

Katrín Olga Jóhannesdóttir
Formaður Viðskiptaráðs Íslands
Dagur íslenskrar tungu
16. nóvember 2018

Afhending hvatningarverðlauna viðskiptalífsins um eftirtektaverða notkun á íslenskri tungu

Niðurstaða dómnefndar um Hvatningarverðlaun viðskiptalífsins fyrir eftirtektarverða notkun á íslenskri tungu, verðlaun sem Viðskiptaráð Íslands, Stofnun Árna Magnússonar í íslenskum fræðum og Festa – samfélagsleg ábyrgð fyrirtækja – standa að.

Ánægjulegt var að sjá hve mörg og mismunandi fyrirtæki voru tilnefnd og sum oftast en einu sinni. Á fjórða tug tilnefninga bárust.

Dómnefndin ákvað að leggja til að veitt yrðu tvenn verðlaun, annars vegar Heiðursverðlaun viðskiptalífsins og síðan Hvatningarverðlaunin.

Byggði dómnefndin mat sitt á því hvort skýr málstefna væri til staðar og fylgt eftir í viðkomandi fyrirtæki og einnig á lykilorðunum: Vandað, frumlegt, skapandi og skemmtilegt, í sambandi við notkun íslenskrar tungu.

Heiðursverðlaun

Heiðursverðlaun viðskiptalífsins um eftirtektarverða notkun á íslenskri tungu hlýtur: Mjólkursamsalan.

Rök fyrir verðlaunum

Mjólkursamsalan hefur verið brautryðjandi í íslensku viðskiptalífi um eflingu móðurmálsins allt frá árinu 1994. Fyrirtækið hefur nýtt fjölbreyttar leiðir til að benda á mikilvægi íslensks máls og gert það á snjallan hátt. Sýnilegasta og stærsta verkefni fyrirtækisins eru sérstök átaksverkefni á mjólkurfernum og allir þeir sem hafa alið upp börn, kannast við þegar þau hefja lestur með því að stauta sig í gegnum íslenskuna á mjólkurfernunum – sem hefur oftast en ekki útskýrt merkingu orða sem erfitt er að átta sig á – sem dæmi um slíkt er nafnið „Apavatn“ – sem krakkar halda fyrst að sé um dýrið apa, en læra á mjólkurfernunum að orðið merki „aur“ eða „leir“. Þannig hefur Mjólkursamsalan eflt þekkingu okkar á málinu og stutt við málvitundina. Mjólkursamsalan hefur einnig nýtt málið á skemmtilegan hátt, sem við sjáum núna á jólamjólkinni þar sem stafirnir í „jól“ eru dregnir út úr orðinu „mjólk“. Þá eru fernurnar nýttar til að minna á hina ýmsu viðburði s.s. fullveldisafmæli Íslands. Mjólkursamsalan hefur um árabil verið í samstarfi við Íslenska málnefnd og nýtt 16. nóvember, dag íslenskrar tungu, til að minna á mikilvægi tungumálsins. Önnur eldri verkefni eru verkefnið „Allir lesa“ um lestrarátak, íslenskuljóðið „Á íslensku má alltaf finna svar“ sem sungið var svo undurfallega af íslenskri stúlku og svo mætti lengi telja.

Dómnefndin taldi sig knúna - að leggja til að þessum heiðurverðlaunum yrði bætt við að þessu sinni, til þess að þakka Mjólkursamsölnunni fyrir framtak sitt við að hefja móðurmálið til vegs og virðingar, og um leið hvetja fyrirtækið áfram til góðra verka á þessu sviði í framtíðinni.

Hvatningarverðlaun

Dómnefndin komst að þeirri niðurstöðu að kalla skyldi hér til sjö fyrirtæki sem hún taldi verðugt að draga sérstaklega fram. Við vekjum athygli á því að hér eru ekki tæknilausnir sem voru tilnefndar – en nefndin taldi að sá rammi sem henni var settur, drægi úr möguleika þeirra fyrirtækja til hvatningarverðlaunanna í þetta skipti. Að því sögðu vill nefndin þó undirstrika mikilvægi þeirra og þeirra framlags til þess að viðhalda og halda merki móðurmálsins á lofti.

Niðurstaðan liggur fyrir. Fulltrúar eftirtalinnna fyrirtækja eru beðnir að koma hér upp og er fyrirtækjunum raðað í stafrófsröð. Mun ég í kjölfarið færa rök dómnefndar fyrir hvers vegna þessi fyrirtæki eru kölluð til, en þau eru:

1. Brandenburg
2. Flugleiðahótel
3. Icelandair
4. IKEA
5. ÍSAL
6. Sýn
7. Toyota á Íslandi

Brandenburg hefur frá stofnun fyrirtækisins verið með þá málstefnu að halda heiðri íslenskrar tungu á lofti. Málstefnan er íslensk út í gegn og hefur nýtt til þess þekkingu og reynslu fjölda íslensku- og tungumálmenntað fólks. Lögð er áhersla á nýyrðasköpun og þróun tungumálsins. Brandenburg hefur barist gegn notkun orða eins og „Black Friday“, „Cyber Monday“ og fleiri slíkra. Fyrirtækið hefur sannfært viðskiptavinum sína um mikilvægi íslenskrar tungu og þá gaf fyrirtækið alla vinnu sína fyrir „Lestraráttak Ævars vísindamanns“ en verkefnið gengur út á að vekja áhuga ungs fólks á íslensku og lestri. Fyrirtækið átti nýyrðið „epalhommi“ sem var valið orð ársins árið 2017, og sýnir þessi nýyrðasmíði hversu vakandi fyrirtækið er að grípa hvert tækifæri til að efla tungumálið. Sem dæmi um skemmtilega notkun íslenskunnar er herferðin „Tölum saman“ fyrir Nova, þar sem kynntur er fjölbreytileiki íslenskrar tungu fyrir yngsta markhópinn, „Við getum aðstoðað“ fyrir Lyfju – þar sem bundið mál var nýtt til að koma skilaboðum til skila, sungið um blöðurhálskrabbamein í Mottumars 2018 og ort hátíðarpula fyrir Íslandsbanka, svo að eitthvað sé talið.

Flugleiðahótelin eru í þessum hópi vegna skýrrar málstefnu um að hafa íslensku leiðandi tungumál en hjá fyrirtækinu eru 44% starfsmanna af erlendum uppruna af 25 þjóðernum. Flugleiðahótel bjóða þessum starfsmönnum upp á ókeypis íslenskunám á vinnutíma og ókeypis aðgang að veforðabók. Nýyrðadagur var á degi íslenskrar tungu í fyrra með það markmið að minnka enskuslettur og íslensk orðatiltæki hafa verið kynnt erlendum

starfsmönnum með gamansömum hætti. Þá vinnur fyrirtækið með þemað „Sönn íslensk upplifun“ bæði í innra starfi sem og ytra starfi.

Icelandair er kallað til vegna áherslu fyrirtækisins á þann menningararf sem íslenskan er og hafa þau kynnt íslenska tungu á mjög skemmtilegan máta gagnvart viðskiptavinum sínum, sem að stærstum hluta er erlendir. Þannig er ýmislegt um borð í flugvélunum s.s. kaffibollar, servéttur og hlífar á höfuðpúðum notað til þess að útskýra skemmtileg orð eða orðatiltæki. Þá bera allar flugvélar félagsins nöfn íslenskra eldfjalla.

IKEA hefur lagt mikla vinnu í að viðhalda og styrkja íslenska tungu með því að hafa allt markaðsefni sitt á íslensku, þótt freistandi gæti verið að vera með erlenda vörubæklinga. IKEA-bæklingar hafa mjög mikla dreifingu og því skiptir máli að þeir séu á íslensku. Fyrirtækið hefur lagt áherslu á góðar þýðingar og textagerð, ásamt því að vandað er til prófarkalesturs. Fyrirtækið notar ekki orð eins og „kósý“, „black Friday“ og „sale“ í sínu markaðsstarfi svo eitthvað sé nefnt, þótt þessi orð séu almennt notuð. IKEA býður einnig erlendu starfsfólki sínu, sem er um 20% starfsmanna, upp á fría íslenskukennslu á vinnutíma.

ÍSAL hefur allt frá stofnun félagsins fyrir tæpum 50 árum lagt áherslu á að rækta íslenska tungu. Þegar fyrirtækið var stofnað voru ekki til orð á íslensku yfir viðfangsefni áliðnaðarins. ÍSAL hefur lagt metnað sinn í að þýða erlend heiti á búnaði, efnum og aðferðum yfir á íslenska tungu. Þannig varð til með tímanum heimatilbúið álorðasafn, sem kallast „Íslenska álorðasafnið“. Jafnframt hefur fyrirtækið hvatt þýðendur, fjölmiðlamenn og aðra áhugasama um að nota þessi íslensku orð. Skýrt dæmi er orðið súrál sem er þýðing á orðinu „alumina“, en súrál er efnasamband áls og súrefnis. Þannig lýsir íslenska orðið betur en alþjóðlega upprunaorðið nákvæmlega hvaða efni um er að ræða. Áliðnaðurinn á Íslandi í dag nýtur góðs af framsýni ÍSALS á sínum tíma; með íslenska tungu í huga þegar ný iðngrein bankaði á dyr í okkar samfélagi.

SÝN hefur lagt áherslu á talsetningu á íslensku barnaefni og verið brautryðjandi í þeim efnum til margra ára. Fyrirtækið fær barnaefni frá bresku barnaefnisveitunni Hopster og hefur lagt metnað sinn í góðar þýðingar og talsetningu á því efni. Vinsæl þáttaröð ber heitið „Ég er risaeðla“ og í hverjum þætti er ein risaeðla tekin fyrir. Ekki voru til þýðingar á öllum heitum risaeðlanna og því leitaði fyrirtækið til Árnastofnunar og Háskóla Íslands um þýðingar á þeim heitum. Þannig urðu til nöfn eins og Ýgeðal, Finngálkni, Kúfeðla og Sveigbakur. Þá bæti ég við að fyrirtækið hefur einnig verið brautryðjandi í framleiðslu íslenskra þátta.

Toyota á Íslandi hefur um árabíl verið með rödd Toyota sem þekkt er fyrir vandað orðfæri og fjörlegan tón þar sem breidd tungumálsins er nýtt til hins ýtrasta. Með því að bregða á leik með móðurmálið hefur Toyota á Íslandi tekið afstöðu með íslenskri tungu og sýnt fram á mikilvægi þess að beita henni á lifandi og skemmtilega máta. Sem dæmi um smellna notkun er: „Best kann ég að meta skorinorðar ferðalýsingar, og þarna er nóg af þeim, langar ævintýraferðir og stuttar búðaferðir. Þetta er sannanlega ferðabók ársins, smurbókin, bókin sem allir eru að smyrja eftir.“ Og „Góð innspýting í jólabókaflóðið. Með sögulegu tilboði frá öllum viðurkenndum þjónustuaðilum Toyota í nóvember. Smurbókin – bókin sem allir eru að smyrja eftir. Og síðast en ekki síst „Þegar stórt er smurt verður oft fátt um slit“.