

**KOMMUNIKATIONSLEDNINGENS  
ATTITYDER MOT SVENSKA SPRÅKET I  
EXTERN FÖRETAGSKOMMUNIKATION I  
FINLAND**

**Henna Tynjälä**

Kandidatavhandling i svenska

Jyväskylä universitet

Institutionen för språk

2020

Tiedekunta	Laitos
Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä: Henna Tynjälä	
Työn nimi Kommunikationsledningens attityder mot svenska språket i extern företagskommunikation i Finland	
Oppiaine: Ruotsin kieli	Työn laji: Kandidaatintutkielma
Aika: 05/2020	Sivumäärä: 32
<p><b>Tiivistelmä</b></p> <p>Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää viestintäjohtajien ajatuksia ruotsin kielen käytöstä yrityksen ulkoisessa viestinnässä kaksikielisellä alueella ja hahmottaa, vaikuttaako viestintäjohtajan henkilökohtainen kielellinen tausta asenteisiin ruotsin kieltä kohtaan yritysviestinnässä. Lisäksi tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, onko viestintäjohtajien asenteiden ja yrityksen kielistrategian välillä selkeä yhteys koskien ruotsin kielen käyttöä ulkoisessa viestinnässä.</p> <p>Tutkimuksen aineisto kerättiin teemahaastattelemalla kolmea viestinnästä vastaavaa henkilöä kolmesta eri yrityksestä Vaasasta. Litteroitu aineisto analysoitiin käyttämällä kvalitatiivista sisällönanalyysia ja tuloksia peilattiin teoriaan kieli-ideologioista ja niiden muodostumisesta. Näin pystyttiin hahmottamaan yhteys henkilökohtaisten asenteiden ja yhteiskunnan rakenteiden välillä koskien ruotsin kieltä.</p> <p>Tutkimuksessa selvisi, että kyseisillä viestintäjohtajilla oli pääosin positiivinen kuva ruotsin kielestä ja sen asemasta ulkoisessa viestinnässä Vaasassa ja sen lähialueilla. Viestintäjohtajien käsitykset ruotsin kielen käytöstä alueella pystyttiin jakamaan seuraavaan kolmeen pääkategoriaan: itsestään selvä asema alueella, ruotsin kieli kansainvälistymisen mahdollistajana sekä ruotsin kieli kilpailuetuna. Tämän lisäksi tutkimuksessa havaittiin, että henkilökohtaisella kielellisellä taustalla ja varsinkin omalla tai perheen äidinkielellä voi olla suuri vaikutus yksilön kieli-ideologiaan. Tällä henkilökohtaisella kieli-ideologialla havaittiin myös olevan suora yhteys yrityksen ruotsiksi toteuttamaan ulkoiseen viestintään ja yrityksen kielistrategiaan tai sen puuttumiseen.</p> <p>Tutkimuksen tulokset ennen kaikkea korostavat kielen asemaa menestyvän yrityksen toiminnassa sekä osoittavat, että viestintäjohtajien henkilökohtaisilla käsityksillä kielestä voi olla vaikutusta yrityksen kielistrategian muodostumiseen.</p>	
Asiasanat: företagskommunikation, svenska språket i extern kommunikation, språkstrategi, språkideologier	
Säilytyspaikka: JYX	

# INNEHÅLL

1	INLEDNING.....	4
2	BAKGRUND.....	6
2.1	Språkideologier.....	7
2.2	Extern kommunikation och språkstrategi.....	8
3	MÅL, MATERIAL OCH METOD .....	10
3.1	Forskningsfrågor.....	10
3.2	Materialinsamling.....	12
3.3	Innehållsanalys som analysmetod .....	13
3.4	Etiska överväganden.....	15
4	RESULTAT .....	17
4.1	Närmare kunskap om informanterna .....	17
4.2	Svenska språket i extern kommunikation.....	19
4.2.1	Den självklara svenskan i regionen.....	19
4.2.2	Svenska som ett led i internationalism.....	20
4.2.3	Svenska språket som konkurrensfördel.....	21
4.3	Företagets språkstrategi .....	22
4.4	Resultaten i ljuset av teorin om språkideologier .....	23
5	SAMMANFATTANDE DISKUSSION.....	27
6	LITTERATUR.....	29
	BILAGA 1.....	31

# 1 INLEDNING

Företag kontrollerar stora delar av världens kommunikationsflöde nuförtiden, kanske även mer än enskilda stater. Företag producerar, utger och förmedlar information utan avbrott. Oftast använder företag fler än ett språk i sin externa kommunikation, men det är omöjligt för ett företag att ta hänsyn till alla språk i världen. Det är intressant hur olika företag värderar och använder olika språk i sin kommunikation och hur denna, ibland även omedveten process, påverkar samhällets attityder mot olika språk. Å andra sidan kan företag även befästa den rådande språkmiljön i samhället. De kan också ha en stor inverkan på individens erfarenhet av språkets betydelse och hur individen ser på ett visst språk i samhället. Om företag avfärdar ett visst språk i sin externa kommunikation, kan individer lätt få ett sådant intryck att språket inte är viktigt i samhället. Detta kan i sin tur påverka både individens inlärningsmotivation och språkets ställning i samhället i framtiden. Företag har således en stor och samtidigt mycket komplex roll som byggare av språkmiljöer.

Jag märkte att det inte finns mycket forskning om företag som byggare av språkmiljön. Mina personliga intressen, dvs. biämnestudier i ekonomi och viljan att kombinera tankar från ekonomi med språkvetenskap, orsakade att jag såg en möjlighet att studera både svenska språket och företagskommunikation i min kandidatavhandling. På så sätt tänkte jag kunna ta hänsyn till både svenska språkets ställning i Finland och betydelsen av kommunikationen i företagslivet.

Svenska språket i företagskommunikation i Finland är för omfattande ämnet för en kandidatavhandling och därför var jag tvungen att avgränsa mitt ämnesval. Slutligen bestämde jag att jag är mest intresserad av hur kommunikationsledningen i olika företag planerar och genomför sina språkval i extern kommunikation i ett av Finlands tvåspråkiga områden. För att koppla ihop förhållanden mellan konkreta exemplen från företagslivet och vetenskapliga teorier, tillämpar jag teorin om språkideologier i denna studie. Först och främst använder jag begreppet språkideologi för att utreda förhållandet mellan mikro- och makronivån av språkanvändningen. Jag ska diskutera detta närmare i avsnitt 2.1 Språkideologier.

Förutom att jag är intresserad av hur kommunikationsledningen ser på svenska språket i extern kommunikation, är jag också intresserad av vad som påverkar deras tankar. Särskild vill jag studera om individens språkliga bakgrund, dvs. modersmål eller familjens tvåspråkighet, har en synlig inverkan på den språkideologin som hen uttrycker i sitt jobb som kommunikationsledare.

Avhandlingens struktur motsvarar den vanligaste strukturen av en vetenskaplig text. I kapitlet 2 ska jag presentera studiens bakgrund. Kapitlet inleds med tidigare studier och sedan tas upp viktigaste teorier och begrepp för denna studie. I synnerhet lyfts fram teorin om språkideologier och begrepp extern kommunikation och språkstrategi.

Tredje kapitlet är ägnat för studiens syfte och genomföring. I det kapitlet ska jag presentera forskningsfrågorna och materialinsamlings- och analysmetoderna. Jag ska presentera också två olika former av mina forskningsfrågor. Denna ovanliga presentation av forskningsfrågorna är motiverad med en processfigur som visar hur de inledande och de primära forskningsfrågorna används i analysen. I tredje kapitlet ska jag också kort gå igenom valet av informanterna och kommentera etiken. I fjärde kapitlet presenteras resultaten av studien och i femte kapitlet sammanfattar jag studien och diskuterar övriga frågor som uppkom i studien, till exempel nya forskningsuppslag.

## 2 BAKGRUND

Även om det finns mycket forskning om kommunikation inom olika företag, finns det tämligen få studier kring attityder mot svenska språket i extern kommunikation i Finland. I några studier har man haft svenska språkets ställning inom organisationen som del av en pro gradu – avhandling och dessutom har man gjort några fallstudier om hur man använder svenska i enskilda företag i Finland. Exempel på fallstudier är Perälampis (2018) fallstudie om språkanvändning i kundbetjäningen på Nordea Finans, Malkamäki och Herberts (2014) studie om språkanvändning inom Wärtsilä och Lygdmans (2017) studie om språkanvändning och språkattityder inom ABB Vasa. Dessa studier har ändå syftet att beskriva språkanvändningen i ett företag. Däremot är mitt syfte att förstå det som påverkar språkanvändningen. Därför vill jag i det följande lyfta fram några andra studier utöver dessa tre fallstudier.

Mäkipää har studerat särskilt finnarnas språkval och användning av svenska när de kommunicerar med svenskar i affärlivet i sin pro gradu –avhandling (Mäkipää 2005). Med tanke på min studie är det viktigt att hon även studerade hurdana inställningar finner i affärlivet hade till svenskar och svenska språket. Mäkipää genomförde sin studie genom att använda en enkät för att nå informanter från fem städer. Med hjälp av både kvantitativa och kvalitativa analysmetoder märkte hon att det finns lokala skillnader i inställningar till svenska. Från fem städer, som var Helsingfors, Jyväskylä, Vasa, Joensuu och Tammerfors, hade människor från Jyväskylä de negativaste och människor från Vasa de positivaste attityderna mot svenska språket. Dessutom märkte Mäkipää att yngre människor föredrog engelska medan äldre var mer positiva mot svenska. (Mäkipää 2005) Dessa resultat kan även vara knutna till att man inte behöver svenska språket lika mycket i Jyväskylä, vilken är en enspråkig stad, som man behöver i till exempel Vasa som är tvåspråkigt. Till exempel i Vasa är 23,2 % av invånarna svenskspråkiga när motsvarande siffran i Jyväskylä är bara 0,2 % (Finlands officiella statistik, 2020).

I Mäkipääs studie framträder engelskans stabila ställning tydligt (Mäkipää 2005). Den ställningen märkte också Metsäpalo (2015) i sin studie samt det att svenskans betydelse oftast är liten i ett företag om det har engelska som företagsspråk. Metsäpalo upptäckte också att svenska vanligen används i informella, muntliga situationer men man har ganska neutrala ställningar till svenska språket. Däremot hade Metsäpalo inte delat informanterna enligt olika städer i Finland, såsom Mäkipää (2005) hade gjort och därmed kan man inte märka samma

lokala skillnader i Metsäpalos material. Det som är märkvärdigt i Metsäpalos studie är att hon använde temaintervju i stället för enkätstudie eftersom hon ville ha information om enskilda människors attityder mot och erfarenheter av svenska språket. (Metsäpalo 2015) Metsäpalos goda erfarenheter med av att använda temaintervjun för att undersöka detta ämne har också haft inverkan på mitt val att använda temaintervjun som materialsamlingsmetod.

De två studierna som har kommenterats ovan har båda fokuserat på svenska språkets ställning och användning i praktiken medan mina intressen ligger mer på kommunikationsledningens attityder mot svenska språket i extern kommunikation. Min betoning ligger där eftersom jag ser att dessa attityder kan reflekteras till hela organisationen genom språkstrategier. Sainio (2019) studerade internationella företag från Satakunta i sin pro gradu –avhandling och märkte att få företag hade explicit, skriven språkstrategi utan de flesta hade bara muntliga normer som styrde språkanvändningen i olika situationer. Sainio kartlade närmare vilka språk man använde men studerade inte faktorer som ligger bakom organisationens muntliga eller skriftliga språkstrategier. Sainio märkte ändå att man ser att språkkunskaper och språkstrategin är viktiga för en organisation för att klara sig på internationella marknader. (Sainio 2019) Även om Finlands tvåspråkiga situation skiljer sig från internationell marknad, ser jag att Sainios iakttagelser kan ses som viktiga även i denna studie. Som tvåspråkigt land erbjuder Finland företag en mångsidigare språklig omgivning än de länder som bara har ett officiellt språk.

De studier som jag har presenterat här visar att det finns forskning om företagens språkval och attityder i företag mot svenska språket i Finland. Det som saknas är studier om kommunikationsledningens attityder och erfarenheter. Jag ser att genom att studera attityder hos kommunikationsledare får man en bättre bild om var företagens språkval och attityder har sin grund. Studien kan möjligtvis också visa hur företagslivet speglar hela samhällets attityder mot svenska språket. I det följande ska jag i korthet presentera teorin om språkideologier och argumentera varför denna teori är viktigt för denna studie.

## **2.1 Språkideologier**

Denna studie har sitt ursprung i attityder mot och föreställningar om svenska språket. En viktig teori som ofta tas upp i lingvistikens i samband med attityder och föreställningar är teorin om språkideologi (se t.ex. Mäntynen et al. 2012: 4). Teorin har sitt ursprung i Michael Silversteins föredrag i 1979 (refererad i Mäntynen et al. 2012: 4–5), men den har också använts i olika

studier och artiklar i vilka begreppet språkideologi har mångsidiga betydelser (Mäntynen et al. 2012: 4–5). I denna studie används teorin om språkideologi för att förklara relationen mellan attityder mot svenska språket som framträder överallt i samhället och extern kommunikation som kommunikationsledare genomför enligt sina egna föreställningar om svenska språket.

Enligt Mäntynen et al. (2012) kan man med begreppet språkideologi ta hänsyn till språkanvändningens mikro- och makronivå och hurdan relation de har (Mäntynen & al. 2012: 5). I denna studie kan kommunikationsledningens attityder ses som mikronivån och finska samhället som makronivån av språkanvändningen. Blommaert (1999) konstaterar att språkideologier oftast innehåller både språkanvändarnas attityder mot språket och förståelse om normer och värderingar som användningen av ett visst språk har (Blommaert 1999: 1–3). Med Blommaerts tanke i sinne kan det konstateras att det som denna studie handlar om är att hurdana språkideologier några kommunikationsledare i Finland har och hur dessa språkideologier syns i företagets språkanvändning. Kroskity (2009: 72–73) har konstaterat att oftast fungerar språkideologier på bekostnad av något språk. Denna studie kan också ta ställning till detta och skissera vilka de språkanvändargrupper är som profiterar på de språkideologier som kommer upp i materialet.

## **2.2 Extern kommunikation och språkstrategi**

De viktigaste tidigare studierna och den mest centrala teorin har redan blivit presenterade ovan men studien baserar sig även på två viktiga begrepp som också kan ses i forskningsfrågorna (jfr avsnitt 3.1). De väsentligaste begreppen för denna studie är extern kommunikation och språkstrategi. I följande ska jag kort redogöra för vad dessa begrepp innebär i denna studie.

Med begreppet extern kommunikation syftar jag på all kommunikation som äger rum mellan företag och deras externa intressenter. Företagets viktigaste externa intressenter är kunder och finansiärer, utom vilka företaget inte kunde utöva verksamhet. Därtill hänvisar extern kommunikation till kommunikation med företagets alla andra intressenter, till exempel med samarbetspartner, politiker och medier (Juholin 2002: 203). Enligt både Juholin (2002) och Cornelissen (2017) är extern kommunikation ett verktyg för företaget att informera externa intressenter om sin verksamhet, men samtidigt att uttrycka den bild på företaget som företaget själv vill att intressenter har (Juholin 2002: 203–205; Cornelissen 2017: 62–63). Med hjälp av extern kommunikation uttrycker företaget således sin identitet för externa intressenter. Såsom



det har konstaterats i samband med teorin om språkideologier, kan språket ha en stor inverkan på samhället och språkanvändningen är också meningsfullt ur företagets identitets synvinkel. Därför kan det sägas att språkval i företagets externa kommunikation inte är enkla, utan kan ha en stor betydelse för både företaget och företagets intressenter.

Språkstrategin är ett begrepp som är enligt Sainio (2019) mycket viktigt för ett internationellt företag och dess externa kommunikation. Enligt Sainio kan språkstrategin definieras som en muntlig eller skriftlig plan som företaget har och enligt vilken enskilda anställda bestämmer, vilket språk de använder i olika situationer. Sainio (2019) har också konstaterat i sin studie att språkstrategis betydelse är att med hjälp av den kan företaget undvika språkliga eller kulturella barriärer i externa kommunikationen. (Sainio 2019, 11) Därmed har Sainio (2019) märkt i sin studie att få företag i Satakunta hade en skriftlig språkstrategi och därför vill jag också ta hänsyn till att alla företag varifrån mina informanter kommer, har ingen språkstrategi (Sainio 2019, 40). Enligt min mening är det då viktigt att veta, om informanterna skulle vilja ha mer stöd med deras språkval i extern kommunikation.

### 3 MÅL, MATERIAL OCH METOD

I detta kapitel redogörs för målet av studien och sedan material och metoder som krävs för att nå detta mål. Forskningsfrågorna presenteras i två olika faser, först på mer allmän nivå och sedan omformuleras forskningsfrågorna med hjälp av teorin om språkideologier. Processfiguren visar hur dessa två olika former av forskningsfrågorna används i analysen. I slutet av kapitlet tas teorin om temaintervju och innehållsanalys upp. Materialinsamling och etik kommenteras också kort i kapitlet.

#### 3.1 Forskningsfrågor

Syftet med föreliggande studie är att beskriva kommunikationsledningens språkliga attityder mot svenska språket i extern kommunikation. Avsikten är att få en bild av hur kommunikationsledningen i några finländska företag ställer sig till svenska språket i extern kommunikation och hur deras attityder påverkar företagets språkstrategier.

Mina inledande forskningsfrågor är följande:

- Hurdana tankar har kommunikationsledningen om svenska språket som kommunikationsmedel i extern kommunikation?
- Vilka personliga egenskaper kan ha inverkan på det hur kommunikationsledare ser svenska språket i extern kommunikation (t.ex. modersmål, språklig bakgrund, egna erfarenheter)?
- Har företaget en skriftlig eller muntlig språkstrategi och speglar den kommunikationsledningens attityder mot svenska språket i extern kommunikation?

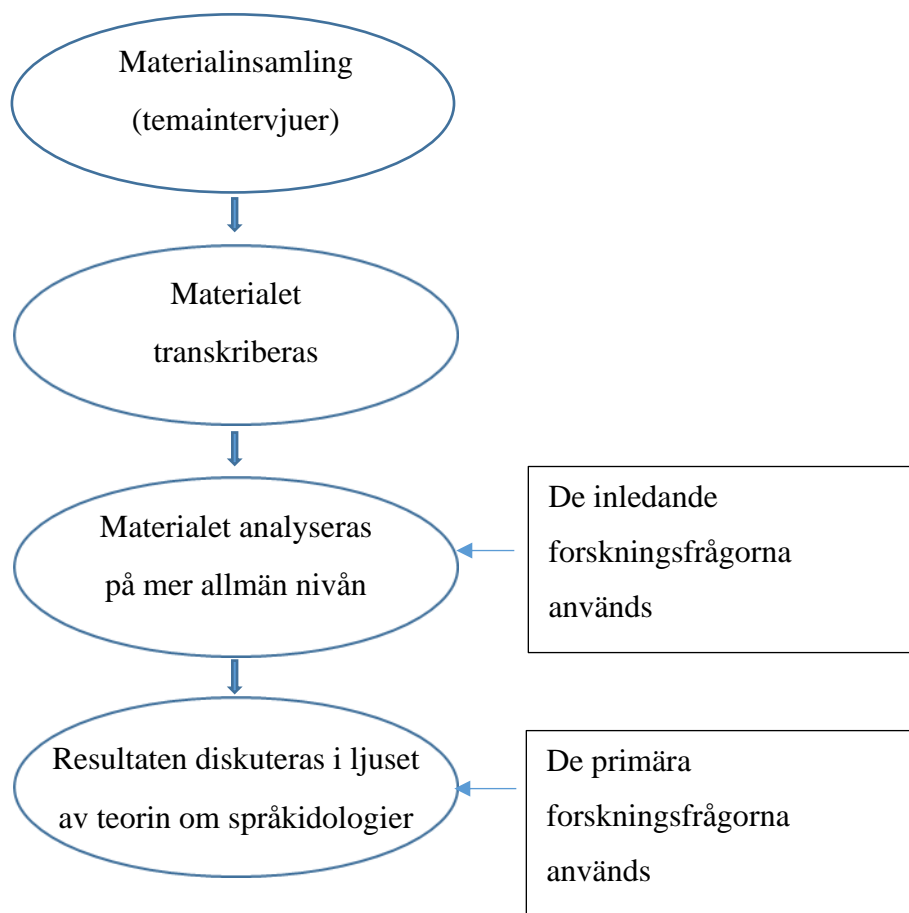
Med hjälp av forskningsfrågorna kommer det att bli möjligt att jämföra olika attityder och tankar som kommunikationsledningen har och hur möjliga skillnader mellan informanterna påverkar företagets språkstrategi och svenska språkets ställning i företaget. Ett syfte för denna studie är också att fördjupa min egen kunskap om ämnet och möjligtvis att fungera som pilotstudie för min pro gradu-avhandling, vilken kunde ta med jämförelsen mellan kundens förväntningar om företagets språkval och de språkval som företaget har gjort.

Ovan presenterades teorin om språkideologier. Liksom det nämns i avsnitt 2.1, kan i denna studie kommunikationsledningens attityder ses som mikronivån och finska samhället som makronivån av språkanvändningen. På basis av teorin om språkideologin kan de inledande forskningsfrågorna formuleras om. Mina primära forskningsfrågor är således följande:

- Hurdan språkideologi uttrycker kommunikationsledningen med sina tankar om svenska i företagets extern kommunikation?
- Vilka personliga egenskaper hos kommunikationsledare har haft inverkan på den språkideologin som de uttrycker?
- Har företaget en skriftlig eller muntlig språkstrategi och kan man märka den språkideologin som kommunikationsledningen uttrycker i den?

Även om denna studie inte kan besvara frågor om dominerande ståndpunkter i diskussion i samhället, kan kommunikationsledningens språkideologier ge en närmare bild av hurdana frågor tvåspråkighet och svenskspråkig kommunikation väcker i näringslivet. Målet med studien är därmed inte att jämföra språkanvändningens mikro- och makronivå, utan att genom att studera mikronivån, i detta fall kommunikationsledningens attityder, kartlägga de utgångspunkter som påverkar språkanvändningen på makronivån.

Jag konstaterade i kapitel 1 att jag ska presentera två olika former av forskningsfrågor i detta kapitel. Jag är medveten att en tvåfasig presentation av forskningsfrågorna är ovanlig och kan vara även förvirrande för läsaren. De två olika former av forskningsfrågor är avsedda att underlätta analysprocessen på så sätt att de inledande forskningsfrågorna hjälper mig att analysera materialet på en mer allmän nivå. Efter denna analys på en allmän nivå använder jag de primära forskningsfrågorna för att se hur mina resultat resonerar med teorin om språkideologier. För klarhetens skull har jag beskrivit min analysprocess i processfiguren nedan (se Figur 1).



Figur 1: Analysprocessen. Figuren beskriver hur jag använder de två olika former av mina forskningsfrågor i analysen.

### 3.2 Materialinsamling

För att besvara forskningsfrågorna valde jag att använda temaintervjun som materialinsamlingsmetod. Enligt Hirsjärvi och Hurme (2015) ger temaintervjun en möjlighet att fördjupa kunskapen i ämnet och till exempel Brinkmann (2013) inser att temaintervjun är en bra forskningsmetod om forskaren vill få en bättre bild av ett särskilt fenomen genom att sätta sig in i informantens situation. Såväl Hirsjärvi & Hurme (2015) som Brinkmann (2013) anser att temaintervjun som forskningsmetod har också nackdelar. (Hirsjärvi & Hurme 2015, Brinkmann 2013) Den största är att den oftast kräver mångsidig kunskap från intervjuaren, vilket jag, som skriver min första studie, inte har. Detta kan vara problematiskt men ändå såg jag temaintervjun som ett bättre alternativ än till exempel en blankett med öppna frågor. En blankett skulle ha varit mer tidseffektiv och lättare att verkställa, men då skulle jag ha förlorat

spontanitet i informanternas svar och risken att informanter skulle ha gett bara socialt acceptabla svar hade ökats.

Den första av intervjuerna var en pilotintervju, vilken t.ex. Hirsjärvi och Hurme (2015) har ansett som en viktig del av en lyckad intervjuprocess. Det uppkom inga svårigheter med pilotintervjun och därmed var alla intervjuer genomförda med samma initialfrågor som baserade sig på tre olika temakategorier; informanternas språkliga bakgrund, tankar om svenska språket i extern kommunikation och företagets språkstrategi (se Bilaga 1). Alla intervjuer genomfördes på finska under januari 2020, en som telefonintervju och två ansikte-mot-ansikte. Intervjuerna spelades in med bärbar inspelnare och transkriberades efteråt. I denna fas anonymiserades informanter och deras intervju svar. I transkriberingarna används beteckningarna Informant A, Informant B och Informant C för att försäkra informanternas anonymitet.

Med tanke på arbetsinsats och tidtabell ansåg jag tre intervjuer som lämplig mängd för denna studie. Alla informanter kom från olika företag från Vasa, en informant per ett företag. Genom att ha alla informanter från samma region blir det möjligt att bättre jämföra informanternas svar på grund av samma språkmiljö. Ålder av informanter varierar mellan 40-55 år och alla har ansvar för företagets kommunikationsledning, antingen genom att vara verkställande direktörer eller kommunikationsdirektörer. I denna studie hänvisar jag till personer som har ansvar av företagets kommunikation med ordet kommunikationsledare, och detta begrepp inkluderar både verkställande direktörer och kommunikationsdirektörer.

Materialet består av tre transkriberade intervjuer som tog cirka 30 minuter tid per informant att genomföra. Transkriberingarna var tillsammans taget cirka 18 sidor långa och hade nästan 8000 ord.

### **3.3 Innehållsanalys som analysmetod**

I detta kapitel presenterar jag innehållsanalys som kvalitativ analysmetod och ur vilken synvinkel denna studie utnyttjar innehållsanalys. Jag argumenterar också för valet av synvinkel och kommenterar den närmare.

Enligt Tuomi och Sarajärvi (2018) kan man betrakta innehållsanalys som större teoretisk referensram eller som enskild analysmetod. Om man ser innehållsanalys som större teoretisk referensram, kan man tillämpa den i nästan alla kvalitativa studier. Då är innehållsanalys bara

ett riktgivande överbegrepp, vilket betyder att materialet ska analyseras i synnerhet kvalitativt och forskarens huvudsakliga syfte är att känna igen viktiga bemärkelser från materialet. Som referensram kan innehållsanalys också täcka några kvantitativa metoder, till exempel att räkna betydelser utan att analysera dem. I sådana fall använder man ofta ytterligare någon annan, mer exakt analysmetod. (Tuomi & Sarajärvi 2018: 109–116)

I denna studie ses innehållsanalys som enskild analysmetod. Detta betyder att i stället för att bara söka efter betydelser, bestäms också den synvinkeln ur vilken man närmar sig materialet. Materialets analys gränsar sig inte till att räkna eller att söka efter betydelser från materialet utan man använder kvalitativ innehållsanalys också som analysmetod för att klassificera betydelser och till sist, med hjälp av klassificeringen, att svara på forskningsfrågor. Tuomi och Sarajärvi betonar, att även denna process kan genomföras på åtminstone tre olika sätt; materialbaserat, teoribaserat eller teoristyr. (Tuomi & Sarajärvi 2018: 117–122) Av dessa tre olika sätt är teoristyr innehållsanalys det som jag har valt att använda i denna studie.

Med materialbaserad innehållsanalys är materialet i centrumet av analysen. Tuomi och Sarajärvi (2018) hänvisar till Miles och Huberman (1994) som anger tre steg vid materialbaserad innehållsanalys; reducering, kategorisering och abstrahering. Med reducering menar man den process som i vilken allt som är oväsentligt för studien ska utelämnas från materialet och meningarna med betydelse ska förenklas för att underlätta nästa steg, kategorisering. Vid kategorisering ordnas de förenklade betydelserna i olika underkategorier, som benämns enligt innehåll av underkategorin. Det kan också konstateras att kategorisering är redan en del av abstrahering, i vilken man bildar underkategorier till vetenskapliga begrepp. Med dessa begrepp försöker man svara på studiens forskningsfrågor. (Miles & Huberman 1994, refererad i Tuomi & Sarajärvi 2018: 122–127) Materialbaserad innehållsanalys är således en analysprocess med tre steg som alla syftar till att nå enkla men samtidigt upptäckande svar till forskningsfrågor.

Teoribaserad innehållsanalys skiljer sig från materialbaserad analysätt med inställning till bakgrund av begrepp vilka syftar till att svara på forskningsfrågorna. Vid teoribaserad analys kommer överbegrepp från teorin som studien försöker att bekräfta och därmed hela analysen styrs av teorin, inte av material såsom med materialbaserad innehållsanalys. (Tuomi & Sarajärvi 2018: 127–132)

Teoristyr innehållsanalys är en kombination av materialbaserad och teoribaserad innehållsanalys (Tuomi & Sarajärvi 2018: 133) och är också det analysätt som utnyttjas i denna

studie. Den ledande tanken är att göra en materialbaserad innehållsanalys och respektera Miles och Hubermans modell av de tre stegen som nämndes tidigare. Samtidigt tar man ändå vid abstrahering med teorin om språkideologier. För att underlätta denna process ska bara de två första steg genomföras med de inledande forskningsfrågor som utgångspunkter. I det sista steget ska de primära forskningsfrågorna agera som utgångspunkter för abstrahering.

Man kan fråga sig, om det vore lättare att genomföra studien med bara materialbaserad innehållsanalys. Syftet med studien är ändå att kunna uppfatta de strukturer som finns i makronivån av språkanvändningen genom att studera fenomenets mikronivå. Teorin om språkideologier är det verktyget som jag har valt att använda för att länka makro- och mikronivån med varandra och därför är det enligt min mening viktigt att ha denna dimension med redan i analysen. Jag ville ändå inte att teorin styr hela analysen, utan ville att materialet får visa all ny information som det kan ge, och därför var teoristyr analysätt den lämpligaste för denna studie.

### **3.4 Etiska överväganden**

För att beskriva språkanvändningen så realistiskt som möjligt, används i denna studie direkta citat från informanternas intervjuvar. Detta är i enlighet med anvisningar om god vetenskaplig praxis liksom den beskrivs av Forskningsetiska delegationen i Finland (2012), eftersom alla informanterna har skrivit under forskningstillstånd och har läst redogörelsen för forskningsprojektet och samtyckt till den. I forskningstillståndet gav informanterna rättigheten för forskaren att förvara uppgifter om informanten liksom ljudinspelningar, transkriberingar och möjliga anteckningar. Forskaren, i detta fall jag, har lovat att förvara informationen säkert och på så sätt att ingen annan än jag kan läsa, se eller höra materialet. I praktiken betyder detta att allt material och anteckningar förvaras skyddade med lösenord på universitetets dataenhet vilken bara jag har tillgång till. Allt material ska förstöras en tid efter att studien har blivit granskad och godkänd.

Dessutom hanterar jag inte känsliga uppgifter i den här studien såsom till exempel ras, religion eller sexuell orientering. Sådana uppgifter är inte nödvändiga för studien eller resultaten och berördes därför inte i intervjuerna.

För att bevara informanternas anonymitet använder jag anonyma beteckningar Informant A, B och C om informanterna i stället för informanternas egna namn. Jag har också varit i några fall

tvungen att ersätta till exempel namnet på företaget som informanten har nämnt med [företagets namn]. Alla sådana ersättningar har blivit markerade med hakparentes i citaten. Alla fraser kunde inte anonymiseras på ett vettigt sätt och sådana intervjusvar ska inte användas som citat i studien. Ersättningar har gjorts bara för att skydda anonymiteten av informanterna och jag har undvikit att göra onödiga ersättningar för att garantera att anonymisering inte ska ha inverkan på resultaten av studien.



## 4 RESULTAT

I detta kapitel analyserar jag materialet som jag har samlat in med temaintervjuerna. Jag ska använda innehållsanalys såsom jag har beskrivit i avsnitt 3.4. Resultatdelen innehåller fyra avsnitt och de tre första motsvarar teman i temaintervjun: bakgrund, svenska språket i extern kommunikation och företagets språkstrategi. Analysen i dessa baserar sig på de inledande forskningsfrågorna (se avsnitt 3.1).

Det fjärde avsnittet binder samman de resultat som har kommit fram i de tre första avsnitten och teorin om språkideologier. För att underlätta denna process använder jag i avsnitt 4.4 de primära forskningsfrågor som tar hänsyn till teorin om språkideologier.

I följande avsnitt börjar jag analysen med bakgrundsinformation, vilken grundar sig på de svar som informanterna gav om sitt modersmål och hur de använder svenska i vardagen.

### 4.1 Närmare kunskap om informanterna

Eftersom informanterna inte valdes på grundval av sitt modersmål, är modersmål och kunskap i svenska viktiga informationer för denna studie. De ger också den första stora inblicken i hur informanterna ser på svenska språket och användningen av det i vardagen. I det följande ska jag gå igenom informanternas svar en informant åt gången.

Informant A hade finska som modersmål, men konstaterade att hen använder svenska dagligen på jobbet med kollegor, kunder och tjänsteleverantörer. Utanför jobbet använder hen ändå ganska sällan svenska, bara med några vänner. Informant A uppskattade att hen talar svenska ”*ganska bra*” och att tala svenska vanligen är lätt även om finska märkbart är det språk som hen använder mest i sin vardag.

Informant B för sin del hade svenska som officiellt modersmål, men tillade genast att hen har vuxit upp i en tvåspråkig familj och känner sig starkt tvåspråkig. Hen använder både finska och svenska i alla livets delområden; på jobbet, hemma och på fritiden. Hen sade att hen vanligen talar svenska mycket bra, men konstaterar också att hen har bättre kunskap i skriven än i talad svenska. Hen själv tror att detta beror på att hen använder mer finska i sin vardag och svenska har blivit ett mindre använt språk i hens vardag.

Såsom Informant B har Informant C svenska som modersmål. Hen beskriver att hen lever i en tvåspråkig värld och använder på jobbet cirka 15 procent svenska medan hälften av kommunikationen på fritiden sker på svenska. Informant C anser att hen har mycket bra kunskaper i svenska och både finska och svenska är så naturliga att hen inte märker skillnad mellan dem vad gäller interaktionen. Hen konstaterar också att hen kommer från en tvåspråkig familj.

Ovan har jag presenterat informanternas språkkunskap, modersmål och uppfattning om svenska språkets användning en informant åt gång. I tabell 1 sammanfattas denna information.

Tabell 1: Bakgrundsinformation. Tabellen sammanfattar informanternas språkliga bakgrund.

	Informant A	Informant B	Informant C
Modersmål	finska	svenska	svenska
Tvåspråkig familj	nej	ja	ja
Kunskap i svenska	ganska bra	mycket bra	mycket bra
Användning av svenska i vardagen	På jobbet: dagligen På fritiden: ganska sällan	På jobbet: dagligen På fritiden: mer finska, men beror på sällskapet	På jobbet: ca. 15 % På fritiden: ca. 50%

Som framgår av tabell 2 har alla informanterna bra kunskaper i svenska, men de skiljer sig åt i modersmål och i hur mycket de använder svenska i vardagen. Det är inte möjligt att bara med hjälp av bakgrundsinformationen besvara forskningsfråga 2, dvs. hur personliga egenskaper inverkar på synen på svenska i extern kommunikation. Jag antar ändå att senare resultat bevisar att Informant B och C skulle försvara svenskan mer än Informant A eftersom de har svenska som modersmål. Informant B och C har också kopplat ett känslomässigt band med svenska språket på grund av familjens tvåspråkighet. I följande avsnitt går jag vidare från bakgrundsinformation och presenterar resultat om hur informanterna ser svenska språket i extern kommunikation.

## 4.2 Svenska språket i extern kommunikation

I detta avsnitt presenterar jag de resultat som jag har fått genom att analysera informanternas kommentarer med innehållsanalys som metod. Mitt syfte i detta avsnitt är att svara på inledande forskningsfråga 1 på så sätt att jag kan kombinera resultat med teorin om språkideologier (jfr avsnitt 4.4).

Forskningsfråga 1: Hurdana tankar har kommunikationsledningen om svenska språket som kommunikationsmedel i extern kommunikation?

I analysen av intervjusvaren förekom det tre stora teman som beskriver hur informanterna ser på svenska språkets ställning i extern kommunikation. De tre teman är den självklara svenskan i regionen som jag har delat i två underkategorier; i historisk och geografisk självklarhet, svenska som ett led i internationalism och svenska språket som konkurrensfördel. Näst ska jag beskriva dessa tre temakategorier mer precist och ge exempel på intervjusvar för att visa förhållandet mellan intervjusvaren och resultaten på ett konkret sätt.

Jag vill nämna att även om informanternas kommentarer har blivit delade i olika kategorier, är dessa kategorier ändå delvis överlappande och kommentarerna i kategorierna kan ha förbindelser med andra kommentarer från andra kategorier.

### 4.2.1 Den självklara svenskan i regionen

Alla tre informanter lyfte fram svenska språkets självklarhet i Vasaregionen när de frågades om svenska språkets ställning och användning i extern kommunikation. Det är möjligt att märka två stora linjer av självklarhet i deras svar; historisk och geografisk självklarhet. I det följande beskriver jag dessa två linjer mer specifikt och med citat från informanternas svar.

Med historisk självklarhet syftar jag till sådana citat i vilka informanterna lyfte fram svenska språkets och svenskspråkiga människor i Vasaregionen som en naturlig sak, eftersom Finland har varit en del av Sverige till 1800-talet (se t.ex. Citat 1).

Citat 1 (Informant A):

När vi har den där historien så är det (svenska) inte någon ny sak och därför jag känner att det (svenska) är så naturlig sak för vasabor och inte väcker så mycket uppmärksamhet som det kan göra någon annanstans.

Med svaret ovan ville Informant A understryka att hen ser att svenska språket är en naturlig del av språkmiljön i Vasaregionen och att Finlands historia med Sverige har haft en stor inverkan på språkmiljön i Vasaregionen och på kusten.

De andra två informanterna underströk inte historiens påverkan så mycket som Informant A, utan koncentrerade sig på geografiska aspekter och på Sveriges geografiska närhet. Också Informant A nämnde den geografiska närheten till Sverige. Både hen och Informant B tog upp exempel på svenska på kusten och sedan på östgränsen av Finland (se t.ex. Citat 2 & 3).

Citat 2 (Informant B):

de är inte så intresserade på östgränsen om hur man säger något på svenska i extern kommunikation såsom människor här är

Citat 3 (Informant A):

det är så naturligt här på kusten just eftersom vi ligger så nära Sverige

Dessa kommunikationsledare ser således svenska språket som en naturlig del av språkmiljön. Att kommunicera om företaget utan att använda svenska var inte något som dessa kommunikationsledare kunde tänka sig att göra. De konstaterade ändå att de förstår att det inte alltid är möjligt att använda svenska i extern kommunikation till exempel på grund av att en företagare inte kan språket eller inte har råd för att ha allt material på två eller flera språk.

Jag ser att språk som en naturlig del av en språkmiljö kan också orsaka problem för språkets ställning. En sådan situation kan till exempel leda till att man tar språket som självklarhet och det är inte positivt för ett minoritetsspråk. Jag ska återkomma till dessa frågor i 5. *Sammanfattande diskussion* för att lyfta fram några risker som en sådan situation kan möjliggöra.

#### 4.2.2 Svenska som ett led i internationalism

Det andra stora temat i informanternas svar var svenska som ett led i internationalism. Informanterna såg svenska språket som ett medel att kommunicera till exempel med kunder, anställda och andra företag från Norden (se t.ex. Citat 4 & 5).

Citat 4 (Informant A):

det är nyttan för oss att vi också tänker på dem som kommer från andra nordiska länder när vi använder svenska.

Informant C konstaterade att hen tycker att det är lite konstigt om man inte använder svenska när man kommunicerar med människor från andra nordiska länder (se Citat 5).

Citat 5 (Informant C):

    där [i en mäsas] talar ju alla svenska eller något språk liknande svenska så känns det lite konstigt att vi skulle tala engelska

I dessa svar framhävs också svenska språket som ett viktigt verktyg för det nordiska samarbetet. I informanternas svar kom det ändå också fram en annan syn på internationalism och hur användningen av svenska i extern kommunikation främjar den; internationalism som en attityd mot andra människor. Till exempel hade Informant C mycket att säga om detta (se Citat 6).

Citat 6 (Informant C):

    det är den attityden att vi nuförtiden lever i en internationell värld

Hen ville också konstatera att alla företag och människor borde förstå internationaliseringen för att vara en del av den stora, internationella marknaden. Informant C lyfte också fram toleransen och hur språket kan hjälpa med att komma överens med alla människor och sade också att när man använder svenska eller andra språk utom finska i extern kommunikation meddelar man toleransen mot alla människor (se t.ex. Citat 7).

Citat 7 (Informant C):

    Man meddelar "Welcome who ever you are"/ "Välkommen vem som helst du sen är"

Svenska språket var då klart ett medel av internationalism och mer specifikt ett medel i nordiskt samarbete för dessa kommunikationsledare. Dessa kommentarer visade att frågor om språket och om språkets ställning i en viss språkmiljö når längre än bara till närheten av specifikt området, i detta fall Vasaregionen.

#### 4.2.3 Svenska språket som konkurrensfördel

Det tredje stora temat i informanternas svar var svenska språket som konkurrensfördel. Med detta tema avser jag sådana kommentarer som underströk den ekonomiska nyttan som kommunikationsledare ser att företaget får genom att använda svenska i sin externa kommunikation. Detta är utan tvivel den största kategorin och innehåller många uttalande från alla informanter. Först och främst underströk informanterna språkets betydelse i

kommunikation med kunderna och att det är viktigt att kunna kommunicera på det språket som kunden har som modersmål, om det bara är möjligt (se t.ex. Citat 8).

Citat 8 (Informant C):

Det är bara det när du kan tala kundens språk.

Förutom att informanterna såg att det är ytterst viktigt att kunna kommunicera på kundens modersmål, tyckte de att utanför de svenskspråkiga områdena, i vilka man alltid förväntar sig att få service på svenska, ser kunderna svenska språket i extern kommunikation som extra engagemang av företaget. Detta kan till exempel främja företaget att bilda ett starkare varumärke på Finlands marknad.

När informanterna frågades om vad de tänker om ett företag inte använder svenska i extern kommunikation på Vasaregion, hade de alla starka, likadana åsikter (se Citat 9 & 10).

Citat 9 (Informant A):

Man liksom säger sin egen vrist om man inte använder svenska.

Citat 10 (Informant C):

Det är lite enögt och dumt att man inte använder svenska<sup>1</sup>

Såsom man ser i citat ovan, väckte en tanke om ett företag som inte använder svenska i Vasaregionen, mycket känslor. Man kan dra slutsatser om detta att svenska språket har en stadig och berättigad ställning i Vasaregionen i kommunikationsledarnas tankar.

### **4.3 Företagets språkstrategi**

I detta avsnitt koncentrerar jag mig på att analysera sådana kommentarer som hjälper mig att svara på min tredje forskningsfråga.

Forskningsfråga 3: Har företaget en skriftlig eller muntlig språkstrategi och speglar den kommunikationsledningens attityder mot svenska språket i extern kommunikation?

---

<sup>1</sup> Citatet löd på finska: ”Se on vähä puusilmäistä touhua se jos ei käytä ruotsia”

Det kom fram i intervjuerna att språkstrategi är något som man inte har i företagen där informanterna jobbar i. Man kunde se ett förhållande mellan första temakategorien, den självklara svenskan i regionen, och informanternas tankar och deras inställning till nödvändighet av en språkstrategi (se t.ex. Citat 11).

Citat 11 (Informant A):

Vi har ju strategin men det (svenska språket) nämns inte där. Det känner ju nu lite konstigt eftersom det är så en naturlig sak.

Av de tre kommunikationsledare som jag intervjuade nämnde bara en att svenska språket nämns i deras företagsstrategi, men även i det fallet fanns det ingen språkstrategi, utan språket var en del av företagets strategi gällande deras varumärke. Informanten konstaterade att när språk nämns i strategin, hjälper det särskilt den interna kommunikationen och gör det lättare att motivera för anställda att varför man gör allt innehåll till exempel på nätsidor också på svenska.

Ett annat intressant resultat som kom fram när informanter frågades om språkstrategi var att två av informanterna tog mer hänsyn till intern kommunikation och företagsspråket än extern kommunikation. Informanterna till exempel beskrev hur de använder olika språk med kollegor och hur företaget har både finskspråkiga och svenskspråkiga anställda. Detta hände även om intervjuaren försökte styra diskussionen mot externa kommunikationen. Som slutsats kunde man dra att detta två kommunikationsledare möjligtvis såg att interna kommunikationen är mer viktigare område att ta upp med tal av språkstrategi än externa kommunikationen.

#### **4.4 Resultaten i ljuset av teorin om språkideologier**

I detta avsnitt koncentrerar jag mig på att analysera resultaten i ljuset av teorin om språkideologier. Jag ska också diskutera antagandet om att Informanterna B och C skulle vara mer defensiva mot svenska språket på grund av deras språkliga bakgrund än Informant A som hade finska som modersmål. Vidare tar jag upp hur informanterna såg svenska språkets ställning och om de skulle förändra något med det. Jag ska också visa hur detta kopplar med tidigare antagandet.

Såsom jag konstaterade i början av studien (se avsnitt 2.1), använder jag teorin om språkideologier att förklara relationen mellan språkanvändningens mikro- och makronivån. Detta betyder att med informanternas kommentarer kan jag skissera deras egen

språkanvändning på mikronivån och analysera hurdan inverkan den har på språkanvändningen på makronivå. För att genomföra denna analys använder jag de primära forskningsfrågorna som jag har omformulerat från de inledande forskningsfrågorna med teorin om språkideologier (jfr avsnitt 3.1). Jag svarar på en forskningsfråga åt gången på basis av resultat som jag har presenterat tidigare i detta kapitel.

Forskningsfråga 1: Hurdan språkideologi uttrycker kommunikationsledningen med sina tankar om svenska i företagets extern kommunikation?

Tidigare, när jag presenterade teorin om språkideologier, refererade jag Blommaerts (1999) tanke om att språkideologier oftast innehåller både språkanvändarnas attityder mot språket och förståelse om normer och värderingar som användningen av ett visst språk har (Blommaert 1999: 1–3). De viktiga orden för min analys som nämns av Blommaert är normer, värderingar och attityder. Det är lätt att säga att alla informanter hade positiva attityder mot svenska i extern kommunikation; den var en nödvändighet för kommunikationen och en konkurrensfördel. Det var gemensamt för alla att de nämnde ingenting negativt gällande användningen av svenska i extern kommunikation.

Enligt informanternas svar är den stora normen gällande användningen av språk i regionen att använda både svenska och finska i alla sammanhang. Den första temakategorin, den självklara svenskan i regionen, presenterade de temana som informanterna kopplar med svenskan och varför det är så naturligt att använda den i regionen. Denna kategori bevisar att informanterna kopplar de normer gällande svenska språkets användning i regionen med historia och geografisk läge.

Den sista dimensionen av språkideologin som Blommaert (1999) nämner är värderingar som användningen av ett språk har. Jag tycker att det är intressant att den värdering som kom fram i informanternas kommentarer är att de ser användningen av svenska som led i internationalism, men de också kopplar svenskan med tolerans. Såsom jag redan antydde tidigare i resultatdelen, bevisar detta att frågor gällande den språkideologin som en språkanvändare har av ett visst språk når längre än bara regionen i fall.

I ett nötskal tycker jag att informanterna uttrycker en mycket förestående språkideologi med några överraskande kopplingar såsom värdering med internationalism och särskild tolerans. Den var ingen överraskning att kommunikationsledare i Vasaregionen har positiva attityder mot svenska språket i extern kommunikation, men det var intressant att se hur de uttrycker deras tankar om språket och hur deras språkideologier kan ha inverkan på företags kommunikation.



Näst ska jag gå fram med forskningsfråga 2 och analysera hur informanternas personliga egenskaper kan ha påverkat deras språkideologier om svenska språket.

Forskningsfråga 2: Vilka personliga egenskaper hos kommunikationsledare har haft inverkan på den språkideologin som de uttrycker?

I avsnitt 4.1 presenterade jag en tanke att de informanter som hade svenska som modersmål och har en tvåspråkig familj (Informanterna B och C) skulle ha mer defensiv attityd mot svenska språket än Informant A som hade finska som modersmål. Sådana kommentarer som kunde styrka detta antagande kom inte fram i diskussion om svenska språket i extern kommunikation. Emellertid frågade jag informanter om de skulle vilja förändra något med svenska språket ställning i Vasaregionen eller i Finland och då kom det fram skillnader mellan informanterna med olika modersmål och familjebakgrund.

Informant A ansåg att hen inte skulle vilja förändra någonting, att svenska språket har en så bra ställning i regionen att det är bra såsom det är. Informanterna B och C hade en helt annan åsikt. De ansåg att ungdomars kunskap i svenska språket inte är tillräcklig bra och att hela skolsystemet borde förändras för att ungdomar skulle lära sig svenska bättre. Jag tycker att denna vilja för förändringen och missnöje med nuvarande läge kan ses som en del av deras språkideologi om svenska och den är först och främst påverkad av deras känslomässiga band med svenska språket. I så fall kunde man säga att jag har åtminstone delvis rätt med mitt tidigare antagande och konstatera att språkanvändares språkliga bakgrund kan ha en stor inverkan på hens språkideologi om ett visst språk.

Den tredje forskningsfrågan,

Forskningsfråga 3: Har företaget en skriftlig eller muntlig språkstrategi och kan man märka den språkideologin som kommunikationsledningen uttrycker i den?

och analys av den visar kopplingen mellan kommunikationsledarnas språkideologier och språkanvändningens makronivån. Även om ett företag inte kan ses som språkanvändningens makronivå, är ett företag en del av makronivån och genom att analysera dessa tre exempelföretag blir det möjligt att skissera hurdan denna makronivå är.

Det kom fram redan i tidigare analysen att företag inte hade en språkstrategi, varken muntlig eller skriftlig. Inte heller hade dessa tre kommunikationsledare haft sådana situationer där de eller andra anställda skulle ha behövt mer stöd med språkval i extern kommunikation. Jag anser att detta bevisar bra förhållandet mellan företags extern kommunikation och hur företag

använder olika språk i den och kommunikationsledarnas språkideologier. Det att företag har ingen språkstrategi och anställda ser inget behov för en, visar att kommunikationsledarnas förståelse om svenska som en norm, kopplar till språkstrategin och språkanvändningen på makronivån.

Informanternas språkideologier kan således ses ha inverkan på företagets språkanvändning i extern kommunikation. När jag frågade informanterna hur företaget använder svenska i extern kommunikation fick jag svar som motsvarade informanternas egna erfarenheter av svenska språkets ställning i regionen. Det som är viktigt att märka är att dessa resultat bevisar att informanternas språkideologier är motsvarande med deras verkliga språkanvändning och de också uttrycker deras egna språkideologier i arbetet.

I detta kapitel har jag berättat om resultat av denna studie. Först analyserade jag de resultat som jag fick från temaintervjuerna och sedan kombinerade jag dessa analysresultat med teorin om språkideologier. I följande kapitel, i Sammanfattande diskussion, ska jag kort sammanfatta hela studien och ta fram några sådana frågor som skulle vara intressanta för framtidens studie. Jag ska också diskutera hurdan påverkan det kan ha till svenska språket ställning i Vasaregionen att informanterna tar svenska språket som självklarhet.

## 5 SAMMANFATTANDE DISKUSSION

Målet med denna studie var att beskriva hur kommunikationsledare i några finska företag ser på användning av svenska språket i företagets externa kommunikation och hur deras egna språkideologier påverkar företagets språkanvändning i extern kommunikation. Jag bestämde att använda temaintervju som materialsamlingsmetod för att samla in intervjusvar från tre olika kommunikationsledare i Vasaregionen och analysera materialet med hjälp av innehållsanalys. Som teoretisk utgångspunkt för analysen använde jag Blommaerts tankar om språkideologier (Blommaert 1999) vilka har Silversteins föredrag (refererad i Mäntynen et al. 2012: 4–5) som teoretisk grund.

Det kom fram att informanterna hade i stora drag mycket likadana språkideologier med varandra. I analysen var det möjligt att identifiera tre stora temakategorier som beskrev hur informanterna ser på svenska språkets ställning i extern kommunikation i Vasaregionen; den självklara svenskan i regionen, svenskan som led i internationalism och svenska språket som konkurrensfördel. Den första kategorin fick också två underkategorier i analysen, historisk och geografisk självklarhet. Med hjälp av dessa kategorier kunde jag jämföra informanternas språkideologier och hur dessa ideologier påverkar företagets extern kommunikation. Jag märkte att informanterna genomförde deras språkideologier också på jobbet och företagets användning av svenska speglade den språkideologin som kommunikationsledaren hade. Det kom också fram att informanternas språkliga bakgrund, till exempel modersmål och den möjliga tvåspråkigheten, hade inverkan på deras språkideologier.

I samband med beskrivning av temakategorin *den självklara svenskan i regionen* tog jag upp frågan om hurdan inverkan det kan ha på språkets ställning om språket tas som självklarhet. Kroskirty (2009) har konstaterat att språkideologier oftast fungerar på sådant sätt att språkanvändarna betonar användningen av ett språk på bekostnad av ett annat språk (Kroskirty 2009: 72–73). Eftersom bara 23 procent av invånarna i Vasa har svenska som modersmål (Finlands officiella statistik 2020), kan det framkomma problem när språket tas som självklarhet. Enligt Kroskirty (2009) är det viktigt att språkanvändarna har språkideologier som motsvarar deras verkliga språkanvändning och att språkanvändare har en tydlig ideologi av ett språk. Jag tycker att när den första tanken om ett språk är att det är självklart att man använder det, förhindrar det språkanvändarnas tankearbete om språket och kan på lång sikt påverka hela språkideologin och hur den motsvarar den verkliga språkanvändningen. Detta kunde enligt

Kroskirty (2009) leda till försvagning av språkets ställning i regionen. Eftersom svenska språkets ställning också i framtiden ska ha en stor del i språkdiskussionen i Finland, skulle det vara viktigt att studera närmare hurdan inverkan svenska språkets självklara ställning kan ha på språkmiljön i framtiden.

Ett syfte med denna studie var att kartlägga möjliga frågor och fenomen för framtida forskning. Redan de resultat som jag har fått kan hjälpa till exempel företag att förstå hur viktigt det är att vid rekrytering av kommunikationspersonal ta hänsyn till att personen har en språkideologi som motsvarar företagets tanke om språkanvändningen och hur företaget ser på språk i sin strategi. Studien visar också hur stor roll språkanvändningen har i affärslivet även om språket ofta har en mycket osynlig roll i företagets strategi. I framtiden skulle det vara intressant att studera om företagets språkanvändning i extern kommunikation motsvarar de språkideologier som kunden har genom att jämföra kundens språkideologi med den externa kommunikationen som företaget genomdriver.

I samband med temaintervjuerna kom det också fram några sådana fenomen som kunde vara intressanta att studera men som inte kunde beaktas i denna studie. Ett var tanken om språket som del av varumärket. En av informanterna nämnde att språket är en viktig del av företagets varumärke och den har också påverkat deras nuvarande företagsstrategi. Det skulle vara intressant att kartlägga om det finns fler sådana företag som har byggt sitt varumärke på ett språk eller flera språk och hur de har tänkt i processen. Ett annat tema som kom fram i studien var diskussionen om akutmottagning på sjukhuset vilket man tänkte flytta från Vasa till Seinäjoki. Diskussionen om det hade väckt uppenbarligen mycket känslor och det kunde vara intressant att studera ämnet genom att studera till exempel diskussionen i mediet.

Därtill att denna studie kartlade möjliga forskningsämnen för framtiden, har den gett detaljerad information om hur språkideologier påverkar företagets extern kommunikation i Vasaregion. I framtiden kan både företag och vetenskaplig forskning utnyttja dessa resultat och förhoppningsvis utveckla vidare de resultat som denna studie har bevisat.

## 6 LITTERATUR

- Blommaert, J. 1999. The debate is open. I: Jan Blommaert (red.): Language ideological debates. Berlin: Mouton de Gruyter. 1–38.
- Cornelissen J. 2017. Corporate Communication: A guide to theory & practice. Femte upplaga. Sage Publications.
- Finlands officiella statistik: Kuntien avainluvut. Vuoden 2020 aluejako. Helsingfors: Statistikcentralen.  
<http://www.stat.fi/tup/alue/kuntienavainluvut.html#?active1=905&year=2020> (Hämtad 20.3.2020)
- Forskningsetiska delegationen i Finland. 2012. God vetenskaplig praxis och handläggning av misstankar om avvikelser från den i Finland. Forskningsetiska delegationens anvisningar 2012. <https://www.tenk.fi/sv/god-vetenskaplig-praxis> (Hämtad 2.4.2020)
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus.
- Juholin, E. 2002. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Hämeenlinna: Karisto oy.
- Kroskrity P. 2009. Language renewal as sites of language ideological struggle. The need for "ideological clarification". I: Jon Reyhner & Louise Lockard (red.): Indigenous language revitalization. Encouragement, guidance & lessons learned. Flagstaff, AZ: Northern Arizona University. 71–83.
- Lygdman, J. 2017. Språkanvändning och attityder till språk inom företaget ABBi Vasa. Vasa: Vasa universitet. <https://osuva.uwasa.fi/handle/10024/2902> (Hämtad 19.11.2019)
- Malkamäki, A. & Kjell H. 2014. Case Wärtsilä: Flerspråkighet i arbetssituationer. Vasa: Vasa universitet. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-540-4>
- Metsäpalo, S. 2015. Hur förbereder finska internationella företag sina anställda språkligt och kulturellt och vilken är svenskans ställning i dessa förbindelser? Pro gradu –avhandling. Jyväskylä: Institutionen för språk, svenska språket vid Jyväskylä universitet. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:ju-201506022158>

- Mäkipää, M. 2005. Svenska i några finska företag: språkval, användning av svenska och inställningar till svenska och svenskar. Pro gradu –avhandling. Jyväskylä: Institutionen för språk, svenska språket vid Jyväskylä universitet. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:ju-2006131>
- Mäntynen, A., Halonen, M., Pietikäinen, S., & Solin, A. 2012. Kieli-ideologioiden teoriaa ja käytäntöä. *Virittäjä*, 116 (3), 325–348.
- Perälampi, E. 2018. "Kunderna uppskattar att man kan tala flera språk." Flerspråkighet och språkanvändning inom Nordea Finans kundbetjäning. Pro gradu –avhandling. Vasa: Enheten för marknadsföring och kommunikation. Magisterprogrammet för språkexpertis i ett specialiserat samhälle vid Vasa universitet. <https://osuva.uwasa.fi/handle/10024/9468> (Hämtad 19.11.2019)
- Sainio, S. 2019. Kielistrategialla on merkitystä. Pro gradu –avhandling. Åbo: Institutionen för språk och översättning, tyska språket vid Åbo universitet. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2019052016205>
- Tuomi J. & Sarajärvi A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Reviderad upplaga. Tammi.

## BILAGA 1

Temaintervjuns struktur

TEMA 1: Bakgrund

- Vilket är ditt modersmål? Mikä on äidinkielesi?
- På bedömningskalan mycket bra/ bra/ tillräckligt bra/ inte så bra , hur talar du svenska? Arviontiasteikolla erittäin hyvin/ hyvin/ riittävän hyvin/ ei kovin hyvin, kuinka hyvin puhut mielestäsi ruotsia?
- I vilka slags situationer använder du svenska? Millaisissa tilanteissa käytät ruotsia? (kotona, töissä, harrastuksissa, ystävien kanssa, suullisesti, kirjallisesti jne.)
- Hur det känns att använda svenska i dessa situationer? Miltä sinusta tuntuu käyttää ruotsia näissä tilanteissa?
- Vilket är det språk, du använder mest i ditt liv? Mitä kieltä käytät eniten?

TEMA 2: Svenska språket i extern kommunikation

- Hurdan ställning tycker du att svenskan har i Österbotten i företagslivet? Millaisena näet ruotsin kielen aseman yritysmaailmassa Pohjanmaalla?
- Används svenskan i extern kommunikation i företaget? Käytetäänkö yritykseen ulkoisessa viestinnässä ruotsia? I vilka slags situationer? Missä tilanteissa?
- Om inte, kan du säga varför? Jos ei käytetä, osaatko sanoa miksi?
- Tror du, att det är bra för företaget att använda svenska i extern kommunikation? Koetko, että ruotsin kielen käytöstä ulkoisessa viestinnässä on hyötyä yritykselle?
- Tror du, att genom att använda svenska företaget meddelar någonting? Viestittääkö ruotsin kielen käyttö yrityksen ulkoisessa viestinnässä mielestäsi jotain?
- Väcker det tankar hos dig, om du ser att ett annat företag använder svenska i deras extern kommunikation? Herättääkö se sinussa ajatuksia, jos näet muiden yritysten käyttävän ruotsin kieltä ulkoisessa viestinnässä? Hurdana tankar? Millaisia ajatuksia?

- Är du nöjd med svenska språkets ställning i Finlands företagsliv? Oletko tyytyväinen ruotsin kielen asemaan Suomen yritysmaailmassa? Om inte, varför? Jos et, miksi?
- Vad skulle du vilja förändra? Mitä haluaisit muuttaa?

### TEMA 3: Företagets språkstrategi

- Har ni en skriftlig eller muntlig språkstrategi i företaget? Onko yrityksellänne suullista tai kirjallista kielistrategiaa?
- Om inte, nämns språket i företagsstrategin? Jos ei, mainitaanko eri kielien käyttö muualla yrityksen strategiassa?
- Skulle du vilja ha mer stöd med språkval i extern kommunikation? Kaipaisitko lisää tukea/ yhteisiä pelisääntöjä siihen, millä kielellä ulkoisen viestinnän eri tilanteissa viestitään?
- Hur språkstrategin eller muntliga normer gällande språket syns i företagets extern kommunikation? Kuinka kielistrategia tai suulliset, kielen käyttöön liittyvät normit näkyvät yrityksen ulkoisessa viestinnässä ja sen toteutuksessa?
- Vilka fördelar finns det med att ha en skriftlig språkstrategi? Mitä etuja voi olla sillä, että yrityksellä on kirjallinen kielistrategia?
- Vilka nackdelar finns det med att ha en skriftlig språkstrategi? Mitä haittoja voi olla sillä, että yrityksellä on kirjallinen kielistrategia?
- Hurdan ställning svenskan har enligt din mening i företagets språkstrategi? Millainen asema ruotsin kielellä on mielestäsi yrityksenne kielistrategiassa tai kielen käytön normeissa?