

VASA UNIVERSITET

Filosofiska fakulteten

Siiri Salonen

Språk i globala företag

Om den flerspråkiga kommunikationen i det finsk-svenska skogsbolaget  
Stora Enso

Avhandling pro gradu i svenska språket

VASA 2016

## INNEHÅLL

TIIVISTELMÄ	3
1 INLEDNING	5
1.1 Syfte	7
1.2 Material	10
1.3 Metod	11
1.4 Tidigare forskning	12
1.5 Företaget Stora Enso	14
2 SPRÅKPOLICY OCH INTERKULTURELL KOMMUNIKATION I FÖRETAG	16
2.1 Språkpolicy i Europa	17
2.2 Den nordiska språkgemenskapen i ett språkpolycyperspektiv	18
2.3 Språkpolicy på företagsnivå	21
2.4 Engelskan som lingua franca inom internationell affärsverksamhet	24
2.5 Interkulturell kommunikation och kompetens	25
3 SPRÅKPOLICY PÅ STORA ENSO I PRAKTIKEN	27
3.1 Den språkliga vardagen på Stora Enso	28
3.2 Det interna och externa kommunikationsspråket	30
3.2.1 Intern kommunikation	31
3.2.2 Extern kommunikation	33
3.2.3 Mötesspråk och översättning av skriftliga dokument	35
3.3 Stora Enso och den nordiska språkgemenskapen	38
3.4 Andra språk på Stora Enso	41
3.5 Språkkunskapskrav vid rekrytering	43
3.6 Att motivera personalen att använda flera språk	44

4 SPRÅKET I GLOBALA FÖRETAG – PERSONALENS ÅSIKTER	47
4.1 Behovet av en språkstrategi	47
4.2 Språkets roll i arbetslivet	50
4.3 Kulturskillnader och missförstånd	52
5 SAMMANFATTANDE SLUTDISKUSSION	59
LITTERATUR	63
BILAGOR	67
Bilaga 1. Frågeformuläret	67
Bilaga 2. Informanterna	71
Figur 1. En analytisk struktur av företagens språkliga behov	9
Tabell 1. Personalens primära arbetspråk	28
Tabell 2. Språk som används i den interna kommunikationen	32
Tabell 3. Språk som används i den externa kommunikationen	34
Tabell 4. Språk som används vid möten	35
Tabell 5. Översättning av skriftliga dokument	37

---

**VAASAN YLIOPISTO****Filosofinen tiedekunta****Tekijä**

Siiri Salonen

**Pro gradu -tutkielma**

Språk i globala företag. Om den flerspråkiga kommunikationen i det finsk-svenska skogsbolaget Stora Enso

**Tutkinto**

Filosofian maisteri

**Oppiaine**

Ruotsin kieli

**Valmistumisvuosi**

2016

**Työn ohjaaja**

Harry Lönnroth

---

**TIIVISTELMÄ**

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tarkastella suomalais-ruotsalaisen metsäteollisuusyrittäjä Stora Enson Ruotsissa työskentelevien henkilöiden monikielistä viestintää. Tarkoitukseni on selvittää, onko Stora Ensolla virallista kielistrategiaa, mikä on eri kielten rooli globaalissa yrityksen sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä sekä monikulttuurisuuden vaikutuksia työelämään ottaen huomioon väärinymmärrykset ja kulttuuriset konfliktit. Tutkimus on laadullinen tapaustutkimus, joka on toteutettu kyselylomakkeen avulla.

Kielitaitotarpeista on tullut tärkeä osa yrityksen menestystä, ja sen takia on mietittävä yrityksen kielen käyttöön liittyviä strategioita. Yrityksen kielipolitiikan suunnitteluun kuuluu sen hetkiset tärkeät kielet, tulevaisuuden tärkeät kielet sekä käytännöt liittyen yrityksen sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Useat yritykset ovat valinneet konsernikielen, vaikka niillä ei olisikaan virallista kielistrategiaa. Englanti valitaan usein yrityksen viralliseksi kieleksi, koska sen asema *Business English Lingua Francana* on kasvanut. Monikielisyyden ja monikulttuurisuuden lisääntyessä työelämässä yrityksen on otettava huomioon myös kulttuuriset tekijät. Ne ovat tärkeä osa kansainvälisen yrityksen menestystä, koska esimerkiksi väärinymmärrykset voivat haitata tehokasta liiketoimintaa.

Tutkimuksesta selvisi, että Stora Ensolla ei ole virallista kielistrategiaa vaan kielelliset käytännöt muodostuvat epävirallisesti tilanteen mukaan. Stora Enson konsernikieleksi on kuitenkin valittu englanti. Stora Enson Ruotsissa työskentelevien yleisimmin käyttämät kielet ovat ruotsi ja englanti, mikä selittyy sillä, että ruotsi on maan virallinen kieli ja englanti konsernikieli. Muitakin kieliä hyödynnetään, mutta yllättävän vähän siihen nähden, että Stora Ensolla on toimintaa yli 35 maassa.

---

**AVAINSANAT: globala företag, företagsspråk, språkpolicy, interkulturell kommunikation, Stora Enso**



## 1 INLEDNING

Språkkunskaper spelar en viktig roll när ett företag etablerar sig utomlands. Globaliseringen har ökat kulturella och språkliga möten och därför har behoven av språkkunskaper blivit ännu viktigare också inom den privata sektorn. Språkets roll i internationaliserade företag är ett relativt utforskat ämne (Piekkari, Welch & Welch 2014: 9). Leena Louhiala-Salminen (2002: 4) anser att företagsfusioner har studerats mycket ur en ekonomisk och strategisk synvinkel men påstår att den språkliga och kommunikativa synvinkeln har fått mindre uppmärksamhet:

Although language use and communication have had some significance in these and other studies concerning cross-border management, the linguistic and communicative perspective has not been the main angle from which the merged organizations and their employees have been looked at.

Importen av föremål och den ökade utåtriktade internationaliseringen är exempel på orsaker varför den samhällsliga flerspråkigheten har ökat. När språkbrukare använder flera olika språk i kommunikation uppstår det språkkontakter. Språkkontakter är ett forskningsområde där man studerar interaktion mellan talare som använder flera språk. (Lainio 2008: 265, 268, 270.)

Den europeiska integrationen, migrationen, urbaniseringen och engelska språkets ställning som ett globalt språk påverkar de andra språkens ställning. Globaliseringen har sammanbundit världen ekonomiskt men samtidigt har den skapat utmaningar för språkanvändningen och kommunikationen. (Johansson & Pyykkö 2005: 9.) På vilket sätt påverkar engelskans dominans andra språk i världen? Flera företag har bytt sitt arbetspråk till engelska på grund av ekonomiska orsaker oberoende av landets officiella språk (Johansson & Pyykkö 2005: 18).

Företagskommunikation är interkulturell kommunikation. Det finns fler och fler globala företag vilkas nätverk består av människor och grupper från flera olika kulturer och länder. Hur människorna kommunicerar är viktigt både i ett företags interna och externa

kommunikation. Strategier när det gäller språkanvändning inom ett företag är således viktiga när man syftar till att kommunicera effektivt. (Vuorela 2009: 297.)

Språken förändras naturligt hela tiden, men människorna gör också medvetna språkval som får språken att förändras. Språkplanering och språkpolicy förändrar språket med hjälp av medvetna planer och insatser. (Gòkè-Paríolá & Dhir 2002: 244.) Jan Einarsson (2013: 131) anser att den vanligaste formen av språkpolicy är att låta språket leva på ett naturligt sätt utan någon inblandning av myndigheter.

Enligt Grin m.fl. (2010: 12) förändras den språkliga mångfalden ständigt. Den ökar på grund av att vi möter flera språk dagligen i olika situationer. Ett gemensamt språk som ofta är engelska och som används i internationella kommunikationssituationer leder däremot till att den språkliga mångfalden håller på att minskas. Man kan se båda trenderna i internationella företag och således har flera forskare blivit intresserade av att undersöka företagens flerspråkiga kommunikation och språkstrategier.

Engelskans dominerande ställning är en av de största riskerna för Europas flerspråkighet. Ett gemensamt språk hjälper en att klara sig i vardagliga kommunikationssituationer, men att kunna diskutera på ett främmande språk med en person från ett visst språkområde skapar ett mycket djupare samförstånd. (Huhta 2005: 104.) Detta gäller också i organisationer som har verksamhet utomlands, har flerspråkig personal eller är i kontakt med personer från andra länder. Därför är det viktigt att undersöka hur ett stort företag som har etablerat sig utomlands tar hand om sina språkliga strategier. På vilket språk sker företagets interna och externa kommunikation? Vad är företagets officiella koncernspråk? Hur många språk används under en arbetsdag i olika sammanhang? Hur fungerar flera språk och kulturer sida vid sida i ett stort företag?

Enligt Vuorela (2009: 298) är det möjligt att lära sig interkulturell företagskommunikation. Detta innebär att man inte bara behärskar språket utan också känner till andras sätt att tänka och att man förstår också oartikulerade meddelanden.

När det gäller företagskommunikation räcker det inte att man bara känner till de ovannämnda aspekterna utan företagets kultur spelar också en viktig roll.

## 1.1 Syfte

Syftet med min avhandling pro gradu är att redogöra för den flerspråkiga kommunikationen inom det finsk-svenska skogsbolaget Stora Enso. Dels är jag intresserad av vilka språk som används i kommunikation på företaget och dels av om Stora Enso har fastställt en särskild språkpolicy. Största delen av Stora Ensos verksamhet sker i Europa. Finland har cirka 6 300 anställda, Sverige cirka 4 800, Tyskland cirka 2 100, Polen 1 900 och de andra europeiska länderna cirka 3 900 anställda. Stora Enso har verksamhet också i Ryssland, Brasilien, Uruguay, Kina, Pakistan, Laos och USA. (Stora Enso 2016.) Jag är intresserad av att veta hur språkanvändningen och kommunikationen fungerar inom Stora Enso.

Med *språkanvändning* avser jag den interna kommunikationen inom företaget och den externa kommunikation som sker mellan Stora Enso och dess kunder, intressentgrupper och andra nätverk. I *Case Wärtsilä* definierar Herberts och Malkamäki (2014: 55) termen *språkanvändning* på följande sätt: ”Användningen av ett språk kan betyda att man hör eller läser på eller/och själv använder det i tal och skrift.”

Jag är intresserad av att veta om Stora Enso utnyttjar den nordiska språkgemenskapen och ”skandinaviskan” med enheterna i Norden och om de har en skild språkpolicy med enheterna utanför Norden. I vilken mån används engelska? Vilka andra språk används inom Stora Enso? Kommunikationen i ett globalt företag är interkulturell och därför är det viktigt att också få svar på frågan om kulturella skillnader samt de möjliga problem och missförstånd som kan förekomma i möten mellan alla de länder där verksamheten äger rum.

Denna avhandling pro gradu är en undersökning inom flerspråkighetsforskning som hör till ett bredare område som kallas sociolingvistik. Coupland och Jaworski (2009: 425) hävdar att flerspråkighet är ett av de första temat inom sociolingvistiken. Enligt



Coupland och Jaworski (2009: 425–426) var det vanligt i 1800-talets Europa att tänka att en nation bara har ett språk.

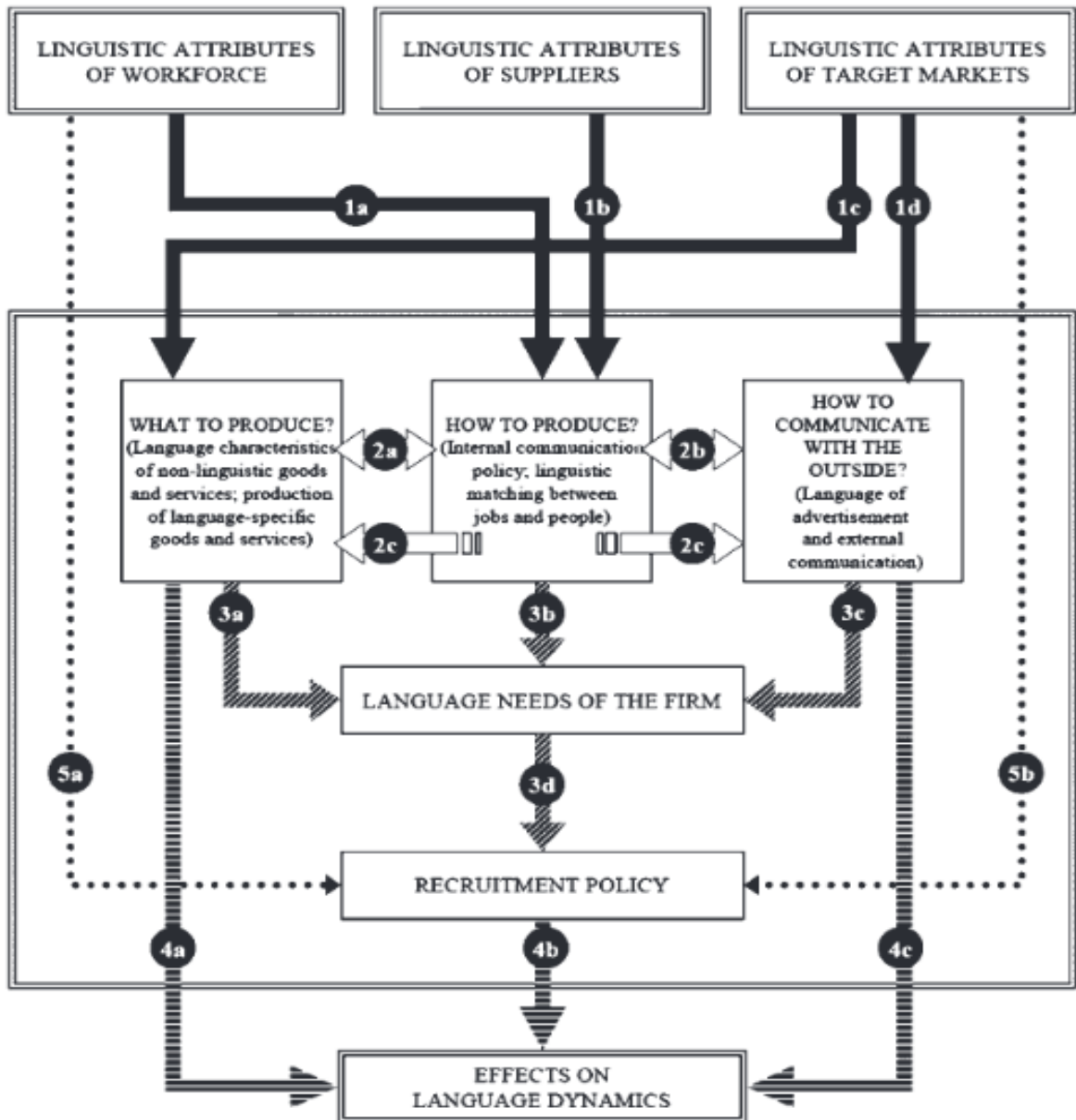
Flerspråkighet är en term som kan tolkas på flera olika sätt. Den kan betyda språkliga beteendemönster, språkkunskaper och allt från individuell tvåspråkighet till officiella språkpolicyer. En officiell definition av termen är att flera språk existerar vid sidan av varandra eller att man behärskar flera språk. (Carson 2003: 17.)

Man har börjat forska i flerspråkighet i arbetslivet under de senaste åren. Språkkunskaper är en viktig faktor när det gäller yrkeskunnighet och erbjuder stora utmaningar för skolsystemet, till exempel vilka språk som ska läras i skolor och i vilken utsträckning. Språket är grunden till all mänsklig aktivitet och därför är språkkunskaperna viktiga också i arbetslivet. (Grin m.fl. 2010: 13.)

Den ekonomiska synpunkten i flerspråkighetsforskning är något som vanligen inte tas upp inom sociolingvistik. Den så kallade *språkekonomin* är ett relativt nytt forskningsfält inom flerspråkighetsforskningen och den behandlar bland annat följande frågor: Hur påverkar arbetstagarnas språkkunskaper ett företags avkastning? Är produktiviteten bättre om arbetstagarna använder ett officiellt språk inom företaget (koncernspråk) eller om de använder sina modersmål? Kan ett företag öka sin marknadsandel med att använda kundernas språk? De här är språkekonomiska frågorna som måste tas upp om ett företags ekonomiska framgång ska tryggas. Det är vanligt att man inte tar hänsyn till de här frågorna, men på grund av språkekonomin har de börjat beaktas mera. (Grin m.fl. 2010: 16–17.)

*Ekonomisk analys* spelar en viktig roll i mikroekonomisk forskning. *Mikroekonomi* studerar hur individer, hushåll och företag fattar beslut när det gäller begränsade resurser och hur dessa beslut påverkar utbud och efterfrågan. (Maurya 2008: 1). Ekonomisk analys hjälper företagen att nå maximal vinst. Ekonomerna analyserar till exempel vad som händer om situationen med marknaden, konkurrenterna eller teknologin förändras. Språket är sällan något som beaktas när det gäller ekonomisk analys även om flera arbetsgivare ofta söker arbetstagare med kunskaper i specifika

språk och är villiga att ge dem ersättning för språkkunskaperna. En ekonomisk analys ur ett lingvistiskt perspektiv tar hänsyn till språkets inverkan på företaget, det vill säga hur språket påverkar produktion och försäljning. (Grin m.fl. 2010: 17–19.) I figur 1 nedan presenterar jag språkekonomiska variabler som är viktiga att beaktas med tanke på ett företags språkliga strategier.



**Figur 1.** En analytisk struktur av företagens språkliga behov (Grin, Sfreddo & Vaillancourt 2010: 20.)

Grin, Sfreddo och Vaillancourt (2010: 21) använder termen *lingvistiskt attribut* (*linguistic attribute*) i företagskontext där arbetstagare, inköpare och andra aktörer inom en organisation använder olika språk. Generellt brukar lingvistiska attribut definieras som en individs första språk samt alla andra språk han eller hon behärskar. Figur 1 ovan visar hur olika aktörer bundna till ett företags verksamhet behöver språk och hur ett företag kan leva upp till aktörernas språkliga behov. I denna undersökning fokuserar jag på 1a, det vill säga arbetstagarnas språkanvändning (*linguistic attributes of workforce*) men jag kommer även att lyfta fram 1d (*linguistic attributes of target markets*) när jag redogör för den externa kommunikationen på Stora Enso.

Den första frågan i den analytiska strukturen av företagets språkliga behov är vad som ska produceras (*what to produce*). När ett företag säljer en produkt utomlands ska man till exempel bestämma på vilket språk texten i logon står, det vill säga hur viktigt det är att kundens språk syns i produkten. Den andra frågan som ska beaktas är hur man ska producera produkten eller servicen (*how to produce*). Ur ett lingvistiskt perspektiv behandlar denna fråga vilket eller vilka språk som används internt på företaget. (Grin m.fl. 2010: 22.) Den tredje frågan gäller mottagarnas, det vill säga kundernas språkliga behov (*how to communicate with the outside*). Om ett västeuropeiskt företag vill sälja produkter till exempel i Turkiet och maximera vinsten, måste också annonserna vara på turkiska. Denna fråga behandlar således företagets externa kommunikation. (Grin m.fl. 2010: 23.)

## 1.2 Material

Materialet för denna undersökning har jag samlat in med hjälp av ett frågeformulär (se bilaga 1). Undersökningen är riktad till personalen som arbetar vid olika avdelningar på Stora Enso i Sverige. Jag kommer inte att undersöka Stora Ensos avdelningar utanför Sverige. Jag har samlat in materialet under hösten 2015.

Jag har skickat enkäten via e-post till 92 arbetstagare på Stora Enso som arbetar på olika avdelningar. Frågeformuläret består av fem bakgrundsfrågor som behandlar bland annat

informanternas ålder, kön, utbildning och modersmål. Jag har fått sammanlagt 26 svar vilket utgör 28,26 procent av dem som enkäten skickades till (se bilaga 2). 25 informanter har svenska som modersmål och en har danska som modersmål. Svaren har behandlats anonymt.

66 personer svarade inte på enkäten, det vill säga bortfallet var 71,74 procent. Jag skickade länken till enkäten via e-post i november 2015 och två av e-postmeddelandena kom tillbaka eftersom adressen inte stämde och för två meddelanden fick jag ett automatiskt ledighetsmeddelande och därför kunde inte dessa fyra informanter svara på enkäten. Kontaktuppgifterna var tillgängliga på Stora Ensos hemsida. Enkäten bestod av 26 frågor varav 20 var öppna och 6 slutna. En anledning till det relativt stora bortfallet kan vara att enkäten var för tidskrävande. Om alla frågor hade varit slutna skulle jag troligen ha fått flera svar. Jag beslöt mig dock att använda öppna frågor eftersom jag på så sätt fick mera varierande svar och intressanta synpunkter på sådant som jag inte annars skulle ha frågat.

Som jag påpekat ovan, är frågorna i enkäten för det mesta öppna frågor och deras funktion är att ge mera personliga och omfattande svar på frågorna. Det finns även några slutna frågor som mestadels gäller informanternas bakgrund.

### 1.3 Metod

Min undersökning är en kvalitativ fallstudie. Undersökningen är en fallstudie eftersom jag fokuserar på ett företag och dess flerspråkiga kommunikation. Jag kommer att fokusera på språket i enheterna i Sverige och deras externa kommunikation som sker på flera olika språk.

Denna undersökning är kvalitativ. För en kvalitativ undersökning är det typiskt att hitta lösningar till problem och att tolka olika betydelser. Ett kvalitativt material är vanligen mångskiktat och ger möjligheter till omfattande tolkningar. (Alasuutari 1995: 53, 84.) Av den anledningen har jag valt att huvudsakligen använda öppna frågor i min enkät.

Det är dock sällan man använder enbart en metod. Enligt Pertti Alasuutari (1995: 53) kan kvalitativa undersökningar innehålla också kvantitativa inslag. Till exempel resultaten kan presenteras med hjälp av kvantitativ analys. Jag har delvis använt den kvantitativa metoden med hjälp av tabeller för att klargöra hur mycket vissa språk används i olika situationer.

Denna avhandling är en enkätundersökning. Enkäterna liknar intervjuer men på enkäter svarar man själv utan någon inblandning av en intervjuare. Termen *enkät* kommer från franskans *enquête*. (Trost 2012: 9.) Enkäten i denna undersökning är en så kallad *webbenkät*. Webbenkäterna har blivit ett vanligt sätt att samla in material på grund av deras kostnadseffektivitet. Ett problem med webbenkäter som skickas via e-post är dock att adresserna i mottagarfältet är synliga till alla och således kan mottagarna se vilka som har fått länken till enkäten. (Hultåker 2012: 135, 138.) När det gäller denna undersökning har 26 informanter svarat på enkäten och således är bortfallet relativt stort (71,74 %) vilket skyddar informanternas anonymitet.

Enligt Jan Trost (2012: 15) är det viktigt att syftet med enkätundersökningen är välformulerat innan man skickar enkäten till informanterna. Han anser att mycket ofta händer det så att syftet inte är klart när materialet samlas in vilket påverkar undersökningens resultat i fortsättningen. Det är delvis fallet med denna undersökning också. Syftet formulerades efter att materialet hade samlats in. Om syftet hade varit klarare formulerat i början skulle också frågorna i enkäten ha varit annorlunda och noggrannare.

#### 1.4 Tidigare forskning

Anni Malkamäki och Kjell Herberts (2014: 11) har undersökt språkplaneringen i det globala finska företaget Wärtsilä. Projektet *Case Wärtsilä* var en del av LingVaCitys näringslivsprojekt som hade till syfte att utreda språkplaneringen i finska flerspråkiga företag. Malkamäki och Herberts undersökte hur språkanvändningen har planerats på

Wärtsilä och hur den förverkligas i praktiken. Språkkunskapsbehov och skillnader i olika arbetsuppgifter undersöktes ur ett språkligt perspektiv. Malkamäki och Herberts intervjuade 20 informanter som arbetar som chefer, assistenter och ingenjörer.

Malkamäki och Herberts (2014: 1) anser att det är viktigt för företagen att ha ett *lingua franca*, det vill säga ett gemensamt kontaktspråk. Samtidigt håller de med att det är framträdande att kunna tala motpartens språk i arbetslivet. De språk som informanterna i Malkamäkis och Herberts (2014: 55, 59) undersökning använder mest är finska, svenska och engelska, men också andra språk används. Informanterna i undersökningen *Case Wärtsilä* avser att språkanvändningen inom Wärtsilä sker på ett naturligt sätt och det språk som fungerar bäst i en given situation används. Det är också vanligt att blanda flera språk och arbetstagarna på Wärtsilä brukar tala om *finsvengelska* (Malkamäki & Herberts 2014: 23).

Christina Burek har undersökt ett australiensiskt företag som fusionerades år 2004. I dag har företaget enheter i Australien, USA, Tyskland och Schweiz. Burek har undersökt kommunikationsproblem, missförstånd och hinder i samarbetet mellan de olika kulturerna som nu arbetar tillsammans. (Burek 2010: 13.)

Burek (2010: 135) anlägger tre olika synpunkter i sin undersökning: interkulturell integration i företag som har fusionerats med utländska företag, effektiv kommunikation mellan de olika kulturerna som verkar i företaget samt deras artighetsstrategier. Att anpassa sig till kulturskillnader och att behärska interkulturell kommunikation är viktigt när man styr ett framgångsrikt företag. Burek anser att kulturskillnader förekommer i alla företag där olika kulturer verkar sida vid sida.

Resultaten av Bureks undersökning är att globala ledare sällan är medvetna om att det förekommer kulturskillnader mellan arbetstagare från olika kulturer och därigenom är det svårt för dem att klara sig av problemsituationer. Således spelar interkulturell kompetens en viktig roll när det gäller goda arbetsresultat. (Burek 2010: 136.)

Leena Louhiala-Salminen (2002) har studerat det svenska Storas och det finska Ensos fusion till Stora Enso samt den svenska Nordbankens och finska Meritas fusion till Merita-Nordbanken, sedermera Nordea. I sin undersökning syftar Louhiala-Salminen till att precisera Stora Ensos och Nordeas kommunikativa strategier och praktiker. I synnerhet är hon intresserad av att undersöka fusionens inverkan på de kommunikativa strategierna, redogöra för de faktorer som påverkar språkvalet i olika kommunikativa situationer, attityderna till språkvalet, identifiera de möjliga problem och kulturella skillnader som kan dyka upp i internationell kommunikation. (Louhiala-Salminen 2002: 5.) Louhiala-Salminens undersökning genomfördes år 2002 och jag kommer i min undersökning att reflektera över hennes resultat och redogöra för de möjliga förändringarna som har skett i de kommunikativa praktikerna under de senaste 14 åren.

### 1.5 Företaget Stora Enso

Stora Enso är ett finsk-svenskt skogsindustriföretag som grundades när det svenska företaget Stora Kopparbergs Bergslags Aktiebolag (STORA) fusionerades med det finska företaget Enso Oyj år 1998. Stora Ensos huvudkontor ligger i Helsingfors. Skogsbolagets rötter går ända tillbaka till 1300-talet med flera olika verksamhetsfält, utlandsetableringar och företagsaffärer längs vägen. De första skriftliga bevisen av föregångarnas verksamhet är från år 1288 när det fanns en koppargruva nära Falun i Sverige. Således har företaget varit tvunget att anpassa sig till förändringar och nya utmaningar genom hela sin existens. Enligt Stora Ensos historik är förändring och anpassningsförmåga en del av företagets arv. Förändringen är fortfarande på gång på grund av nya möjligheter som förnybart material erbjuder. (Stora Enso 2016.)

Stora Ensos verksamhetsfält är inom förpackningar och produkter som är gjorda av papper, trä och biomaterial. Företaget består av fem avdelningar: Consumer Board, Packaging Solutions, Biomaterials, Wood Products och Paper. Stora Ensos verksamhet baserar sig på förnybart material. Stora Ensos största kunder är bygg- och förpackningsbranschen, förlag- och tryckeriaktörer samt pappersbruk. På företaget arbetar cirka 27 000 personer i över 35 länder. Stora Enso är ett börsnoterat företag med

aktier i Stockholm och Helsingfors. Företagets handelsomsättning var 10,2 miljarder euro år 2014 och det operativa rörelseresultatet 810 miljoner euro. (Stora Enso 2016.)

Förändringen präglar Stora Ensos verksamhet. Den traditionella pappers- och kartongproducenten håller på att förvandlas till ett företag som utnyttjar förnybart material i sina produkter. Enligt Stora Enso är kundinriktning och innovativitet viktiga faktorer när det gäller förändringsstrategier. Stora Enso syftar till att ta ansvar för sin verksamhet. För att göra detta strävar de efter att utbilda sig, ta initiativ och bevara sina goda kundförhållanden. (Stora Enso 2015.) Med tanke på att genomföra denna del av förändringsstrategin är det också viktigt att ta språkstrategierna i beaktande.



## 2 SPRÅKPOLICY OCH INTERKULTURELL KOMMUNIKATION I FÖRETAG

I detta kapitel presenterar jag betydelsen av termen *språkpolicy* och hur den fungerar i olika sammanhang. Jag presenterar vad som kan dyka upp när människor från olika kulturer arbetar sida vid sida. I avsnitt 2.1 ger jag en överblick över Europas språkpolicy och i avsnitt 2.2 koncentrerar jag mig på den nordiska språkgemenskapen och dess språkpolicy. I avsnitt 2.3 presenterar jag vilka språkliga aspekter som framkommer och vad själva företagen måste ta hänsyn till när de etablerar sig utomlands. I avsnitt 2.4 presenterar jag engelskans roll i den internationella affärsverksamheten och hur engelskan uppfattas som världens lingua franca. Jag kommer att klarlägga termen *lingua franca* och presentera dess betydelse i dagens företagsvärld. I avsnitt 2.5 presenterar jag termen *interkulturell kompetens*, vad den innebär och hur man med hjälp av den kan undvika missförstånd och kulturella konflikter.

Med termen *språkpolicy* avses åtgärder som syftar till att sammanfoga förhållandena mellan språken och samhället. *Språkplanering* är en närliggande term som ofta används som synonym till språkpolicy. Språkplaneringen syftar till att planera, genomföra och värdera språkpolitiska avsikter. Språkplanering är således ett bredare fenomen än språkpolicy. (Lappalainen, Sorjonen & Vilkuna 2010: 11.) Utgångspunkten för språkpolitisk forskning är att språken och deras ställning inte avskiljs från samhället utan de hänger alltid ihop med språkgemenskapen och språkanvändarna. Således förändras språkens ställning i takt med samhällliga förändringar. (Johansson & Pyykkö 2005: 10.)

Språkpolicy och språkplanering kan delas in i tre delar: *statusplanering*, *korpusplanering* och *planering av språkundervisning*. Med statusplanering avses sådana åtgärder som vidtas när man reglerar språkets ställning i samhället. Till exempel de språk som används i Finland och de språkliga rättigheterna bestäms i Finlands språklag. (Lappalainen m.fl. 2010: 11.) Statusplanering genomförs på makronivå, det vill säga den hör till samhällets och statens uppgifter. Statusplanering berör inte bara lagstiftning utan man syftar också till att stärka ett visst språks ställning i hemlandet eller i internationell kommunikation. (Johansson & Pyykkö 2005: 17.)

Med korpusplanering avser man att man standardiserar ett språk så att skriftspråket (standardspråk) följer en viss struktur och att det här standardiserade språket utvecklas. Detta kallas *språkvård*. Med planering av språkundervisning avser man modersmålsundervisning (mängd och kvalitet) och främmandespråksundervisning samt minoritetsspråkstalarnas språkundervisning. (Lappalainen m.fl. 2010: 11.)

Språkpolicy behandlar språket ur tre synvinklar: språket ses som problem, rätt eller resurs. Språket som ett problem betyder att minoritetsspråket inte syns bakom majoritetsspråket. På så sätt förhindrar det minoritetsspråkstalarna att anpassa sig till den dominerande kulturen. Språket som en rätt betyder att de språkliga rättigheterna uppfylls. Språket som en resurs betyder att språket ses som en rikedom för hela gemenskapen. Detta kan också tillämpas inom organisationernas språkbruk. (Johansson & Pyykkö 2005: 17–18.)

## 2.1 Språkpolicy i Europa

I Europa talas flera hundra språk och till de här språken hör nationernas officiella språk, minoritetsspråk och invandrarspråk. Detta betyder att Europa är en flerspråkig kontinent. Största delen av länderna i Europa är dock officiellt enspråkiga med undantag av till exempel Belgien, Finland och Schweiz. Det sägs att Europa *de jure* är enspråkigt och *de facto* flerspråkigt. (Johansson & Pyykkö 2005: 9–10.)

I Europa brukar flerspråkighet betraktas som något exceptionellt och enspråkighet brukar betraktas som en norm. Européerna brukar tänka att detta också är fallet i andra delar av världen. Egentligen betraktas flerspråkighet i global kontext som en norm och enspråkighet som något exceptionellt. Detta beror på att språkpolicyerna i Europa brukade under flera århundraden planeras på ett sätt som främjade en nations enspråkighet. En nation ville vara kulturellt och språkligt homogen. Ett dominerande språk i en nation representerade patriotism och människornas identitet samt åtskilde nationerna från varandra. (Carson 2003: 18.)

I Europeiska unionens institutioner hör en nation och ett språk fortfarande ihop. EU har accepterat varje medlemsstats nationalspråk som officiella språk. De här språken är språk som varje EU-medlem får använda i ärenden med EU:s institutioner och få ett svar på samma språk. I EU finns det tre typer av flerspråkighet: flerspråkighet bland personer som arbetar för EU, flerspråkighet som syns mellan institutionerna och publiken samt EU-medborgarnas individuella flerspråkighet. (Carson 2003: 18–19.)

I EU har man skapat en språkpolicy som gäller individuell flerspråkighet (*plurilingualism*). Enligt denna princip borde alla medborgare i Europa kunna minst två främmande språk utöver sitt modersmål. En stor del av européerna är enspråkiga. En individuellt flerspråkig person har ofta en positiv attityd till främmande språk och kulturer. Europeisk språkpolicy syftar till den här individuella flerspråkigheten hos allt flera människor så att de skulle kunna använda flera olika språk i olika sammanhang. (Huhta 2005: 101–103.)

## 2.2 Den nordiska språkgemenskapen i ett språkpolycyperspektiv

Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige bildar ett sociokulturellt område med en liknande historia och kultur. Språket är en viktig gemensam faktor mellan dessa länder. (Haugen 1977: 23.) Med *den nordiska språkgemenskapen* avser man möjligheterna till internordisk kommunikation. Den nordiska språkgemenskapen bygger på svenskans, danskans, norskans, isländskans och färöiskans gemensamma urnordiska ursprung. Finskan, grönländskan och samiskan tillhör inte denna grupp. (Börestam Uhlmann 1991: 5.)

Börestam Uhlmann (1991: 5) definierar begreppet *gemenskap* både konkret och abstrakt. Med konkret gemenskap avser hon att vissa personer är i kontakt med varandra. Med abstrakt gemenskap avser hon personer som identifierar sig med varandras kultur och vanor. Den nordiska språkgemenskapen anses traditionellt ha ett mycket betydelsefullt symbolvärde för nordbor. Den skapar den nordiska identiteten

och den nordiska samhörighetskänslan. Denna samhörighet betonas när nordbor möter varandra utanför Norden. (Grünbaum 1997: 8.)

Till de fem nordiska språken hör danska, färöiska, isländska, norska och svenska. Färöiskan och isländskan skiljer sig från de övriga nordiska språken till exempel genom böjningssystem. Färöiskan och isländskan har inte påverkats av lågtyskan eller andra internationella ord och uttryck så som de andra nordiska språken. Danska, svenska och norska används mest i internordisk kommunikation eftersom de liknar varandra i ordförrådet, ljudsystemet och böjningssystemet. De här tre skandinaviska språken har dock olikheter. Danskan och norskan har ett mycket liknande ordförråd medan svenskan och norskan liknar varandra när det gäller uttalet. Uttalsmässigt skiljer sig danskan från norskan och svenskan. (Delsing & Lundin Åkesson 2005: 3.)

Den nordiska språkgemenskapen innebär att norrmän, danskar, svenskar och finlandssvenskar kan i princip umgås med varandra på sitt eget modersmål. Enligt undersökningar är det lättast för norrmän att förstå andra nordiska språk. Andra nordbor förstår också norska bättre än andra språk i Norden. Bland danskar och svenskar kan det lätt uppstå problem i språkförståelsen. Speciellt svenskarna kan ha problem med talad danska. (Grünbaum 1997: 6.) Danskan är svårare att förstå eftersom skrift och tal skiljer sig relativt mycket åt. Skriften liknar mycket de andra nordiska språken medan talet är annorlunda än de andra språken i Norden. (Delsing & Lundin Åkesson 2005: 5.)

Alla de nordiska länderna har tagit hänsyn till språkpolitiska frågor. Till Danmarks språkpolitiska program hör *Sprog på spil* (2003) och *Språk til tiden* (2008), till Finlands hör *Tänk om* (2003) och *Suomen kielen tulevaisuus* (2009), till Islands hör *Íslenska til alls* (2009), till Norges program hör *Norsk i hundre!* (2005) och *Mål og mening* (2008) och till Sveriges språkpolitiska program hör *Mål i mun* (2002), *Bästa språket* (2005) och *Värna språken* (2008). (Josephson 2015: 86.)

Med tanke på denna undersökning anser jag att Sveriges språkpolitiska program är de viktigaste. Enligt Josephson (2015: 86–87) utgör programmet *Mål i mun* grunden för Sveriges språkpolitik: ”svenskan skall vara ett komplett och samhällsbärande språk; den

offentliga svenskan skall vara korrekt och välfungerande; alla ska ha rätt till språk: svenska, modersmål och främmande språk.”

De språkpolitiska frågorna har på grund av globalisationen varit aktuella under flera år i de nordiska länderna. Man har börjat diskutera att det är viktigt för nordbor att lära sig andra språk utöver de nordiska nationalspråken och att förstå de möjligheter som språkkunskaperna kan erbjuda. Samtidigt har man försökt förstärka de nordiska nationalspråkens ställning med tanke på att de kan användas fullständigt i både vardagliga och i fackspråkliga sammanhang. De nordiska utbildnings- och kulturministrarna signerade den så kallade *Deklarationen om nordisk språkpolitik* år 2006. (Aurstad 2015: 35–36.)

Bodil Aurstad (2015: 37) nämner följande fem aspekter som deklARATIONEN vill nå:

- at alle nordboere kan lese og skrive det eller de språk som fungerer som samfunnsbærende i området hvor de bor
- at alle nordboere kan kommunisere med hverandre, først og fremst på et skandinavisk språk
- at alle nordboere har grunnleggende kunnskaper om språkkretigheter i Norden og om språksituasjonen i Norden
- at alle nordboere har meget gode kunnskaper i minst ett språk med internasjonal rekkevidde og gode kunnskaper i ytterligere ett fremmedspråk
- at alle nordboere har allmenn kunnskap om hva språket er og hvordan det fungerer

Deklarationen har två huvudtankar. Den första huvudtanken är att de nordiska länderna är flerspråkiga och att det är viktigt att ta hänsyn till alla de flera hundra språk som talas där, inte bara nationalspråken. Den andra huvudtanken är att det inte bara är de liknande språken som håller den nordiska språkgemenskapen samman utan också en gemensam språkpolitik spelar en viktig roll. Det är med andra ord viktigt att värna om de nordiska språkens likheter och utveckla dem. (Josephson 2015: 87–88.)

### 2.3 Språkpolicy på företagsnivå

Företagets språkval beror ofta på sammanhanget och några entydiga anvisningar finns sällan. Språkvalen är också en del av företagets strategiprocess. (Kangasharju, Piekkari & Säntti 2010: 136–137.) När ett företag planerar sina språkliga strategier försöker man hitta svar på frågor som behandlar dagens och framtidens viktiga språk. Vilka språk kommer att vara viktiga i framtiden och hur de borde användas nu? Till vilka språk borde texterna översättas och vilka språk borde studeras? Språkkunskaperna är viktiga i dagens arbetsliv och därför behöver också företagen grundlig språkplanering. (Malkamäki & Herberts 2014: 6.)

Företagen väljer ofta ett standardiserat företagsspråk, det vill säga ett officiellt arbetsspråk som används i företagets interna kommunikation, rapporter och dokument. Ett gemensamt språk för hela företaget kan skapa en känsla av samhörighet i en sådan organisation eller samfund vars medlemmar kommer från olika länder. (Kangasharju m.fl. 2010: 138.)

På grund av ökande globalisering måste företagen fästa mer uppmärksamhet på språk som de använder i arbetet. I globala företag arbetar människor från olika kulturer där till exempel industrin har utvecklats i varierande takt och där utbildningen är annorlunda. Språket spelar en viktig roll om multinationella organisationer vill fungera effektivt. Företagen syftar ofta till effektivitet i sin kommunikation och verksamhet med att fastställa ett standardiserat arbetsspråk. Flera språk och kulturer kan ge ett företag möjligheter som konkurrenterna inte nödvändigtvis har. (Gòkè-Paríolá & Dhir 2002: 241–242.)

När det gäller språkstrategier i företagsplanering fäster man uppmärksamhet på språkanvändning, kapital, ekonomiskt värde och resultat. Med språkanvändningen avses att man väljer ett arbetsspråk. Kapital betyder att man i företagsplaneringen betraktar språket som en konkurrensfördel, så kallat intellektuellt kapital vilket ger företaget ekonomiskt värde. När det gäller språk syftar företagsplanering till ett resultat där språket leder till effektivitet och likriktad kommunikation mellan personalen.

Terminologin i arbetsspråket tenderar att vara homogen för att skapa sammanhängande kunskaper och ett koherent språk. (Gòkè-Paríolá & Dhir 2002: 246–247.)

Ett arbetsspråk i företaget ger fördelar i internationella sammanhang. Det möjliggör den globala rapporteringen och förhindrar möjligheterna till missförstånd. Arbetsspråket gör företagets dokument mera tillgängliga för personalen. Informationsförmedlingen mellan moderbolaget och det möjliga dotterbolaget blir också mera effektiv. Ett gemensamt arbetsspråk skapar också en känsla av samhörighet vilket spelar en stor roll när företagskulturen formas. Den bästa språkstrategin är att företaget har ett gemensamt arbetsspråk men ändå tar den språkliga mångfalden i beaktande. Att kombinera arbetsspråkets status- och korpusplanering med språklig mångfald och internationalism erbjuder företaget en maximal konkurrensfördel. (Gòkè-Paríolá & Dhir 2002: 247–248.)

Undersökningarna visar att när ett internationellt företag misslyckas beror det ofta på brister i att förstå människor från främmande kulturer och anpassa sig till deras vanor och synsätt snarare än på bristande kännedom om att professionellt leda ett globalt företag. (Burek 2010: 28.)

Internationella företag skapar ofta egna principer som gäller språkanvändningen. Personalen använder vissa språk i vissa situationer. De här principerna är inte nödvändigtvis officiella men med tiden blir de en del av företagets kultur. (Malkamäki & Herberts 2014: 7–8.)

Globalisering av företag har blivit vanligare på 1900-talet och därigenom har man börjat använda fler språk i företagen. Affärsverksamheten är beroende av social interaktion och person-till-person-kommunikation som är svårt att uppnå med hjälp av översättning. Därför har språkkunskaperna blivit allt viktigare. Det har också undersökts att när två företag har ett gemensamt språk, växer affärsverksamheten med 42 procent. (Piekkari m.fl. 2014: 1.)

När ett företag börjar tänka på etableringsstrategier är det oundvikligt att språkfrågorna dyker upp i något skede. Det är vanligt att företagen till och med undviker sådana länder

där de språkliga utmaningarna är för stora. Kulturella faktorer påverkar också företagens intresse för expansion på den utländska marknaden. Det har undersökts att marknadsförarna känner sig bekvämare på den utländska marknaden där de har ett gemensamt språk. (Piekkari m.fl. 2014: 14.)

Johanson och Wiedersheim-Paul (2007: 307–308) definierar de faktorer som förhindrar företagets etablering i ett visst land som *psykisk distans*. Sådana faktorer är till exempel språkliga, kulturella och politiska skillnader samt skillnader i utbildning och industriell utveckling. De här faktorerna har ofta också med geografisk distans att göra. Den psykiska distansen hindrar flytande kommunikation mellan företagets hemland och den utländska marknaden. Att kunna tala det lokala språket minskar den psykiska distansen och på så sätt hjälper företaget att klara av risker och osäkerhetsfaktorer (Piekkari m.fl. 2014: 10, 14).

Ett företag som håller på att etablera sig utomlands möter en ny organisationskultur och nya kommunikativa kanaler. Arbetstagarna i ett utlandsetablerat företag representerar olika länder, språk och kulturer och speciellt den interna kommunikationen erbjuder arbetstagarna utmaningar. Utlandsetablerade företag fastställer ofta ett språk som de använder som sitt koncernspråk vilket ger kommunikationen tydligare ramar. (Louhiala-Salminen 2002: 4.)

Piekkari m.fl. (2014: 50–51) framhäver att den största utmaningen för ett internationaliserande företag är att nå en balans mellan de globala affärerna och den lokala marknaden. Ledarna måste således satsa på följande fyra aspekter som alla är mera eller mindre påverkade av språket:

1. Dagens företag kan anses vara informationsorganisationer vilket betyder att de måste se till att informationen når hela personalen och att kommunikationskanalerna är tillgängliga för alla.
2. Man måste kunna presentera ny affärsverksamhet, nya produkter och service samt ny teknologi på ett vettigt sätt. För att uppnå en maximal konkurrensfördel spelar språket en viktig roll också när det gäller de här aspekterna.



3. Ett växande företag behöver konsistenta arbetssätt.
4. Företagets verksamhet ska vara kontrollerad. Detta når man till exempel med att rapportera ordentligt. *Informell kontroll* betyder att personalen anpassas till företagskulturen.

#### 2.4 Engelskan som lingua franca inom internationell affärsverksamhet

Det språk som används mellan personer som inte har ett gemensamt språk kallas *lingua franca*. Engelska språket har spridit sig snabbt under 1900-talet och är det språk som man oftast lär sig först som främmande språk. Engelska används mycket vanligt som ett gemensamt arbetsspråk. Det är också språket som ofta används i konferenser och möten i företagsvärlden. (Jenkins 2007: 1–2.)

Enligt Burek (2010: 29) är engelskan det språk som används just nu inom internationell affärsverksamhet. Detta betyder att engelskan är det språk som används mest som kommunikationsspråk också i sådana situationer där det inte finns personer som talar engelska som modersmål.

Termen *lingua franca* användes ursprungligen när handelsmän med olika språkliga bakgrunder gjorde affärer i hamnar vid Medelhavet under medeltiden. Företagets behov och den rådande situationen har en inverkan på företagets koncernspråk. Att använda engelska i ett internationellt företag placerar arbetstagarna i en språkligt neutral position eftersom engelskan inte är de flestas modersmål. (Du Babcock 2009: 46.)

Engelskan som *lingua franca* i företagskontext kallas *Business English Lingua Franca* (BELF). BELF främjar arbetstagarnas samarbetsförmåga i ett globalt företag. (Tienari 2009: 252–253.) Tienari (2009: 254–255) nämner att till exempel när Merita och Nordbanken fusionerades blev koncernspråket svenska. Det förorsakade problem för de finsktalande arbetstagarna. De finskspråkiga hade svårigheter med interaktion och att kunna tala svenska betraktades som professionell kompetens. Vad man kan kalla ett

problem med att ha engelskan som lingua franca eller koncernspråk inom företag är att den favoriserar de som talar engelska som modersmål.

## 2.5 Interkulturell kommunikation och kompetens

Med termen *kommunikation* avser man det faktum att man förstår varandra. Det sägs att det är omöjligt att inte kommunicera. Kommunikation kan ske verbalt eller icke-verbalt samt medvetet och omedvetet. (Burek 2010: 22.)

Med *interkulturell kommunikation* avser man interaktion mellan personer från olika kulturer och etniska bakgrunder samt hurdan inverkan denna interaktion har på relationer mellan olika grupper, attityder och beteendemönster. Språket spelar en viktig roll i interkulturell kommunikation. Den kulturella bakgrunden avgör till stor del en persons sätt att kommunicera. Till exempel personer från individinriktade kulturer brukar vanligtvis kommunicera explicit. De uttrycker sina önskemål och behov mycket direkt. Kollektivinriktade personer brukar i stället kommunicera indirekt och samarbetsvilligt. (Hua 2011: 1, 3.)

Kulturella normer är de som får människorna att bete sig på ett sätt som är korrekt i deras kultur. Kulturella normer är inlärd redan i tidig barndom och det händer oftast omedvetet. De omfattar varje persons personliga historia, mimer, gester, språk och kroppsspråk och kallas *social grammatik*. För att en interkulturell kommunikativ situation ska lyckas, krävs det att en kulturspecifik social grammatik översätts till en annan kulturspecifik social grammatik. (Burek 2010: 23.) Etnicitet och kulturell bakgrund avgör också talarnas kommunikativa strategier, det vill säga olika sätt att tala och formulera sina meddelanden. Om olika talares kommunikativa strategier skiljer sig mycket från varandra kan det uppstå missförstånd. (Sarangi 2011: 263.) Det här betyder att för att bli förstådd i en interkulturell situation är mycket mer komplicerat än en så kallad intrakulturell situation där talarna kommer från samma kultur (Burek 2010: 25).

Enligt Burek (2010: 25) är *interkulturell kompetens* en term som har blivit viktigare under de senaste åren. Termen tas ofta upp bland annat i ekonomiska sammanhang. Med *interkulturell kompetens* avses att en person medvetet kan bete sig på ett sätt som andra tycker är lämpligt och som passar i kontexten, det vill säga det räcker inte att man behärskar ett främmande språk utan man måste också känna till kulturen. Detta innebär att man känner till kulturskillnaderna och anpassar sig till den främmande kulturen. För att en interkulturell situation ska lyckas borde alla personer i situationen i fråga vara interkulturellt kompetenta. Med hjälp av interkulturell kompetens undviker man missförstånd och korrigerar dem i fall de förekommer. Den interkulturella kompetens en möjliggör effektiv kommunikation.

Burek (2010: 27–28) motiverar kulturens inverkan på affärsverksamhet på följande sätt:

The failure of companies that become international often occurs because someone did not consider the impacts of culture. Companies need to understand the reasons behind people's thinking and values. Only when companies' and people's actions are comprehensible and may, to some extent, even become predictable, organizations will learn how to avoid business loss and failure.

Den kulturella mångfalden ökar på grund av globaliseringen och detta för sin del påverkar organisationernas internationalisering. Det är viktigt att organisationerna tar hänsyn till kulturella skillnader eftersom missförstånd kan vara skadliga för internationell affärsverksamhet. Företagen som misslyckas i internationaliseringen har ofta försummat de kulturella faktorerna. (Burek 2010: 27–28.)

### 3 SPRÅKPOLICY PÅ STORA ENSO I PRAKTIKEN

I detta kapitel kommer jag att presentera och analysera resultaten av frågeformuläret. I undersökningen framkom det att koncernspråket på Stora Enso är engelska. En informant (informant 13) anser att Stora Ensos koncernspråk är svenska och en informant (informant 19) svarade att hon inte vet vad Stora Ensos koncernspråk är. Detta kan tolkas så att Stora Enso inte har någon officiell språkpolicy som alla anställda skulle vara medvetna om.

När det finska företaget Enso fusionerades med det svenska Stora i december 1998 och tillsammans bildade det finsk-svenska företaget Stora Enso, bestämde företagets ledning att koncernspråket ska vara engelska. (Louhiala-Salminen 2002: 6.) Engelskan är det språk som oftast väljs som koncernspråk. Globala företag har under årens lopp börjat utnyttja begreppet *koncernspråk* i sin verksamhet. Ett koncernspråk syftar till en fastställd språkpolicy som anvisar vilket språk eller vilka språk som ska användas i företagets kommunikation. Oftast är engelskan ett av de här språken. Ett gemensamt språk främjar företagets verksamhet till exempel med att underlätta samarbetet, öka inläringen i ett företag och minska risken för missförstånd. (Louhiala-Salminen & Kankaanranta 2012: 5.)

Frågeformuläret skickade jag till 92 personer som arbetar på Stora Enso i Sverige inom olika avdelningar. 26 personer deltog i utfrågningen varav 11 var kvinnor och 15 var män (se bilaga 2). Informanterna är 18–64 år gamla och alla utom en är svenskar med modersmålet svenska. En av männen (informant 12) är dansk med modersmålet danska.

En informant har grundutbildning, 2 informanter har avlagt gymnasieexamen, 3 informanter har yrkeshögskoleutbildning, 8 har avlagt kandidatexamen och 12 har avlagt magisterexamen som högsta utbildning. Informanterna arbetar som verkställande direktör, försörjningsledare, försörjningsplanerare, affärschef, human resources-specialister, produktionsledare, kommunikationschefer, informationschefer och personalchefer.

### 3.1 Den språkliga vardagen på Stora Enso

I detta avsnitt kommer jag att presentera den språkliga vardagen på Stora Enso. Jag har frågat informanterna vilka språk de i första hand använder under en arbetsdag (tabell 1), hur många och vilka språkgrupper de möter på arbetet och på vilka språk de umgås med sina kolleger utanför arbetet, till exempel under fikapausen.

I tabell 1 nedan finns informanternas primära arbetsspråk under en vanlig arbetsdag. Frågan var en sluten fråga och det var möjligt att välja flera svarsalternativ. Informanterna kunde också själva tillägga ett språk som de använder om detta inte fanns bland svarsalternativen.

---

**Tabell 1.** Personalens primära arbetsspråk

Språk	Antal	%
Svenska	18	69,23 %
Engelska	1	3,85 %
Svenska och engelska	5	19,23 %
Övriga språk	2	7,69 %

---

Det kommer fram att personalen på Stora Enso i Sverige använder huvudsakligen svenska i sitt arbete. Största delen av informanterna (69,23 %) använder svenska som sitt primära arbetsspråk under en vanlig arbetsdag. Engelskan används relativt litet trots att Stora Enso är ett globalt företag med flera kontor och fabriker utomlands. 19,23 procent av informanterna svarar att de använder både svenska och engelska som sina primära arbetsspråk. En informant (informant 21) berättar att hans primära arbetsspråk är engelska. Med *övriga språk* avser jag de språk som används utöver svenska och engelska, det vill säga sådana språk som informanterna har tillagt efter att de ha svarat svenska, engelska eller båda.

En informant som är dansk (informant 12) använder danska, svenska och engelska under en vanlig arbetsdag. Informant 23 talar flytande tyska utöver svenska och därför använder han både svenska och tyska i sitt arbete.

Leena Louhiala-Salminen (2002: 23) har tagit reda på vilka språk hennes informanter använder i arbetet. Hennes informanter är finnar och svenskar. Det språk som enligt hennes undersökning användes mest var svenska (45 %), finska (37 %) och engelska (17 %). Utöver nationalspråken svenska och finska användes alltså koncernspråket engelska mest. Några informanter svarade att de använder ryska, danska, tyska och till och med latin. Detta resultat stämmer överens med mina resultat. Mina informanter arbetar i Sverige och därför är de största arbetsspråken svenska och engelska. Övriga språk används i mindre utsträckning.

Jag frågade informanterna hur många olika nationaliteter och språkgrupper det finns på deras arbetsplats. 42,31 procent av informanterna svarade att det finns enbart personer från Sverige med svenska som modersmål på arbetsplatsen. 19,23 procent av informanterna svarade att det finns personer från Sverige med svenska som modersmål och personer från något engelskspråkigt land. 7,69 procent av informanterna svarade att det finns mest svenskar men några tvåspråkiga finländare talar flytande svenska med svenskarna. 30,77 procent av informanterna berättade att utöver svenskarna finns det några personer vilkas modersmål är tyska, norska, danska, finska, tjeckiska eller persiska.

Jag frågade informanterna på vilket språk de umgås med sina kolleger utanför arbetet, till exempel under fikapauserna. Frågan var en öppen fråga eftersom jag ville ta reda på informanternas personliga åsikter om frågan. 73,08 procent av informanterna svarade att fikapauspråket på deras avledning nästan alltid är svenska. 11,54 procent av informanterna svarade att de talar både svenska och engelska under fikapauserna. Resten av informanterna (15,38 %) svarade att de pratar också andra språk än svenska och engelska under fikapauserna. Frågan var en öppen fråga och följande exempel (exempel 1, 2, 3 och 4) ger en tydligare bild av språkanvändningen under fikapauserna på Stora Enso:

- (1) Det används många språk under fikapauserna men oftast på engelska för att inte hålla någon utanför. (Informant 11)

- (2) Afhænger af hvor man er. I et internationalt miljø på engelsk ellers lokalsprog. (Informant 12)
- (3) Oftast på svenska men det beror på personerna runt bordet. (Informant 23)
- (4) Svenska på lokala enheter men till exempel på kontoret i Stockholm eller Helsingfors används språken blandat. Oftast är det svenska, finska och engelska. (Informant 25)

I exemplen ovan kan man se att även om svenska och engelska används mest utanför arbetet bland personalen, beror valet av språk oftast på personerna som är med i situationen. Informant 11 och 12 berättar att deras avdelningar är mycket internationella och därför är kommunikationsspråket engelska i de flesta situationer. Informant 23 arbetar också i en internationell avdelning där han möter personer från Sverige, Finland, Tyskland och ibland något engelskspråkigt land. Han berättar dock att runt kaffebordet talar man oftast svenska men att andra språk används också vid behov. Informant 25 nämner endast en språkgrupp (svenska) i sin avdelning. Han arbetar i en sådan avdelning där språket under fikapauser oftast är svenska men berättar att på huvudkontoret brukar man tala svenska, finska och engelska.

### 3.2 Det interna och externa kommunikationsspråket

I detta avsnitt presenterar jag Stora Ensos interna och externa kommunikationsspråk. Jag kommer också att redogöra för till vilka språk Stora Ensos skriftliga dokument översätts och på vilka språk möten hålls. I Louhiala-Salminens (2002: 15) undersökning framkommer det att 80 procent av Stora Ensos kommunikation är intern kommunikation och 20 procent extern kommunikation. Detta betyder att den interna kommunikationen är viktig i dagens affärsverksamhet.

Louhiala-Salminen observerar att informanterna i hennes studie förstod begreppen intern och extern kommunikation på olika sätt. Flera av informanterna avsåg att en stor del av den interna kommunikationen egentligen var extern. (Louhiala-Salminen 2002:

17.) Detta syns också i min undersökning och informanterna talar ofta om extern kommunikation när de hänvisar till kommunikationen med Stora Ensos enheter i något annat land än Sverige.

Hur mycket informanterna är i kontakt med arbetstagare eller kunder utanför Sverige beror på deras ställning i organisationen. En del av informanterna kommer ofta i kontakt med människor från andra nationaliteter och en del gör det aldrig. (Louhiala-Salminen 2002: 17.) Detta gäller också min undersökning eftersom en del av informanterna berättar att de väldigt sällan talar något annat språk än svenska och en del berättar att de använder minst svenska och engelska men ofta också till exempel tyska och franska.

### 3.2.1 Intern kommunikation

Den interna kommunikationen har blivit viktigare inom organisationer eftersom de håller ständigt på att förändras och utvecklas. De finsk-svenska företagen är exempel på hur kulturskillnaderna kan spela en stor roll oberoende av ländernas geografiska läge. Utmaningarna blir större när organisationerna etablerar sig utomlands och samarbetar med flera olika kulturer. (Juholin 2006: 140.)

Till företagets interna kommunikation hör förmännens kommunikation, organisationens handlingssätt och den horisontella kommunikationen, det vill säga den kommunikation som sker mellan anställda. Viktigt med den interna kommunikationen är att informationsförmedlingen är öppen och att hela personalen har möjlighet att nå informationen och att få påverka arbetsgemenskapen. För att kommunikationen ska lyckas inom ett företag är den digitala kommunikationen värdefull. Intranät är ett viktigt verktyg för detta och det fungerar globalt inom organisationen. (Juholin 2006: 142–143, 265.)

Frågan om Stora Ensos interna kommunikationsspråk handlar om *linguistic attributes of workforce* som jag presenterade i figur 1 i avsnitt 1.1. Detta attribut handlar om företagets interna kommunikation (*how to produce*). Har företaget någon språkpolicy



som gäller språket som används i intern kommunikation och hur en arbetstagares språkkunskaper motsvarar hans eller hennes yrkesområde? (Grin, Sfreddo & Vaillancourt 2010: 20.)

Jag frågade informanterna på vilket språk Stora Ensos interna kommunikation sker både muntligt och skriftligt. I denna avhandling pro gradu avser jag med *intern kommunikation* två olika former av kommunikation:

1. Den form av kommunikation som används globalt inom organisationen, det vill säga inom alla Stora Ensos enheter som ligger i olika delar av världen. Den här formen av kommunikation definierar Louhiala-Salminen och Kankaanranta (2012: 3) som *international internal communication*.
2. Den form av kommunikation som sker mellan Stora Ensos enheter i olika delar av Sverige. Jag inkluderar denna form eftersom många informanter arbetar inom relativt små avdelningar där kommunikationen enbart sker mellan enheter i Sverige.

I tabell 2 nedan presenterar jag de språk som oftast används i den interna kommunikationen på Stora Enso. Språket på Stora Ensos intranät är koncernspråket engelska.

---

**Tabell 2.** Språk som används i den interna kommunikationen

Språk	Antal	%
Svenska	3	11,54 %
Engelska	4	15,38 %
Svenska och engelska	9	34,62 %
Svenska, engelska och finska	2	7,69 %
Andra språk	8	30,77 %

---

11,54 procent av informanterna arbetar i små enheter på Stora Enso och därför är deras interna kommunikationsspråk oftast svenska. 15,38 procent av informanterna svarar att

deras interna kommunikationsspråk är engelska och de arbetar i större avdelningar på Stora Enso där kommunikationen oftast riktas till Stora Ensos enheter utanför Sverige.

34,62 procent av informanterna svarar att de använder både svenska och engelska i sin interna kommunikation. 7,69 procent svarar att de oftast använder svenska, engelska och finska i sin interna kommunikation. 30,77 procent svarar att de också använder andra språk än svenska, engelska och finska i sin interna kommunikation, såsom portugisiska, kinesiska, tyska, ryska och polska. De informanter som använder flera språk i sin interna kommunikation är ofta i kontakt med Stora Ensos enheter utanför Sverige men också med enheter i Sverige.

### 3.2.2 Extern kommunikation

Företagets externa kommunikation omfattar kommunikationen mellan företaget och dess kunder, intressentgrupper och andra nätverk samt företagets PR (*public relations*). Företagets PR omfattar dess image, varumärke, profilering, rykte och samhällsansvar (Juholin 2006: 185–203.)

Företagen behöver sina intressentgrupper för att fungera framgångsrikt. Således måste de regelbundet fundera på sina kommunikationsstrategier. De här intressentgrupperna kallas också *stakeholders*. Intressentgrupperna är till exempel kunderna, medlemmarna, leverantörerna, finansiärerna och de andra samarbetspartnerna, det vill säga alla som på något sätt deltar i företagets verksamhet. (Juholin 2006: 204.)

För att leva upp till intressentgruppernas informations- och interaktionsbehov måste företaget vara i kontakt med dem. Företagen måste också känna igen aktuella teman och ta ställning i diskussionen. Företagets ledning ansvarar för relationerna mellan samhället och beslutsfattarna i det ekonomiska livet samt för experterna inom sitt eget fackområde. Marknadsföringsdirektörerna ansvarar för kundrelationerna. (Juholin 2006: 204, 206.)

Jag frågade informanterna på vilket språk Stora Ensos externa kommunikation sker både muntligt och skriftligt. I denna avhandling pro gradu avser jag med *extern kommunikation* den kommunikation som sker mellan företaget och dess nätverk. Frågan om Stora Ensos externa kommunikationsspråk handlar om *linguistic attributes of target markets* som jag presenterade i figur 1 i avsnitt 1.1. Detta attribut förklaras med kundernas språkliga behov (*how to communicate with the outside*). I figuren förklaras detta med att informeringen (PR) måste vara på det lokala språket. (Grin, Sfreddo & Vaillancourt 2010: 20.)

I tabell 3 nedan presenterar jag de språk som oftast används i Stora Ensos externa kommunikation.

---

**Tabell 3.** Språk som används i den externa kommunikationen

Språk	Antal	%
Engelska	12	46,15 %
Engelska och svenska	7	26,92 %
Engelska, svenska och finska	2	7,69 %
Andra språk	5	19,23 %

---

46,15 procent av informanterna svarar att Stora Ensos externa kommunikationsspråk oftast är engelska. 26,92 procent svarar att utöver engelska används svenska i företagets externa kommunikation. Informanterna avser att svenska används som externt kommunikationsspråk med svenskspråkiga kunder, intressentgrupper och andra nätverk i verksamhet som sker inom Sverige. 7,69 procent av informanterna svarar att också finska används som externt kommunikationsspråk vid sidan av svenska och engelska. Ingen av informanterna har svarat att svenskan enbart skulle vara det språk som används i den externa kommunikationen.

Andra språk som används i Stora Ensos externa kommunikation utöver dessa tre språk är tyska, ryska, kinesiska, portugisiska och spanska. Många informanter anser att de

ovannämnda språken oftast används i företagets externa kommunikation men att språken varierar mycket beroende på målgruppen.

Enligt Piekkari m.fl. (2014: 6) är Kina ett växande ekonomiskt område och därför är det sannolikt att de kinesiska språkens roll kommer att växa i framtiden också. Flera företag etablerar sig i Kina och de kinesiska företagen blir internationella.

### 3.2.3 Mötesspråk och översättning av skriftliga dokument

I detta avsnitt presenterar jag de resultat som gäller mötesspråket på Stora Enso och översättningen av de skriftliga rapporterna. Stora Ensos mötesspråk var relativt klart. På enheterna i Sverige är det svenska och engelska som är de vanligaste mötesspråken. I tabell 4 nedan visar jag de vanligaste språken som används vid möten.

---

**Tabell 4.** Språk som används vid möten

Språk	Antal	%
Svenska och engelska	20/26	76,92 %
Engelska	2/26	7,69 %
Svenska	4/26	15,38 %

---

Största delen av informanterna (76,92 %) berättar att mötesspråket på deras avdelning är svenska och engelska, det vill säga båda språken används ungefär lika mycket. 7,69 procent av informanterna berättar att möten hålls enbart på engelska och 15,38 procent berättar att de hålls enbart på svenska. De informanter som berättar att mötesspråket är svenska arbetar på mindre avdelningar. De informanter som berättar att mötesspråket är engelska arbetar vid mångkulturella enheter där flera språk används varje dag. I sådana enheter arbetar ungefär lika många utländska personer som svenskar. Informanterna nämnde att beroende på situation kan också andra språk användas vid möten, såsom finska, tyska, ryska, polska eller kinesiska.

Malkamäki och Herberts (2014: 44) har i undersökningen *Case Wärtsilä* kommit fram till att mötesspråket i det finska företaget Wärtsilä också beror på deltagarna. Oftast är språket finska eller engelska vilket motsvarar mötesspråket på Stora Enso i Sverige, det vill säga oftast är det svenska eller engelska som används men även andra språk används vid behov.

Enkelt uttryckt är *översättning* en process där muntlig eller skriftlig kommunikation omvandlas från ett språk till ett annat. Det är också möjligt att använda sådana softwareprogram som översätter texter automatiskt. (Piekkari m.fl. 2014: 28–29.) Automatiserad översättning sparar företagets tid och resurser men för att få ett noggrant översättningsresultat är det bäst att antingen använda företagets egna översättare eller anställa någon utanför företaget. Exakthet i företagets översatta dokument är nödvändig, speciellt när det gäller avtal eller övriga officiella dokument. (Piekkari m.fl. 2014: 35.) Enligt Piekkari m.fl. (2014: 31–32) finns det flera exempel på sådana situationer där felöversättningar har förhindrat affärsverksamhet och således är det viktigt att textens budskap kommer fram exakt i samma form som i originalet när det gäller ett företags skriftliga dokument.

Piekkari m.fl. (2014: 44) anser att översättning i globala företag ofta är informell. En orsak till detta är att ledarna i sådana företag ofta är omedvetna om de språkliga behov som finns. Vanliga arbetstagare möter kunderna direkt och översättningen måste ske omedelbart. Det är lättare för ledarna att få hjälp av en översättare eftersom man ofta inte behöver skynda på att få texterna översatta. (Piekkari m.fl. 2014: 44–45.) Eftersom flera informanter i denna undersökning svarade att de inte vet hur översättningarna fungerar på Stora Enso, drar jag den slutsatsen att Stora Ensos principer när det gäller översättning är rätt informella.

I översättning av Stora Ensos skriftliga dokument kan man se att företaget är mycket globalt. Företagets rapporter översätts till flera olika språk. I tabell 5 nedan presenterar jag de språk som dokumenten översätts till.

**Tabell 5.** Översättning av skriftliga dokument

Språk	Antal	%
Engelska, svenska och finska	3	11,54 %
Engelska, svenska, finska och tyska	4	15,38 %
Engelska, svenska, finska, tyska och kinesiska	2	7,69 %
Engelska och svenska	5	19,23 %
Svenska	1	3,85 %
Andra språk	4	15,38 %
Vet inte	7	26,92 %

11,54 procent av informanterna svarar att Stora Ensos skriftliga dokument översätts till engelska, svenska och finska. 15,39 procent av informanterna tillägger tyskan på listan över de språk som dokumenten översätts till. 7,69 procent av informanterna svarar att utöver de ovannämnda språken översätts dokumenten också till kinesiska. 19,23 procent svarar att dokumenten översätts bara till engelska och svenska och informant 13 (3,85 %) svarar att de översätts enbart till svenska, det vill säga från engelska/det lokala språket till svenska. 15,38 procent av informanterna svarar att utöver alla de språk som jag redan nämnt översätts dokumenten också till andra språk, såsom spanska, tjeckiska och polska.

Informant 7 svarar att dokumenten översätts till de ländernas språk där Stora Enso har verksamhet. I exempel 5 nedan berättar informant 7 mera om Stora Ensos översättningsprinciper.

- (5) Mottagarna kan i vissa fall översätta rapporterna lokalt eller så planeras det redan från början och då översätts materialet till flera språk (inte bara till svenska). (Informant 7)

Exemplet visar att rapporternas originalversion i vissa fall kan skickas direkt till mottagarna och sedan översätts rapporterna på lokalnivå. Informant 7 tillägger också att till exempel koncernnyheter på Stora Ensos intranät översätts till de lokala språken, det vill säga inte enbart till engelska.

### 3.3 Stora Enso och den nordiska språkgemenskapen

Delsing och Lundin Åkesson (2005) har undersökt den nordiska språkförståelsen bland nordbor och jämfört förståelsen av engelska med förståelsen av nordiska språk. De jämför engelska med nordiska språk eftersom engelskan enligt dem har blivit ett viktigt språk vid sidan av nationalspråken i Norden. Delsing och Åkesson har fokuserat på gymnasieelever i Norden och testat deras förståelse av danska, norska, svenska och engelska. (Delsing & Lundin Åkesson 2005: 7.) I detta avsnitt redogör jag för hur och varför personalen på Stora Enso utnyttjar den nordiska språkgemenskapen.

Undersökningen visar att personalen på Stora Enso utnyttjar den nordiska språkgemenskapen relativt flitigt. 57,69 procent av informanterna försöker alltid utnyttja andra nordiska språk i sitt arbete. Flera informanter använder svenska eller andra nordiska språk alltid oberoende av varifrån den andra samtalsparten kommer, det vill säga de utnyttjar den nordiska språkgemenskapen med danskar, norrmän och ibland också finländare. En del svarar att de talar svenska med norrmän men inte med danskar eller finländare. 30,77 procent av informanterna svarar att de inte utnyttjar den nordiska språkgemenskapen och att de alltid använder engelska. 11,54 procent av informanterna har inte svarat på frågan. Detta kan bero på att de sällan möter personer från andra nordiska länder eller att de oftast väljer att tala engelska med andra nordbor.

Exempel 6–10 visar informanternas förmåga att prata skandinaviska med nordbor.

- (6) Ja, vi talar det der vi kalder skandinavisk. I min nærmeste kollegagruppe er vi svenskere, nordmænd, danskere, så der anvender vi enten vores modersmål eller skandinavisk. (Informant 12)

Informant 12 kommer från Danmark och han berättar att han utnyttjar den nordiska språkgemenskapen med sina kolleger. Han arbetar inom en avdelning där det finns arbetstagare från Sverige, Norge och Danmark och att de antingen talar var sitt modersmål eller att de blandar språk så att det blir skandinaviska. Informant 12 berättar att hans primära arbetspråk är danska, svenska och engelska. Han nämner inte det norska språket och på grund av det kan jag dra den slutsatsen att när han kommunicerar

med andra nordbor, sker det oftast på danska, svenska och skandinaviska. Med normmän anpassar han antingen sitt språk till förståelig danska eller talar något slags blandning av danska och svenska så att normmännen också förstår. Delsing och Lundin Åkesson (2005: 136) har fått sådana resultat att danskarna är bättre på att förstå skriven svenska och norska än talad svenska eller norska. De påpekar att detta beror på att skriven danska liknar mera den skrivna svenskan och norskan än talad danska.

- (7) Ja, vi försöker anpassa svenskan till förståelig danska eller norska. (Informant 10)

Informant 10 berättar att arbetstagarna på hans avdelning försöker tala svenska på ett sådant sätt att andra nordbor också förstår. Detta kallas för *ackommodation*. Med *ackommodation* avses att man anpassar sitt eget språk och sätt att kommunicera så att de liknar samtalspartnernas språk och sätt att kommunicera. Det konstateras att *ackommodation* hjälper till exempel invandrarna att acceptera det nya hemlandet. Detta kan anpassas till arbetskontexten också och således kan arbetsresultatet förbättras med hjälp av *ackommodation*. (Giles & Coupland 1991: 60.)

- (8) Jag använder bara svenska. (Informant 3)
- (9) Ja med de norska och danska kollegorna sker kommunikationen på skandinaviska. (Informant 8)
- (10) Jag har mycket sällan kontakt med normmän eller danskar i mitt arbete, men de få gånger jag har haft det har vi pratat skandinaviska. (Informant 15)

Informant 3, 8, och 15 utnyttjar alltid den nordiska språkgemenskapen. Informant 3 berättar att han talar enbart svenska med andra nordbor. Han nämner inte skandinaviskan och således anpassar han troligen sitt svenska till sådant språk som andra nordbor kan förstå. Informant 15 berättar att hon sällan är i kontakt med andra nordbor men de gånger hon gjort det har hon talat skandinaviska.

Exempel 11–14 visar informanternas förmåga att prata skandinaviska med normmän men inte andra nordbor.



- (11) Jag pratar svenska med norrmännen och de svarar på norska. Förstår vi inte varandra så går vi över till engelska. (Informant 13)
- (12) Jag pratar svenska med de norrmän jag har kontakt med. Egentligen vore nog engelska bättre för det har hänt att vi missuppfattat varandra. (Informant 4)
- (13) Sverige + Norge: där kommunicerar vi i princip på vårt eget språk. Med Danmark och Finland är det engelska som gäller. (Informant 17)
- (14) Ja, vi har ett norskt dotterbolag med två anställda och med dem pratar vi svenska/norska. (Informant 26)

Orsaken till varför norrmän förstår andra nordiska språk bättre än svenskar och danskar är att norskan ligger mitt emellan svenska och danska (se avsnitt 2.2), det vill säga det norska ordförrådet liknar danskans ordförråd mycket och det norska ljudsystemet liknar svenskans ljudsystem. (Delsing & Lundin Åkesson 2005: 136.) Detta förklarar också exempel 11–14, det vill säga varför personalen på Stora Enso i Sverige utnyttjar den nordiska språkgemenskapen bara när det gäller kontakter mellan svenskar och norrmän men inte svenskar och andra nordbor. Med andra nordiska länder sker kommunikationen på engelska.

- (15) Ja när det fungerar, ibland lokala dialekter som gör det svårt att förstå varandra, exempelvis med danskar. Danskar från Själland (Köpenhamn) lätta att kommunicera med emedan från Jylland/Fyn lokala dialekter är svåra och då blir den engelska. (Informant 23)

Informant 23 berättar att han använder skandinaviska då den fungerar. Ibland kan det förekomma problem med till exempel svåra danska dialekter som inte liknar svenskan. I de här situationerna försöker samtalspartnern inte anpassa sitt språk så att samtalspartnern från ett annat nordiskt land skulle förstå det.

Informant 25 i exempel 16 använder svenska med svenskar och ibland också med finländare. Med personer från andra länder än Sverige och Finland talar han engelska, det vill säga han utnyttjar den nordiska språkgemenskapen enbart med finländare.

- (16) Kollegor från Finland använder ibland svenska eftersom många av dem har läst detta i grundskolan i Finland. Vanligtvis används annars Engelska. (Informant 25)

Som jag redan påpekat i avsnitt 2.2 påminner svenska, norska och danska mycket varandra. I nordiska möten brukar man ofta använda en blandning av alla dessa tre språk som kallas skandinaviska. Finskan är ett helt annorlunda språk än de övriga tre och därför används det inte ofta i nordiska sammanhang. Eftersom svenskan är det andra nationalspråket i Finland kan finländarna också tala svenska i varierande utsträckning. (Louhiala-Salminen 2002: 6–7.)

### 3.4 Andra språk på Stora Enso

Stora Ensos koncernspråk är engelska och därför är engelska det språk som används oftast vid sidan av svenska. Jag frågade informanterna vilka andra språk som utnyttjas utöver svenska, engelska och skandinaviska. 88,46 procent av informanterna har svarat på denna fråga och jag tolkar att bortfallet (11,54 %) inte använder andra språk än svenska eller engelska i sitt arbete eller att de inte vet vilka andra språk som utnyttjas i företaget. 19,23 procent av informanterna svarar att de inte vet vilka andra språk som utnyttjas och 23,08 procent av informanterna svarar att de inte utnyttjar andra språk än svenska i sitt arbete. Sammanlagt är denna andel 42,31 procent, det vill säga 11 personer. Samma andel och samma informanter svarar också att det enbart finns personer från Sverige i deras avdelning. Det här stämmer överens med det att de arbetar i mindre avdelningar där svenskan är det viktigaste arbetspråket.

- (17) Jag har ej kontakt med andra länder utanför Norden, men skulle jag ha det är det engelska som gäller. (Informant 3)

Informant 3 svarar att hans primära arbetspråk är svenska. Han är ofta i kontakt med andra nordbor och använder svenska med dem (se exempel 10). Eftersom han väldigt sällan kommer i kontakt med personer utanför Norden behöver han inte använda andra språk. Det är bara svenskar som arbetar på hans avdelning.

46,15 procent av informanterna säger att också andra språk än svenska, engelska och skandinaviska utnyttjas på Stora Enso.

(18) Alle de store sprog anvendes. (Informant 12)

Informant 12 svarar att alla stora språk används. Han svarar att engelska, finska, svenska och tyska är de språk som används mest i Stora Ensos interna och externa kommunikation, som översättningsspråk och som mötesspråk. Med *stora språk* avser han således dessa fyra språk och därtill troligen franska och kinesiska som också enligt de resultat jag fått är viktiga språk för Stora Enso.

(19) Jag använder engelska när jag kommunicerar med andra länder utanför Norden. Pressreaser på lokalt språk där Stora Enso har verksamhet. (Informant 15)

Informant 15 svarar också att engelskan är det viktigaste språket man använder i kommunikation med personer utanför Norden. Hon använder skandinaviska med andra nordbor (se exempel 10). Hon svarar att lokala språk används inom lokala avdelningar i de länder där det finns Stora Ensos verksamhet. Eftersom koncernspråket är engelska är engelskan det språk som används mest i den interna kommunikationen mellan avdelningar i olika länder.

(20) Inte officiellt enligt vad jag vet. Inofficiellt självklart – jag talar nästan flytande tyska och använder tyskan i egen kommunikation med tyskar/österrikare. (Informant 23)

Tyskan är det språk som enligt denna undersökning används mest utöver svenska, engelska och skandinaviska. Exempel 20 visar också att Stora Enso inte officiellt har fastställt någon språkpolicy som skulle gälla språkanvändning mellan Stora Ensos arbetstagare i olika delar av världen. Tyska, franska och kinesiska är de språk som nämns oftast när det gäller andra språk på Stora Enso.

Louhiala-Salminen (2002: 28–29) avslöjar att en stor del av informanterna använder engelska i arbetet om det finns en eller flera personer som inte talar svenska eller finska.

Några informanter svarar att oberoende av personernas modersmål väljer de alltid koncernspråket engelska. En del informanter berättar att de gärna talar och övar andra främmande språk med sina utländska kolleger eller kunder då det är möjligt. Den skriftliga kommunikationen brukar ske oftare på engelska men den muntliga kommunikationen beror också på deltagarnas språk. Användningen av andra språk än svenska och engelska i min undersökning verkar likna Louhiala-Salminens resultat, det vill säga på Stora Enso används olika språk på motsvarande sätt i dag som år 2002.

### 3.5 Språkkunskapskrav vid rekrytering

En fråga som jag ställde handlar om förutsättningar som gäller språk. Med denna fråga avser jag de språk som man måste behärska och som är viktiga för att kunna sköta arbetsuppgifterna ordentligt. Alla informanter svarade att goda kunskaper i engelska är ett krav som numera anses som en självklarhet. Goda kunskaper i svenska anses också vara mycket viktiga. Det räcker inte att man talar korrekt svenska utan man måste också behärska facktermerna.

- (21) Det är uttalat att koncernspråket är engelska så alla som jobbar ska klara av att förstå/kommunicera på engelska. Beroende på roll så ställs det mer eller mindre krav på engelska. (Informant 7)
- (22) Att kunna hantera facktermer på svenska är mycket viktigt. (Informant 2)

Enligt denna undersökning är engelskan det språk som betonas mest vid rekrytering på företaget Stora Enso. 80,77 procent av informanterna svarar att enbart engelskkunskaper krävs i arbetet. 15,38 procent av informanterna svarar att goda kunskaper både i svenska och i engelska krävs vid rekrytering. 11,54 procent av informanterna svarar att det beror på var man arbetar och med vilka personer man arbetar, det vill säga oftast är det så att utöver engelska måste man också kunna tala det lokala språket (se exempel 25).

- (23) Inte generellt men beroende på befattning kan krav på lokala språk föreligga, exempelvis en svensk försäljningschef i Tyskland bör rimligtvis tala tyska. (Informant 23)

Kunskaper i svenska är också viktiga i arbetet på Stora Enso. 15,38 procent av informanterna svarar att svenskan vid sidan av engelskan är det språk som man måste kunna åtminstone i avdelningar i Sverige (se exempel 24 och 25).

- (24) Svenska, för att förstå våra säkerhetsföreskrifter. Detta gäller särskilt produktionen där arbetsmiljön är förknippad med fler risker. (Informant 9)
- (25) Grundläggande svenska är viktigt för att t.ex. förstå säkerhetsföreskrifter. (Informant 15)

Både informant 9 och informant 15 svarar att säkerhetsföreskrifterna är på svenska och därför är det viktigt att kunna svenska. Detta gäller dock enbart de svenska avdelningarna. Informant 9 svarar att han använder både engelska och svenska i sitt arbete och den interna kommunikationen sker också på båda språken för hans del. Informant 15 svarar att han använder primärt svenska på arbetet men måste också kunna kommunicera på engelska. Undersökningen omfattar inte Stora Ensos avdelningar i andra delar av världen och således förblir det oklart på vilket språk säkerhetsföreskrifterna är i andra länder där Stora Enso har verksamhet. Både informant 9 och 15 svarar dock att på deras avdelning arbetar det också personer som inte talar svenska och därför kan det vara problematiskt om säkerhetsföreskrifterna inte är översatta till engelska.

### 3.6 Att motivera personalen att använda flera språk

Ett sätt att motivera arbetstagarna är att erbjuda en så kallad *ersättning* eller ett *tillägg* för arbetsuppgifterna. Arbetstagarna får då extra belöning för sådant arbete som kan betraktas som uppgifter som inte direkt tillhör arbetet eller som inte är nödvändiga för att sköta arbetsuppgifterna. I global affärsverksamhet lönar det sig att satsa på ett

företags sätt att motivera personalen och på det sättet öka företagets framgång. (Bhatia 2010: 1.)

Språktillägg är ett exempel på en sådan ersättning. 100 procent av informanterna svarade att de inte får något språktillägg. Detta kan vara en orsak till att informanterna oftast använder svenska (69,23 %) under en vanlig arbetsdag. Engelska används också men som det kom fram tidigare i avsnitt 4.1 används det relativt litet när man tar hänsyn till att Stora Enso är ett globalt företag, det vill säga 3,85 procent använder enbart engelska och 19,23 procent använder både engelska och svenska under en vanlig arbetsdag. Bara 7,69 procent av informanterna använder andra språk utöver svenska och engelska (se tabell 1).

Enligt en artikel i *Språktidningen* (2012) utnyttjas svenskarnas goda språkkunskaper i främmande språk inte tillräckligt mycket i svenska företag och således finner man inte de potentiella affärspartnerna. Svenska företag använder huvudsakligen engelska som kommunikationsspråk och ibland också tyska eller franska. (Bel Habib 2012.) Detta är också fallet på Stora Enso. Att erbjuda personalen en ersättning för varje främmande språk de använder skulle möjligen motivera dem att utnyttja sina språkkunskaper och på så sätt stärka kundrelationerna.

Bara cirka vart fjärde företag i Sverige har officiellt fastställt en språkstrategi medan i andra konkurrerande länder är antalet större. Till exempel i Danmark och Tyskland har två utav tre företag en språkstrategi och i Frankrike är det motsvarande antalet fyra utav tio. I Sverige är andelen flerspråkiga personer stor men trots det brukar de jämförelsevis sällan utnyttja sina språkkunskaper vilket kan förhindra affärsförbindelserna utomlands. (Bel Habib 2012.)

Flera företag ordnar språkkurser för arbetstagarna för att de ska kunna kommunicera med kunder från olika delar av världen. Språkkurser kan således också vara ett sätt att motivera personalen. Piekkari m.fl. (2014: 126) anser att även om språkkurser skulle vara en god investering för ett företag, finns det ofta andra faktorer som prioriteras vilket påverkar arbetstagarnas motivation att studera språk för arbetets skull.

34,62 procent av informanterna berättar att de inte har deltagit i språkkurser under sin anställningstid på Stora Enso. 57,69 procent svarar att de har deltagit i språkkurser eller har vid behov möjlighet att delta i språkkurser. 7,69 procent har inte svarat på frågan och jag tolkar det så att de aldrig eller mycket sällan deltagit i språkkurser.

- (26) Det kan vara allt från gruppträning till individuell specialanpassad utbildning. (Informant 11)
- (27) Ja. Affärsengelska, teknisk engelska vid behov. (Informant 9)
- (28) Ja. En del har undervisning i engelska här på vårt kontor. (Informant 26)
- (29) De som önskar eller behöver extra utbildning har möjlighet att lära mer. (Informant 11)
- (30) När det implementerades att engelska var koncernspråk blev man erbjuden undervisning. Det kan du även idag få hjälp med, det får man ta upp med närmaste chef. Kan ske i samband med att man byter tjänst och behöver använda engelska mer frekvent. (Informant 17)

Som jag påpekat ovan, svarar 57,69 procent av informanterna att de har möjlighet att delta i språkkurser. Tre av de här informanterna som svarade att det ordnas språkkurser specificerade dock att språkkurser ordnas nog men att de ordnas mycket sällan och att de oftast är enbart kurser i engelska.

Piekkari m.fl. (2014: 127–128) lyfter fram att även om ett företag skulle ha budget att erbjuda personalen språkkurser, uppmuntrar cheferna inte nödvändigtvis personalen att delta i dem. Erfarna företag med en aktiv HR-avdelning brukar däremot erbjuda både språkkurser och kurser som syftar till uppmärksamhet i kulturella aspekter för sådana arbetstagare som är i kontakt med utländska kolleger eller kunder. Enligt Piekkari m.fl. (2014: 128) är språkkunskaper viktiga för företag och språkkurser borde erbjudas för arbetstagare på alla företagsnivåer.

## 4 SPRÅKET I GLOBALA FÖRETAG – PERSONALENS ÅSIKTER

I detta kapitel presenterar jag vad personalen på Stora Enso anser om språket i globala företag. I avsnitt 4.1 presenterar jag de svar som jag fick när jag frågade informanterna hur viktigt det är att ett globalt företag har tänkt på sin språkliga strategi. I avsnitt 4.2 presenterar jag informanternas åsikter om språkkunskapernas roll i dagens arbetsliv och att om de anser att de har blivit viktigare under de senaste åren. I det sista avsnittet (4.3) presenterar jag de resultat som gäller kulturskillnader och missförstånd. Jag har frågat informanterna hur det fungerar när man arbetar med människor från olika kulturer och om de har stött på missförstånd eller kulturella konflikter.

### 4.1 Behovet av en språkstrategi

69,23 procent av informanterna anser att en språkstrategi är viktig och välmotiverad. Dessa informanter anser dock att det viktigaste är att rapporterna är översatta till lämpliga språk och att alla arbetstagare och kunder kan förstå meddelandet oberoende av modersmålet. Informanterna anser också att en språkstrategi skulle tydliggöra hurdana språkkunskaper som önskas av arbetstagarna. Den viktigaste motiveringen som alla dessa informanter har är att alla med hjälp av en språkstrategi skulle bli förstådda.

På grund av de svar som jag fått kan jag dra den slutsatsen att alla informanter inte förstår begreppet *språkstrategi*. Ett företags språkstrategi innefattar alla principer som har med språket att göra, det vill säga vilka språk som används i olika situationer både i intern och i extern kommunikation. Informanterna i denna undersökning verkar tro att till språkstrategin hör enbart koncernspråket och översättning av rapporterna. Exempel 31–35 visar att informanterna anser att interkulturell kommunikation skulle vara lättare om ett företag har en språkstrategi.

- (31) Jeg mener det er afgørende at have en politik på dette felt. Stora Enso arbejder på verdensplan, og derfor må der være en international tilgang = engelsk som koncernsprog. (Informant 12)
- (32) Ja. Så att det är klart vad som gäller och vilka kunskaper som förväntas. (Informant 8)



- (33) Det viktiga är att material/information översätts på lämpligt språk när det är relevant. (Informant 7)
- (34) Ja, för att kommunicera på språk som gör att budskapet i kommunikationen kan förstås av så många som den vänder sig till. (Informant 15)
- (35) Det är viktigt att alla kan kommunicera med varandra. Det var ganska omgående efter fusion som detta spikades och personalen blev erbjuden undervisning i engelska. (Informant 17)

Informant 17 (exempel 35) arbetar i en större avdelning där språken spelar en större roll. I hennes avdelning talar man svenska, engelska och finska och flera arbetstagare från till exempel enheter i Tyskland besöker avdelningen relativt ofta och därför är tyska ett språk som ofta hörs där. I den där avdelningen är man i kontakt med utländska kunder och således skulle en språkstrategi vara viktig med tanke på kundrelationerna och också det interna informationsutbytet.

I exempel 36 nedan berättar informant 19 att praktikerna inom företaget skulle vara tydligare om Stora Enso hade en språkstrategi. Av denna kommentar kan jag dra den slutsatsen att hon önskar att företaget skulle satsa mera på språkpolitik och principer som gäller språkanvändning. Det kan vara svårt att veta på vilket språk till exempel e-post-meddelanden borde skickas eller till vilket/vilka språk rapporterna borde översättas. Piekkari m.fl. (2014: 206) hävdar att språkfrågor är oundvikliga och hör ihop med ett globalt företag med arbetstagare från flera olika språkgrupper.

- (36) Ja, det skulle kunna bli lite tydligare vad som gäller i olika situationer osv. (Informant 19)

Informant 19 berättar att på hennes avdelning talas mest svenska men rapporterna måste ofta översättas till engelska. Hon berättar också att det ibland kan vara svårt att översätta svåra termer till engelska och att hon ofta behöver hjälp när det gäller översättningar.

23,08 procent av informanterna svarar att de inte vet om språkstrategin är viktig eller inte. Detta kan också bero på att de inte vet vad ett företags språkstrategi innefattar. Det

språk som de här informanterna använder mest är svenska och engelska och de arbetar i relativt små enheter. Informanterna som arbetar i större och mera flerspråkiga enheter anser att en språkstrategi är viktigare på deras enhet än i mindre enheter där det enbart arbetar svenskar.

7,69 procent av informanterna anser att språkstrategin inte är viktig. Motiveringar till detta kan ses i exempel 37–39 nedan.

- (37) Nej. Ska inte behöva prata engelska om det bara är svenskar. (Informant 10)
- (38) Nej, det ger sig naturligt. (Informant 16)
- (39) Har inte tänkt på det, men det ger sig nog naturligt var i koncernen som man befinner sig. (Informant 2)

Informant 10 i exempel 37 svarar att han endast använder svenska i sitt arbete och att en språkstrategi inte behövs. Han svarar ändå att på hans avdelning finns det personer som talar svenska, norska, danska och engelska som modersmål. Han berättar att han utnyttjar den nordiska språkgemenskapen och talar alltid svenska med andra nordbor. Han svarar också att kommunikationen sker på flera språk både internt och externt men han själv använder enbart svenska. Troligen umgås han således mest med svenskar och andra nordbor och inte med dem som talar engelska. Han svarar också att han talar enbart svenska under fikapauserna.

Informant 16 i exempel 38 svarar att olika språk används på ett naturligt sätt oberoende av hur många språk som finns och därför är en språkstrategi onödig. Han svarar att han talar primärt svenska på arbetet och att på hans avdelning finns det personer som talar svenska eller engelska som modersmål. Informant 16 berättar också att det finns flera språk som används både i Stora Ensos interna och externa kommunikation och att också möten hålls på flera språk. Han anser ändå att en språkstrategi inte är viktig och jag tolkar det så att för honom fungerar den interkulturella kommunikationen väl även om det inte finns en fastställd språkpolicy. Enligt Piekkari m.fl. (2014: 206) är det oklart i vilket skede globala företag upptäcker behovet av språkliga insatser och att det är

möjligt för dem att till en viss grad fungera utan antingen formella eller informella strategier när det gäller språk.

Informant 2 i exempel 39 anser också att språken används naturligt och en informell språkpolicy formuleras på ett naturligt sätt. Han berättar att han talar svenska på arbetet och att det finns personer som talar svenska och finska på hans avdelning. Enligt honom sker både den interna och externa kommunikationen på engelska men han tycker att det inte behövs någon språkstrategi för att kommunikationen ska lyckas. Som jag redan lyft fram i inledningen, anser Einarsson (2013: 131) att den naturligaste formen av språkpolicy är att låta språken leva och formuleras på ett naturligt sätt. Både informant 16 och informant 2 kommenterar att detta också är fallet i företagskontext.

Sammanfattningsvis kan jag konstatera att det finns en officiell eller en inofficiell språkstrategi på Stora Enso oberoende av om den är medveten eller omedveten. Största delen av informanterna anser att företagen behöver någon språkstrategi för att få informationen tillgänglig för alla. De informanter som anser att företagen inte behöver en språkstrategi berättar ändå att till exempel engelskan används i internationella sammanhang. När ett företag fastslår ett koncernspråk gör det ett språkligt val som gäller dess språkliga strategi. Med andra ord är språkstrategier synliga i ett företags verksamhet på ett eller annat sätt. Som Piekkari m.fl. (2014: 206) lyfter fram, är det oklart när företagen upptäcker behovet av språkliga insatser men att frågor som gäller språk kommer att bli aktuella i varje företags strategier i något skede.

#### 4.2 Språkets roll i arbetslivet

Enligt Louhiala-Salminen och Kankaanranta (2012: 7) brukar sådana personer som lär sig och använder främmande språk inom en organisation uppfattas som mera samarbetsvilliga än de som bara talar ett språk. Att försöka tala kundens språk skapar förtroende mellan arbetstagaren och kunden. Även småprat på ett främmande språk bland kolleger kan främja förtroende och arbetsresultat.

Jag frågade informanterna hur de tycker att språkkunskaperna syns i arbetslivet i dag. 38,46 procent av informanterna berättar att på grund av globalisering är alla språkkunskaper viktiga i dagens arbetsliv. I exempel 40–44 nedan motiverar informanterna varför de tycker att språkkunskaperna har blivit viktigare i arbetslivet.

- (40) Ja, mer internationella kontakter på alla nivåer. (Informant 14)
- (41) Absolut, vi har alltid möten med personer från många nationaliteter. (Informant 11)
- (42) Ja, sedan jag började för 4 år sedan. Mer kommunikation med andra avdelningar och utländska bolag för min del. (Informant 4)
- (43) Det är viktigt att kunna kommunicera och förstå varandra inom ett företag. Det är förutsättningen för allt samarbete. (Informant 16)
- (44) Helt klart, det är för att vi mer och mer arbetar i en global internationell miljö. Det märks att det är viktigt att kunna bra engelska, men även bra att kunna något mer språk. (Informant 17)

Enligt Bernard Spolsky (2009: 59) syftar flera globala företag till att kunna operera på de stora europeiska språken samt japanska, kinesiska och arabiska med flera. De språkkunskaper som krävs av en enskild arbetstagare beror på anställningen. En receptionist kan till exempel klara sitt arbete med relativt begränsade muntliga språkkunskaper och en person som arbetar med logistik borde därtill behärska språket skriftligt. Ingenjörer behöver goda kunskaper i tekniska facktermer och globala ledare ska kunna flera olika språk både muntligt och skriftligt. Flera engelskspråkiga företag tar för givet att kunderna och affärspartnerna kan kommunicera på engelska. I denna undersökning kommer det också fram att de språk som informanterna använder i arbetet beror mycket på anställningen och avdelningens storlek.

34,62 procent av informanterna anser att enbart goda kunskaper i engelska har blivit viktigare i arbetslivet. Informant 7 och informant 26 belyser detta i exempel 45 och 46.

- (45) Ja. Engelska är viktigt ifall du ska arbeta i en större organisation. (Informant 7)

- (46) Ja, till viss del. Man förväntas i allt större utsträckning kunna uttrycka sig i både tal och skrift på engelska. (Informant 26)

Informant 12 anser att när det gäller de nordiska länderna är det viktigt att utnyttja den nordiska språkgemenskapen. Annars är han av den åsikten att språkkunskaperna inte har blivit särskilt viktiga i dagens arbetsliv under de senaste åren (se exempel 47).

- (47) Nej, ikke specielt, men jeg synes det er vigtigt at vi holder det skandinaviske i den kreds hvor det fungerer. (Informant 12)

Informant 12 kommer från Danmark och arbetar på Stora Enso i Sverige. Han berättar att hans primära arbetspråk är danska, svenska och engelska. Hans närmaste kolleger kommer från Danmark, Sverige och Norge och han använder skandinaviska när han umgås med dem. Han berättar att också sådana stora språk som tyska och franska används men att de inte hör till hans arbete.

26,92 procent av informanterna tycker att språkkunskaperna inte har blivit viktigare i arbetslivet under de senaste åren. De här informanterna berättar att de använder primärt svenska under en vanlig arbetsdag och att de sällan är i kontakt med personer utanför Sverige. Informanterna berättade att flera språk utnyttjas både i den interna och i den externa kommunikationen och därför är det här svaret överraskande eftersom Stora Enso är ett mycket globalt företag.

#### 4.3 Kulturskillnader och missförstånd

Jag frågade informanterna om det kan uppstå missförstånd när flera språk används samtidigt. Jag har bett dem ge exempel på om de själva har stött på sådana situationer. 84,62 procent av informanterna har svarat på denna fråga och 15,38 procent har låtit bli att svara. De som inte har svarat på frågan berättar att deras primära arbetspråk är svenska eller svenska och engelska. En orsak till att de inte har svarat på frågan kan vara att de inte så ofta är i kontakt med människor från andra länder. Flera informanter

svarar också att det är möjligt att missförstånd kan uppstå men att de inte har några egna exempel.

I detta avsnitt kommer jag att presentera närmare de svar som har motiverats och presentera kort de svar som inte har motiverats, det vill säga sådana svar som ”ja”, ”nej” eller ”vet inte”. 15,38 procent av informanterna har svarat att missförstånd kan uppstå ibland men de har inte motiverat svaren eller gett exempel. 23,08 procent har svarat att de tycker att missförstånd inte uppstår.

En informant (informant 16) svarar att hon inte vet om missförstånd kan uppstå. Hon använder svenska och engelska i sitt arbete och stöter troligen inte på situationer där flera språk skulle användas samtidigt. Hon svarar att någon språkpolicy inte behövs eftersom språkanvändningen oftast brukar formuleras på ett naturligt sätt.

(48) Iblandt, men ikke afgørende. (Informant 12)

(49) Absolut är det så. 100 % Engelska är att föredra. (Informant 11)

Informant 11 anser att arbetstagarna på globala företag hellre borde använda engelska än andra språk som inte känns lika bekanta eller naturliga. Också en stor del informanter i Louhiala-Salminens (2002: 35) undersökning betonar att det skulle vara viktigt att använda engelska mera eftersom den är koncernspråket och då minskar risken för missförstånd.

(50) Nja, nej inte direkt. Missförstånd kan uppstå när vissa nyanser eller liknande inte går igenom översättning eller liknande. (Informant 7)

(51) Ja, Svenska/Norska. (Informant 4)

(52) Ja, språkförbistringar mellan finska och svenska. (Informant 15)

Informant 4 svarar att missförstånd kan uppstå mellan svenskar och norrmän. Han säger att han försöker tala svenska med norrmän men att det egentligen skulle vara lättare att tala engelska på grund av skillnaderna i språket som orsakar missförstånd. Informant 15 anser att missförstånd sker oftast mellan svenskar och finländare. Hon motiverar inte

närmare sitt svar. Jag tolkar att *språkförbistringar* som han talar om kan antingen betyda förbistringar i finländarnas svenskkunskaper eller finlandismer som både finnar och finlandssvenskar ofta använder i svenska språket.

I Louhiala-Salminens undersökning från år 2002 kom det fram att de största missförstånden när man talar med kolleger från andra nationaliteter sker i telefonsamtal. Det kan vara svårt att förstå engelska på grund av att personer från olika länder har olika accenter och många talar mycket snabbt. Några svenskar i hennes undersökning berättade att de största problemen med språkförståelsen dyker upp med finländare som inte talar god engelska. (Louhiala-Salminen 2002: 21–22.)

Exempel 53–55 visar att missförstånd kan förekomma när man talar ett språk som ingen av samtalsparterna talar som modersmål. Missförstånd kan således ske när språket inte känns naturligt eller om översättningarna är felaktiga. Enligt Anna Mauranen (2011: 238) är det typiskt att ett lingua franca förorsakar missförstånd eftersom personerna som talar det inte behärskar språket fullkomligt eller att det bara finns lite intersubjektivitet mellan talarna. Å andra sidan kan ett språk som inte behärskas fullkomligt underlätta kommunikationen eftersom uttrycken och de grammatiska strukturerna ofta är enkla och talarna kan anta att båda använder enkelt språk.

- (53) Det händer, det är inte alltid lätt att få fram nyanser när man inte kan språket fullt ut. Den man pratar med kanske tolkar på ett felaktigt sätt, vi har ju olika sätt att uttrycka oss och att direktöversätta ett språk till t.ex. engelska funkar inte alltid. (Informant 17)
- (54) Nä däremot kan man ibland missuppfatta varandra på det engelska språket eftersom det inte talas fullt så naturligt som modersmål. (Informant 25)
- (55) Ja, felaktiga översättningar. (Informant 21)

Informant 17 berättar att det är vanligt att ord eller uttryck översätts direkt från modersmålet till ett annat språk. Ord och uttryck är inte alltid desamma på olika språk och därför kan budskapet bli oklart eller dess betydelse kan bli annorlunda på målspråket än på modersmålet.

- (56) Kan alltid uppstå, sker även mellan svenskar. (Informant 24)

Informant 24 berättar att missförstånd kan uppstå också mellan svenskar. Enligt Mauranen (2011: 241) kan missförstånd uppstå även om båda parterna skulle behärska språket, till exempel om minerna inte stämmer överens med diskussionen.

- (57) Det har fungerat bra för mig. Jag har studerat med internationella studenter i Sverige, så det blev både engelska och svenska parallellt där ibland, så jag har lite vana av att använda språk sida vid sida. (Informant 19)
- (58) Egentligen inte – de flesta behärskar engelska rätt bra och det fungerar. (Informant 23)

Informant 19 berättar att eftersom hon har studerat med internationella studenter och är van vid att använda flera språk parallellt uppstår det inte några missförstånd. Hon hör till åldersgruppen 18–24, det vill säga hon är relativt ung och har aktuell erfarenhet om att kommunicera internationellt och interkulturellt. Detta kan vara en orsak till att interkulturell kommunikation känns naturligt för henne. Informant 23 är av den åsikten att missförstånd inte uppstår ofta. Han anser att människorna brukar behärska engelska tillräckligt bra så att budskapet blir klart.

Frågan om kulturella konflikter spelar en stor roll när man undersöker flera kulturer inom ett företag. Jag bad informanterna berätta om de har upplevt kulturella konflikter och i fall så hurdana de har varit. Största delen av informanterna (65,38 %) svarar att de aldrig har upplevt kulturella konflikter i arbetet. 7,69 procent av informanterna har inte svarat på frågan och jag tolkar det så att de inte har upplevt några större kulturella konflikter.

- (59) Olika sätt att lösa problem. (Informant 17)
- (60) Nej, snarare missförstånd. (Informant 21)



Informant 17 berättar att sätten att lösa problem varierar mellan kulturer. Informant 21 berättar att han inte har upplevt några kulturella konflikter utan snarast missförstånd som inte har lett till konflikter.

- (61) Det finns alltid lokala skillnader i kultur, värderingar, uppträdande et cetera. Jag har jobbat 13 år i Tyskland och man måste vara uppmärksam på de lokala faktorerna och anpassa sig där det krävs – då går det bättre och det blir enklare att komma in i samhället. Viktigast är dock att behärska språket. Kulturella skillnader inom koncernen är inte så graverande därför att man lär sig att inte hänga upp sig på dessa och accepterar varandra som kollegor. (Informant 23)

Informant 23 berättar att han har jobbat i 13 år i Tyskland och att det alltid finns skillnader i kultur, värderingar och uppträdande. Han berättar att för att kunna komma in i samhället måste man anpassa sig till de lokala faktorerna, det vill säga det är viktigt att ha interkulturell kompetens. Som redan nämnts i avsnitt 3.3 avser Burek (2010: 25) med interkulturell kompetens att en person kan medvetet bete sig på ett sätt som andra tycker är lämpligt och som passar i kontexten, det vill säga det räcker inte att man behärskar ett främmande språk utan man måste känna till kulturen också.

Exempel 62–65 nedan visar att när informanterna i min undersökning upplever kulturella konflikter brukar de ofta ske mellan svenskar och finländare och ibland tyskar. Sätten att sköta arbetsuppgifterna varierar i dessa länder. Informant 9 och informant 25 anser att det finns kulturskillnader mellan svenskar och finländare. I Sverige brukar alla få säga sin åsikt och kommunikationen är mer diskuterande vilket kan förlänga beslutsfattandet.

- (62) Ja, ibland. Dock inga större då jag arbetar mest lokalt här i Sverige. Kan se en skillnad i kultur mellan Sverige och Finland. Sverige är lite mer av att alla ska tycka till (kan även bero på att facket har en starkare ställning inom svensk arbetsrätt). I Finland är kommunikationen lite rakare än i Sverige, och ett beslut respekteras i större utsträckning. I Sverige vill vi gärna diskutera och ifrågasätta vilket kan fördröja/förhala beslutsprocessen = det tar längre tid att genomföra förändringar. (Informant 9)
- (63) Jag upplever att det finns kulturella skillnader mellan t.ex. Sverige, Finland och Tyskland (sannolikt fler länder än så). Sverige är väldigt

demokratiskt och låter alla få komma till tals och tycka till. Avstånd mellan chef medarbetare är korta och kommunikation sker hela tiden mellan alla målgrupper. I Tyskland respektive Finland upplever jag mer som en hierarkisk ordning där chefen är traditionellt chef i den bemärkelse att man ifrågasätter inte som medarbetare chefens beslut och att ordningen är mer inordnad i specifika boxar och titlar. (Informant 25)

Informant 25 tillägger att arbetssätten liknar varandra i Finland och Tyskland och att ordningen där är mer hierarkisk. I Sverige är avstånden mellan medarbetaren och chefen mycket kortare än i Finland och Tyskland. I Louhiala-Salminens (2002: 39–40) undersökning kom det också fram att det finns skillnader i arbetssätten mellan svenskar, finländare och tyskar. Hon fick som resultat att svenskarna gärna vill fatta sådana beslut som alla är nöjda med och att i Finland är det chefen som i sista hand fattar beslutet och att ledarskapet är mycket mer styrande i Finland. Louhiala-Salminen kommer också fram till att finländska, tyska och även amerikanska organisationer är mera hierarkiska än svenska organisationer.

- (64) Mindre faktabaserat beslutsunderlag och nytänkande från finska chefer. (Informant 8)
- (65) Ja, det har jag. Framför allt mellan finnar och svenskar där jag upplevt att vi haft olika bilder av bland annat hur man sätter mål. (Informant 26)

Informant 8 anser att beslutsfattandet i Finland är mindre faktabaserat och saknar nytänkande jämfört med Sverige. Informant 26 har en liknande åsikt att det finns skillnader mellan svenskar och finländare när det gäller att sätta mål. Louhiala-Salminen (2002: 44) har kommit fram till att när Stora Enso ännu var Stora och Enso var det svårt att fatta beslut på Enso eftersom arbetstagarna var tvungna att ändra sina beslut mycket ofta på grund av att de inte var genomtänkta.

Enligt Katarina Mlekov och Gill Widell (2003: 56–57) måste en multikulturell organisation tänka på sina processer och organisationens kultur och att båda fungerar för alla. Man måste fråga varför mångfalden inte möjligen fungerar och uppskatta mångfalden. På så sätt lyckas en multikulturell organisation. Problem med flera

multikulturella företag kan vara att de fortfarande följer sådana mönster och regler som har gällt när företaget var monokulturellt och dessa mönster fungerar inte i en multikulturell organisation (Mlekov & Widell 2003: 50–51).

## 5 SAMMANFATTANDE SLUTDISKUSSION

Syftet med min avhandling pro gradu har varit att redogöra för den flerspråkiga kommunikationen i det globala finsk-svenska skogsbolaget Stora Enso. Jag undersökte hur språkanvändningen och kommunikationen fungerar både inom företaget och med kunder och andra intressentgrupper. Jag ville också ta reda på om Stora Enso har en officiell språkpolicy. Eftersom undersökningen handlar om den flerspråkiga kommunikationen, ansåg jag att det var värt att också redogöra för de interkulturella aspekterna. Jag frågade informanterna om de har upplevt missförstånd eller kulturella konflikter i kommunikation med sina utländska kolleger eller kunder. Undersökningen är en kvalitativ fallstudie och materialet har samlats in med hjälp av ett frågeformulär.

Det kom fram att Stora Enso inte har någon officiell språkpolicy men att språkanvändningen fungerar inofficiellt i olika kommunikationssituationer och att koncernspråket är engelska. I denna undersökning användes termen *språkanvändning* när det gäller språket i den interna kommunikationen och den externa kommunikationen.

Största delen av informanterna (69,23 %) berättade att de använder primärt svenska på arbetet. 19,23 procent berättade att de använder två språk under en vanlig arbetsdag, det vill säga svenska och engelska. 7,69 procent av informanterna nämnde att också andra språk används vid sidan av svenska och engelska. Andelen andra språk som talas på Stora Enso är relativt litet på grund av att företaget har verksamhet överallt i världen. Detta kan bero på att engelskan dominerar speciellt i företag i Europa, det vill säga fungerar som *Business English Lingua Franca* (BELF). Med tanke på detta skulle det vara intressant att forska hur engelskans roll i företagskontext påverkar nationalspråken i världen i allmänhet och fackspråken i synnerhet. Vid universiteten sker en stor del av undervisningen på engelska. Vad är dess inverkan på språkkunskaperna och arbetslivets språkliga behov i framtiden?

I Stora Ensos interna kommunikation används mest svenska och engelska, det vill säga båda i lika stor utsträckning (34,62 %). Undersökningen riktade sig till arbetstagare som

arbetar på Stora Enso i Sverige. Utöver det faktum att företaget Stora Enso är delvis ett svenskt företag påverkar också de svenska avdelningarna i det interna kommunikationsspråket. Om jag hade tagit med flera länder där Stora Enso har verksamhet skulle det interna kommunikationsspråket troligen ha varit engelska på grund av dess status som koncernspråk. Informanterna svarade på denna fråga enligt sina egna erfarenheter och således förblev det oklart vilket eller vilka språk som används i den form av intern kommunikation som Louhiala-Salminen och Kankaanranta (2012: 3) kallar *international internal communication*. Informant 7 berättar att största delen av informationen på Stora Ensos intranät är på engelska men att man även har möjlighet att välja bland andra språk när det gäller information om ett visst land.

I Stora Ensos externa kommunikation används mest engelska (46,15 %). Detta beror också på koncernspråket och de internationella intressentgrupperna. Svenska och finska används också men då gäller det den externa kommunikationen inom Norden. Kinesiskan var ett språk som nämndes oftast bland övriga språk i Stora Ensos externa kommunikation. Kanske kommer det kinesiska språket vara ännu viktigare i framtiden och möjligen konkurrera med engelskan som ett av de populäraste lingua francan i internationell företagsverksamhet. Kinesernas kunskaper i engelska och förståelse i västerländsk affärskultur kommer möjligen också att vara ett relevant forskningsområde.

Arbetstagarna på Stora Enso utnyttjar den nordiska språkgemenskapen flitigt. 57,69 procent av informanterna svarade att de alltid försöker tala svenska eller skandinaviska med sina nordiska kolleger eller kunder. Det kom fram att det är lättare att kommunicera på sitt eget modersmål eller skandinaviska med norrmän än danskar speciellt när det gäller muntlig kommunikation. Detta beror på att svenskan liknar norska i tal mera än den liknar danska. Andra språk som används i kommunikation bland arbetstagare på Stora Enso i Sverige är överraskande få. Tyska, franska och kinesiska är de språk som informanterna nämner oftast när det gäller språk utöver svenska, engelska eller skandinaviska. Eftersom engelskan är koncernspråket och största delen av människorna behärskar det i någon grad är det lätt att använda engelska i stället för andra språk. Språkkunskaper i övriga språk än engelska ger ett företag

konkurrenskraft eftersom förmågan att tala kundens språk främjar goda kundrelationer och skapar förtroende bland kunder.

Stora Enso har inte fastställt någon officiell språkstrategi och detta är vanligt i svenska företag. Enligt Bel Habib (2012) har cirka vart fjärde svenskt företag en officiell språkstrategi och det är relativt få jämfört med andra konkurrerande länder såsom Danmark och Tyskland. Stora Enso framlägger i sin årsberättelse från år 2015 att de vill satsa på goda kundrelationer och god kommunikation inom företaget och bland dess intressentgrupper (Stora Enso 2016). Med tanke på att Stora Enso är ett globalt företag vars intressentgrupper kommer från olika delar av världen, skulle det vara viktigt att satsa på en klar språkpolicy. Flera informanter i denna undersökning var också av den åsikten att en tydlig språkpolicy skulle underlätta arbetet och klargöra praktikerna som gäller språkanvändningen med utländska kolleger och kunder.

På grund av globaliseringen har den kulturella mångfalden ökat också inom företag. Missförstånd kan förorsaka problem i ett företags verksamhet och därför är det viktigt att beakta kulturella skillnaderna inom företagen. (Burek 2010: 27–28.) Med tanke på detta har jag också redogjort för de möjliga missförstånd och kulturella konflikter som kan förekomma i Stora Ensos globala verksamhet. 23,08 procent av informanterna svarade att de tycker att missförstånd inte uppstår. Många ansåg att eftersom största delen behärskar engelskan kan inga missförstånd uppstå. De informanter som svarade att missförstånd uppstår ibland motiverade att eftersom engelskan inte är modersmålet till största delen av arbetstagare, kan felaktiga översättningar förekomma och därför förorsaka missförstånd. De kulturella konflikterna handlade mestadels om olika sätt att lösa problem eller styra ett företag. De största skillnaderna var mellan svenskar och finnar. Många informanter ansåg att i Finland brukar man vara mycket strängare och gå rakt på sak än i Sverige och svenskarna ansåg detta vara oartigt.

När det gäller den interkulturella kommunikationen inom företag, förblir det oklart hur man skulle kunna anpassa företagets verksamhet på en sådan nivå att alla arbetstagare kunde bli förstådda både språkligt och kulturellt. Det finns alltid personer som inte

behärskar det gemensamma språket fullkomligt eller inte anpassar sig till en främmande kultur.

Jag har i figur 1 i avsnitt 1.1 visat vilka aktörer bundna i ett företags verksamhet utnyttjar eller behöver språk. Figuren motsvarar *en ekonomisk analys* men behandlar ekonomiska frågor ur ett lingvistiskt perspektiv. I figuren tar man inte hänsyn till hur en flerspråkig organisationskultur och ett koncernspråk påverkar arbetstagarnas motivation. Detta skulle vara viktigt att lyfta fram i *linguistic attributes of workforce*. Detta kunde man undersöka till exempel med att fråga om arbetstagarna upplever att engelskspråkig kommunikation i en svensk arbetsmiljö är utmanande.

Flerspråkighet och kulturell mångfald erbjuder ett företag bredare synvinklar och konkurrenskraft. Vilket är sist och slutligen det bästa sättet att utnyttja den? Är det ett koncernspråk och företagskultur eller flera språk och kulturer inom företaget? Lämpligast skulle vara att hitta en lösning mellan ett koncernspråk och flerspråkighet men i vilken utsträckning borde olika språk och kulturer utnyttjas? Hurdana resultat skulle man få om man jämförde ett företag med en officiell språkpolicy med ett företag utan en språkpolicy?

Denna avhandling pro gradu har lyft fram flera intressanta frågor för framtida undersökningar. Språkekonomi är ett relativt outforskat ämne och kommer sannolikt att forskas mera i framtiden eftersom tvärvetenskap och tillämpning av kunskaper har blivit ett stort intresse i dag. Företagen kan förstärka sin konkurrenskraft med hjälp av språkekonomiska analyser och insatser. I framtiden skulle det således vara viktigt att undersöka språkets och organisationskulturens inverkan på företag med hjälp av ekonomiska teorier.

## LITTERATUR

- Alasuutari, Pertti (1995). *Laadullinen tutkimus*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Aurstad, Bodil (2015). Deklarasjon om nordisk språkpolitikk. I: *Språk i Norden 2015. Tema: Den nordiske språkdeklaration*. Nordisk sprogkoordination [Citerat: 3.5.2016]. 35–47. Tillgänglig: <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/sin>
- Bel Habib, Ingela (2012). Fler språk ger klirr i kassan. *Språktidningen*. [Citerat 5.6.2016]. Tillgänglig: <http://spraktidningen.se/artiklar/2012/10/fler-sprak-ger-klirr-i-kassan>
- Bhatia, Kanchan (2010). *Compensation Management*. Mumbai: Himalaya Publishing House.
- Burek, Christina (2010). *Post-Merger Intercultural Communication in Multinational Companies: A Linguistic Analysis*. Series XXI Linguistics. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Börestam Uhlmann, Ulla (1991). *Språkmöten och mötesspråk i Norden*. Oslo: Nordisk Språksekretariat rapport 16.
- Carson, Lorna (2003). *Multilingualism in Europe. A case study*. Brussels: P.I.E-Peter Lang.
- Coupland, Nikolas & Adam Jaworski (2009). *The New Sociolinguistic Reader*. Great Britain: Palgrave Macmillan.
- Delsing, Lars-Olof & Katarina Lundin Åkesson (2005). *Håller språket ihop Norden? En forskningsrapport om ungdomars förståelse av danska, svenska och norska*. Köpenhamn: Nordiska Ministerrådet. [Citerat: 14.1.2016]. Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:700762/FULLTEXT01.pdf>
- Du Babcock, Bertha (2009). English as a Business Lingua Franca: A Framework of Integrative Approach to Future Research in International Business Communication. I: Louhiala-Salminen, Leena & Anne Kankaanranta (red.). *The Ascent of International Business Communication*. Helsingfors: HSE Print. 45–66.
- Einarsson, Jan (2013). *Språket och språkarna*. Lund: Studentlitteratur.
- Giles, Howard & Nikolas Coupland (1991). *Language: Contexts and consequences*. Buckingham: Open University Press.



- Gòkè-Paríolá, Abíódún & Krishna S. Dhir [2002]. *The case for language policies in multinational corporations*. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol 7: Iss 4. 241–251.
- Grin, François, Claudio Sfreddo & François Vaillancourt (2010). *The economics of the multilingual workplace*. New York: Routledge. [Citerat 7.7.2016]. Tillgänglig: <http://web.a.ebscohost.com.proxy.uwasa.fi/ehost/detail/detail?sid=a9d10a67-34f2-40d9944e773e48ec81c8%40sessionmgr4004&vid=0&hid=4106&bdata=JnNpdGU9ZWwhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=324424&db=nlebk>
- Grünbaum, Catharina (1997). *Att förstå varandra i Norden*. Stockholm: Nordiska ministerrådet.
- Haugen, Einar (1977). *The Scandinavian Languages. An Introduction to their History*. Faber and Faber Limited.
- Hua, Zhu (2011). Introduction. Themes and Issues in the Study of Language and Intercultural Communication. I: Hua, Zhu (red.). *The Language and Intercultural Communication Reader*. New York: Routledge. 1–14.
- Huhta, Marjatta (2005). Eurooppalainen kielipolitiikka ja kielitaitovaranon kehittyminen. I: Johansson, Marjut & Riitta Pyykkö (red.). *Monikielinen Eurooppa. Kielipolitiikkaa ja käytäntöä*. Tammerfors: Tammer-Paino. 98–114.
- Hultåker, Oscar (2012). Webbenkäter. I: Trost, Jan (red.). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur. 135–145.
- Jenkins, Jennifer (2007). *English as a Lingua Franca: Attitude and Identity*. Oxford: Oxford University Press.
- Johanson, Jan & Finn Wiedersheim-Paul (2007). The internationalization of the firm – four Swedish cases. *Journal of management studies*, vol 12. Iss 3, 305–322.
- Johansson, Marjut & Riitta Pyykkö (2005). *Monikielinen Eurooppa. Kielipolitiikkaa ja käytäntöä*. Tammerfors: Tammer-Paino.
- Josephson, Olle (2015). Tankarna bakom Deklaration om nordisk språkpolitik. I: *Språk i Norden 2015. Tema: Den nordiske språkdeklaration*. Nordisk sprogkoordination [Citerat: 3.5.2016]. 85–95. Tillgänglig: <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/sin>
- Juholin, Elisa (2006). *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön*. Borgå: WS Bookwell.
- Lainio, Jarmo (2008). Tvåspråkighet och språkkontakter i Sverige – gammalt fenomen, nya utvecklingar. I: Sundgren, Eva (red.). *Sociolingvistik*. Stockholm: Liber. 258–309.

- Lappalainen, Hanna, Marja-Leena Sorjonen & Maria Vilkuna (2010). *Kielellä on merkitystä. Näkökulmia kielipolitiikkaan*. Helsingfors: Hakapaino.
- Louhiala-Salminen, Leena (2002). *Communication and language use in merged corporations: Cases Stora Enso and Nordea*. Helsingfors: Helsinki School of Economics.
- Louhiala-Salminen, Leena & Anne Kankaanranta (2012). Language issues in international internal communication: English or local language? If English, what English? *Public Relations Review*, vol 38. Iss 2, 262–269.
- Malkamäki, Anni & Kjell Herberts (2014). *Case Wärtsilä: Flerspråkighet i arbetsituationer* [online]. [Citerat 27.1.2015]. Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 194. Tillgänglig: [http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn\\_978-952-476-539-8.pdf](http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-539-8.pdf)
- Mauranen, Anna (2011). Signaling and preventing misunderstanding in English as lingua franca communication I: Hua, Zhu (red.). *The Language and Intercultural Communication Reader*. New York: Routledge. 238–256.
- Maurya, M.L. (2008). *Modern Microeconomics: Theory and Application*. Delhi: Mangalam Publishers.
- Mlekov, Katarina & Gill Widell (2003). *Hur möter vi mångfalden på arbetsplatsen?* Lund: Studentlitteratur.
- Piekkari, Rebecca, Denice E. Welch & Lawrence S. Welch (2014). *Language in International Business. The Multilingual Reality of Global Business Expansion*. Massachusetts: Edgar Elgar Publishing Limited.
- Sarangi, Srikant (2011). Intercultural or not? Beyond celebration of cultural differences in miscommunication analysis. I: Hua, Zhu (red.). *The Language and Intercultural Communication Reader*. New York: Routledge. 261–276.
- Spolsky, Bernard (2009). *Language Management*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stora Enso (2016). *About us*. Citerat: 4.1.2016. Tillgänglig: <http://storaenso.com/>
- Stora Enso (2015). *Stora Enso Progress Book 2015*. Citerat: 20.7.2016. Tillgänglig: <http://www.storaenso.com/investors/annual-report>
- Tienari, Janne (2009). On the symbolic (and practical) benefits of English language in multinational corporations. I: Louhiala-Salminen, Leena & Anne Kankaanranta (red.). *The Ascent of International Business Communication*. Helsinki: Helsingin Kauppakorkeakoulu - HSE Print. 251–257.

Trost, Jan (2012). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.

Vuorela, Taina (2009). Company-internal communication in BELF requires interactional strategies. I: Louhiala-Salminen, Leena & Anne Kankaanranta (red.). *The Ascent of International Business Communication*. Helsinki: Helsingin Kauppakorkeakoulu - HSE Print. 295–309.

## BILAGOR

## Bilaga 1. Frågeformuläret

**Kön**

- Man
- Kvinna

**Ålder**

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 64-

**Utbildning**

- Grundutbildning
- Gymnasieexamen
- Yrkehögskoleutbildning
- Kandidatexamen
- Magisterexamen
- Doktorsexamen
- Annat (vad?)

**Modersmål****Anställning****Vilket språk använder du primärt på arbetet?**

- Svenska
- Engelska
- Annat (vad?)

**Hur många olika språkgrupper (ungefär) finns det på er avdelning? Vänligen ge exempel!****Har Stora Enso ett officiellt arbetsspråk? Vilket?**

**Har Stora Enso fastställt en officiell språkpolicy/språkstrategi? Vänligen beskriv kort!**

**På vilket språk sker Stora Ensos interna kommunikation (både skriftlig och muntlig)?**

**På vilket språk sker Stora Ensos externa kommunikation (både skriftlig och muntlig)?**

**Översätts Stora Ensos skriftliga rapporter? På vilka språk?**

**På vilket/vilka språk hålls möten?**

**På vilket språk sker kommunikationen till exempel på fikapauser?**

**Tycker du att det är viktigt att ett företag med kontor utomlands har en strategi när det gäller språk? Varför?**

Utnyttjar ni den nordiska språkgemenskapen i er kommunikation med andra nordiska länder, det vill säga används svenska/norska/"skandinaviska" med andra nordbor? Vänligen beskriv kort!

Utnyttjar ni andra språk (utom engelska) i kommunikation med länder utanför Norden? Vilka och i hurdana sammanhang? Vänligen beskriv kort!

Har ni några förutsättningar för personalen när det gäller språkkunskaper?

Betonar ni något särskilt språk som ni anser är viktigt för personalen att kunna?

Får personalen ett så kallat språktillägg för sina språkkunskaper?

Ja

Nej

Något att tillägga

Använder Stora Enso Europarådets riktlinje för personalens språkkunskaper (CEFR: Gemensam europeisk referensram för språk)?

Ja

Nej

Ordnas det språkkurser för personalen? Hurdana?

**Tycker du att språkkunskaperna har blivit viktigare i arbetslivet på senaste tiden? Varför?**

**Tycker du att det kan uppstå missförstånd när flera språk används sida vid sida? Har du själv stött på sådana situationer?**

**Har du upplevt kulturella konflikter i ditt arbete? Hurdana?**

**Något övrigt att tillägga?**

## Bilaga 2. Informanterna

## Informant 1:

Kvinna 45–54, kandidatexamen, modersmål svenska

## Informant 2:

Man 45–54, yrkeshögskoleutbildning, modersmål svenska, försörjningsledare

## Informant 3:

45–54, kandidatexamen, modersmål svenska, produktionsledare

## Informant 4:

Man 25–34, kandidatexamen, modersmål svenska, produktionsledare Stora Enso Bioenergi AB

## Informant 5:

Man 45–54, magisterexamen, modersmål svenska, VD

## Informant 6:

Kvinna 45–54, magisterexamen, modersmål svenska

## Informant 7:

Kvinna 25–34, kandidatexamen, modersmål svenska, HR

## Informant 8:

Man 35–44, magisterexamen, modersmål svenska, Bioenergi

## Informant 9:

Kvinna 35–44, magisterexamen, modersmål svenska, HR

## Informant 10:

Man 45–54, kandidatexamen, modersmål svenska

## Informant 11:

Man 55–64, yrkeshögskoleutbildning, modersmål svenska

## Informant 12:

Man 45–54, grundutbildning, modersmål danska, sales director

## Informant 13:

Kvinna 25–34, magisterexamen, modersmål svenska, försörjningsplanerare

## Informant 14:

Man 35–44, magisterexamen, modersmål svenska

## Informant 15:

Kvinna 35–44, magisterexamen, modersmål svenska, personalchef



Informant 16:

Kvinna 35–44, kandidatexamen, modersmål svenska

Informant 17:

Kvinna 45–54, gymnasieexamen, modersmål svenska

Informant 18:

Kvinna 35–44, kandidatexamen, modersmål svenska

Informant 19:

Kvinna 18–24, magisterexamen, modersmål svenska

Informant 20:

Man 45–54, yrkeshögskoleutbildning, modersmål svenska

Informant 21:

Man 35–44, magisterexamen, modersmål svenska

Informant 22:

Man 45–54, gymnasieexamen, modersmål svenska, Stora Enso Bioenergi

Informant 23:

Man 55–64, magisterexamen, modersmål svenska, Stora Enso Logistics

Informant 24:

Man 35–44, magisterexamen, modersmål svenska

Informant 25:

Man 25–34, kandidatexamen, modersmål svenska

Informant 26:

Kvinna 35–44, magisterexamen, modersmål svenska, informationschef