



GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG)
Medie- och kommunikationsvetenskap

Examensarbete Vt-2009



INTERNKommunikation

- Idag och imorgon

En kvalitativ studie av personalens syn på Blå Ställets internkommunikation

Författare:
Voula Boura

Handledare:
Ingela Wadbring

Examinator:
Jan Strid

Abstract

Author: Voula Boura

Supervisor: Ingela Wadbring

*Title: Internal communication - today and tomorrow
A qualitative study of the internal communication at the culture house Blå Stället*

*Course: C-paper in the continuation course in media – and communication at
Journalisthögskolan in Gothenburg, spring 2009*

Method: Qualitative interviews

Aim: The main purpose of this thesis was to investigate how the employees experience the internal communication and to examine the channels they communicate through between the departments at Blå Stället in Sweden. This task was given by the unit chiefs at the company who've seen a need to investigate and improve their internal communication. The goal is therefore also to produce concrete and well-founded proposals on how the internal communication can be improved at Blå Stället. Relevant Theoretical frame of reference was internal communication, information, communication channels, formal and informal communication. To collect data from employees I made six interviews, one from every department and two informers. My analysis is based on the answers about the area of internal communication. Finally the study resulted in many useful suggestions of how to improve the internal communication by both co-workers and the author.

Results: From the results, which I have analyzed from the main questions shows that the opinion of the employees is that the internal communication function well, even if there are wished of improvements of certain areas. There are some problems with the internal communication between departments Blå Stället's divisions. Referring to the channels that the employees get information and communicate through is the oral meetings, telephone and email. Based on the result that showed that they employees mostly prefer to communicate by electronic channel and to make the communication effective the author strongly recommend that Blå Stället introduce intranet where all personal can find the information they seek.

Keywords: communication, internal communication, information, communication ways, formal and informal communication, communication channels

Executive summary

Syftet med denna examensuppsats var att undersöka de anställdas syn den interna kommunikationen och hur den kan förbättras på kulturhuset Blå Stället. Detta uppdrag kom från enhetscheferna på Blå Stället som såg ett behov av att utvärdera hur de anställda upplever att internkommunikationen fungerar mellan verksamheterna, kulturum, kulturskola, bibliotek och medborgarkontoret.

Författaren försökte få svar på problemområdet och frågeställningarna genom att intervjua sex anställda inom Blå Stället. Först och främst ville jag ta reda på hur de anställda uppfattar internkommunikation både inom den egna verksamheten och mellan verksamheterna. Vidare ville jag undersöka hur och på vilket sätt de anställda kommunicerar mellan varandra för att sedan ta reda på hur och varför de uppfattar kommunikations- och informationskanalerna som används idag. Slutligen fick personalen komma med egna synpunkter på hur den interna kommunikationen kan förbättras. Den empiriska delen grundar på sex intervjuer, varav fyra var personliga djupintervjuer utförda på Blå Stället och två e-postintervjuer.

Studien visar att de anställda upplever att kommunikationen fungerar mycket bra inom den egna verksamheten medan den fungerar sämre mellan verksamheterna. De intervjuade anger att de är medvetna om att kommunikation är en oerhört viktig del av Blå Stället men medger att det finns stora brister med den dock finns det en vilja att förbättra kommunikationen, frågan de ställer sig är bara hur? Efter att ha studerat det empiriska materialet och jämfört med lämplig teoretisk referensram, har jag analyserat och kommit fram till slutsatsen att olika kanaler så som muntliga, elektroniska och skriftliga kanaler används inom Blå Stället. Åsikterna om dessa var överstämmande där e-posten upplevdes som en mycket bra och effektiv kanal att kommunicera igenom därför att den var främst snabb och enkel samt som man kontrollerar den regelbundet. Ett typiskt problem som de anställda tog upp med e-posten var att p.g.r för mycket information som svämmar över kan göra att viktig information riskerar att inte läsas när den ska. I undersökningen har det framkommit att personalen upplever en ”vi- och dem känsla” på Blå Stället. Förklaringen till att det finns en sådan känsla tror jag beror på att Blå Stället är väldigt stor och att det finns olika verksamheter med olika förutsättningar. Detta problem skulle kunna överbyggas med hjälp av den interna kommunikationen.

Åsikterna om den formella och informella kommunikationen har märkbart varit olika, med dels de som tyckte att den informella kommunikationen måste rättas upp och sedan de som var inne på att den informella bör ses över. Kommunikationsvägarna beskrevs som fria där alla har kontakt med alla. Detta kan tolkas som positivt i bemärkelsen att det finns inga hinder i kommunikationsvägarna tack vare att Blå Stället är en platt organisation.

Vad samtliga anställda efterlyser är att en extra tjänst tillsätts på Blå Stället som kan fungera som en kommunikatör och informationsansvarig mellan verksamheterna med uppgift att ta hand om all information internt och sedan anpassa information och kanal efter mottagare vid tillfälle och sedan föra ut till verksamheterna.

3 Innehållsförteckning

<i>1 Inledning</i>	6
<i>Bakgrund</i>	
1.1 Presentation av Kulturhuset Blå Stället	7
1.2 Nulägesbeskrivning	
1.3 Syfte och frågeställningar	8
1.4 Avgränsning	
1.5 Utomvetenskaplig relevans	9
1.6 Inomvetenskaplig relevans	
<i>2 Teoretisk referensram</i>	11
2.1 Tidigare forskning	11
2.2 Definition av begrepp	12
2.3 Kommunikationsmodeller	13
2.4 Formell och informell kommunikation	14
2.5 Internkommunikation	15
2.6 kommunikationsvägar	15
2.7 kommunikationskanaler	16
2.7.1 muntliga	17
2.7.2 skriftliga	17
2.7.3 elektroniska	18
2.8 effektiv internkommunikation	18
<i>3 Metod</i>	19
3.1 Vetenskaplig ansats	19
3.2 Kvalitativ undersökning	19
3.3 Urval	20
3.4 Datainsamling	2
3.5 Intervjuguidens utformning	21
3.6 Genomförande av intervjuer	2
3.7 Analysmetod av intervjumaterialet	2
3.7.1 Fördelar- och nackdelar med arbetssättet	2
3.8 Reliabilitet – tillförlitlighet	2
3.9 Validitet – giltighet	2
<i>4 Empiri och analys</i>	2
4.1 internkommunikation	
4.2 kommunikation och information mellan verksamheterna	
4.3 formell och informell kommunikation	
4.4 kommunikationskanaler	
4.5 brister i den interna kommunikationen	
4.6 personalens synpunkter och önskemål	

<i>5 Slutsats och slutdiskussion</i>	<i>34</i>
5.1 Slutsats	35
5.2 Diskussion	36
5.3 Metodkritik	36
5.4 Författarnas förslag på förbättringsåtgärder	37
5.5 Förslag till vidare forskning	38

<i>Källförteckning</i>	<i>39</i>
Tryckta källor	
Internet hemsidor	

Bilaga 1

Förord

Först och främst vill jag tack kulturhuset Blå Stället, min uppdragsgivare som tagit emot och givit mig uppdraget att studera deras kommunikation. Stort tack även till alla anställda på Blå Stället som har ställt upp på intervjuer och på så sätt gjort det möjligt för mig att genomföra undersökningen. Kravet som ställts på författaren var att examensarbetet ska vara kopplat till verkligheten, dvs. utfört på ett företag. Jag valde examensinriktningen kommunikation och kopplade undersökningen till kulturhuset Blå Stället i Angered, där jag riktade in mig på internkommunikationen mellan de olika verksamheterna inom Blå Stället. Att just Blå Stället valts som undersökningsobjekt beror på att författaren hade en tanke om att lyfta fram förorten Angered i universitetsvärlden ur integrationssynpunkt. Ämnesvalet föll naturligt eftersom författaren ville fördjupa sina kunskaper inom området. Detta arbete har minst sagt bidragit till att ge författaren en större insikt om hur internkommunikation i en offentlig verksamhet som kulturhuset Blå Stället fungerar.

Med förhoppning om att Blå Stället ska ha nytta av studiens resultat där dem kan bygga vidare på detta arbete och hitta en bra lösning på sin internkommunikation!

Voula Boura

Vårterminen 2009

1. Inledning

Kommunikation är något som har funnits så länge det har funnits människor på jorden, vilket gör detta ämne aktuellt även idag. Att tillgodogöra sig information och sprida den vidare har i all tider varit väsentligt för att vi ska kunna utvecklas och fungera tillsammans i samhället, på jobbet och i övriga relationer i vår vardag.

För att ett företag, organisation eller myndighet ska ha en välmående medarbetare krävs det fungerade kommunikation. Den interna kommunikationen är en viktig del inom en organisation och något som används dagligen. Viss information går som löpeld i korridorerna medan viss information kan ges hur många gånger som helst och via olika kommunikationskanaler men ändock inte når fram. Hur pass välinformerade de anställda är inom kulturhuset Blå Stället kan avgöras i stort sett av vilken kanal som används i olika situationer.

Bakgrund

”Idag är det brandväggar mellan verksamheterna och alla kör sitt eget race”
anställd

Det inledande citatet ovan är hämtat ur minnesanteckningar som en av informatörerna sammanställt från ett möte om interkommunikation nyligen på Blå Stället. Citatet kan ses som ett lysande exempel på när personal inte kommunicerar med varandra på ett bra sätt. Om inte kommunikationen fungerar, fungerar inte heller Blå Stället. Blå Stället är relationerna mellan människor och dessa relationer kräver kommunikation för att kunna utvecklas och fortsätta existera.

Blå Stället är angeläget om att ha en bra internkommunikation och vill även utveckla den till att bli ännu bättre. Under mötet med enhetscheferna Marianne Andersson (administration) och Aleka Karageorgopoulos (programverksamhet) samt personalansvarig Elias Sandling framgick det att man i dagsläget har ett behov att få sin internkommunikation analyserad och utvärderad, där de konkret ville ha reda på hur personalen uppfattar den interna kommunikationen. Varje företag har sina kommunikationsproblem och i och med detta kan det behövas extern professionell hjälp då Blå Stället själva inte alltid har råd och tid eller den rätta kunskapen att studera området. Då ingen annan tidigare studerat deras interna kommunikation är det en stor ära för mig att få detta uppdrag.

1.1 Presentation av kulturhuset Blå Stället

I detta kapitel ges inledningsvis en beskrivning av Blå Ställets uppbyggnad med dess mål och visioner. Vidare presenteras huvudsakliga kommunikationskanaler.

Kulturhuset Blå Stället är en kommunal verksamhet som ligger nordost om Göteborg, närmare bestämt i natursköna Angered. Det tar ca 20 minuter från centrala Göteborg att ta sig med spårvagnslinjerna 4, 8 och 9 och ett tiotal busslinjer har sin ändstation här. Det mångkulturella huset Blå Huset invigdes 1979 av kung Carl XVI Gustaf efter att kungen åkt spårvagn från centrala Göteborg (wikipedia) och firar i år 30 års jubileum. I samband med jubileet har arbetet med att förnya kulturhuset Blå Stället i form av en förstudie om framtidens påbörjats, där man bjuder in till dialog mellan medborgarna, näringslivet, politiker och andra intressenter. Detta för att ta reda på hur stort engagemanget och behovet för ett starkare kulturcentrum är.

Vision

”Blå Ställets vision är att; ”skapa en starkare mötesplats för hela Göteborg”

Verksamhetsidé

”Blå Ställets verksamhetsidé är att; ”vara en mångkulturell mötesplats för boende i och utanför området”.

Författaren menar att den externa kommunikationen är inte bara viktig utan den interna kommunikationen är minst lika viktig för Blå Ställets framtid. Hur ser då internkommunikationen på ett komplext kulturhus med så pass många olika verksamheter inom en och samma verksamhet? Detta var den huvudsakliga fråga när jag kontaktade uppdragsgivaren med en förfrågan om att koppla examensarbetet till deras verksamhet. På Kulturhuset Blå Stället som har ett brett spektrum av verksamheter och levererar flera programpunkter till Göteborgs nordost kommuns invånare arbetar idag drygt 60 personer fördelade över verksamheterna.

Verksamheterna bedrivs med idériakedom och entusiasm tillsammans med de boende för att fylla aktuella behov hos både vuxna, ungdomar och barn. I kulturhuset inryms dessutom ett antal fristående aktörer, som exempelvis Kulturkaféet, Angereds teater, Angereds gymnasium, sportanläggning samt fritidsgård.

Personalen är anställd på allt mellan heltidstjänst, halv- och deltidstjänst som är fördelade på fyra verksamheter. Arbetsiderna skiftar med utgångspunkt från tjänstgöringsgrad och scheman där verksamheterna har öppet från tidig morgon till sena kvällar. Denna arbetsindelning medför också kommunikationsutmaningar. Alla måste ständigt uppdateras och det måste finnas rutiner för det mesta. Detta för att personalen ska kunna utföra sina arbetsuppgifter på bästa sätt, så som dem förväntas av dem. Blå Stället erbjuder stora möjligheter till spännande upplevelser i gemenskap med andra människor. Här arrangeras konserter, författarfrukostar, barnprogram, seminarier och utställningar. Blå Stället samarbetar med en mängd olika institutioner, föreningar och organisationer både lokalt och internationellt.

För att ge läsaren en övergripande bild över vad de olika verksamheterna sysslar med, följer här nedan en kort beskrivning av dessa som ingår i denna studie.

Kulturum: Kulturium som ligger närmast huvudentrén kan beskrivas som Blå Ställets ansikte utåt. Här kan allmänheten vända sig för att få information om olika aktiviteter som pågår i kulturhuset, eller köpa biljetter till olika arrangemang som sker runt om i Göteborg. Informationsdisken där husets samtliga verksamheter förenas har öppet mellan 10.00 och 19.00 mån-tors, fred 17.00, lördagar 10-15 och söndagar 12-15. hyser informations disk där husets samtliga verksamheter förenas. Vidare kan man här se utställningar eller läsa sin tidning osv. Kulturum är med andra ord Blå Ställets viktigaste enhet och ska bidra till att tillgodose individer internt och externt med information om alla berörda verksamheter. Ca 5 anställda.

Medborgarkontoret: Medborgarkontoret som delar informationsdisk med Kulturum spelar en viktig roll i Angered och erbjuder angeredsbor samhällsservice. En person är halvtidsanställd och en extra vid behov när det behövs har hand om den dagligen kontakten med människor som är i behov av samhällsvägledning av olika slag. Det kan handla allt från att få hjälp till att skriva brev till migrationsverket till att få information om kommunen, försäkringskassan med flera. Medborgarkontoret förmedlar kontakt till politiker, tjänstemän och statliga myndigheter. 1 anställd.

Kulturskolan: är den största verksamheten av Blå Ställets verksamheter för barn i åldrarna 0-16 år, vilket inbegriper Cho La Hopfestivalen med mera. Ca 25 anställda.

Biblioteket: I korthet är bibliotekets funktion är som bekant att låna böcker, sitta i lugn och ro och läsa tidningar, böcker eller använda datorer. Biblioteket är kommunens ansvar och tillhör alltså inte Blå Stället direkt. Ca 7 anställda.

Förutom ovan nämnda verksamheter arbetar 20 på Blå Stället med bland annat administration, programverksamhet, marknadsföring etc.

1.2 Nulägesbeskrivning

Någon särskild kommunikationspolicy, dvs. nedskrivna plan för hur kommunikationen ska gå till existerar inte på Kulturhuset Blå Stället. De anställda vet dock vart de ska vända för viss typ av information. De kommunikationskanaler som Blå Stället använder i dagsläget är följande:

- Möten, Arbetsplatsträffar (APT) , interkommunikationsmöte och schemamöten som har tillkommit på senare år, där det framförs vad som är på gång då dem har en 14 dagars planering framåt och där representanter från de olika verksamheterna lyfter aktuella frågor vad som är på gång för deras del. Varje verksamhet har en gång i veckan möte, egna APT-möten varje onsdag, där vanligtvis en eller båda enhetscheferna sitter med.
- E-post (Lotus Notes)
- Elektronisk Publikt Veckobrev
- Telefon, sms
- Tryckt broschyrmaterial, foldrar
- Schemapärmen
- Protokoll

1.3 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur personalen upplever den interna kommunikationen på Blå Stället. Jag kommer att identifiera och analysera kommunikationsprocesser och kanaler som används idag inom husets vägar. Detta för att studera om den interna kommunikationen fungerar tillfredsställande eller tvärtom. Avslutningsvis i denna studie kommer jag att föra fram ett par förslag till förbättringsåtgärder gällande internkommunikationen på Blå Stället.

För att kunna besvara det övergripande syfte har följande frågor specificerats:

- Vilken syn har de anställda på den formella och informella kommunikationen inom Blå Stället?
- Finns det brister i kommunikationen mellan verksamheterna?
- Vilken uppfattning har de anställda på de kommunikations- och informationskanalerna som används idag på Blå Stället? Hur upplevs dem med sina för- och nackdelar, vilka kanaler anser de fungerar effektivast, och varför?
- Vilka förslag och önskemål har personalen för att förbättra den interna kommunikationen på Blå Stället?

1.4 Avgränsning

Jag kommer att studera Blå Ställets interna kommunikation. Denna studie kommer därför inte att behandla den externa kommunikationen. För att examensarbetet ska vara möjligt att genomföra inom ramen för uppsatsskrivandet, har jag i samråd med uppdragsgivarens önskemål avgränsat studien till att enbart undersöka fyra verksamheter på Blå Stället, nämligen Kulturum, Medborgarkontoret, Biblioteket i Angered och Kulturskolan och där främst se hur medarbetarna kommunicerar mellan verksamheterna. Detta för dessa fyra verksamheter, vars delar av personal i stort sett kommer i kontakt dagligen.

1.5 Utomvetenskaplig relevans

Ur ett utomvetenskapligt perspektiv anser författaren att kommunikation är en oerhört central del för Blå Stället för utan denna skulle verksamheten inte existera. Inom flera forskningsfält sägs kommunikation vara en av de viktigaste beståndsdelarna i en fungerande organisation. Vissa forskare hävdar till och med att organisationen är kommunikation.

Ledningen är av åsikten att internkommunikationen fungerar dåligt inom Blå Stället. Enligt enhetscheferna är Blå Ställets konkreta problem är just detta; att det ofta brister i kommunikationen mellan verksamheterna, kulturum, kulturskolan, biblioteket och medborgarkontoret. Därför ville dem ha reda på hur de anställda tycker att den interna kommunikationen fungerar.

För ett effektivt arbete och för att Blå Stället ska ha välmående medarbetare krävs det fungerande kommunikation. Kommunikationen knyter samman organisationens olika delar och de människor som arbetar inom dem. Dessutom har Blå Ställets verksamheter ett ansvar för att samordna, stödja och utveckla de kreativa projekt och evenemang som bedrivs inom Blå Stället, vilket ställer höga krav på samverkan. Även Blå Ställets långsiktiga utveckling inom kulturområdet, sammantagna framgång och resultat är till stor del beroende av hur väl kommunikationen fungerar.

Medieforskaren Larsåke Larsson (2001) menar att den internkommunikationen omfattar all information och kommunikation om jobbet och arbetsplats; skvaller, rykten, instruktioner, ordergivning, utbildning, VD:s tal på personalfesten, löneförhöjningar med mera. Då den interna kommunikationen utgör dagligen en relativt stor del på Blå Stället menar författaren att det inte är mer än rimligt att man forskar kring ämnet. Varje företag har sitt eget sätt att kommunicera och fungerar på olika sätt, att studera Blå Ställets interkommunikation är lika viktigt som att studera vilket annat företag som helst.

1.6 Inomvetenskaplig relevans

Författaren kan inte uppfinna hjulet på nytt då det tidigare har forskats om kommunikation. Det har bedrivits en hel del forskning och utvecklats modeller för hur den interna kommunikationen i en organisation bör organiseras. Denna studie kan dock bidra med att addera kunskap inom forskningsfältet som ett fall av internkommunikation i form av skilda verksamheter som finns fysisk nära vandra, genom att titta på ett verkligt exempel eftersom kommunikation sker ständigt på Blå Stället

Som nämnts tidigare komplexiteten i Blå Stället gör det intressant att studera hur den interna kommunikationen fungerar, som enligt experter är en viktig del i en organisations framgång. Då kommunikation utgör en relativt stor del av Blå Ställets olika verksamheter samt knyter samman och de människor som arbetar där, menar författaren att det är bara rimligt att studera området för att försöka få en djupare och mer uttömmande bild av en organisations kommunikationsflöde med dess kanaler, där tidigare kommunikationsteorier kan prövas och jämföras i verkligheten.

2 Teoretisk referensram

I detta kapitel presenteras den teoretiska referensrammen som ligger till grund för denna uppsats med fokus på kommunikation, internkommunikation, formell och informell kommunikation, kommunikationsvägar och kanaler. Inledningsvis behandlas i korthet tidigare forskning för att vidare definiera begreppet kommunikation innan de traditionella kommunikationsmodellerna tas upp.

2.1 Tidigare forskning

Inom forskningen nämns två kommunikationsskolor som beskriver fenomenet kommunikation, nämligen processskolan och semiotiska skolan. Den största skillnaden dem emellan är sättet på vilket man ser meddelandet. Processskolans perspektiv ser på kommunikation som överföring av meddelanden medan semiotiska skolan ser på kommunikation som skapande och utbyte av mening. Det som dem har gemensamt är att de har influerat i stort sett all senare teorier och forskning inom ämnet kommunikation. Jag kommer att närmare ta upp olika kommunikationsmodeller som ofta används för att förklara hur kommunikation fungerar och överförs i teorikapitlet. Det finns som sagt relativt mycket skrivet om kommunikation, och via vilka kommunikationskanaler budskapet går från avsändare till mottagare men någonstans måste man avgränsa sig därför kommer jag här nedan att endast presentera ett fåtal skrivna av tidigare studenter vid den egna institutionen, medie- och kommunikationsvetenskap.

I eftersökningar av studentuppsatser hade en del använt sig av både kvalitativ och kvantitativ metod men de flesta är gjorda med kvalitativ ansats som ”*Sjätte våningen*” av Charlotta Hemert & Edith Rudström och ”*kaffe, kunder och kunskap*” av Emma Bringår 2007. Författarna i den första uppsatsen har studerat medarbetarnas syn på internkommunikationen på Göteborgs stads Utbildningsförvaltning. Studien bygger på samtalsintervjuer med 10 personer i syfte att ta reda på hur UBF:s medarbetare får information, och vad de tycker om kanalerna osv. Den uppsatsen visade att UBF:s internkommunikation når alla medarbetare inom förvaltningen där informationskanalerna i dagslägget fungerar mycket bra. Det som författarna kommer fram till är att medarbetarna upplever att de saknar samhörighet med organisationen därför efterlyser de utökad muntlig kommunikation samt att ledningen synliggörs mera.

Syftet i den andra uppsatsen var att undersöka vilka uppfattningar och önskemål Espresso House baristor hade kring företagets interna kommunikation. Deras undersökning visade att de intervjuade baristorna var relativt nöjda med den arbetsrelaterade informationen och de kanaler som de får den genom. Ett önskemål som de hade var att få mer decentraliserad information gällande just deras arbetsplats och i deras vardag. Resultatet visade att baristorna var mindre nöjda med informationen om företagets mål och visioner. Vidare ville dem se mer av de högre cheferna ute på organisationen och en minskad klyfta mellan ledning och baristor. Trots att de ansåg att dagens informationskanaler fungerade bra efterfrågade de mer muntlig kommunikation. Det finns många aspekter att studera när det gäller kommunikation i organisation. Eftersom jag för främst inte har påträffat någon uppsats som mer ingående beskriver kommunikation mellan olika verksamheter anser jag att det finns en lycka att fylla här.

2.2 Definition av begreppet kommunikation

Ordet kommunikation kommer från latinets ”communucare” som betyder något blir gemensamt. Enligt nationalencyklopedin betyder kommunikation ”överföring av information mellan människor, djur, växter eller apparater” (www.ne.se). Strid skriver i sin bok ”*Interkommunikation, inom organisationer, företag och myndigheter*” att kommunikation är ett brett och svårt begrep, vilket gör att det är svårt att definiera ordet, och sättet att definiera ordet varierar åt beroende på vilket syfte man har med kommunikationsprocessen.

En allmän definition är enligt Larsson: ”*kommunikation kan beskrivas som processen för människors kontakt med varandra*” (Larsson, 2001:26). Även Fiske (1997) menar att kommunikation är en social samverkan med hjälp av meddelanden. Det är dem två sista definitionerna av internkommunikation som jag har valt att använda mig av i denna undersökning eftersom dem bäst förklarar hur kommunikation bör ske på mitt studieobjekt. Med andra ord är kommunikation så otroligt mycket, allt från kommunikationskanaler till hur information tolkas, kommunikation är också att sprida information om resultat och vad som händer på Blå Stället. Larsson menar att kommunikation som bör definieras, särskild i förhållande till begreppet information (Larsson, 2000:99). Inom en organisation utbyts olika typer av information mellan individer med olika positioner. Falkheimer (2001:94) skriver att internkommunikation är den information som sprids mellan chefer och anställda i en organisation eller anställda emellan. Därför är information en viktig aspekt att ha med i diskussionen eftersom information sprids genom kommunikation. Om man ska definiera begreppen kommunikation och information så kan man med det förstnämnda definiera som ett utbyte och delande av attityder, information eller känslor. Information definieras i sin tur som vad som skickas via en kommunikationskanal, d v s budskapet. Informationen är innehållet i en kommunikationsprocess. Beroende på vilken information som ska förmedlas så skiljer sig internkommunikation mycket åt.

2.3 Kommunikationsmodeller

För att beskriva hur mänsklig kommunikation fungerar och överförs har man inom kommunikationsforskningen utarbetat fram ett antal kommunikationsmodeller som alla har fått stort utrymme inom forskningsfältet. Det finns alltså ett flertal kommunikationsmodeller som man ofta använder för att förklara kommunikation. Det som dem har gemensamt är att det finns en sändare och mottagare, sedan skiljer de sig åt i informationsvägar däremellan och vad informationen utsätts för under dess väg. Det finns två vägar att gå när sändaren kommunicerar: envägskommunikation och tvåvägskommunikation. Envägskommunikationen är en rak kommunikation mellan sändare och mottagare, där sändaren kommunicerar till mottagaren. Tvåvägskommunikation är en process med en gemensam kontakt mellan sändare och mottagare, där mottagaren kommunicerar tillbaka till sändaren skriver Larsson. Som tidigare nämnts är det vanligaste sättet att betrakta kommunikation som en process där informationen flödar mellan individer, grupper och organisationer. Till detta synsätt tillhör den linjära kommunikation, vilken är den enklaste av dem alla. Modellen visar att mottagaren har en dominerande ställning till skillnad från mottagaren som är mer underlägsen. (Larsson, sid 29-30) . Modellen går ut på att det finns en sändare och en mottagare som genom ett meddelande kommunicerar med varandra. Sändarens meddelande skickas ut genom en vald kommunikationskanal och når sedan mottagaren.

Figur 1. linjär kommunikationsmodell (red s. 71)

Sändare → **kanal** → **mottagare**

Kritik har riktats mot modellen ovan för att den anses vara för enkel och inte tar hänsyn till att processen vid individkommunikation är av dynamisk natur. (red s 71) man kan aldrig vara säker på att meddelande verkligen har kommit fram till mottagaren, då denna modell inte fokuserar på mottagaren och hur han eller hon uppfattar meddelandet eller om den överhuvudtaget kommit

fram. Feedback saknas från mottagaren till sändaren. Den linjära kommunikations modell har utarbetats av Shannon och utvecklats vidare till en annan modell med namnet schematic diagram of shannon's general communication system (red. s 71)

Figur 2. schematic Diagram of Shannon's general communication system by Shannon källa: Fiske(1990).



I figuren ovan har modellen utökats genom ytterligare delar har tillagds. Kommunikationen börjar med informationskällan som är skaparen av själva meddelandet. Informationskällan använder en sändare för att skicka meddelandet genom olika typer att signaler till exempel, telefon, anslagstavla, möte, tal, e-post, telefax osv. den valda sändaren skickar meddelandet genom att skicka en signal som mottagaren ska kunna motta genom den valda kanalen. Kanalens funktion är att översätta signalen från sändaren till mottagaren på ett sådant sätt att mottagaren kan förstå meddelandet. Mottagaren ska i sin tur översätta signalen så att det slutligen kan bli ett meddelande. Det slutgiltiga målet hos den individ som meddelandet är avsett att hamna hos. Under kommunikationsvägen mellan informationskälla och det slutgiltiga målet utsätts det för olika sorters brus som kan förstöra eller förändra det egentliga meddelandet

I dialogprocessen mellan sändare och mottagare råder jämställdhet. Men det förutsätter att de som är med i dialogen ska kunna uttrycka sig fritt och vara ärliga med varandra menar Larsson. Som jag tidigare nämnt är kommunikation är en av de viktigaste komponenterna i en fungerande organisation. Kommunikation inkluderar företags, myndigheters och intresseorgans alla kommunikativa handlingar och interaktioner. Den delas upp i intern och extern, verbal och icke-verbal samt formel och informell kommunikation. Mer om dessa kommunikationsformer återkommer jag till längre fram i studien. Man kan säga att intern och extern kommunikation lever i symbios och därför är det svårt att dra en skiljelinje mellan dem. Det interna arbetet används i högre grad i externa syften, samtidigt som det externa arbetet fått alltfler interna kopplingar. Strid, menar därför att det är syftet med kommunikationen som får avgränsa den interna kommunikationen från den externa kommunikationen. (Strid 1999:15ff). Både intern och extern kommunikation innefattar formella och informella kontakter enligt Falkheimer, Heide (2001). Med internkommunikation menar jag den kommunikation som sker inom Blå Stället och extern kommunikation är den som sker med omvärlden . För att Blå Stället ska hålla en god extern kommunikation med omvärlden förutsätter att den interna fungerar. Som Falkheimer säger ” om inte företagets egna medarbetare känner till företagets mål, visioner och förstår vad organisationen står för, får ingen annan utanför företaget förstå det heller (Falkheimer, Heide, 2003).

Verbal och icke-verbal kommunikation

Verbal kommunikation är allt som sägs, detta kräver att språk används till skillnad från icke-verbal kommunikation som är övrig kommunikation och ej kräver språk. (Kreps, 1990, s. 22). Icke-verbal kommunikation innefattar kroppshållning, kläder, fysiskt position mellan de som talar, ansiktsuttryck eller gester och allt kommunicerar något. (Bodin & Fant, 195, s.39)

Beroende på om kommunikationen är verbal eller icke-verbal så väljs kommunikationskanal därefter. Valet påverkar hur mottagaren uppfattar informationen. Vi är olika människor med olika bakgrund detta medför att vi uppfattar saker på olika sätt. Oavsätt vilken typ av kommunikation det handlar om måste sändaren vara mycket noggrann vid den interna kommunikationen så att den uppfattas på rätt sätt av alla inom organisationen.

Anders & Baird (1995) anser att den verbala kommunikationen har stora fördelar eftersom den ger möjlighet till ömsesidig dialog, den är mer personlig och ger en uppskattningskänsla.

2.4 Formel och informell kommunikation

Intern kommunikation kan delas in i två kategorier, nämligen formell kommunikation och informell kommunikation (Larsson, 1997). Inom ett företag sker den formella kommunikationen i bestämda former som är tidsbestämda i förväg. Exempelvis via förbestämda möten och information som finns nedskrivet som PM, personaltidning och intranät. Kreps, menar att det är mycket sällan som den formella kommunikationen uppfyller personalens informationsbehov (Kreps 1989:201f). Till skillnad från formell kommunikation där kommunikationen sker vanligen på ordervägen från chef till medarbetarna och tvärtom, sker den informella kommunikationen utom chefens och ledningens protokoll. Den informella informationen är inte förutbestämd utan kan ske närhelst och varhelst. När den formella kommunikationen inte räcker att besvara alla frågor, vänder sig medarbetarna ofta till den informella kommunikationen för att komplettera informationsbehovet. Den informella kommunikationen som dessutom står den utanför ledningens kontroll är den valigaste och dominerar på de flesta arbetsplatser. (Falkheimer & Heide, 2003:17ff och 90f). Enligt Larsson är risken med den informella kommunikationen att rykten uppstår inom organisationen, den så kallade djungeltrumman. Ryktesspridning är ett vanligt problem som skapas av dem som bara vet delar av sanningen och som stör den korrekta informationsgivningen. Ju mindre ledningen förser personalen med relevant information, desto mer utvecklas och stärks djungeltrumman. Det fungerar även motsatt, med en väl utvecklad kommunikation minskar behovet av informella kanaler. (Kreps, (1990, s.201-202). Larsson menar att all informell kommunikation kan vara viktigt i en verksamhet och bör därför inte ses som en negativ företeelse. (Larsson, (1990, s 62). Generellt kan man säga att ju fler led det finns i en organisation desto större är chansen att den information som leds genom olika hierarkiska nivåer förvrängs eller blir missförstådd. Genom att ta reda på vilka frågor som cirkulerar bland medarbetarna kan man återkoppla med rätt information till rätt mottagare och därmed undvika ryktesspridningar menar Strid. (Strid 99:43)

När informell, formell, intern och extern kommunikations kombineras skapas olika kontaktformer se tabellen nedan.

Tabell 1. "Informell och formell kommunikation" källa: Larsson, 2001 s.67

	Intern	Extern
Formell	Mål och policy Regler och riktlinjer Producerad info (möten o info-material)	Producerad information Relationsaktiviteter presskontakter
Informell	Samtal och diskussioner Spontana gruppmöten Berättelser Rykten etc	Informella avtal Underhandskontakter Spontana möten externt Informella mediekontakter

I den formella kommunikationen ingår mål och policy, regler och riktlinjer samt producerad information i form av möte och informationsmaterial. Här förmedlar det som ledningen förväntar bli verkställt (Kreps i Larsson, 2001).

Den informella kommunikationen är det samspel som medarbetare själva skapar bredvid den formella. Hit hör exempelvis samtal och diskussion, spontana gruppmöten, berättelser och rykten. Det brukar sägas att den informella kommunikationen har mer makt inom organisationen.

2.5 Internkommunikation

Varför är internkommunikation viktigt? Ett citat av Heide beskriver vikten av god internkommunikation i en organisation: *”Det är omöjligt att tänka sig en organisation utan kommunikation, en sådan skulle snabbt förvittra. Koordinering, styrning och ledning skulle vara omöjligt.”* Heide, 2005:9:

Den interna kommunikation är med andra ord mycket viktig för en ett företags uppbyggnad, om internkommunikationen fungerar väl kan den lyfta verksamheten som helhet, men om kommunikationen inte fungerar bra eller inte fungerar alls, kommer inte verksamheten att misslyckas eller i värsta fall sluta att existera. Enligt Heide, Johannson, Simonsson, (2005) är kommunikation viktigt för att samtliga organisationsmedlemmar ska acceptera organisationens mål och visioner för att få dessa till handling. De flesta verksamhetschefer är angelägna om att ha en bra fungerande kommunikation och vill även utveckla den att bli bättre. Undersökningar visar att framgångsrika företag satsar mer resurser än andra på internkommunikation och att den spelar en strategiskt viktig roll. En fungerande internkommunikation är ett viktigt kitt som håller samman organisationen, motiverar och skapar samhörighet. Forskning visar att om medarbetarna ska ta ansvar måste de ha kunskap om vad som händer i företaget. I boken *”Intern kommunikation inom organisationer, företag och myndigheter”* skriver Strid att många företag använder intern kommunikation för att arbeta ut ett för organisationen gemensamt ansikte utåt mot omvärlden. (Strid s.31).

Den interna kommunikationen i en organisation har flera viktiga funktioner och listan kan göra lång men Kreps nämner fyra övergripande funktioner: Den första är att sprida mål, nyheter, uppgifter och regler för organisationens verksamhet. Den andra att koordinera den aktivitet som organisationen har. Den tredje att förse de ansvariga med feedback om tillståndet i organisationen samt se hur den nedåtriktade kommunikationen tar emot av de anställda och den sista att socialisera in medarbetarna i organisationskulturen. Även Eriksson (2002) menar att den interna kommunikationen ska bland annat ge medarbetarna en överblick över organisationen, skapa en enighet om målsättningen, ge bättre beslutsunderlag samt skapa motivation och ”vi-anda”. Dessutom ska den interna kommunikationen underlätta samarbete mellan medarbetare, motverka ryktesspridning och minska personalomsättningen. God kommunikation kan också bidra till ökad trygghet, självutveckling och reducerad stress.

2.6 Kommunikationsvägar

Det finns en mängd olika sätt att kommunicera på internt, genom de så kallade kommunikationsvägarna. Enligt Larsson sker den interna dialogen i en organisation sker i flera olika riktningar. Den kan ske vertikalt men också horisontell, (Larsson, 2001 s 72f) vilka sammanfaller delvis med formell och informell kommunikation. Forskare har identifierat fyra huvudsakliga riktningar på den interna dialogen där den första är nedåtriktad (vertikal) information från chef till anställda, till exempel när chef mejlar information till samtliga anställda i en organisation.

Den andra är uppåtriktad i form av personalens återföring, så kallad ”feedback” till chefen, till exempel på ett möte där personalen kan kommunicera direkt med sin chef. Den tredje horisontella riktningen, sker kommunikationen mellan anställda på en enhet eller flera enhet på samma nivå, t.ex. diskussion mellan de anställda emellan. I denna miljö förekommer också den mest informella kommunikationen, detta beror främst på att anställda inom samma enhet finns fysiskt samlade på samma ställe och därmed har daglig kontakt. Kreps hävdar att hävdar att

horisontellt kommunikationsflöde är en mycket viktig kommunikation, men blir ofta förbised. (Kreps s. 204). Den sista tvärgående riktningen sker mellan medarbetare på olika enheter och på skilda nivåer i organisationen, till exempel samtal mellan chef och medarbetare från olika verksamheter. Denna är av betydelse då de skapar förutsättningar för samarbetet över enhetsgränserna och därigenom förbättrar organisationens anpassningsförmåga och flexibilitet. För att kunna uppnå en god intern kommunikation som möjligt krävs att dessa olika kommunikationsriktningar fungerar. Det räcker alltså inte att chefen kan kommunicera ut sittbudskap, minst lika viktigt är att de anställda lämnas plats för att uttrycka sina åsikter. I många organisationer är det vanligt med olika arbetslag inom en avdelning. Dessa arbetslag träffas ofta för att planera arbetsschema, uppdrag, effektivitet med mera, vilket medför att de ofta har en fungerande kommunikation inom sin avdelning.

2.7 Kommunikationskanaler

Det är viktigt att studera vilka kommunikationskanaler som används på Blå Stället då individer kan ha olika åsikter om vilka som är effektiva och tvärtom. Kommunikation sker alltid genom en kanal eller flera kanaler likaså information. Med kommunikationskanaler menas i vardagligt tal hur människor kommunicerar, exempelvis kan vi prata face to face med varandra, skriva brev eller ringa. Kanalerna kan ses som olika hjälpmedel som används till kommunikation. Vilken kanal vi väljer beror bl.a. på vilken information som ska förmedlas och hur snabbt vi vill att den ska nå andra (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Det är inte alltid lätt att veta vilken kanal som man ska använda för den interna dialogen och varje organisation måste anpassa kanalerna efter egna förutsättningar. Det är inte bara en resurs och kostnadsfråga hur kanalerna ska användas, de har både för- och nackdelar som måste tas hänsyn till. Dessa kanaler kan vara formella eller informella och det finns fördelar och nackdelar med dessa vilka jag kommer att ta upp senare i kapitlet. Min uppfattning är att hur personalen på Blå Stället tar in information och sedan bearbetar den påverkas av i vilken kanal budskapet går från avsändaren till mottagaren. Präglas organisationen av färre kommunikationskanaler har informationen lättare att nå fram på ett korrekt sätt.

Som tidigare nämnts finns det olika sorters kanaler att välja emellan för att kommunicera internt och dessa brukar primärt delas in i tre kanaler, nämligen muntliga, skriftliga och elektroniska kanaler. Härnäst behandlas dessa och vad som karaktäriserar dem samt deras för- och nackdelar.

2.7.1 Face-to face kanaler muntliga

Muntliga, även så kallad face to face kommunikation förekommer oftast i möten. Möten kan vara av både planerade eller informella möten, exempelvis konferenser, utbildningar och seminarier. Högström et al (1999) anser att de viktigaste kommunikationskanaler är personliga möten av olika slag. Fördelen med muntliga kanaler är att de ger goda möjligheter till dialog på sätt som inga andra kanaler gör, genom exempelvis att medarbetarna kan få sina egna åsikter framförda och ställa frågor och förtydliganden skriver Erikson i sin bok (2002 s 61). Nackdelen med face-to face kommunikation är att personer uppfattar saker olika, skillnaden i det uppfattade budskapet kan bero på kultur. Det är oerhört viktigt att ha klara mål med kommunikationen så att det klart och tydligt vad som ska uppnås, detta medför att man kan lättare se om kommunikationskanalen är effektiv. Strid (1999:91) skriver att muntlig kommunikation är den viktigaste och inte kan ersättas av ett skrivet meddelande utan endast kompletteras.

2.7.2 Skriftliga kanaler

All tryckt information på papper eller annat material tillhör kategorin skriftliga kanaler, exempelvis företagspresentationer, nyhetsbrev, personaltidningar, utställningar och rapporter. Det positiva med denna typ av kommunikation är att mottagaren var som helst och när som helst kan gå tillbaka och läsa informationen på nytt. Denna typ av envägskommunikation är problematiskt i och med att mottagaren har små möjligheter att delta i dialog med sändaren.

2.7.3 Elektroniska kanaler

På senare år har de elektroniska kanalerna fått en större plats och kommit att bli en stor del av kommunikationen på arbetsplatsen. Elektroniska kanaler kan bestå av exempelvis e-post, intranät, databaser, telefax, radio och film. Fördelen med denna typ av kommunikation är snabbheten. Informationen kan sändas exakt till avsedd mottagare som i sin tur kan vidarebefordra informationen med eller utan kompletteringar (Eriksson, 2002 s 61). Han skriver vidare att många elektroniska kanaler, däribland intranät överträffar i snabbhet, visualiserar fakta på ett tydligare sätt än de skriftliga kanalerna, samt är direkt i sin kommunikation (2005 : 69-70) Eriksson. En av fördelarna med elektroniska kanaler är möjligheten att visa bilder. Bilder kan på ett effektivt och enkelt sätt förklara komplicerade samband till skillnad från muntliga kanaler. Intranät bygger på internet teknik. Enligt Heide 2005, s 34) har de flesta stora organisationer idag någon form av intranät. Ett intranät är ett nätverk av flera sammankopplade datorer som bygger på internet teknik, vilket gör det tillgängligt för alla. Den stora nackdelen med elektroniska kanaler är tillgängligheten eftersom kanalerna kräver viss typ av utrustning. En annan nackdel kan vara att inte alla individer har kunskapen att hantera dessa och tredje nackdel är att långa texter på datorskärmen kan vara mycket påfrestande för ögonen.

2.8 Effektiv kommunikation

En välfungerande kommunikation är viktigt inte minst för sammanhållningen i en organisation. Om den interna kommunikationen är tillfredställande ökar de anställdas motivation och de känner en ”vi-anda” med organisationen, vilket i sin tur leder till att de presterar bättre och tar ansvar för sina arbetsuppgifter osv. För att kommunikationen ska vara effektiv är det viktigt att fastställa vem el vilka som är mottagaren av informationen för att veta hur informationen ska utformas. (Bohlin, 1987). Även tidpunkten för information och kommunikation är av stor vikt, men det kan också avse mängden information. Mottagare av information kan uppleva en övermättad om mycket information flödar samtidigt. När informationen blir stor i mängd finns det en risk att informationsmottagaren inte kan ta till sig allt. Detta innebär att mottagaren drabbas av det så kallat informations overload. För att den interna kommunikationen ska bli så effektiv som möjligt krävs det att ett antal kriterier blir uppfyllda. Dessa är följande: saklighet, trovärdighet, aktualitet och snabbhet. Informationen ska dessutom vara fyllig, komplett, konsekvent och koordinera skriver (Larsson 2001). Uppfylls inte dessa kriterier finns det stor risk att det uppstår problem med kommunikationen menar författaren. Eriksson (1998) beskriver att det är viktigt att ledningen samordnar och sätter upp kommunikationspolicys, dvs ”samlade riktlinjer” när företaget har en klar strategi för hur arbete med kommunikationen ska bedrivas effektivt. Författaren anser för att Blå Stället ska vara effektiv och lönsamt krävs det att kommunikationen fungerar på ett bra sätt. Vad människor ser i omvärlden påverkas av deras förväntningar på omvärlden. Därför är det viktigt att studera hur de anställda ser på sig själva, varandra och Blå Stället för att kunna förbättra kommunikationen. Om ledningen är medvetna om hur de anställda ser på olika saker kan de lättare ta reda på vad som är bra eller mindre bra och anledningen till detta, vilket medför att förutsättningar för att kunna införa förbättringar ökar.

3 Metod

I detta kapitel beskrivs undersökningsmetoden och det urval som gjordes samt hur intervjuerna rent praktiskt genomfördes. Syftet med detta kapitel är att skapa en bild av uppsatsens utförande för att göra det möjligt för läsaren att se hur undersökningen gått till väga.

3.1 Vetenskaplig ansats

Beteckningarna induktiv, deduktiv och abduktiv syftar på sättet att skaffa kunskap inom forskningen. Den avgörande skillnaden är att man i den förstnämnda utgår från empirin medan i den andra utgår man från teori. Det sista angreppssättet, innebär en kombination av deduktiv och induktiv. Forskaren valde för denna studie en deduktiv ansats då den utgick ifrån existerande teorier som applicerades på kommunikation och information på Blå Stället.

3.2 Kvalitativ undersökningsmetod

Varje metod har sina fördelar och nackdelar och ingen metod kan sägas vara bättre än den andra. Om vi börjar med fördelarna med kvantitativ metod så handlar det om att mycket stora mängder data kan snabbt samlas in för att sedan kvantifieras, presenteras statistiskt samt analyseras. Urvalet kan bli statistiskt representativt och man kan t.ex. uttala oss om personalens kommunikationsvanor och ståndpunkter i generella termer. Fördelen med kvalitativ metod är att man får en djupare insikt av hur personalen ser på internkommunikation och att de kan utveckla sina svar.

Vilken metod som kommer att användas mest beror på vilken slags undersökning man gör och vad man har för syfte med den hävdar Kvale i sin metodbok. (Kvale, 1997 s 69). Kvale skriver vidare att ”intervjuer är särskild lämpliga när man vill studera människors syn på meningen med sina levda liv, beskriva deras upplevelser och självuppfattning, och klargöra och utveckla deras eget perspektiv på sin livsvärld”. Jag valde bort den kvantitativa metoden utifrån mitt syfte och frågeställningar där jag hade i åtanke att uppdragsgivaren ville försöka förstå hur de anställda uppfattar att internkommunikation fungerar mellan verksamheterna utifrån deras verklighet, vilket gjorde att val av metod föll naturligt för den kvalitativa ansatsen (metodpraktikan s 258). Genom att ställa samma frågor till de anställda kan jag ta reda på vad de tycker och tänker om det undersökningen gäller samt som de insamlade intervjuer bildar analysmaterialet i uppsatsen. Det optimala hade så klart varit om jag hade kunnat använda båda metoder, dvs. triangulering men kom fram till att på grund av tidsaspekten var det inte realistiskt genomförbart därför valde jag endast en metod att använda i denna undersökning.

3.3 Urval av intervjupersoner

En undersökning kan göra antingen på den totala populationen, dvs. den grupp vars åsikter och egenskaper som är intressanta att mätas eller på ett urval av undersökningsenheter, dvs. individer som ska ingå i studien. Det första författaren gjorde var att fatta ett beslut om ett sannolikhetsurval eller ett icke-sannolikhetsurval (Patel, R. Davidsson, B, 2003 109-122) skulle genomföras. I den förstnämnda urvalstekniken väljs varje IP ut slumpmässigt där alla i målpopulationen har en känd sannolikhet att komma med i undersökningen. På så sätt blir urvalet mer representativt till skillnad från icke-sannolikhetsurval. Författaren har i denna studie använt sig av ett icke-sannolikhetsurval. Detta medvetna bekvämlighetsurval grundar sig i att jag ville intervjua personal som var insatta i de frågor som författaren sökte svar på.

Med tanke på denna studies syfteformulering samt den tid jag har till mitt förfogande för examensarbetet valde jag att begränsa urvalet för intervjuerna genom att endast fokusera på sex personal från fyra verksamheter, nämligen Kulturum, Medborgarkontoret, Kulturskola, och biblioteket samt två informatörer på Blå Stället för att se studera kommunikationen mellan verksamheterna. En svaghet med att begränsa oss till endast 6 anställda är att jag inte får med alla medarbetares syn på internkommunikationen men samtidigt fanns risken är annars att ytterligare intervjuer ska göra arbetet för stort.

För att jag ska få rätt intervjupersoner och eftersom jag inte känner till de anställda sen tidigare ombads personalansvarige tillika min kontaktperson på Blå Stället Elias Sandlig om hjälp för detta uppdrag. Genom honom införskaffades information samt en personallista om lämpliga personer för studien som kan tänkas delta i en intervju. De kriterier som ställs från min sida för val av intervjupersonerna som ska delta i studien är att de på ett eller annat sätt kommunicerar mellan verksamheterna på regelbundet basis. Andra kriterier jag har baserat min urval på är rekommendationer från kontaktpersonen. Enligt Kvale (1997) bör man intervjua så många personer som behövs för att få reda det man vill veta. Författaren är väl medveten om att underlaget är för litet för att vi ska kunna dra generella slutsatser. I stället har jag tagit fasta på det som beskriver teman, mönster och uppfattningar i det specifikt mänskliga.

3.4 Datainsamling

Insamling av information kan göra med hjälp av två olika metoder. Med primärdata menas information som har införskaffats genom intervjuer eller enkäter eller observationer och med sekundärdata menas information som redan finns insamlad, tex litteratur kring internkommunikation. Den förstnämnda metoden är både dyr och tidskrävande samt som den kräver en viss kompetens hos undersökaren, den sistnämnda är mycket kostnad - och tidseffektiv samt som har mycket ingående data att välja ur. Dock finns det risk att data kan vara inaktuell eller att den inte passar rätt syfte. I denna undersökning har författaren använt primärdatainsamlingsmetoden eftersom jag ämnade gå in på djupet på forskningsobjektet och utreda den interna kommunikationen och de använda kanalerna genom att ställa mer djupgående frågor vid intervjuer.

3.5 Intervjuguidens utformning

Den aktuella intervjuguiden som användes vid intervjuerna med personalen har varit semistrukturerad och utgått ifrån forskningsfrågeställningar som delats in i olika teman (se bilaga 1). Frågorna hade också relation till de teorier uppsatsen bygger på. I och med att intervjuguide var semi-strukturerad innebär detta att jag inte behövde följa intervjumalen slaviskt utan i stället har jag haft friheten att ställa frågor utefter den ordning som har känts mest naturlig i intervjusituationen. Till exempel har jag ändrat ordningen på frågorna när intervjupersonerna redan kommit in på frågornas teman. Vidare har jag bland ställt följdfrågor när det känts angeläget under intervjuerna.

3.6 Genomförande av intervjuer

Intervjuerna, sex till antalet totalt, varav fyra av dem var personliga intervjuer och två e-postintervjuer genomfördes under en vecka i april 2009. Enligt författaren Trost är det bra om intervjupersonerna själva får bestämma plats för intervju, detta för att de ska känna sig trygga med sin omgivning och därmed kunna fokusera på intervjun i sig. Fyra intervjuer ägde rum på intervjupersonernas arbetsplats efter att de själva valt det, dvs i Blå Ställets lokaler och två skedde via e-post. Med tanke på tidsaspekter för egen del och personalen var det positivt att majoriteten av intervjuerna genomfördes i arbetsmiljö, så kallade fältintervjuer, som varade i minst en timme med varje intervjuperson. Platsen var oftast ett avskilt konferensrum benämnd "Röda rummet".

För varje intervjutillfälle där tidpunkten för intervjuerna anpassades till de tider som passade IP bäst presenterade jag mig själv och vad undersökningen gick ut på, det vill säga att jag är studerande vid Göteborgs universitet som ska genomföra examensarbetet vid deras arbetsplats och jag poängterade att jag inte är anlitade av Blå Stället. Vidare berättade i korta drag vad jag skulle ta upp under intervjun, detta för att ge IP en chans att förstå mitt syfte och lättare skapa sig en förståelse för området som ska studeras. Jag betonade också att bandspelare skulle användas så att jag inte skulle riskera misstolka eller i värsta fall glömma bort och gå minste om något viktigt (Holme och Solvagn (1997) samt markerade jag att IP kommer att vara anonym och inte gå att identifiera i den slutgiltiga studien. Intervjun inleddes med personliga frågor i syfte att få en bild av vilka de var. Därefter började intervjun, som främst bestod i 3 delar. Den första fokuserade på kommunikation, information och kommunikationsvägar, den andra på kanaler och den tredje handlade om informell och formell kommunikation. En sista fråga som vi ställde till alla var om de hade några önskemål på förbättringar med deras interna kommunikation.

Enligt tidsplanen avsatte jag en vecka åt intervjutillfällen där tidpunkten för intervjuerna anpassades till de tider som passade IP bäst. På grund av tidsbrist från informatörernas kom vi överens om att göra intervjuerna per e-mail. Att vara två intervjuare kan vara en fördel då stödet från varandra medför en bättre intervju och större informationsmängd och förståelse kan fås än om man intervjuar ensam skriver metodförfattaren Trost. Då författaren genomförde alla intervjuerna ensam hade jag tyvärr inte möjligheten att efteråt kunna diskutera med någon och komplettera det som den ena eller andra eventuellt tyckte var lite oklart om vi t.ex. hade varit två författare. Anteckningarna har fungerat som ett bra komplement till det inspelade materialet. Enligt författaren Holme och Solvagn 1997 är förmågan att kunna sätta sig in i intervjuoffrets

situation viktigt hos forskaren, detta för att man ska kunna snabbt formulera följdfrågor i syfte att följa upp intressant information. Själva miljön var lugn och inga störmoment uppstod under intervjutillfällena och de flesta av intervjupersonerna hade ett avslappnat kroppsspråk och de pratade gärna på även när bandspelaren stängts av och intervjun var slut. Detta tolkar jag som att de kände sig trygga under intervjusituationen. Efter den sista intervjun kände författaren att det inte gick att få fram någon oväntat ny information, därmed anses att en lagom mättnad har nåts.

3.7 Analysmetod av intervjumaterialet

Efter varje intervju transkriberade författaren materialet, dvs. varje intervju har skrivits ut ordagrant, för att senare lättare kunna analyseras. För att kunna analysera mina intervjuer har jag först skrivit ut och läst igenom dessa texter ett flertal gånger. Detta gjordes för att jag lättare ska få en god kännedom om det empiriska materialet. Under tiden jag läste igenom intervjuerna strök jag systematisk under svaren med olika färgpennor det som jag tyckte passade in i de teman som motsvarade frågeställningarna. Sedan sammanställde och analyserade all svarsmaterialet kring återigen teman. Författaren är medveten om att analysen ger ingen möjlighet till generalisering, men vad undersökningen kan göra är att visa hur och skapa förståelse för hur de anställda som ingår i studien ser på internkommunikationen. Personalens svar ställdes mot varandra i syfte att identifiera likheter och olikheter. Med tanke på att jag strävar efter att förstå och tolka samt testa teorier, så är jag positivist.

3.7.1 Fördelar- och nackdelar med arbetssättet

Fördelen med att använda sig av en intervjuguide är att man kan gå tillbaka till malen ifall samtalet går i andra spår än det som är tänkt. Nackdelen är att man riskerar att få outförliga svar. Fördelen med bandspelare är att man kan få med allt och missar inget viktigt till skillnad om endast anteckningar förs. Bandspelare är även till stor hjälp senare vid bearbetningen av materialet. Fast och andra sidan är kan man inte lita på tekniken, band kan ju fastna och sluta fungera, vilket hör till nackdelen. En annan brist med bandspelaren kan vara att intervjupersonen känner sig hämmad av den. Ett metodproblem som bör tas upp med intervjuer är risken för den s.k intervjuareffekt som kan uppstå i intervjusituationer, d v s att intervjuaren påverkar den intervjuade i högre eller lägre grad eller tvärtom. Det kan till exempel vara så att den intervjuade försöker ge svar som denne tror att forskaren vill ha, resultatet av detta blir då att källan blir opålitlig, (Ösyby, H m fl, s.153). I denna studie har författaren försökt att förebygga detta främst genom att påpeka för de svarande att de kommer att vara anonyma i slutarbetet, dvs. att enskilda svar aldrig kan kopplas samman med resultaten, detta har förhoppningsvis resulterat i ärliga svar från deras sida.

3.8 Validitet (giltighet)

Med validitet (giltighet) menas att forskaren verkligen har samlat in data om det som denne avsett att undersöka och inget annat eller att mätinstrumentet (frågorna) ska mäta det den är avsedd att mäta (Trost, 2000:64) När data insamling genomförs på ett korrekt sätt så brukar man säga att den har hög validitet. För att säkerställa validiteten i studien har författaren samt kontrollera om frågorna var lämpliga och väsentliga har jag låtit en utomstående, som i detta fall min kontaktperson Elias som är ändå var insatt i problemområdet granska innehållet i intervjuquiden. Då jag endast gjort relativt få djupintervjuer måste jag ifrågasätta om jag verkligen lyckats uppnå det syfte jag satte i början av uppsatsen. Jag är medveten om att jag inte kunnat få ut så mycket av dessa. Alltså sett till antalet intervjuer, kan det ha påverkat innehållets omfattning och inte blivit tillräckligt stor för att man ska kunna ha en full representation av verkligheten. Därför måste jag vara försiktig med mina slutsatser. Utifrån de förutsättningar som denna undersökning har givits anser jag ändå att resultatet ger en bild av hur de intervjuade ser på situationen därför vill jag hävda att mätmetoden delvis fungerat som jag avsett och har jag försökt att uppnå en någorlunda hög validitet.

3.9 Reliabilitet (tillförlitlighet)

Med reliabilitet menas hur pass tillförlitlig en undersökning är eller att resultatet skulle bli samma vid en återupprepad undersökning. Det faktum att bandspelare användes vid fyra av intervjuerna gör att reliabiliteten ökar likaså eftersom författaren kunnat gå tillbaka och försäkra sig att man uppfattat allt rätt, vilket också ökar reliabiliteten

Eftersom författaren genomfört intervjuerna ensam kan det ha bidragit till att reliabilitet minskat något. Men å andra sidan kan detta faktum att jag var ensam som intervjuade kan tvärtom ha påverkat personalen positivt samt som intervjuareffekten minimerats något. Om de intervjuade skulle svara på de ställda frågorna vid en annan tidpunkt så tror jag att svaren hade blivit på ett liknande sätt, detta baserar jag främst på att jag uppfattningen att personalen hade bestämda åsikter den interna kommunikationen på Blå Stället.

4. Empiri och analys av intervjumaterialet

I detta kapitel presenteras samt analyseras de resultat som framkommit av intervjuerna med personalen på Blå Stället. Dessa två delar sammanvävs och anledningen till att jag väljer att analysera och tolka det empiriska materialet på samma gång är för att jag dels ska undvika upprepningar, dels underlätta för läsaren att se kopplingarna mellan empirin och analysen. Dispositionen är för övrigt uppdelat i olika delar som i tur och ordning gäller hur personalen upplever att den interna kommunikationen fungerar, kommunikation & information, formell och informell kommunikation, kommunikationskanaler och synpunkter el förslag på förbättringar. Då jag använder många citat i redovisningen och för att underlätta läsningen har talspråket översatts till skriftspråk dock utan att kontexten förändrats. Till exempel har jag tagit bort hummande, mummel och halva påbörjade meningar, som jag har bedömt inte ha någon betydelse för resultaten. Eftersom intervjupersonerna är anonyma, och för att jag inte ska avslöja vilken verksamhet intervjupersonen - som jag i fortsättningen kommer att förkorta och benämna IP - arbetar på, har jag valt att kalla dem för verksamhet 1, 2, 3 och 4. I en del citat där IP namnger en verksamhet har författaren satt ut kryssar i stället för att det aktuella namnet. Författaren redovisar i detta kapitel endast ett urval av kommentarer. Svaren är sorterade och grupperade detta för att göra dem lättöverskådliga

Kort presentation av intervjupersonerna

De intervjuade anställda består av fem kvinnor och en man. De är mellan 27 och 57 år gamla. Fyra av dem arbetar som samordnare inom respektive verksamhet och två är informatörer på Blå Stället. De har olika arbetslivserfarenheter och trivs med sina jobb inom Blå Stället. Något som dem har gemensamt är att samtliga saknar internkommunikationsutbildning.

4.1 Hur personalen upplever att den interna kommunikationen fungerar?

För att kunna få svar på det övergripande syftet med denna uppsats, inledde jag med att ställa frågan hur personalen tycker att den interna kommunikationen fungerade på Blå Stället. Här blev svaren något spretiga. Åsikterna gällande hur internkommunikationen fungerar varierar och kan svaren delas in i två grupper. Några av personalen tycker att den interna kommunikationen fungerar bra men kan förbättras medan andra upplever kommunikationen som mycket dålig. Endast en person upplevde att det inte fanns någon bra kommunikation uppåt i ledningen.

"I det stora hela tycker jag att det funkar, sen jag får ju kontakta dem personerna när jag märker att det är någonting som jag har missat"
(Verksamhet 2, Intervju)

"Ja, jag skulle vilja säga att det inte är så mycket kommunikation överhuvudtaget mellan enheterna. I och med att jag sitter och jobbar och jobbar här så blir jag berörd av alla förändringar som ske här"
(Verksamhet 4, intervju)

"Varje verksamhet fungerar men sen kors och tvärs fungerar inte och vi är väldigt beroende av varandra framför allt när det gäller lokaler då och man behöver veta vad som händer i huset för det blir väldigt mycket krockar och sånt pg r att inte den kommunikationen fungerar bra " (Verksamhet 1, intervju)

”Ja det fungerar, gör det ju, alltså naturligtvis så är det ju så här det spretar mellan verksamheterna och man har ju så mycket och göra så man har så mycket fokus liksom på den egna verksamheten vilket gör att man kanske inte kommunicerar så mycket som man borde med xxxxx” (Verksamhet, 3 intervju)

4.2 Kommunikation och information mellan olika verksamheter

Under intervjuerna ställdes frågor kring vem eller vilka de intervjuade får information ifrån samt vilka de har kontakt med. Detta för att jag ska kunna utröna hur kommunikationsvägarna går och vilken typ av kommunikation som sker inom Blå Stället. Larsson definierar fyra huvudsakliga kommunikationsriktningar i en organisation: nedåtriktad, uppåtriktad, horisontell och tvärgående ström. Då Blå Stället, enligt eget utsago, är en platt organisation och saknar mellanchefer, innebär detta att kommunikationen inte går så långa led innan den når mottagaren.

Kommunikationsvägarna inom Blå Stället sker här från enhetschefer till anställda, anställda till chef och anställda till anställda. Något som också stöds av en av IP som säger att: ”kommunikationsvägarna här går kors och tvärs, vi kommunicerar med alla” (Verksamhet 4, intervju).

Dock kan kommunikationssätten skilja sig åt från gång till gång beroende på vem man tar kontakt med och vad ärendet gäller, uppger IP.

Då kulturhuset Blå Stället är komplex är det viktigt att kommunikationen fungerar effektivt, oavsett verksamhet. Resultatet visar att i stort sett fungerar kommunikationen mycket bra inom den egna verksamheten men sämre mellan verksamheterna. Flera av de intervjuerna säger att mer kontakt enheterna emellan vore önskvärt, men att det är svårt att uppnå på grund av tidsbrist, då alla verkar vara upptagna med sina arbetsuppgifter. Vissa tycks ha täta kontakter mellan verksamheter medan andra har mycket sällan och en del ingen kontakt alls med andra verksamheter. Samtliga svarande menar att det är viktigt med bra kommunikation mellan verksamheterna i huset eftersom det leder till ökat samarbete mellan dem men de menar att upp till var och en att ta kontakt med varandra och vårda den kommunikationen.

”Överlag så funkar kommunikationen för min del som jobbar på xxxxx så det finns ingenting som jag egentligen saknas, det som är viktigt skickas ut på mejl”

(Verksamhet 2, intervju)

En IP tycker att en bättre personlig kontakt skulle förbättra kommunikationen *”Man borde kanske träffas lite mer för att få en liten annan vad ska man säga kontakt det tror jag är bra på alla arbetsplatser faktiskt.”* (verksamhet 2, Intervju)

”jag tror att det är en omöjlighet till att få det att alla känner sig väldigt informerade av allt som händer för det handlar inte bara om att informationen ska nå oss på ett värt sätt men sen är det också upp till var och en att hålla sig informerad så att jag vet hur det är det krockar ibland så klart av väldigt naturliga skäl”

(Verksamhet 1, intervju)

Vid analysen av intervjuerna kunde författaren se vissa mönster i personalens kontakter, där avståndet påverkar kontakten. Här blir det tydligt att kommunikationsproblem inte är lika vanligt inom den egna verksamheten som mellan de olika verksamheter som IP säger:

”Jag kan bara tala utifrån mej utifrån xxx och här har vi ju inte så stora problem va eftersom vi är en väldigt avgränsad verksamhet i huset den är så klart definierad, våra lokaler vi finns inom dem vägarna och vi träffas väldigt mycket och vi har ständigt kontakt vi har inte stora utrymmen vi ses i princip varje dag vi har alltid möjlighet att prata på ett helt annat sätt än xxx för här går ju folk det är mycket deltider och timtjänstgörande och dem jobbar från tidiga morgonen till sena kvällen och befinner sig liksom på olika ställen i huset”

(Verksamhet, 1 intervju)

Detta stärks av forskningen som enligt författarna Jacobsen och Thorsvik (1998, s. 282) skriver att anställda på en enhet kommunicerar mer med varandra då dessa har en naturlig daglig kontakt på grund av fysisk närhet. Det tycks alltså trots att det fysiska avståndet mellan verksamheterna inom Blå Stället är liten så fungerar kommunikationen dåligt. Vilket i sin tur bidrar till att samhörighet och en ”vi-anda” kan saknas. Uppdelningen mellan ”vi” och ”dom” blir i citatet nedan tydlig och det är precis detta som en IP menar med sina egna ord... ”xxxxpersonalen känner sig som en speciell stab, och att vi andra är ett helt annat gäng. ”vi-känslan saknas ibland som skulle hjälpa oss att jobba mer effektivt” (Blå Stället, IP 6) Vikten av att personalen ska känna delaktighet ska alltså inte underskattas då detta genererar en mer sammanvävd personal som är mer harmoniska och effektiva. Eriksson (2007).

I fråga om fungerande internkommunikation på Blå Stället stämmer teorin mycket väl överens med verkligheten. Samtliga intervjupersoner tycker, i likhet med Eriksson (2002) att den interna kommunikationen ska bland annat ge medarbetarna en överblick över organisationen, skapa en enighet om målsättningen, ge bättre beslutsunderlag samt skapa motivation och ”vi-anda”. Även Strid skriver att kombination såväl formell kommunikation som informell kommunikation är viktig för en organisation för att medarbetarna ska känna sig som en del av organisationen vilket kan kopplas till resultatet som visade att intervjupersonerna också tyckte likadant, att både formell och informell kommunikation viktigt för sammanhållningen.

”för min egen del så tycker jag att det är jätteviktigt att just för känslan om att vi jobbar faktiskt vi tillhör samma enhet och det ska finnas en ständigt kommunikation va jag tycker det är jätte viktigt för mitt personliga välbefinnande om inte annat men just för känslan av att man sitter inte där det är inte en isolerad ö där inne utan man har faktiskt arbetskamrater som sysslar med helt andra saker och det är väldigt roligt”
(verksamhet 1, intervju)

Även en annan IP påpekar att det är viktigt att det finns en fungerande kommunikation mellan verksamheterna då det sker ett stort samarbete mellan dem emellan.

”Det är viktigt, vi är trots allt EN enhet och måste ha koll på ”vad den andra handen gör. Skapar dålig stämning om inte ”alla är med” ”.
(Blå Stället, IP 5)

Författaren menar att informationsflödet är en viktig faktor till hur personalen upplever internkommunikationen därför ställdes frågan hur man får information om vad som händer på Blå Stället. Svaret blev att de får det genom dels enhetscheferna via möten och e-posten och skriftligt. IP påpekar vikten av att bli informerad:

”Jag måste ju veta vad som försiggår i huset, för människor kommer ju in även till mig eftersom informations disken också är som den är, och då blir det ju så att man vänder sig till den som är ledigare så då måste jag veta vad som försiggår i huset.” (Verksamhet, 2 Intervju)

4.3 Formell och informella kommunikation

Den uppdelning kommunikationsteorin gör mellan olika typer av kommunikation kan appliceras på den kommunikation som sker inom Blå Stället. Kommunikation kan delas upp i de två kategorierna formell och informell kommunikation. (Larsson, 2001). Resultatet visar att det förekommer både formell och informell kommunikation på Blå Stället om än i olika omfattning, både inom den egna verksamheten och mellan verksamheter. För Blå Ställets räkning handlar det om olika möten som hålls veckovis av t e x enhetscheferna för att kommunicera ut information. Dessa två typer av kommunikation kompletterar varandra och om det exempelvis brister i den formella vägs det upp med informell kommunikation och vice versa. Dessa kontakter kan vara arbetsrelaterade men också av privat natur. Om avståndet mellan sändare och mottagare säger kommunikationsteorin att ju större avstånd mellan sändare och mottagare desto mer formell kommunikation. I översikten blir det tydligt att den formella och informella kommunikationen består av möten av olika slag som IP säger: *"APT blir mer formella möten och x-verksamhets möte blir inte det där är det lite mer informellt faktiskt.* (verksamhet 2; intervju)

Formell kommunikation sker främst med enhetschefen vid möten. Till det kommer också den mer formella kommunikationen i form av protokollskrivande. Det kom dock fram att alla anställda på Blå Stället inte delges protokoll från möten per automatik utan att det är enbart de som begär att få ut det får det.

"jag personligen träffar Marianne (enhetschef) en gång i veckan, vi har ständigt liksom möte och då får jag veta ganska mycket av Marianne och det är inte bara kall information utan vi pratar ju om en massa olika saker, då får ju jag ganska mycket om vad som händer på Blå Stället" (Verksamhet 1, IP 1).

Citatet ovan kan kopplas till antagandet om att enhetscheferna spelar här en stor roll och kan ses som en länk mellan Blå Ställets alla delar, och det hänger mycket på dem om kommunikation och information fungerar som den ska. Även professor Strid skriver att informationen från en chef är den mest naturliga och viktiga informationen som en medarbetare tar del av på sin arbetsplats. Att IP angav att denne har kontakt och kommunikation med enhetscheferna kan kanske förklaras att de arbetar nära varandra.

Under intervjuerna diskuterade de intervjuade huruvida formell respektive informell är bra eller dålig. Resultatet visar skillnader i man upplever de två olika former av kommunikation. En del tyckte att den formella kommunikationen fungerade bra medan andra tyckte att den bör rättas till. Min tolkning av att intervjupersonernas svar skiljer sig åt beror på den enskilda individen. Människor uppfattar saker och ting på olika sätt vilket leder till olika attityder gentemot de olika formerna av kommunikation. Att intervjupersonerna har olika upplevelse av hur kommunikationen fungerar kan enligt min mening bero på allt ifrån den inbördes relationen mellan medarbetarna emellan och deras anställningstid på Blå Stället till kvaliteten på kommunikation vilket i sin tur påverkar hur de anställda uppfattar olika de två kommunikationsformerna.

"Det som förmedlas formellt är mycket bra, sen så kan man ju som sagt utveckla för vi expanderar vi och det blir mer och mer verksamhet så att det krävs på sikt någon form av samordnad internkommunikation" (Verksamhet 3, intervju)

" det är den formella kommunikationen som måste rättas upp på något sätt så att man har klara vägar för hur det ska gå alltså hur informationen ska gå så att viktiga personer blir informerade den informella kommunikation. Jag kan inte känna inte att det är något större problem med den informella kommunikationen" (Verksamhet, 1 intervju). Medan andra tyckte att det var den informella behöver förbättras. Så här uttrycker sig en IP: *"det finns informell och ibland kan tyckas ovidkommande information som skickas ut till alla, som inte gäller alla. Jag är öppen för kommunikation, men det kan vara bra att skilja åt "småskojig kommunikation, från "spanien resan" från viktiga meddelande till personalen".* (Verksamhet 5 IP 6).

Den informella kommunikationen i organisationer är enligt Falkheimer, Heide (2007) en viktig del inom området kommunikation. Samtal på luncher, i korridoren el vid kaffeautomaten kompletterar den formella kommunikationen. Småpratrar med varandra gör de intervjuade när de träffas på fikaraster, i korridorer eller går in till varandras verksamheter, vilket hör till den informella kommunikationen. Jacobsen och Thorsvik tar upp att ett mer omfattande flöde av kommunikation förekommer mellan anställda på en enhet då dessa har en daglig kontakt och främjar den informella kommunikationen. Jacobsen o Thorsvik 1998, s. 282) Eriksson i sin tur menar att den mest väsentliga informationen på en arbetsplats inte kommer vid någon formell väg utan den dyker upp på kafferasten el i korridoren (Eriksson, 98).

Detta var något som även IP 1 tog upp under intervjun.

”jag rör mig ganska ofta i huset, man går och kopierar eller går och pratar med X nere på xverksamhet och då träffar man hela tiden människor och sen i och med det så blir man ju också informerad om vad som händer va men det där är upp till var och en...det är väldigt olika bland oss på xxxxx vissa har mer kontakt med resten av huset andra har väldigt lite och en del lite lagom”

(verksamhet, 1, Intervju). Detta svar kan kopplas till Blå Ställets fysiska och socialt avstånd mellan de anställda på de olika verksamheterna. Inom Blå Stället har de anställda möjlighet att träffas mer informellt något som en IP tycker skulle vara bra om de kunde göra det oftare.

”man skulle inte bara ha formella möten, utan man skulle kanske liksom värdesätta och ha informella möten när man träffades för att då kanske man skulle behandla saker på ett annat sätt över en kopp kaffe eller så...)
(Verksamhet 2, Intervju)

Att träffas i korridoren, under fikapauser eller på luncher ger en indikation på horisontell kommunikation mellan jämbördiga personer enligt kommunikationsteorin.

4.4 Kommunikationskanaler

En aspekt som är intressant att studera är vilka kanaler som används och samverkar mellan verksamheterna på Blå Stället. Därför att kanalerna har betydelse för hur kommunikationen fungerar och samvarierar mellan olika avdelningar på en organisation. Författaren ställde bl.a. frågor kring hur personalen kommunicerar med andra och hur andra kontakter dem samt vilka kanaler man föredrar m.m. Som nämnts i teoriavsnittet för att överföra information använder organisationer olika kommunikationskanaler, exempelvis kan vi prata face to face med varandra, skriva brev eller ringa (Jacobbsen & Thorsvik, 2002). Resultatet visar att Blå Stället använder både muntliga, skriftliga och elektroniska kanaler i sin kommunikation.

Tidigare forskning visar att medarbetar föredrar de muntliga kanalerna. Detta stämde inte överens med mitt resultat som visar att det är framför allt den elektroniska, som e-post är kanaler som personalen föredrar att kommunicera igenom. Andra kanaler som nämns är muntliga och telefon Olika kommunikationskanaler uppfattas på olika sätt vilket gör att de får olika betydelser kopplat till sig. Precis som teorin tar upp uppger personalen att olika kanaler har sina för- och nackdelar och vilken kanal som bäst kan användas är oftast kopplat till sändaren av budskap som avgör sist vilken information som ska förmedlas.

En kombination av kanaler anser en av intervjupersonerna är det ultimata för en effektiv kommunikation. De kanaler som kombineras på Blå Stället är: möten, e-post och telefon. Enligt Eriksson, 98) är en kombination av kanaler viktigt i en organisation. För då får mottagaren själv bestämma från vilken kanal denne ska ta emot meddelandet/budskapet, menar han.

4.4.1 Muntliga kanaler

Kommunikationsteorin tar upp att den muntliga kanalen i form av möten ger stor möjlighet till återkoppling då kommunikationen som sker här är tvåvägskommunikation där alla får komma till tals, vilket kan ses som en fördel. Detta stämmer väl överens med intervjuvaren som menar att det bästa med mötena är att personalen kan ställa frågor tillbaka och få svar direkt, uppger en IP. Dessutom innefattar face to face möten så mycket mer än bara det talade språket, t.ex. kroppsspråk, gester, tonfall och mimik. (Bodin & Fant, 195, s.39). De anställda känner att de alltid har möjlighet att tala med någon av enhetscheferna samt som de anser att i möten som exempelvis APT, som står för Arbetsplatsträffar är givande, uppdateras med relevant och viktig information om det mesta som man kanske inte får reda genom e-posten. Allt som diskuteras på APT- möten protokollförs, vilket kan ses som en fördel, att använda sig av formell kommunikationsform fall det är viktig information som skall delges, exempelvis ett nedskrivet dokument (Falkheimer och Heide 2003, s 29). Tanken är att det som tas upp på mötet vidarebefordras muntligt av personalen på den aktuella verksamheten. De möten som man har idag är en nödvändighet för alla personalen ska känna sig delaktiga som en IP menar. Problematiken med möten kan vara att icke-närvarande på mötena går miste om viktig information. En IP säger att det är tveksamt om informationen förs vidare mellan enheterna.

”på schemamöten då går vi igenom liksom dag för dag vad som händer i huset men sen är det att kommunicera detta ut till alla som blir berörda va, där sitter ju vi...”

Det kom fram till exempel att alla anställda på Blå Stället inte delges protokoll från möten utan att de är enbart de som begär att få ut får det. Undersökningen visar således att inte alla får veta som diskuteras på tex möten. Författaren menar att det kan vara bra att alla delges information om vad som diskuterats där. Detta för att kunna avfärda känslan av att de blir undanhållna information. Mötena varannan vecka är ett bra sätt att informera, kommunicera och ge feedback anser de svarande. Även telefonen används för ärranden som är brådskande eller i fall något måste diskuteras eller man vill ha svar på en gång. Möten som kommunikations- och informationskanal är en viktig kanal för dialog, då den ges face-to-face mellan chef och anställd. Till tvåvägskommunikations räknas även telefonen då det finns en chans att ge svar direkt på tal.

4.4.2 Elektroniska kanaler

Samtliga intervjuade uppger att den kanal som de oftast får information och kommunicerar via också upplevs extra viktigt och effektiv, speciellt när information behöver komma ut snabbt och till många samtidigt. Så här uttrycker två IP som föredrar att kommunicera via elektroniska kanaler mellan verksamheterna.:

”jag använder mest mejl, och tycker att den fungerar väl för den är väldigt tydligt, den har man koll på hela tiden” (verksamhet 2, Intervju)

”det är jätte bra att få ett mejl då kan man gå tillbaka och titta på det, men det kan också bli liksom en inflammation, alla har oftast sin mejlbox full när dem kommer på morgonen och är lite allmänt stressade” (verksamhet 3, Intervju)

Att mailen är ett bra sätt för sändaren att få ut information på tolkar jag som att IP håller sig alltid uppdaterad på informationen som sänds via denna kanal, eftersom IP rutinmässigt kollar av sin mail. Andra fördelar som nämns är att man kan gå tillbaka till informationen och läsa igen precis som teorin tar upp eller att det går att sprida information till alla medarbetarna på en samma gång. Dock har det framkommit i intervjuerna att risken med den elektroniska kanalen är att man får överflödigt information, dvs. mycket information som inte känns relevant för alla verksamheterna. Vilket kan kopplas till teorin om ”Information overloaded”

”det är alltid jätte bra och få ett mejl då kan man gå tillbaka och titta på det men det kan också bli liksom få en inflammation alla har oftast sin mejlbox full när dem kommer på morgonen och är lite allmänt stressade och det är inte alltid den information är relevant för alla...” (Verksamhet 3, intervju)

En IP upplever vidare att verksamheterna har olika kommunikations och informationsbehov därför gäller det *”att ha ett system för det då, all information är ju inte intressant, man får ju sålla i det”* som IP uttrycker sig (verksamhet 4, intervju)

Samma IP upplever en överinformation, vilket medför att denne tvingas prioritera bort information då all information inte anses vara viktig för IP.

Den information som sker via e-post tycks vara jättebra men det räcker inte alltid med att skicka stor mängd information utan den måste vara effektiv och vara särskild riktad till målgruppen. För att kunna hantera detta är det många som således önskar att de kunde få hjälp med att rensa i informationsströmmen. Strid påvisar vikten av att man ser till de anställdas informationsbehov och sedan utformar informationen. Alltså 1) först ta reda på personalens informationsbehov 2) utforma informationen och 3) skapa de rätta kanalerna för att personalen ska ta del av den informationen. Det är främst budskapet, den avgörande informationen personalen vill åt. I större företag är det vanligt att medarbetarna har assistans genom informationssökningsavdelningen där informatören rensar i flödet.

Även om Informatör Dans utskick i form av ett elektroniskt publikt veckobrev är mycket uppskattat bland intervjupersonerna så räcker den eftersom den inte informerar om det som sker externt och inte internt menar de. *”Den funkar jätte bra tycker jag, där får man ju klart och tydligt, snabbt upp vad som händer.”* (verksamhet 2, Intervju) *”han gör det på ett sätt som är attraktivt för ögat, som i affischer med roliga saker med loggan och att det finns en speciell ram som han använder och så va, så att det blir genast mycket roligare att läsa för att ett vanligt mejl det noterar man inte lika mycket alltså”* (verksamhet, 3, intervju).

”Den är jättebra det är någonting som är nytt sedan något är tillbaka för det gör ju att man hela tiden har klart för sig för kalendarier för innevarande vecka men önskvärt är ju att man får till stånd någon form av internt veckobrev också som är lite mer personlig alltså som handlar lite gärna mer om riktad information som är vad som döljer sig bakom rubrikerna här. Fast det är ju personalkrävande och nu är vi ju en marknadsförare kort. Så att Dan har ju absolut inte tid med det inom ramen för vad han ska göra just nu, så under tiden så man ju försöka tills vi kan hitta en sådan lösning”

(Verksamhet 3, Intervju)

4.5 Interna brister i kommunikationen mellan verksamheterna

Det är ingen ovanligt att organisationer har brister i sin internkommunikation därför ställde jag frågan om det fanns störningar eller brister i kommunikationen mellan verksamheterna och vilka dessa var. Att Blå Stället har kommunikativa problem är ett faktum något som personalen är väl medveten om. Tidigare försök att åtgärda detta har gjorts och det ledde till att ingenting hände hävdar en IP. Dock verkar det i intervju svaren som att det finns en vilja att förbättra kommunikationen.

Författaren menar att i och med att det på Blå Stället finns olika verksamheter är det naturligt att kommunikationen fungerar dåligt vilket även en av IP håller med.

”det finns jätte brister uppenbarligen, efter att ha lyssnat på dem andra, jag är inte säker på att i ett hus med så pass många olika typer av verksamheter...det är så komplext att jag inte är säker på att det får och det att fungera hur bra som helst men allting kan fungera bättre än vad det gör...” (verksamhet1, intervju).

Att det råder enighet kring uppfattningen om strukturen för hur man ska kommunicera internt bör förbättras är det inga tvivel om. Flera av intervjupersonerna upplever att det saknas ett

system för internkommunikation, utan att varje verksamhet har sitt sätt att arbeta på och sina rutiner som IP säger;

”ja, jag tycker att det är en väldigt stor brist faktiskt att det inte finns något bra system för det utan att varje verksamhet har sitt sätt att jobba med sina egna personalmöten och rutiner då..”(verksamhet4, intervju).

Blå Ställets olika verksamheter har varierande öppet där personalen jobbar i skift, vilket gör att det krävs väl fungerande kommunikation mellan verksamheterna, något som inte alltid fungerar smärtfritt. Under intervjuerna framkommer att det finns tillfällen då kommunikationen mellan verksamheterna är bristfällig, exempel på konkreta händelser som flera IP tar upp är öppettider och lokalbokningar.

”En röd tråd är exempelvis att det ofta är problem med lokaler” Vem har rätt att använda lokalen. Är den bokad? Bara den frågan kräver en förbättrad kommunikation”(Blå Stället, IP 5).

Även IP från verksamhet 1 efterfrågar bättre kommunikation mellan verksamheter när det exempelvis gäller bokningar av lokaler.

”Jag kan ju bara tala utifrån mig, det är vissa saker som är jätte viktigt att det funkar och det är det här med öppettider alltså om vi bestämmer oss för att vi har stängd en dag så måste resten av huset vara informerad så där är det av yttersta vikt att det verkligen fungerar och det har ju hänt att det har fallerat då för man har glömt att informera någon el inte själv blivit informerad men jag tycker det har blivit bättre och bättre och nu så finns det ju schemamöten...”(Verksamhet, 1 Intervju). Att den interna kommunikationen med tiden upplevs fungera bättre är ett tecken på en utveckling i rätt riktning och det verkar i intervjusvaren som att det finns en vilja att förbättra kommunikationen.

En bidragande faktor till att kommunikation brister kan härledas till den mänskliga faktorn. Författaren menar att brister i den interna kommunikationen kan bero på knapphändig, oklar eller felaktig information hos människor. Andra faktorer som kan bidra till problem med kommunikationen är missförstånd, glömska att informera om saker och ting eller olika värderingar hos mottagaren som gör att den interna dialogen inte fungerar. Fiske (1997) skriver att budskapet i en kommunikation kan misstolkas på grund av brus.

Då problem uppstår är svårigheten att man inte alltid vet vart man ska vända sig för rätt kontakt, påpekar två IP. *”att veta dem rätta vägarna och framför allt vart vänder jag med när jag vill nå ut med information”* (verksamhet 1, intervju) *” det finns inga bra rutiner man har inte hittat någon bra form liksom på vem och hur och vad man ska informera inom kulturenheten”* (verksamhet 4, intervju). IP berättar att denne har själv fått hitta på egna lösningar, bl.a. har IP satt ihop en mejlista till x-verksamhet, genom att först ta reda på vilka som jobbar där så att denne kan få ut information som är viktigt för dem.

Enligt de anställda har man försökt komma till rätta med kommunikationsproblem genom att starta ett internkommunikationsmöte, där de olika verksamheterna finns representerade och kommer med förslag på förbättringar. *”Det var ju en sån grej som kom upp på internkommunikationsmötet för det var bla där ni kom in från Journalisthögskolan, för att vi ville ha hjälp och det tyckte alla var jätte bra om någon kan komma utifrån ... för det är som jag säger när jag har varit på internkommunikationsmötet då kan jag bli helt snurrig för det finns så mycket synpunkter från dem andra verksamheterna, men hur fasen får man det att fungera? Där måste finnas en kommunikation”* (verksamhet 1, Intervju)

4.6 Personalens förslag och önskemål till förbättringar av kommunikationen

För att kunna identifiera hur personalen själva skulle vilja se interkommunikationen frågade jag om de tyckte att det fanns något de ville ändra med den interna kommunikationen. Här presenterar författaren några förslag och önskemål som personalen själva uttryckte när det gäller hur man kan förbättra den interna kommunikationen på Blå Stället. Vad samtliga intervjupersoner efterfrågar en person som tar hand om all information från respektive verksamhet och sedan för ut till alla gemensamt. De hade också en stark önskan om att kanalen ska vara i elektronisk form eftersom denna är den mest uppskattade kommunikationssättet mellan verksamheterna.

”Meddelanden ramlar in fortlöpande hela tiden under tiden och om alla vill mejla sin kommunikation så att säga det är där det behövs ett samlat grepp för jag menar får du hela tiden mejl individuellt från enskilda personer som vill informera om någonting så att till slut så blir det ju ja det blir för mycket...” (Verksamhet 3, Intervju) IP fortsätter: *”önskvärt är ju att man får kanske ett mer sorterad och samlad information det där skulle man behöva en redaktör, någon som samlar informationen och sovrar i det så att det blir tydligt?”*

”Vad Blå Stället skulle behöva någon som sitter och mattar in varje dag vad som händer i huset och så även föra ut det via mejl exakt vad som händer här varje dag” (Verksamhet 4, Intervju) det har varit på tal om det för länge sedan att någon ska ha den övergripande ansvar men den tjänsten är indragen för det har aldrig kommit igång hävdar IP.

” ett önskemål att man så att säga får kan skapa nating på datorn där man lägger ut varandras APT protokoll från våra respektive möten, det är inte så att jag inte kan gå in till x när som helst och be att få se protokoll för deras APT men det är ingenting hon ger ett utskick till samtliga utan man får uppsöka det själv” Men det skulle man då kunna lägga ut APT protokoll under en gemensam rubrik, så kan var och en söka upp informationen...och det bör man ju intressera sig för...annars kan man ju inte klaga på att det är bristande internkommunikation om man inte läser den info som tillhandahålles” (verksamhet 3, Intervju)

Någon annan är inne på att Blå Stället ska ta efter andra kulturhus, exempelvis Frölunda kulturhus, där man använder sig av tv-monitorer. Där ska kontinuerlig uppdaterad information rulla för att alla ska hålla sig a jour med vad som händer i huset.

”när du kommer in där så finns det en tv skärm där det står det händer idag. Det kan vara väldigt bra för besökarna som kommer in här i nuläget finns ingenting kommer du in här då har du ingen aning om vad som händer i huset.” IP fortsätter: *” har du det så kan du även mejla ut den info internt om det som händer idag på kulturhuset, kör ut det i en tv monitor extern kör ut det internt så det är väldigt enkelt och rationellt också va men någon måste göra den sammanställningen va ”*

Förslag finns även på en anslagstavla och internt brev, som två IP säger:

”jag önskar att man hade två olika system för viktig och ”mindre viktig information såsom en anslagstavla som en plattform för tex roliga utrop festinformation ” (verksamhet 2, Intervju).

”Ha en internt veckobrev som går ut till samtliga personal i huset” (verksamhet 3, intervju)

IP 3 menar att ett internt veckobrev skulle göra det enkelt för var och en att gå in och direkt informera sig detaljerat om vad som händer under dagen eller veckan. Problemet med att informationen inte är samlad utan man får det delat och då har man inte koll på allt som händer.

5. Slutsats

Efter att ha sammanställt och analyserat alla intervjuerna och jämfört med den teoretiska referensramen, kommer här nedanför de viktigaste slutsatserna att framföras som författarna kommit fram till i denna studie. Kapitlet avslutas med förslag till fortsatt forskning.

Slutsatsen som kan dras i denna studie är att trots att personalens möjligheter att kommunicera och informera på Blå Stället idag är relativt god är det tydligt att det finns kommunikativa problem på Blå Stället. Utifrån undersökningen har författaren förstått att de anställda kommunicerar med varandra på olika sätt, där vissa tar mer kontakt med varandra än andra. Detta beror på att man arbetar inom olika verksamheter, där en viss del av kommunikationen/informationen på Blå Stället inte anses beröra dem osv. I undersökningen har det framkommit att den interna kommunikationen har stor betydelse på Blå Stället, inte minst för frontpersonalen på Kulturum. Kulturums verksamhet påverkas i hög grad av hur personalen i övriga verksamheter kommunicerar med dem. Detta gäller främst den dagliga informationen, eftersom kulturum är hjärtat på Blå Stället och där bör all information finnas för kunderna. I intervjuerna ställdes bland annat frågor hur kommunikationen sker samt hur de intervjuade själva sänder och tar emot information. Åsikterna om den interna kommunikationen var att kontakten personalen emellan inom den egna verksamheten fungerar mycket bra, däremot är de överens om att internkommunikationen mellan verksamheter fungerar dåligt.

En intressant fråga gällande internkommunikation har varit frågan hur personalen ställer sig till olika kanaler som används i olika situationer. En genomgång har gjorts avseende således kommunikationskanaler och slutsatsen som kan dras är att idag används olika kommunikationskanaler olika mycket, så som muntliga, elektroniska och skriftliga på blå stället. Anledningen till att jag anser mig kunna dra den här slutsatsen är att svaren jag fick från samtliga anställda, vilka dessutom representerar Blå Ställets verksamheter, var helt överensstämmande med varandra. I min undersökning framkom det att e-posten var den mest effektiva kommunikationskanalen i den interna kommunikationen mellan verksamheternas anställda. Även den muntliga kommunikationen används i både kontakten med enhetschefer och de anställda. Men även om olika kanaler finns tillgängliga för att medarbetarna ska ha möjlighet att kommunicera med varandra så finns det i en komplex verksamhet som kulturhuset Blå stället problem med kommunikationen. Personalen upplever även att det finns information som är av större eller mindre betydelse för verksamheterna och det finns information som vissa medarbetare inte har tillgång till. Det verkar som att det är svårt att nå ut med samma information till främst en verksamhets extra anställda. Under intervjuerna framkom det att t.ex. Kulturums extra personal är ett tydligt exempel där informationsflödet inte når fram som det ska. Detta kan bero på att de i stort sett saknar de rätta verktygen, dvs. i detta inte har tillgång till samma databaser som övrig personal har, inloggningssystem osv.

På frågan hur man kan förbättra internkommunikationen på Blå Stället visar intervjuerna med personalen tydligt att de anställda har en önskan om att en ansvarig person har hand om all aktuell information om vad som händer i huset i stort. Vad samtliga intervjupersoner efterfrågar vidare är en kanal i elektronisk form som kan göra information tillgängligt för alla anställda inom Blå Stället. Kritik riktas även mot ledningen då personalen uppfattar att det inte finns någon struktur för hur kommunikationen ska gå till.

5.2 Diskussion

Den kvalitativa undersökningsmetoden anser jag på bästa sätt bevarar syfte och frågeställningar. Dock vill jag påpeka att undersökningen inte kan generaliseras på andra kulturhus verksamheter än den som har undersökts vid tillfället. Författaren ställde sig själv frågan om antalet intervjuer skulle vara tillräckliga för undersökningen och med facit i hand kan jag så här i efterhand tycka att en större undersökning med ett större antal medarbetare hade varit att föredra för att få en bättre och bredare täckning men då hade jag behövt använda mig av en kvantitativ metod. När det gäller analysen och utvärderingen är jag väl medveten om att det är endast sex anställda bild som målas upp i denna uppsats vilket kan ha färgat uppsatsens resultat.

Nu kan jag t.ex. inte veta om ytterligare intervjuer hade tillfört något nytt svar på frågorna. Sedan är det möjligt att resultaten hade blivit annorlunda om frågorna varit utformade på ett annat sätt, men jag anser ändå att denna undersökning gav bra svar på syfte och frågeställningar.

Det går alltså att ge läsaren en uppfattning om hur internkommunikationen på Blå Stället uppfattas fungera för dessa intervjupersoner på Blå Stället.

Som avslutning på diskussionen kan sägas att uppsatsens starka sidor består av de väl genomförda kvalitativa intervjuerna, som var väl förberedda samt väl formulerade till syftet att undersöka hur personalen upplever internkommunikationen och har skett med kunnig personal som är väl insatta i problemområdet.

5.4 Författarens förslag på förbättringsåtgärder

Som jag tidigare skrev om i bakgrunden har Blå Stället haft ett stort behov av en närmare studie av sin interna kommunikation. Det är viktigt att utvärdera Blå Ställets interna kommunikation för att se hur den i verkligheten fungerar. Utvärderingen kan sedan användas för att bedöma hur de olika delarna i kommunikationssystemet fungerar samt hur de kan förbättras. Eftersom uppdraget delvis har haft som mål har författaren tagit fram ett antal konkreta förslag för hur internkommunikationen skulle kunna förbättras har jag tagit reda på och analyserat personalens uppfattningar på hur man kan förbättra internkommunikationen.

Med resultat och analys i åtanke där personalen uttrycker att de vill se informationen bättre samlad på ett och samma ställe rekommenderar jag starkt att intranät införs på Blå Stället i syfte att förbättra och effektivisera kommunikationen på Blå Stället. Författaren tror att Intranätet är något som skulle utnyttjas avsevärt för en ökad kommunikation verksamheterna emellan. En viktig del av informationsförmedlingen är att personalen är säker på var de kan få tag på informationen. Informationen i sin tur måste sedan finnas tillgänglig på olika sätt så att den är lätt att hitta.

På intranätet kan information om vad som händer i huset i stort finnas tillgängligt för alla anställda på Blå Stället. På intranätet skulle man t.ex. även kunna publicera en personstidning för, av och med personalen och bli tillgänglig för alla medarbetare. Även om Intranätet samlar all information, dokument osv. så förutsätter det förstås att medarbetarna aktivt söker informationen för att kunna del av den, vilket kan vara en nackdel. Fördelarna överväger dock nackdelarna t.ex. snabbhet, tillgänglighet för alla samtidigt, uppdaterad osv.

Med intryck av vad jag fått höra under undersökningen menar jag att ett sätt med att komma undan problematiken med t.ex. ”vart vänder jag med för dem rätta kontakterna?” är att utse en gemensam kontaktperson eller en från varje verksamhet med tydligt fördefinierat ansvarsområde. Författaren anser vidare att det finns ett stort behov av en informationsansvarig på Blå Stället, som kan fungera som spindeln i nätet på Blå Stället. Denna person skulle kunna ses som en kommunikationskanal i sig mellan de olika verksamheterna i alla riktningar och föra ut materia i en gemensam kanal för att alla ska ha tillgång till samma information. Informatörens uppgift ska vara att få all aktuell information som händer i huset för att sedan anpassa det till respektive verksamhet.

Summering

- Utse kontaktperson eller en ansvarig person för att utveckla och samordna gemensamt Blå Ställets olika verksamheters viktigaste information, så att alla kan få ta del av samma information vid samma tidpunkt. Samma person skulle kunna svara på frågor och lösa eventuella kommunikationsproblem.
- Målgruppsanpassa informationen som ska ut till respektive verksamheter. (som det ser ut i dagslägget arbetar informatör Dan Greider med trycksaksproduktionen och har fullt upp inom ramen för sitt arbete vilket tillåter honom inte att ta tag i detta uppdrag.)
- Inför intranät. Idén med intranät är alltså att på ett och samma ställe samla gemensamt informationsmaterial som nuvarande sprids ut via e-post. Här kan man också samla in material, som inte finns tillgängligt för alla berörda anställda, t.ex. mötesprotokoll.

De rekommendationer som presenterats ovan är direkt kopplade till studiens resultat, personalens förslag på förbättringar och författarens slutsatser och bör ses som en ansats till en fortsatt utveckling av Blå Ställets interna kommunikation.

5.5 Fortsatt forskning

Som framtida forskning skulle man kunna bygga vidare på detta arbete genom att mäta med hjälp av till exempel enkäter hur internkommunikationen uppfattas av samtliga anställda på Blå Stället Därigenom skulle man på enkelt sätt kunna utvärdera internkommunikationen på ett holistiskt sätt genom upprepade mätningar för att kunna upptäcka eventuella brister i den interna kommunikationen. På så sätt blir det möjligt att följa upp de åtgärder som vidtas.

För att följa upp förbättrad internkommunikationen bör Blå Stället i framtiden använda sig av samma undersökningsmetod, t.ex. enkätfrågor som kontinuerligt ställs till de anställda. Styrkan med enkäter är att möjlighet ges att kunna generalisera de resultat som framkommer av urvalet vid undersökningen så att de speglar hela populationen. Om en forskare vill statistisk säkerställa sina insamlade data samt få en hög extern giltighet metod, vilket kan nås när antalet uppgiftslämnare är större så är den kvantitativa ansatsen är att föredra framför kvalitativ. En annan anledning till att jag rekommenderar att man använder samma verktyg varje gång för att utvärderingarna ska bli rättvisande.

Som möjlig undersökningsstudie i framtiden är t.ex. att studera hur kommunikationen ser ut mellan Blå Stället och de andra verksamheterna som inte är direkt kopplade till Blå Stället, tex kulturkaféet eller varför inte ta reda på vilken betydelse kulturhuset Blå Stället har för Göteborgs kulturliv och isynnerhet för angeredsborna generellt?

KÄLLFÖRTECKNING

Tryckta källor

Eriksson, Peter (2002), (2007) Planerad kommunikation – strategisk ledningsstöd i företag och organisation 3: e upplagan. Malmö:Liber Ekonomi

Esaiason, P, Metodpraktikan, NordstedtsJuridik, 2007

Falkheimer, Jesper, Heide, Mats Reflexiv kommunikation Nya tankar för strategiska kommunikatörer, Liber, Kristianstad, 2003:89-91

Fiske, J (1990) Kommunikationsteorier. En introduktion. Stockholm:Wahlström & Widstrand

Heide Mats, Catrin Johansson och Charlotte Simonsson (2005), Kommunikation och organisation.

Helge Ostbye karl Knapskog Knut Helland Leif Ove Larsen, Metodbok för medievetenskap (2003), Liber, Upplaga1:1 Fagbokförlaget och författarna, Trelleborg

Kvale, Steinar (1997) Den kvalitativa forskningsintervjun, Lund: Studentlitteratur.

Larsson, Larsåke (2001) Tillämpad kommunikationsvetenskap 2:a upplagan. Lund: Studentlitteratur

Patel, R. Davidsson, B. Forskningsmetodikens grunder, 2003

Strid, Jan (1999), Internkommunikation, inom organisationer, företag och myndigheter, Lund: studentlitteratur, 1999

Strid, Jan, i Larsson, Larsåke (2021) Organisaorisk plattform , Tillämpad kommunikationsvetenskap 2: a upplaga. Lund :Studentlitteratur???

MUNTliga KÄLLOR

Marianne Andersson, enhetschef för administrationen på Blå Stället samtal (2009)

Aleca Karageorgopoulos, enhetschef för programverksamheten på Blå Stället samtal(2009)

Elias Sandling, personalansvarig på Blå Stället, samtal 2009

ÖVRIGAA KÄLLOR

Informationsmaterial hämtat från webbsidan www. (2009)

Dokument, protokoll från Internkommunikationsmöte på Blå Stället 2009

Informationsblad, broschyrer 2009, Blå Stället

ELEKTRONISKA KÄLLOR

<http://www.blastallet.goteborg.se/>

http://sv.wikipedia.org/wiki/Angeredes_Centrum

www.nationalencyklopedin.se

Bilaga 1, Intervjuguide

Intervjufrågor till anställda på Blå Stället

Personligt

- vad är din befattning?
- vad är dina arbetsuppgifter?
- hur länge har du arbetat på Blå Stället?
- jobbar du heltid eller deltid?
- hur trivs du?

Tema

Kommunikation och information

- hur tror du att cheferna upplever att interkommunikationen fungerar mellan verksamheterna?
- Hur upplever du att internkommunikationen fungerar?
- Hur får ni reda på vad som sker inom Blå Stället? (vad som pågår i andra verksamheter)
- Den information som går ut är den aktuell för dig?
- Hur arbetar du med att info förmedlas vidare till dina medarbetare?
- finns det något med kommunikationen som du tycker fungerar extra bra?
- Finns det något som fungerar extra dåligt?
- Kan du ge någon konkret exempel på kommunikationsproblem ?
- Berätta hur kommunikationen kan förbättras på något sätt? Vad? Hur?

Kommunikationsvägar (horisontell, vertikal, tvärgående)

- Kan du beskriva hur kommunikationsvägarna går inom Blå Stället? (vem kommunicerar med vem)
- Finns det en kommunikationsväg anser du? Eller skiljer den sig från gång till annan?

Kommunikationsteori

- inom kommunikationsteori brukar man skilja på formell och informell kommunikation, hur fungerar dessa inom Blå Stället? (vad tycker du om möten osv)
- upplever du att det finns brister i den formella kommunikationen? Om så på vilket sätt?
- upplever du att det finns brister i den informella kommunikationen? Om så på vilket sätt?

Kommunikationskanaler:

- Hur föredrar du helst att kommunicera internt? varför...
- hur upplever du att kanalerna som används idag på Blå Stället fungerar? (e-post, telefonsamtal, direktsamtal, möte)
- när du får info om något är det genom fasta informationskanaler eller varierar dessa?
- Genom vilka kanaler kan du ge feedback?

