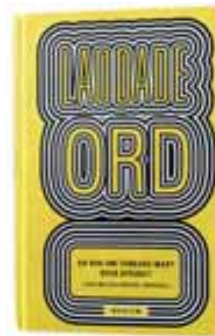


Laddade ord – En bok om tankens makt över språket

Birgit Harling



Hör du till dem som anser att språket vi använder formar vår världsbild och vårt samhälle? Att användandet av uttrycket *elever med särskilda behov* i stället för *obegåvade elever* radikalt förändrar samhällets syn på eleverna ifråga? Att yrket förändras för den som kallas *lokalvårdare* i stället för *städare*? Att man undgår att befästa könsroller genom att använda *en* i stället för pronomenet *man*?

Många tycks vara övertygade om att vårt val av ord kan påverka vår syn på individer, kön och yrken, och därigenom också samhällsklimatet. Dit hör emellertid inte författarna till *Laddade ord* (utgiven på förlaget Morfem), lingvisterna Lars Melin och Mikael Parkvall. Enligt dem har antagandet om språkets påverkan på människors tänkande mycket svagt stöd i vetenskapliga undersökningar. Den teori som ofta har åberopats för att visa språkets makt över tanken är den så kallade Sapir-Whorf-hypotesen från början av 1900-talet, som många av oss har träffat på genom studier i lingvistik. Den har dock aldrig bekräftats experimentellt och förkastas numera av de flesta forskare.

I *Laddade ord* tar författarna upp fenomen av olika slag som rör språkanvändning: etymologins betydelse (betydelse förändras och det är språkbrukarna som bestämmer), förändringar i ”laddningen” av ords betydelse (från *lapp* som neutralt ord till *same*), politik och semantik (*fascist* som vetenskaplig term eller som allmänt skällsord), metaforers roll, denotationer och konnotationer med mera. När man diskuterar huruvida språket styr tänkandet rör det sig alltså om *hur* saker sägs, inte *vad* som sägs. Men givetvis har det betydelse om man kallar en frukt för äpple eller päron, eftersom orden betyder hela olika saker.

Enligt Melin och Parkvall är språket ett passivt instrument som människan aktivt kan använda. Vi väljer aktivt och strategiskt ord som vi hoppas ska få effekt. Detta är särskilt tydligt i reklamsammanhang. Men när marknadsförare hittar på en tjuvig benämning på en produkt är det ”attention-fasen” i reklamen de är ute efter. Det kan göra att kunden testat produkten, men om produkten inte motsvarar förväntningarna återkommer kunden inte. Kundens tänkande har inte påverkats.

Ordet *hen* ägnas ett särskilt kapitel, ”Hen och språkets makt över tanken”. Författarna menar att användandet av *hen* som ersättning för ”hon eller han”, alltså när könstillhörigheten är okänd eller irrelevant, kan vara smidigt, men att det ingalunda förändrar vår syn på könsroller. De flesta europeiska språk skiljer visserligen på manligt och kvinnligt hos sina tredjepersonspronomen. Men omkring två tredjedelar av världens språk gör inte det. Det visar sig inte finnas något samband mellan hur ”bekönat” pronomensystemet är och hur jämställt landet är där språket talas. Så till exempel saknar huvudspråken i de notoriskt patriarkala länderna Iran, Pakistan och Turkiet könsskillnad hos sina pronomen.

Laddade ord bjuder på något så ovanligt som en kombination av en vetenskaplig begreppsapparat och vardagliga och ofta dråpliga exempel. Är du villig att låta dina åsikter om språkanvändning utmanas – och om du är socialkonstruktivist blir du ordentligt utmanad – rekommenderar jag varmt *Laddade ord*.

BIRGIT HARLING är f.d.
redaktör för *Lingua*.

