org>

The Plain Language

Action and Information Network

<http://www.plainlanguage.gov>

IC Clear - Clarity 2014

<http://icclearclarity.com>

IC Clear

<http://icclear.net>

Selge sõnum

<http://selgekeel.ee>

<https://www.facebook.com/selgesonum>

Eurokeelehoole

<http://eurokeelehoole.eki.ee>

---



ISBN 978-9985-79-634-4



9 789985 796344