

SVENSKA SPRÅKET PÅ ELISAS OCH SONERAS NÄTSIDOR

Kandidatavhandling

Sanni Nelimarkka

Kandidatavhandling i svenska

Jyväskylän universitet

Institutionen för språk

28.04.2014

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Humanistinen tiedekunta	Kielten laitos
Tekijä: Sanni Nelimarkka	
Otsake: Svenska språket på Elisas och Soneras nätsidor	
Aine: ruotsin kieli	Kandidaatintutkielma
Vuosi: 2014	Sivumäärä: 19
<p>Kandidaatintutkielmassani selvitän miten ruotsinkieliset asiakkaat otetaan huomioon Elisa Oyj:n ja TeliaSonera Finland Oyj:n Internetsivuilla. Tutkin myös, saavatko ruotsinkieliset asiakkaat samanlaista tietoa Internetsivuilta, kuin suomenkieliset asiakkaat. Selvitän lisäksi, pystyvätkö ruotsinkieliset asiakkaat hyödyntämään teleoperaattorien tarjoamia itsepalvelukanavia. Vertailen lisäksi hieman englannin asemaa sivuilla ruotsiin ja suomeen nähden.</p> <p>Tutkimuksessani hyödynnän virtuaalista materiaalia, Elisa Oyj:n ja TeliaSonera Finland Oyj:n kuluttaja-asiakkaille suunnattuja verkkosivuja. Analysoin tutkimusmateriaalia pääasiassa kvalitatiivisin keinoin. Tutkimukseni viitekehys on vahvasti sosiolingvistinen, eli tutkin kieltä osana ympäröivää yhteiskuntaa.</p> <p>Tutkielmassani selvisi, että TeliaSonera Finland Oyj:n Internetsivuilla huomioidaan ruotsinkieliset asiakkaat hieman paremmin, kuin Elisa Oyj:n sivuilla. Tästä huolimatta ruotsinkielisten asiakkaiden on haastavaa löytää ruotsinkielistä tietoa teleoperaattoreiden tarjoamista palveluista, sopimusehdoista tai hinnoittelusta ruotsiksi. Englannin kielellä tietoa sivustoilta sai hieman vaivattomammin. Operaattoreiden tarjoamat itsepalvelukanavat ovat vain suomeksi.</p> <p>Tutkimus on ajankohtainen, koska keskustelu ruotsin kielen asemasta sekä ”pakkoruotsista” käy kiivaana Suomessa. On siis hyvin ajankohtaista luoda pieni katsaus toisen kotimaisen kielen asemaan yksityisen sektorin yrityksissä.</p>	
Avainsanat: svenska språkets ställning, Internet, företag, kundservice, modersmål, den privata sektorn	
Kirjasto/Säilytyspaikka: JYX	
Muita tietoja:	

INNEHÅLL

1 INLEDNING.....	4
1.1 Syfte	4
1.2 Forskningsfrågor.....	5
2 TIDIGARE STUDIER.....	5
2.1 Tidigare undersökningar	6
2.2 Teoretisk referensram	7
2.3 Telekommunikation i Finland.....	7
2.4 Svenska språket i Finland	8
3 MATERIAL OCH METOD	8
3.1 Företagen.....	8
3.2 Metod	9
4 ANALYS	10
4.1 Beskrivning av nätsidorna.....	10
5 RESULTAT	12
5.1 Genomgång av undersökningsresultaten	12
5.2 Svenska språkets ställning på nätsidorna	13
6 DISKUSSION.....	14
7 AVSLUTNING.....	16
LITTERATUR.....	18

1 INLEDNING

1.1 Syfte

Under den senaste tiden har det varit mycket diskussion kring svenska språket och dess ställning i Finland. Debatten om svenskans framtid som obligatoriskt skolämne går het i vårt land och många anser att det skulle vara nyttigare för en elev att kunna välja något annat språk än svenska redan i grundskolan. Finland blir allt mer globaliserad och därför krävs det även mångsidigare språkkunskaper i affärsvärlden (EK, 2009). Folktinget (2012) har konstaterat att det är ännu svårare för en medborgare att få betjäning på svenska i affärlivet i de orter där finskan fungerar som huvudspråk. Då använder man ofta engelskan som betjäningsspråk inom den privata sektorn.

Svenska språkets ställning har gått ännu svagare nu, när antalet människor som talar ett främmande språk har stigit upp. För första gången någonsin finns det mer människor i Finland som talar ett främmande språk än de som talar svenska (HS 25.4.2014). Ryskan och estniskan är två av de största främmande språken.

Syftet med min avhandling är att ta reda på hur två finländska teleoperatörer tar hänsyn till svenskspråkiga kunder på sina nätsidor. ICT –världen (Information and Communication Technology enligt Institutet för de inhemska språken) ligger nära mitt personliga liv genom mitt arbete hos teleoperatörens kundservice vid sidan av universitetsstudierna. Under de senaste åren har jag fått höra från svenskspråkiga kunder att de gärna skulle vilja ha möjlighet att sköta sina ärenden på nätet. Så fick jag idén att forska i de svenskspråkiga kundernas möjligheter att använda tjänster som erbjuds av de två största teleoperatörerna i Finland på svenska.

Ämnet är aktuellt och värt att forska i, eftersom det är viktigt att ta reda på hur de svenskspråkiga får betjäning på sitt eget språk inom den privata sektorn. Språklagen (2003/423) 2 § garanterar att de svensktalande får betjäning på sitt modersmål på den offentliga sektorn, t. ex. med myndigheter och domstolar, medan det inte är obligatoriskt att erbjuda betjäning på svenska inom den privata sektorn. Telefoni-, mobiltelefoni- och internetjänster är nuförtiden så nödvändiga hos vanliga medborgare att lagen garanterar internetförbindelsen med rimlig

hastighet för alla (Kommunikationsmarknadslag (393/2003) 59 c §) och därför är det intressant att se hur de två företag som jag senare kommer att presentera har beaktat den svenskspråkiga kundgruppen.

1.2 Forskningsfrågor

Jag granskar ämnet genom att analysera teleoperatörernas nätsidor och jämför de finsk- och svenskspråkiga delarna av nätsidorna med varandra och undersöker om de svenskspråkiga kunderna får samma information från nätsidorna som de finskspråkiga. Jag kommer också att granska lite engelskans roll på nätsidorna.

I det följande kommer jag förklara bakgrunden till min undersökning. I detta kapitel presenterar jag tidigare studier lite närmare. Därefter kommer jag att presentera undersökningsmaterialet och -metoderna samt den teoretiska bakgrunden som jag använder i min studie. Efter det presenterar jag resultaten och sammanfattar de viktigaste slutsatserna jag kan dra på basis av mina forskningsresultat. I min avhandling försöker jag hitta svar på följande frågor:

1. Hur beaktar Elisa och Sonera svensk- och engelskspråkiga kunder på sina nätsidor?
2. Får de svenskspråkiga kunderna samma information på nätsidorna som de finskspråkiga?
3. Har de svenskspråkiga kunderna möjligheter att sköta sina ärenden genom att använda självbetjäningstjänster på nätsidorna?

2 TIDIGARE STUDIER

I detta kapitel presenterar jag tidigare studier som utgör grunden till min undersökning. Min studie stödjer sig huvudsakligen på Jonas Holmqvists (2009) doktorsavhandling som handlar om språkets betydelse mellan kund och företag och Häkkiläs (2009) pro gradu –avhandling om språkhierarkier i en flerspråkig nätkontext. Jag redogör också för teoribakgrunden till min studie. Efter det presenterar jag kort telebranschen i Finland.

2.1 Tidigare undersökningar

I sin doktorsavhandling har Holmqvist (2009) tog reda på hur kunder i två- eller flerspråkiga länder reagerade när de fick betjäning på sitt eget modersmål i olika typer av tjänster. I avhandlingen tillämpades det sociolingvistik, och Holmqvist forskade i relationerna mellan språket och världen (Holmqvist 2009:8). Holmqvist undersökte situationen i två officiellt tvåspråkiga länder; Kanada och Finland. I båda länderna ansåg konsumenterna att det är mycket viktigt att få betjäning och service på sitt eget modersmål.

Undersökningen visar att möjligheten att få använda modersmålet är mycket viktigt när det gäller mer komplexa tjänster, t.ex. bank-, försäkrings-, och läkar- eller hälso-tjänster. Modersmålet spelar inte så stor roll när det är fråga om besök på ett café eller i en mataffär (Holmqvist 2009:102). Avhandlingen visar att det finns skillnader i kraven mellan män och kvinnor: för kvinnor är det viktigare att få betjäning på modersmålet än för män (Holmqvist 2009:18). Resultaten visar också att nivån på språkkunskaper inte är så viktig. Det viktigaste är att konsumenten överhuvudtaget får betjäning på sitt modersmål. Man bör ta hänsyn till att den språkpolitiska situationen i Kanada och i Finland avviker från varandra. Holmqvist påminner (2009:26) om att det i Kanada har stiftats striktare språklagar och de franskspråkiga utgör en större del av befolkningen i Kanada än de svenskspråkiga i Finland.

För mig visar Holmqvists studie (2009) en intressant och fräsch aspekt när han undersöker språkets betydelse och ställning inom den privata sektorn. Jag ska ta reda på om hans påstående att privata företag i Finland försummar den svenskspråkiga kundgruppen stämmer när jag undersöker riksomfattande nätsidor av Elisa Abp och TeliaSonera Finland Abp.

Häkkiläs (2009) pro gradu –avhandling handlar om svenska språkets värde och funktioner i en flerspråkig nätkontext. I sin studie analyserade hon 13 nätsidor från svenska och finska Lappland. Nätsidorna var riktade speciellt till turister. Två av nätsidorna var på de nationella nivåerna och resten på en lokal nivå. Med den nationella nivån menar Häkkilä nätsidorna från hela Lapplands område och med den lokala nivån menar hon enskilda ortens nätsidor.

Enligt Häkkiläs (2009) undersökning är svenska språkets ställning väldigt stark på nätsidorna i hela Lappland i Sverige och i Finland. Trots det påstår Häkkilä att svenskans ställning är ganska svag på de lokala nätsidorna i Finland: ”Man kan se mycket lätt att engelskan har ett

större utrymme på de här lokala sidorna än svenskan.” (Häkkilä, 2009:48) Min hypotes är att Häkkiläs påstående stämmer överens även med min undersökning, eftersom jag tror att engelskan har dominerande ställning gentemot svenskan på Elisäs och Soneras riksomfattande nätsidor även om svenska är ett officiellt språk i Finland.

2.2 Teoretisk referensram

Suojanen (1982:112) har konstaterat att, eftersom språk är ett socialt fenomen som sig och starkt relaterat till samhället, kan alla typer av lingvistik uppfattas som sociolingvistik. Sociolingvistik undersöker också språkets funktion i samhället. Suojanen påpekar också att typiskt för sociolingvistik är att språket varierar på alla nivåer i samhället och sociolingvistik försöker att förklara dessa variationer genom att relatera dem till samhället. Jag är speciellt intresserad av språkets ställning i en kontext som ligger nära vanliga människors vardaliga liv och är starkt förknippad med samhället.

2.3 Telekommunikation i Finland

Finländarna har redan länge kallats för mobilfolk. Telekommunikation har alltid växt snabbt i Finland och vi har rykte som pionjärer speciellt när det gäller mobiltjänster. Enligt Statistikcentralens nätsidor (uppdaterade 24.9.2007) skapades den första telefonlinjen i Helsingfors redan år 1877. Själva telefonapparaten hade fått patent i USA endast 18 månader tidigare. Sedan dess har telefonlinjerna spridits till hela landet.

Enligt Kommunikationverkets nätpublikation (15.5.2013) fanns det 1 653 600 fasta bredbandsabonnemang i Finland i slutet av 2012. Mobilanslutningar däremot var flera gånger fler, sammanlagt 9,3 miljoner om man tar företag- och dataöverföringsanslutningar med.

Kommunikationsverket tillsammans med de andra nordiska och baltiska telemyndigheterna har genomfört statistikpublikationen *Telecommunication Markets in the Nordic Baltic countries*, publicerad 31.12.2012 som går att läsa bl.a. på Sveriges Post- och telestyrelsens nätsida www.pts.se. Publikationen bevisar att Finland leder statistiken när det gäller användning av mobiltelefon och andra mobila tjänster, t.ex. dataöverföring. Fasta bredbandsabonnemang

finns i stället mindre i Finland jämfört med de andra nordiska länderna. Antalet abonnemang växer dock hela tiden.

2.4 Svenska språket i Finland

Enligt språklagens 1 § är Finlands nationalspråk finska och svenska. I språklagens 10 § står det följande:

I kontakter med statliga myndigheter och tvåspråkiga kommunala myndigheter har var och en rätt att använda finska eller svenska. Myndigheterna skall dessutom ordna möjlighet för den som skall höras att bli hörd på sitt eget språk, finska eller svenska. (Finlands språklag 6.6.2003/423, 10 §)

Fast svenska har en officiell status i vårt land, kan det kallas som minoritetspråk. Enligt Statistikcentralens Befolkningsstruktur 2012, har 5,6 procent av Finlands befolkning svenska som modersmål. De svenskspråkigas andel av befolkningen i Finland har minskat från början av 1900-talet till 2012.

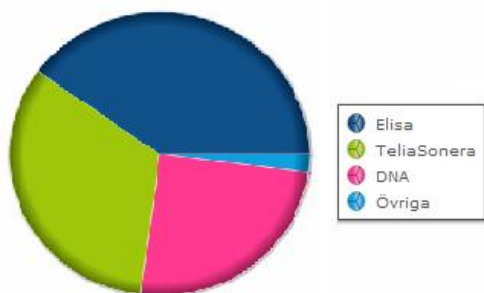
3 MATERIAL OCH METOD

3.1 Företagen

Undersökningsmaterialet består av två finländska teleoperatörers nätsidor. Jag valde Elisa Abp och TeliaSonera Finland Abp (senare Elisa och Sonera) som de företag som jag kommer att granska. Både Elisa och Sonera Finland levererar mobil-, fasttelefoni- och internetjänster till privat- och företagskunder i Finland. Jag kommer att forska i ämnet endast ur privatkundernas synvinkel. Enligt Elisas nätpublicering *Bokslutet* var Elisas omsättning 1 553 miljoner euro 2012, medan Soneras omsättning samma år var 1 466 miljoner euro enligt tidningen *Kauppalehti*s artikel på *Kauppalehti*s nätsidor på adressen www.kauppalehti.fi.

För att ge en bättre uppfattning om Elisas och Soneras kundantal, presenterar jag nedan figur 1 som jag har tagit ur Kommunikationsverkets nätsidor. I bilden beskrivs det marknadsandelar

av abonnemang på mobilnätet.



Figur 1 Marknadsandelar av mobilabonnemang (Kommunikationsverket, hämtad 6.1.2014)

Med *abonnemang* på mobilnätet menar man i denna bild alla mobil- och dataöverföringsabonnemang som fungerar på mobilnätet. M2M- (Machine-to-Machine) anslutningar har utelämnats. Bilden visar att Elisa leder marknaden med 39, medan Sonera kommer som tvåa med 34 procent. DNA Finland Ab och andra inhemska teleoperatörer har sammanlagt 27 procent av marknaden.

Elisa och Sonera upprätthåller hemsidor (www.elisa.fi, www.sonera.fi). På hemsidorna får man information om själva företaget och speciellt om produkter, tjänster och deras prissättningar, leverans- och speciellvillkor samt aktuella erbjudanden. Hemsidorna är också en viktig kommunikationskanal där företaget ger bl.a. nyheter och driftinformation om möjliga störningar i nätverk.

Båda företagen erbjuder självbetjäningstjänster såsom *OmaElisa* på Elisäs sida och *Omat sivut* på TeliaSoneras sida där kunder kan sköta sina ärenden gällande mobil-, fasttelefon och Internet- och TV-tjänster på nätet. Genom mitt arbete har jag lagt märke till att operatörerna uppmuntrar sina kunder att använda självbetjäningstjänster i stället för att kontakta kundtjänsten. Detta kommer fram på det sättet att operatörerna har börjat ta en viss avgift för vissa åtgärder på kundtjänsten (Elisas prislista för kundservicen) när samma sak kan göras utan avgift på självbetjäningstjänsterna.

3.2 Metod

Min studie stödjer sig på *kvalitativ* och *kvantitativ* analys. Enligt Hirsjärvi et al. (2004:155) är det typiskt för den kvalitativa undersökningen att forskning är genomträngande

informationssökning och material samlas i naturliga och verkliga situationer. Hirsjärvi et al. (2004:156) påpekar att det finns olika typer av kvalitativ analys, och mitt intresse är att forska i språkets ställning och funktion i en begränsad kontext. Därför kommer jag inte att granska själva språkets innehåll, utan hur det svenska språkets ställning syns i mitt undersökningsmaterial.

I *kvantitativ* forskningsmetod är det viktigt att man kan bearbeta forskningsmaterialet till statistisk och numerisk form (Hirsjärvi et al. 2004). Författarna konstaterar dock att de *kvalitativa* och *kvantitativa* metoderna ofta kompletterar varandra. Metoderna kan ses som stödjande, inte konkurrerande riktningarna. I min undersökning fungerar den *kvantitativa* undersökningsmetoden precis som stöd till den *kvalitativa* forskningsstrategin. Jag använde tabeller och statistiska bilder för att tydliggöra och hjälpa läsaren att få en mer konkret uppfattning om ämnet.

4 ANALYS

4.1 Beskrivning av nätsidorna

I min analys gick jag igenom Elisäs nätsidor www.elisa.fi och Soneras sidor www.sonera.fi. På Elisäs och Soneras förstasida är huvudspråket finska. Den enda texten på Elisäs sidor som har skrivits på något annat språk än på finska är hänvisningen till de engelskspråkiga hjälpsidorna. Svenska språket syns inte alls på förstasidan. Sonera har beaktat konsumenterna som inte behärskar finska genom att hänvisa till engelsk- eller svenskspråkiga kontaktuppgifter till kundtjänsten.

Det kan ta mycket tid för kunden innan han eller hon kan hitta det svenskspråkiga innehållet, eftersom sidorna inte ger någon länk till de svenskspråkiga hjälpsidorna. Man behöver t.ex. gå på fyra olika finskspråkiga sidor innan man kan läsa Elisäs allmänna avtalsvillkor för privatkunder på svenska. Sonera och Elisa hänvisar de svenskspråkiga konsumenterna att använda självbetjäningstjänster, såsom Elisäs *OmaElisa* och Soneras *Omat Sivut*. På sidorna antyds det att självbetjäningstjänster är endast på finska.

Både på Elisäs och Soneras nätsidor erbjuds det engelska som språkalternativ. Från Elisäs

kontaktuppgifter för engelsk- och svenskspråkiga kunder får man information om Elisäs tjänster och abonnemang på engelska. Samma information på svenska är inte tillgänglig. Sonera betjänar sina engelsk- och svensktalande kunder genom att erbjuda vanliga frågor och svar på nätsidorna.

Avtalsvillkoren är ett viktigt dokument som binder både konsumenten och den parten som erbjuder tjänsten eller produkten. Konkurrens- och konsumentverket konstaterar att avtals- och specialvillkoren alltid ska läsas. Därför är det viktigt att avtalsvillkoren går att läsa på förhand innan man sluter avtalet, eller att konsumenten kan stödja sig till villkoren i möjliga problemsituationer. I det följande kommer jag att bevisa i tabellform hur omfattande Elisa och Sonera har presenterat avtalsvillkoren eller servicebeskrivningarna av vissa tjänster på finska, svenska och engelska. I tabell 2 finns det en lista över några av Soneras avtalsvillkor och servicebeskrivningar och i tabell 3 Elisäs avtalsvillkor och servicebeskrivningar. De tjänster som mest hör till de vanliga privatkonsumenternas liv är representerade i tabellerna. I tabellen har jag redovisat om avtalsvillkoren eller servicebeskrivningarna finns på finska, på svenska eller på engelska.

SONERAS SERVICEBESKRIVNINGAR	finska	svenska	engelska
Allmänna leveransvillkor för privatkunder	X	X	X
Mobilabonnemang och mobilbredband	X	X	X
Hemmets bredband	X	X	X
Sonera Viihde och TV	X	X	X
Hemtelefon	X		

Tabell 2 Soneras servicebeskrivningar och avtalsvillkor av vissa tjänster

ELISAS SERVICEBESKRIVNINGAR	finska	svenska	engelska
Allmänna avtalsvillkor	X	X	X
Specialvillkor för mobiltjänster	X		
Avtalsvillkor för Elisa Viihde	X		
Avtalsvillkor för Kabel-tv	X		
Elisa Hemtelefon	X		

Tabell 3 Elisäs servicebeskrivningar och avtalsvillkor av vissa tjänster

På basis av resultatet har Sonera satsat mer på att ge avtalsvillkoren eller servicebeskrivningarna på svenska och på engelska. De svensk- eller engelskspråkiga servicebeskrivningarna saknas endast från *Sonera Hemtelefon*-tjänsten. Tabell 3 som beskriver avtalsvillkoren och servicebeskrivningarna av Elisäs tjänster visar att endast de allmänna avtalsvillkoren för privatkunder finns på finska, på svenska och på engelska. Alla andra servicebeskrivningar eller avtalsvillkor finns endast på finska.

5 RESULTAT

5.1 Genomgång av undersökningsresultaten

I det följande presenterar jag mina undersökningsresultat och svarar på de forskningsfrågor som jag ställde i början av undersökningen. I min studie analyserade jag Elisäs och Soneras offentliga nätsidor och mitt intresse var att undersöka svenska språkets ställning på nätsidorna.

Den första forskningsfrågan är: "Hur beaktar Elisa och Sonera svensk- och engelskspråkiga kunder på sina nätsidor?" Genomgången av undersökningsmaterialet visar att Sonera beaktar sina svenskspråkiga konsumenter bättre än Elisa. I allmänhet är svenska språkets ställning inte så stark på Elisäs och Soneras nätsidor, fast svenska finns som språkalternativ på sidorna. Detta framgår från att den svenskspråkiga konsumenten får ingen direkt information om Elisäs och Soneras tjänster och produkter på svenska. Man kan ändå anta att det är svårt för en svenskspråkig konsument att hitta information på företagets nätsidor, om man inte behärskar finska. Detta framgår från att nästan all information som är skriven på svenska hittas bakom de finskspråkiga länkarna.

I min undersökning har jag kommit fram till den slutsatsen att de svenskspråkiga konsumenterna beaktas i den mån att Elisa och Sonera erbjuder information om produkterna och tjänsterna på svenska. Informationen är dock begränsad som framgår t.ex. av att den svenskspråkiga informationen om vissa tjänster och produkter, såsom *Elisa Viihde* och *Sonera Hemtelefon* saknas helt. Av tabell 2 och tabell 3 (se s. 11) framgår det att Sonera ger engelsk- och svenskspråkiga kunder mer service på svenska och engelska än vad Elisa gör. Sonera

erbjuder svensk- och engelskspråkiga kunder avtalsvillkor och servicebeskrivningar av nästan varje tjänst eller produkt för privatkunder, medan Elisa har skrivit liknande information på svenska eller på engelska endast om avtalsvillkoren för privatkunder.

Det kan även påstås att några delar av det svenskspråkiga innehållet speciellt på Elisäs sidor är föråldrat och det syns att sidorna sällan uppdateras. Detta framgår av att det på Elisäs nätsidor hänvisas till informationen om S-Bonusregistrering som är föråldrad (2004).

I analysdelen har jag redan konstaterat att Elisa och Sonera behandlar de svensktalande konsumenterna som en språklig minoritet som stämmer överens med den språkpolitiska situationen i Finland. De privata företag behöver inte erbjuda betjäning på det andra inhemska språket. Majoritetsbefolkningens språk är finska och det syns naturligtvis på nätsidorna.

Den andra frågan är: ”Får de svenskspråkiga kunderna samma information på nätsidorna som de finskspråkiga?” När jag analyserade Elisäs och Soneras hemsidor, framgick det att informationen som är riktad till de svensk- eller engelskspråkiga konsumenterna inte är densamma som den informationen som är riktad till den finskspråkiga majoriteten. Endast informationen som gäller avtalsvillkoren eller servicebeskrivningarna är exakt samma som motsvarande information på finska. Som jag ovan redan konstaterade, är den svensk- eller engelskspråkiga informationen på Elisäs och Soneras sidor mycket begränsad. Man får t.ex. ingen direkt information om Soneras och Elisäs tjänster och deras prissättningar på svenska, utan man måste först gå till fyra olika finskspråkiga sidor innan man hittar det svenskspråkiga innehållet och prissättningarna.

Den sista forskningsfrågan är: ”Har de svenskspråkiga kunderna möjligheter att sköta sina ärenden genom att använda självbetjäningstjänster på nätsidorna?” För sådana svenskspråkiga kunder som inte kan finska är det troligen svårt att använda självbetjäningstjänsterna Elisäs *OmaElisa* och Soneras *Omat Sivut*, eftersom tjänsterna endast finns på finska. Detta är kontroversiellt, eftersom både Elisa och Sonera uppmuntrar sina kunder att aktivt använda ovannämnda självbetjäningsskanaler i stället för att betunga kundtjänsten.

5.2 Svenska språkets ställning på nätsidorna

På basis av min studie kan jag påstå att båda operatörerna satsar i någon mån på det svenskspråkiga innehållet på deras nätsidor. När man läser nätsidorna, framgår det att även de här nätsidorna återspeglar språkets relationer i vårt samhälle. Svenska språket är tydligt ett minoritetsspråk både på Elisass och Soneras nätsidor, precis som i det omgivande samhället i Finland (se tabell 1).

Svenska språkets funktion på Elisass och Soneras nätsidor är att informera och stödja på den svenskspråkiga minoriteten av de här företagens kundantal. Det är tydligt att målet inte är att locka nya svenskspråkiga konsumenterna eller väcka deras intresse för tjänster och produkter som erbjuds på sidorna. Det har klart inte ens varit meningen att erbjuda omfattande och perfekta sidor på svenska.

Eftersom det inte finns lagstiftning om användningen av det andra officiella språket inom den privata sektorn, är det inte obligatoriskt att erbjuda service eller information på svenska inom den privata sektorn. Det syns även på de två största teleoperatörernas, Elisass och Soneras nätsidor. Om de svenskspråkiga kundernas antal vore större, kunde företagen kanske se dem som mer potentiella konsumenter som ger företagen vinst. Såsom Holmqvist (2010) konstaterade lönar det sig inte för företagen att satsa mycket pengar på en liten grupp som i alla fall huvudsakligen kan sköta sina ärenden på vårt första officiella språk, finska.

6 DISKUSSION

I början av min studie ställde jag en hypotes att svenska språkets ställning inte är så stark i mitt undersökningsmaterial, på Elisass och Soneras nätsidor. I det följande kommer jag att redogöra för om mina hypoteser var rätta. Jag fick likadana resultat som Holmqvist (2009) och Häkkinen (2009) som båda i sina undersökningar konstaterar att svenska språkets roll i företag inom den privata sektorn inte är så stark.

Resultaten visade också att Sonera beaktar sina svenskspråkiga kunder bättre än Elisa. Den andra hypotesen baserade sig till Häkkinens (2009) pro gradu –avhandling vars resultat visade

att engelskan hade ett större utrymme jämfört med svenskan på nätsidorna som var riktade till Lapplandsturister. Jag antog att engelskan kommer att spela en mer dominerande roll än svenskan i mitt undersökningsmaterial. Detta antagande visade sig vara korrekt, eftersom informationen på engelska speciellt på Elisas nätsidor är lättare att hitta än den svenskspråkiga informationen (se s. 10). På Soneras nätsidor är situationen densamma.

När jag analyserade undersökningsmaterialet, framgick det att Sonera satsade mer på den svenskspråkiga informationen, såsom på avtalsvillkoren och servicebeskrivningarna än vad Elisa gjorde. Fast Sonera är en del av den nordiska storoperatören TeliaSonera AB, kan det direkt inte påstås att detta kan ha påverkat ärendet. Det kan ändå antas att Sonera har kunnat ta färdig kundinformation eller material från TeliaSonera Sverige och bara ändra det till de finska förhållandena och det kan delvis förklara varför svenskans ställning är starkare på Soneras nätsidor än på Elisas nätsidor.

Holmqvist (2009: 127) har konstaterat att en förklaring till det andra inhemska språkets svaga ställning inom den privata sektorn är att kunskaperna i det andra inhemska språket är allmänt svagare än människornas andraspråkkunskaper i Kanada, som också är ett tvåspråkigt land (se s. 5).

Som jag i början av min undersökning påstod, har jag personligen fått höra från kunderna att en del av de svenskspråkiga konsumenterna gärna skulle vilja sköta sina ärenden på nätet. Det kan antas att det också finns sådana svenskspråkiga konsumenter som inte upplever att brist på svenska språket på nätsidorna är problematisk. Holmqvist (2010) har konstaterat att de svenskspråkiga konsumenterna tydligen är så vana vid att använda finska när de sköter sina vardagliga ärenden att majoriteten av dem inte bryr sig om att de inte får betjäning på svenska.

Det finns en viss konflikt mellan att de svenskspråkiga konsumenterna är vana vid att använda finska när de uträttar sina ärenden, och det att de samtidigt värderar svenskspråkiga kundservicen mycket högt och anser att det är viktigt att få betjäning på svenska (se Holmqvist 2009:126). De svensktalande väljer oftast att använda finska som kommunikationsspråk, eftersom det kan uppfattas som ett mer enkelt sätt att få betjäning. Det kan vara en allt för optimistisk tanke att företagen skulle börja investera mer på att erbjuda betjäning och således bättre motsvara kundernas behov om de svenskspråkiga konsumenterna aktivt började kräva

service på sitt eget modersmål. Liksom Holmqvist (2010) ansåg, är de svenskspråkiga inte så potentiella kunder att det skulle vara lönande att investera mer pengar på den svenskspråkiga servicen.

På basis av undersökningsmaterialet kan jag anta att det är svårt för en svenskspråkig konsument att hitta det svenskspråkiga innehållet från Elisäs och Soneras nätsidor. Det krävs mycket navigering på sidorna innan man hittar tillgång t.ex. till prissättningarna. Ett förbättringsförslag är att man lägger ut all svenskspråkig information om tjänster och produkter, deras avtalsvillkor och prissättningar under en rubrik, t.ex. ”På svenska” som kan hittas direkt från förstasidan av operatörernas nätsidor. Då kunde en svensktalande konsument hitta all nödvändig information från ett ställe.

7 AVSLUTNING

Syftet med min undersökning var att ta reda på hur Sonera och Elisa beaktar de svenskspråkiga konsumenterna på sina nätsidor. Mitt mål var att undersöka om de svensktalande konsumenterna får service på svenska på Elisäs och Soneras nätsidor. Undersökningsmaterialet bestod av Elisäs och Soneras nätsidor, och speciellt av det svenskspråkiga innehållet av sidorna och jag analyserade materialet huvudsakligen med hjälp av kvalitativa undersökningsmetoder.

Fast analysen av undersökningsmaterialet visade att Sonera beaktar i någon mån bättre sina svenskspråkiga kunder än Elisa, är svenska språkets ställning på nätsidorna inte mycket stark. Jag tog också reda på om de svenskspråkiga konsumenterna får samma information på nätsidorna som de finskspråkiga. Genomgången av materialet visade att informationen riktad till de svensktalande inte var densamma som informationen riktade till de finstalande som utgör majoriteten av Elisäs och Soneras kundantal. De svensk- eller engelsktalande konsumenterna kan inte heller sköta sina ärenden på självbetjäningstjänster fast båda operatörerna uppmuntrar kunderna att använda dem. På basis av undersökningsmaterialet kan jag påstå att svenska språkets roll på nätsidorna är endast informativ.

Under den senaste tiden har det varit mycket diskussion om svenska språkets framtid och

speciellt om svenskundervisning i Finland. Därför är det av allmänt intresse och aktuell att diskutera också om svenskans ställning i affärlivet. Man kunde utvidga forskningen och undersöka svenska språkets ställning på varje finsk teleoperatörs nätsidor för att kartlägga situationen inom hela branschen. Det skulle också vara intressant att få höra de svenskspråkiga konsumenternas egna erfarenheter av och åsikter om den svenskspråkiga servicen i Finland.

Det har varit mycket intressant att göra den här undersökningen. Att analysera materialet och dra slutsatser var krävande, eftersom undersökningsmaterialet var mycket begränsat. Min undersökning var en liten och mycket begränsad översikt av ämnet och därför är slutsatserna inte generaliserbara. Hirsjärvi et al (2004:216) påpekar att undersökning är *reliabel* om två olika bedömare får samma resultat. Med *validitet* menar Hirsjärvi et al (2004:216) att hur den valda undersökningsmetoden har lyckats mäta precis det som var mening. I min undersökning kändes *kvalitativ* undersökningsmetod som naturligtast, eftersom som jag tidigare konstaterade, var analys av undersökningsmaterialet krävande på grund av att det var så begränsat. Den valda metoden verkade vara fungerande, eftersom analys av undersökningsmaterialet gav svar precis på de forskningsfrågorna som jag i början av undersökningen ställde. Om jag skulle göra om min studie, skulle jag ta mer material, såsom den tredje största teleoperatören i Finland, DNA Ab, med i undersökningen.

LITTERATUR

Elisas omsättning. [online]

<http://corporate.elisa.fi/attachment/content/130206TILINPAATOS%202012B.pdf>.

Läst 2.1.2014.

Finlex. *Kommunikationsmarknadslag*. [online]

<http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2003/20030393>. Läst 6.1.2014.

Folktinget. *Finlands Svenska befolkning*. [online] <http://issuu.com/folktinget/docs/fisve2012-rapport/9?e=1222366/5324101>. Läst 2.1.2014.

Folktinget. *Ruotsinkielisenä Suomessa*. [online]

http://ft.huset.fi/Site/Data/137/Files/SVENSK_i_FINLAND_Finska_web.pdf. Läst 5.5.2014.

Helsingin Sanomat. *Vieraskieliset ohittivat ruotsinkieliset*. [online]

<http://www.hs.fi/kotimaa/a1398345949698>. Läst 5.5.2014.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2004). *Tutki ja kirjoita*. 10:e upplagan. Tammi, Helsingfors.

Holmqvist, J. (2009). *Language Influence in Services: Perceived Importance of Native Language Use in Service Encounters*. Department of Marketing, Marketing, Hanken School of Economics, Helsingfors.

Holmqvist, J., 2010. Magma. *Företag i Finland struntar i svenskan*. [online]: *Företag i Finland struntar i svenskan*. [online] <http://www.magma.fi/tema/foeretag-i-finland-struntar-i-svenskan>. Läst 6.1.2014.

Häkkilä, S. (2009). *Svenska språkets värde och funktioner – språkhierarkier i flerspråkig nätkontext*. Jyväskylän universitet, Institutionen för språk, Jyväskylä.

Institutionen för de inhemska språk. [online] <http://www.kotus.fi/index.phtml?s=2149#I..> Läst

2.1.2014.

Kauppalehti. *Soneras omsättning*. [online]

<http://www.kauppalehti.fi/5/i/yritykset/tulostiedote/tiedote.jsp?selected=kaikki&oid=20131001/13821955860930>. Läst 2.1.2014.

Kommunikationsverket. *Marknadsandelar av abonnemang i mobilnätet*. Uppdaterad 10.3.2014.[online]

<https://www.viestintavirasto.fi/sv/ombranschen/statistik/kommunikationsmarknadsstatistik/marknadsandelaravabonnemangimobilnatet.html>. Läst 6.1.2014.

Kommunikationsverket. *Mobila och fasta anslutningar i Finland*. Publicerad 15.5.2013. [online]

https://www.viestintavirasto.fi/tietoatoimialasta/katsauksetjaartikkelit/internetjapuhelin/puhelin-laajakaista-jatelevisioliittymienkehitys2012_0.html. Läst 6.1.2014.

Kommunikationsverket. *Statistikpublikation*. [online]

https://www.viestintavirasto.fi/attachments/toimialatieto/Telecommunication_markets_in_the_Nordic_and_Baltic_countries_2012_-tilastojulkaisu.pdf. Läst 6.1.2014.

Konkurrens- och konsumentverket. [online] www.kkv.fi Läst 6.1.2014.

Statistikcentralen. *Befolkningsstruktur*. Uppdaterad 27.3.2014. [online]

http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto_sv.html#struktur. Läst 2.1.2014.

Statistikcentralen. *Telekommunikationens historia*. Uppdaterad 24.9.2007. [online]

https://www.stat.fi/tup/suomi90/syyskuu_sv.html. Läst 6.1.2014.

Suojanen, M. (1982) *Sosiolingvistiikan näkymiä*. Gaudeamus, Helsingfors.

<http://www.elisa.fi>

<http://www.sonera.fi>