



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation
Medie- och kommunikationsvetenskap

Samverkan för att hitta en



En kvantitativ studie av kommunikationen i kvinnofridsfrågor mellan myndigheter i Skaraborg

Åsa Borg och Malin Westmark
Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap
Höstterminen 2009
Handledare: Ulrika Andersson

ABSTRACT

Titel	Samverkan för att hitta en Utväg
Författare	Malin Westmark och Åsa Borg
Kurs	Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap, institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs Universitet.
Uppdrag	Undersöka hur kommunikationen fungerar mellan Utväg och dess kontaktpersoner ur ett mottagarperspektiv.
Handledare	Ulrika Andersson
Termin	Höstterminen 2009
Syfte	Att titta på hur kommunikationen fungerar mellan <i>Utväg</i> och dess kontaktpersoner.
Metod och material	Kvantitativ enkätstudie med de 41 kontaktpersoner som ingår i Utvägs nätverk.
Huvudresultat	Med hjälp av en enkät har vi undersökt hur kommunikationen fungerar mellan Utväg och deras kontaktpersoner. Resultaten visar att kommunikationen i dagsläget inte är tillfredställande. Detta resulterar i brister på kunskap inom kvinnofridsfrågor och problem att definiera uppdraget. För att råda bot på problemen bör Utväg ha en kontinuerlig kommunikation med kontaktpersonerna. Detta kan förbättras genom en uppdaterad e-postlista samt införande av nyhetsbrev. En fungerande kommunikation resulterar också i en effektivare organisation.
Keywords	Samverkan, Utväg, kvinnofrid, kvinnomisshandel, kommunikation, information, kompetensprocessen, organisationer, myndighetssamverkan, myndigheter, Skaraborg.

EXECUTIVE SUMMARY

This study has been done in commission of the Swedish organization Utväg.

Utväg is an organization who is helping women that are victims in a violent relationship. The organization is situated in Skövde, Sweden but has other people in their Network situated in different cities. The contact persons in the Network, are themselves in different sorts of organizations, such as police departments, hospitals social cares etcetera. They are supposed to be updated in how to prevent violence against women and to make it easier for women to get help.

This study is based on quantitative methods. Utväg wished to know what the contact persons in the network thought about the internal communication, and how to solve possible communication issues. To solve these communication issues, a questionnaire was designed to get a common portray of the respondents opinions about the communication – the contact persons in Utväg's network. The aim was to try to define the problem, and come up with a solution for Utväg to try to make the communication between them better in the future.

The study also includes theories of communication, information and collaboration. Collaboration has got a central part in this study because Utväg and its Network are collaborated, but they are not situated in the same place geographically. These theories describe why communication is so essential in spread collaboration, and how communication should look like in order to work.

The result of the questionnaire shows that the opinions are unanimous. The main result was that the people in the network want to meet more frequently and would like to see a better communication with Utväg.

The problems and the solutions to the problems are presented in the result section of this paper.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. Inledning	1
2. Bakgrund	1
Problematisering	2
Syfte och frågeställningar.....	3
3. Metod	4
Den kvantitativa metoden – Enkät	4
Enkäten & tillvägagångssätt	5
Webropol & SPSS.....	6
Validitet, begreppsvaliditet och reliabilitet	7
Generaliserbarhet.....	7
4. Teori och tidigare forskning	9
Viktigt för ett lyckat kvinnofridsarbete.....	9
Samverkan.....	9
Samverkansprocessen	10
Kompetensprocessen	11
Individuell och kollektiv kompetens	12
Orsakssamband mellan faktorer.....	13
Nätverk.....	14
Knowledge management.....	14
Dialog	14
Organisationskommunikation.....	15
Intern och extern kommunikation.....	17
Trender inom organisationskommunikationen	18
Informationsbehov och informationstyper	18
Effektiv kommunikation	18
Kanaler att använda	19
5. Resultat och analys	20
Hur stort är engagemanget för uppdraget att vara kontaktperson för Utväg?	20
Kunskap.....	21
Engagemang.....	22
Dialogen.....	24

Svar på frågeställningen.....	25
Hur upplevs kommunikationen från utväg?	25
Information.....	26
Svar på frågeställningen.....	28
Finns det någon önskan om en utökad kommunikation?.....	29
Svar på frågeställningen.....	31
6. Slutdiskussion med förslag till förbättringar	31
Förbättra dialogen.....	31
Informationsvägar.....	32
Tiden och förtroende	33
Stora förändringar med små medel	34
Förslag till förbättringar.....	34
Svagheter i undersökningen	34
Förslag till vidare forskning.....	35
Källförteckning.....	36
Bilaga 1 - Följebrev	
Bilaga 2 - Enkät	

1. INLEDNING

Många har nog läst Liza Marklunds bok *"Gömda"* där Maria tvingas fly från sin man som misshandlar henne. De som läst boken förundras nog över svårigheterna att gömma sig från plågoanden och irriteras över varför misshandeln och hoten inte går att stoppa. Även om Liza Marklunds bok fått en del kritik för att inte vara sann är problemen verklighet för många – både kvinnor och män.

Staden Duluth i Minnesota, med 100 000 invånaren, är ett framgångsexempel vad det gäller arbetet att motverka våld mot kvinnor och barn. I den amerikanska staden arbetar kvinnojourer som ett nav i hjulet med stadens alla myndigheter som ekrar. Man arbetar både förebyggande och med efterarbete med den gemensamma synen att våldet är mannens och samhällets ansvar. I Duluth sysslar man även med gruppsamtal där kvinnorna själva får berätta om sina erfarenheter. Detta arbetssätt får de drabbade att förstå att de inte är ensamma. Modellen som utarbetats i Duluth används över hela världen, även i Sverige.¹

Våld i nära relationer är ett omfattande samhällsproblem² som har uppmärksammats i större utsträckning de senaste åren. Bland annat genom att ändra lagstiftningen har en rad åtgärder satts in för att minska våldet.³ Regeringen har också formulerat en handlingsplan för att få bukt på problemet. I Malmö har Projekt Karin fått ett internationellt pris och ska nu fungera som nationell modell. Enligt modellen etableras nu kriscentrum runt om i Sverige där misshandlade kvinnor och män kan vända sig för att få kontakt med bland annat myndigheter och sjukvård på samma ställe.⁴ För att detta ska fungera krävs en god samverkan mellan de olika parterna. En god samverkan skapas bland annat med en fungerande kommunikation. Det är just denna fråga som vår studie handlar om, nämligen hur kommunikationen fungerar i samverkansprojektet Utväg.

2. BAKGRUND

Utväg i Skaraborg är en myndighetssamverkan som arbetar för att motverka våld i nära relationer. I korta ordalag kan den beskrivas som *"en myndighetssamverkan där samtliga myndigheter arbetar utifrån en gemensam plattform i samarbete med andra organisationer"*.⁵ Verksamheten startade 1996 och arbetade då enbart med kvinnor, under åren har även män och barn inkluderats. Alla myndigheter och kommuner⁶ är med i verksamheten – som finansieras av kommunerna och regionen. Kvinnor, män och barn hänvisas till Utväg bland annat vid polisanmälan. I verksamhetens lokaler i centrala Skövde anordnar Utväg sedan både individuella samtal och gruppsamtal med de drabbade. En annan viktig del i verksamheten är myndighetssamverkan.

Till att börja med hade Utväg en utvecklingsgrupp bestående av eldsjälar till sin hjälp. 2002 startades i stället ett kontaktpersonsätverk bestående av 41 personer för att få samtliga myndigheter involverade i arbetet. Utväg är expertorganisationen i Skaraborg men myndigheterna

¹ Eliasson & Ellgrim 2006:72

² BRÅ 2009:6

³ Norén 2009:12

⁴ www.projektkarin.se

⁵ Socialstyrelsen 2001:11

⁶ Deltagande kommuner är: Essunga, Falköping, Gullspång, Grästorp, Götene, Hjo, Karlsborg, Lidköping, Mariestad, Skara, Skövde, Tibro, Tidaholm, Töreboda och Vara. Deltagande myndigheter är: Kriminalvården, socialtjänsten, hälso- och sjukvården i Västra Götalandsregionen, polisen, åklagaren, Kvinnohuset, Kvinnojouren och Brottsofferjouren.

ska inte vara oengagerade. I stället fungerar arbetet som en kedja. Numera ingår minst en person från varje kommun samt representanter från de olika myndigheterna i nätverket.

PROBLEMATISERING

Socialtjänstlagen (SoL) ger kommunerna ansvaret för att hjälpa och stödja utsatta kvinnor. I en utredning från 2004 ("*Slag i luften*") kom det fram att socialtjänsten i många kommuner lämnade över arbetet till kvinnojourer, som i flera fall inte hade tillräckligt med resurser för att hjälpa kvinnorna. Året därpå rapporterade Socialstyrelsen om att samverkan var svag i många kommuner och att förebyggande arbete i flera fall saknades.⁷ Utväg i Skaraborg samverkar mellan kommunerna och sysslar även med förebyggande arbete. Fungerar inte kontaktpersonsnätverket blir dock resultatet för arbetet mindre värt eftersom Utvägs arbete då blir mindre effektivt.

Personerna som ingår i Utvägs nätverk har som uppgift att vara nyckelpersoner för kvinnofridsfrågor⁸ på sin arbetsplats. De ska förmedla den kunskap som behövs och även kunna hänvisa drabbade personer vidare. En del har avsatt tid för sitt uppdrag medan andra får syssla med uppdraget under arbetstid. Utväg arrangerar en träff en gång per så nätverket får möjlighet att träffas. Någon övrig regelbunden kommunikation sker inte mellan Utväg och kontaktpersonerna.

I en rapport som Västra Götalandsregionen gjorde 2004 intervjuades 24 personer som ingick i samverkansprojektet. I undersökningen framkom att samverkansuppdraget är konkret och det finns en gemensam plattform. Det finns en tydlig modell och målsättning samt en handlingsplan och en väl fungerade ledning. Frågan är prioriterad och det finns engagemang samtidigt som arbetet är förankrat på chefsnivå. Myndigheterna har utvecklat kompetens inom området, det finns en kontinuitet och de som deltar ser en vinst i det egna arbetet.⁹

Då personer som först ingick i nätverket bytts ut på vägen är Utväg nu osäkra på om alla förstår sitt uppdrag fullt ut. Vi ska därför undersöka vad kontaktpersonerna anser att deras uppgift är samt hur de upplever kommunikationen med Utväg. Hur ofta söker de exempelvis information på Utvägs hemsida? Att kommunikationen fungerar är viktigt för att myndighetssamverkan ska fungera.

Med detta i bakhuvudet kommer vi att undersöka hur kommunikationen fungerar mellan Utväg och kontaktpersonerna. Med hjälp av det som framkommit ur undersökningen hoppas vi sedan kunna komma med förslag på eventuella förbättringar.

Forskning om samverkan har bedrivits tidigare men studier ur ett praktiskt perspektiv finns det få av.¹⁰ Även om organisationskommunikation och dialog har det forskats mycket tidigare. Det kan dock vara svårt att överföra andra studier och framförallt omöjligt att veta hur personerna i just det specifika sammanhanget ser på kommunikationen. Vi tycker därför att det är viktigt att genomföra undersökningen för att ta reda på om Utvägs kommunikation och samverkan fungerar, eftersom detta är en viktig utgångspunkt för att organisationens arbete ska kunna bedrivas på ett effektivt sätt. Dessutom bidrar vår studie till att öka kunskapen inom forskning om samverkan ur ett praktiskt perspektiv.

⁷ Sveriges kommuner och landsting 2006:81

⁸ Kvinnofrid innebär att man strävar efter frid för kvinnor. Begreppet är en vision och ett mål och innebär att kvinnor ska slippa våld, hot och kränkningar i både hetero- och homosexuella relationer. Även barn och unga ingår i begreppet. (Sveriges kommuner och landsting 2009:12)

⁹ Palo 2004:12

¹⁰ Danermark 2004:8

SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Syftet med vår undersökning är att studera hur kommunikationen fungerar mellan Utväg och dess kontaktpersoner.

Med hjälp av en enkätundersökning vill vi undersöka vad personerna i kontaktnätverket anser om kommunikationen och organisationen (Utväg) i sig. Efter att vi tagit del av resultaten kommer vi även komma med förslag för framtida kommunikationsarbete i organisationen.

Med detta som utgångspunkt har vi formulerat tre frågeställningar:

Hur stort är engagemanget för uppdraget att vara kontaktperson för Utväg?

Inom ramen för denna frågeställning kommer vi bland annat att fokusera på om kontaktpersonerna anser att de är pålästa om kvinnofridsfrågor och om de letar upp informationen själva. Varför kontaktpersonerna är med i nätverket, hur de blev utvalda och om de förstår sitt uppdrag är andra punkter som kommer att undersökas liksom hur mycket tid kontaktpersonerna lägger ned på uppdraget. Vad de ägnar tiden till, om de har stöd från sin närmaste chef och om de har arbetstid avsatt för sitt uppdrag är andra frågor som kommer tas upp. Frågeställningen är viktig då det kan visa att det krävs stort engagemang för att kontaktpersonerna ska få informationen från Utväg. Ett stort engagemang kan också ha betydelse för resultaten och intresset.

Hur upplevs kommunikationen från Utväg?

Frågeställningen avser att fokusera på om kommunikationen upplevs som tillräcklig, hur kontaktpersonerna söker information och hur ofta de besöker hemsidan. Vi kommer även studera om det finns något utrymme för dialog och om kontaktpersonerna vet var det ska vända sig med sina frågor.

Finns det någon önskan om en utökad kommunikation?

Inom ramen för denna frågeställning kommer vi bland annat undersöka om kontaktpersonerna anser att informationen från Utväg är tillräcklig och vilka informationsvägar de föredrar. Vi kommer även att fokusera på hur kontakten i nätverket ser ut och hur ofta kontaktpersonerna skulle vilja träffa de andra som ingår där.

3. METOD

I det här kapitlet presenteras val av metod, urval av analysenheter, begreppsdefinition samt de variabler vi använt i vår enkät. Vi beskriver också utformningen av enkäten och säger några ord om programmet vi använt för administration av enkäten och enkätsvaren. Mot slutet av metodkapitlet resonerar vi kring undersökningens validitet, reliabilitet och generaliserbarhet. Vi kommer även att diskutera fördelar och nackdelar med just vårt metodval – den kvantitativa metoden.

DEN KVANTITATIVA METODEN – ENKÄT

Vi har valt att göra en kvantitativ studie i form av en webbenkät. En kvantitativ studie är lämplig i det anseendet att man kan få ett generaliserbart resultat. Genom att skicka enkäter till samtliga av våra 41 respondenter gör vi ett så kallat totalurval¹¹ och enkäten är sedd ur ett mottagarperspektiv. Respondenterna representerar de personer som finns i Utvägs kontaktnätverk. Genom en hög svarsfrekvens har vi därför stora möjligheter att uttala oss om hur kontaktpersonerna faktiskt upplever kommunikationen med Utväg.

En av fördelarna med en webbenkät är att den är tämligen snabb och enkel att administrera och databehandla jämfört med postenkäter och telefonintervjuer. Webbenkäten är papperslös och billig eftersom portokostnaden försvinner, och kvantifierar svar för vidare statistisk behandling och analys. Intervjuer tar vanligen längre tid att genomföra, och blir oftast också mer kostsamma. Ett problem kan vara att enkäterna inte alltid kommer tillbaka tillräckligt snabbt om ens alls. Det kan ibland ta veckor innan svaren kommer och att det finns också risk för stort bortfall. Vi ser dock inte detta som ett problem i det här fallet eftersom vi redan i de inledande samtalen med Utväg kunde utläsa ett stort intresse för undersökningen. Att många enkäter också besvarades av respondenterna inom bara några dagar vilket var ett gott tecken. Om svaren hade dragit ut på tiden och om vi hade kunnat utläsa svagt engagemang inledningsvis hade detta blivit en intressant aspekt i vår undersökning, då ju en del i syftet är att undersöka engagemanget hos respondenterna för uppdraget som kontaktperson. Om detta hade varit fallet hade vi kunnat byta metod till kvalitativa. För att motverka bortfall hade vi planerat tre påminnelser till respondenterna. Bortfall behöver ju inte enbart betyda brist på engagemang, utan kan till stor del bero på glömska eller brist på tid från respondenterna. Om det hade visat sig vara lågt engagemang och att enkätsvaren hade dröjt, eller att bortfallet hade varit stort, så hade vi behandlat ett sådant intresse och bortfall som skäl för att ytterligare undersökning. I händelse av ett stort bortfall så kan skälen till att respondenterna valt att inte svara vara intressantare att undersöka än det man inledningsvis hade tänkt sig att studera. I vårt fall kan vi konstatera att de som inte svarat är jämt fördelat mellan de olika arbetsplatserna, vilket gör att vi inte tror att bortfallet skulle påverka resultatet. Det är alltså inte enbart personer på en viss arbetsplats som inte svarat.

Ett annat problem med en kvantitativ metod är att vi inte kan få lika djup förståelse för problemet som vi skulle fått om vi valt att göra en kvalitativ studie. Vår ambition var dock att få en helhetsbild, och det får man med hjälp av ett kvantitativt tillvägagångssätt. Eftersom vi hade ett urval på 41 personer gav det oss chansen att skriva fler öppna frågor. Detta gör att man kan få ett lite större djup på frågorna, även om det inte blir lika grundläggande som vid en kvalitativ undersökning. Men, man kan därmed hinna gå igenom de öppna frågorna eftersom det bara finns max 41 enkäter att koda. En annan nackdel med just enkäter är att vi inte kunde finnas till hands

¹¹ Metodpraktikan 2009:195

för att svara på eventuella frågor som skulle kunna uppkomma från respondenten.¹² I och med detta måste frågorna i enkäten vara lätta att förstå och vara enkla att besvara.

Variablerna i enkäten ställdes som påståenden med svarsalternativ på ordinalnivå, alltså med värden som kan rangordnas. Detta gällde såklart inte de öppna frågorna.

För att jämföra en enkät med strukturerade intervjuer har vi nedan radat upp några punkter. En enkät i jämförelse med strukturerade intervjuer tenderar att ha:

- ✓ Färre öppna frågor, eftersom det brukar vara lättare att besvara slutna frågor.
- ✓ En utformning som är lätt att förstå och följa för att minimera risken för att respondenten inte lyckas följa filterfrågorna eller glömmer bort att besvara en fråga.
- ✓ Vara kortare för att man ska kunna minska risken för ”enkättrötthet”, eftersom det är lättare för en respondent att slänga enkäten på grund av tröttheten än vad det är för en intervjuare att avbryta intervjun.¹³

Ännu en nackdel med enkäter är respondenter som har exempelvis läs- och skrivsvårigheter eller som inte talar svenska kan ha problem att besvara enkäten. Detta är lättare att hantera vid en intervju. Detta är viktigt att ha med sig men var ingenting som vi ansåg innebar ett problem.

Eriksson (2002) påpekar i boken *”Planerad kommunikation”* att den största träffsäkerheten och det bästa beslutsunderlaget ofta erhålls om kvantitativ och kvalitativ metod kombineras.¹⁴ Vi bestämde oss dock för att göra en kvantitativ studie då vårt mål var att få ett generaliserbart resultat med övergripande frågor. Det finns dock en möjlighet för en vidare forskning i form av en kvalitativ metod.

ENKÄTEN & TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

Vi har använt programmet Webropol för att distribuera vår enkät. Denna har skickats ut via respondenternas e-postadresser som matas in elektroniskt via Webropol. Personer som deltagit är därmed anonyma och vi har behandlat deras uppgifter konfidentiellt. Detta har också respondenterna blivit informerade om i introduktionsbrevet vid enkätutskicket. I introduktionsbrevet beskrevs även syftet med undersökningen och varför det var viktigt att delta, vilket vi hoppats lett till att respondenterna blivit mer angelägna att svara.¹⁵

Som vi sagt ovan kan det finnas risk för stort bortfall i en enkät men att vi inte ser detta som en nackdel. Hade vi märkt svårigheter med att få in enkäten hade vi redan då kunnat utläsa ett visst resultat angående kontaktpersonernas engagemang. Detta var intressant för oss då engagemanget var en av sakerna vi valt att undersöka. För att minska bortfallet skickade vi ut tre påminnelser med jämna mellanrum. Vi märkte då att intresset för att svara ökade vilket tyder på att bortfallet bland annat kan tyda på tidsbrist eller glömska.

Vi anser att denna typ av undersökning passar oss bra eftersom vi har fått chansen att fråga samtliga personer i urvalet. I och med att vi fick en hög svarsfrekvens ledde detta till att generaliserbarheten blev hög. Vi hade kunnat göra en kvalitativ studie i form av intervjuer men då hade det blivit tidsödande eftersom det är fråga om 41 personer. Med hjälp av undersökningen

¹² Bryman 2007:145

¹³ ibid 2007:146

¹⁴ Eriksson 2002:120

¹⁵ Bryman 2007:148

får vi en samlad bild av samtliga kontaktpersoners åsikt om kommunikationen – just för att kunna generalisera. Det skulle dock vara intressant att komplettera den här typen av undersökning och till exempel göra kvalitativa samtalsintervjuer med några personer ur urvalsramen. Då kan man få en liten djupare bild. Eftersom detta är första gången vi undersöker just den här organisationen ville vi dock börja med en kvantitativ metod i form av enkäter.

Vår enkät består av 22 frågor, varav nio var öppna frågor där respondenten själva fick fylla i sina svar. Sju frågor valde vi att skriva som nominalfrågor och resten av frågorna ställdes som påståenden i ordinalnivå.

Frågorna i enkäten delades in i tre olika teman just för att vi skulle kunna besvara uppsatsens frågeställningar och syfte. I enkäten valde vi sedan att följa frågeställningarna till så stor del som möjligt för att på så sätt få en logisk följd. Detta gjorde att vi lättare kunde hålla koll på vad vi faktiskt frågade i enkäten.

Många frågor i enkäten var utformade på ordinalnivå för att ge oss möjligheten att se inställningen till kommunikationen inom Utväg. På detta sätt kunde vi även se mer nyanser i inställningen jämfört med om vi valt att ha ja och nej-frågor. I inledningen av undersökningen stötte vi på några problem. Dels fick vi stora interna bortfall på två av våra variabler i enkäten. Anledningen till problemet kan bero på att frågorna var svåra att förstå eller att respondenten helt enkelt bara valde att hoppa över dem. De variablerna som fick störst bortfall handlade om Utvägs hemsida och hur utseende och utformningen där uppfattades. Varför det blev ett stort bortfall på just den frågan kan bero på en hel del olika saker. Att respondenterna inte förstod frågan eller att man helt enkelt missade eller hoppade över den. Det andra problemet var att en av respondenterna hade svårt att ta sig vidare till enkäten, möjligtvis på grund av problem eller okunskap om tekniken. Som tur var hörde denna person av sig till oss eftersom den fortfarande var intresserad av att delta i undersökningen vilket var positivt. Vi skickade därför en enkät till respondenten i pappersform, och ett svarskuvert med betalt porto.

Vidare stötte vi på problem med e-postadresserna till kontaktpersonerna som vi fått från Utväg. Till en början fick vi en lista med 49 e-postadresser. Det visade sig senare att sex av dessa inte fungerade medan ytterligare två stycken hörde av sig för att säga att de inte längre var kontaktpersoner.

Vi menar att enkäten besvarade de frågor vi hade i vår problemställning. Frågan om kön kan delvis ses som onödig, eftersom vi inte är intresserade av att anlägga något slags genusperspektiv. Vi tog dock med variabeln för att bredda undersökningen så att man vid ett senare tillfälle och kan gå vidare med att jämföra hur män respektive kvinnor upplever kommunikationen på Utväg.

WEBROPOL & SPSS

Vi valde att skicka ut vår enkät elektroniskt via ett program som finns på webben. Programmet heter Webropol. Med hjälp av Webropol kan man online skapa undersökningar/enkäter, samla data och rapportera data. En vetenskaplig artikel talar om vilka fördelar Internetbaserade enkäter har i förhållande till telefonintervjuer. Den visar bland annat att svarsfrekvensen oftast blir högre med hjälp av webbenkäter gentemot telefonintervjuer. Det är en billig och lätt metod. Respondenterna kan dessutom besvara enkäten när det passar dem. Vi ansåg därför att webbenkät var en lämplig insamlingsmetod för vår studie.¹⁶

¹⁶ Public Opinion Quarterly, Vol. 73, No. 4, Winter 2009, pp. 641–678

Vi skapade webbenkäten samt ett introduktionsbrev till den och lade in våra respondenters e-post. Därefter skickades enkäten ut. Svaren kodades med hjälp av SPSS, som är ett datorprogram för statistisk analys. Från och med år 2009 heter den nya versionen av SPSS, PAWS istället.

VALIDITET, BEGREPPSVALIDITET OCH RELIABILITET

Ett viktigt forskningskriterium är validitet. Bryman förklarar att validitet visar en undersöknings giltighet och om de slutsatser som genererats från en undersökning hänger ihop eller inte. Det är viktigt att validiteten är hög, eftersom resultaten från undersökningen faktiskt ska hänga ihop.¹⁷ Vi anser att vi har uppnått hög validitet i vår undersökning. Detta på grund av att vi har undersökt det vi ämnat undersöka. Frågorna i vår enkät kan till viss del alltid ifrågasättas, men vi anser att vi har ställt de frågor som är relevanta för vår undersökning. En annan aspekt man ska ha i åtanke är att kontaktpersonerna kan bytas ut med tiden. Detta kan resultera i ett annorlunda resultat om undersökningen görs vid ett senare tillfälle.

Begreppsvaliditet, som även kallas teoretisk validitet, är strävan att komma fram till mått på samhällsvetenskapliga begrepp. Den bedömer frågan om huruvida ett mått för ett begrepp verkligen speglar det som begreppet anses beteckna. Det har att göra med om ett mått för ett begrepp verkligen mäter begreppet ifråga. Till exempel mäter verkligen de variabler vi har i vår enkät det vi ämnar undersöka?¹⁸ Vi anser att begreppsvaliditeten är hög i vår undersökning, även om man skulle ha kunnat ställa frågorna på andra sätt än vad just vi gjort.

Ett annat viktigt forskningskriterium är reliabilitet. När man talar om reliabiliteten i en undersökning diskuteras kvaliteten i undersökningens insamling, bearbetning och analys. Reliabiliteten rör frågan om huruvida resultaten från en undersökning blir desamma om undersökningen genomförs på nytt. Detta är extra viktigt i en kvantitativ undersökning då man ska få ett generaliserbart resultat.

Det kan hända att forskare vill försöka replikera en undersökning och de resultat som andra forskare har kommit fram till. Det betyder alltså att man reproducerar eller upprepar en undersökning. Vi anser att vår undersökning är replikerbar då vi varit konsekventa rakt igenom samtidigt som vi tydligt beskrivit vårt tillvägagångssätt. För att få fram samma resultat krävs dock att man har samma respondenter och samma instrument för undersökningen. Dock ligger problemet i att kontaktpersonerna som finns i nätverket idag kan bytas ut med tiden. Nya kontaktpersoner kan innebära nya synvinklar och uppfattningar om mål och arbetsätt. Det är därför viktigt att Utväg har ett tydligt system och att de informerar de nya kontaktpersonerna om hur allting går till. På detta sätt blir de pålästa och besitter då samma kunskap som de andra i nätverket. Vad gäller kodningen av enkäten finns det alltid risk för att man missar att lägga in något på grund av trötthet. Vi har dock kontrollerat att vi lagt in rätt siffror tillsammans så att vi inte ska ha missat något. Vi jämförde sedan de variabler vi fann intressanta för vår undersökning.

GENERALISERBARHET

I en kvantitativ undersökning är man oftast intresserad av att se i vilken utsträckning resultaten kan generaliseras till andra grupper och situationer än dem som varit aktuella i det specifika fallet. Det är i kvantitativa studier frågan om hur man kan få fram ett representativt urval. Då gäller det att urvalet är representativt för populationen och undersökningen. Man vill generalisera resultaten

¹⁷ Bryman 2007:43

¹⁸ Ibid 43

utöver det specifika fallet.¹⁹ I och med att vi gjort ett totalurval har vi undersökt hela vår population. Detta är alltså de 41 kontaktpersonerna som finns i nätverket. Visserligen har vi inte lyckats få in 100 procent i svarsfrekvensen men då 78 procent är en hög siffra anser vi oss kunna generalisera våra resultat.

Generaliserbarheten syns då i hur den aktuella populationen svarar kring engagemanget i organisationen, hur man upplever kommunikationen och om man önskar utökad kommunikation eller inte. Resultaten i den aktuella undersökningen blir då jämförbara med vad som framkommit i andra undersökningar kring engagemang och kommunikation inom andra organisationer, och vad man kan dra för slutsatser kring detta. Detta visar vi då i kapitlet ”Resultat och analys”.

¹⁹ Bryman 2007:93

4. TEORI OCH TIDIGARE FORSKNING

Kommunikationen är en väsentlig del i organisationer och olika typer av samverkan. Fungerar inte den fungerar inte heller arbetet i organisationen. Det finns många teorier och tidigare forskning om kommunikation. Det finns även viss forskning om samverkan men denna är inte lika utbredd. Teorier om kommunikationen i samverkansprocesser är dock svårare att hitta och det är också på detta vi har valt att inrikta oss. I teoriavsnittet har vi valt att utgå ifrån teorier om samverkan samt hur man ska kommunicera effektivt, organisationskommunikation, intern och extern kommunikation, informationsbehov och informationstyper. Teoriavsnittet innehåller även exempel på tidigare undersökningar gjorda inom kvinnofridsarbete.

VIKTIGT FÖR ETT LYCKAT KVINNOFRIDSARBETE

I en undersökning gjord av Sveriges kommuner och landsting (SKL) ställdes frågan vad kommunerna själva ansåg viktigt för ett lyckat kvinnofridsarbete. Det som ansågs vara viktigast var:

1. Att arbetet sker i samverkan med andra myndigheter och organisationer.
2. Att kvinnofridsarbetet är en del av den ordinarie verksamheten.
3. Att det finns en handlingsplan.
4. Att chefer och medarbetare utbildas kontinuerligt.
5. Att den politiska styrningen av arbetet är tydligt.²⁰

Undersökningen visade vidare att de flesta samarbetade med olika myndigheter och organisationer och att en stor del var nöjda med hur det fungerade.²¹ Det fanns dock vissa önskemål från medlems- och intresseorganisationerna. Fyra punkter som dessa önskade av SKL var fler kurser och konferenser, att SKL verkar för att utveckla en modell för att förhindra våld mot kvinnor och barn, att sprida goda exempel på kvinnofridsverksamheter samt att erbjuda medlemmarna utbyte av idéer genom exempelvis ett nätverk.²²

Många forskare betonar vikten av att medarbetarna blir delaktiga i sin organisation eller i samverkansprocessen. Praktikgemenskaper och nätverk främjar bland annat dialog – som är en viktig framgångsfaktor för att kommunikationen ska fungera.²³ Myndighetssamverkande Utväg har ett nätverk men frågan är om de har en fungerande kommunikationen?

SAMVERKAN

Samverkan definieras enligt Nationalencyklopedin som *”handla eller fungera för ett visst syfte”*. 1991 lämnades en slututvärdering in till regeringen. Utvärderingen gällde projektet Myndighetssamarbete vid kvinnomisshandel och utfördes mellan Socialstyrelse och Länsstyrelse i fem län: Blekinge, Kopparberg, Skaraborg, Stockholm och Södermanland. Projektet fick positiva effekter och i många fall har samverkan utvecklats. Numera anser regeringen att samverkan är

²⁰ Sveriges kommuner och landsting 2009:25

²¹ Ibid 50

²² Sveriges kommuner och landsting 2009:79

²³ Heide, Johansson & Simonsson 2005:109

angeläget och de centrala myndigheterna har ansvaret för att utveckla och vidhålla samarbetet. Samverkan bör ske på många plan. Myndigheter ska också utbyta erfarenheter och det är viktigt att informationsutbyte sker mellan myndigheter och berörda frivilligorganisationer, exempelvis kvinnojourer.²⁴

”Myndigheterna skall samverka i frågor som rör våld mot kvinnor. De skall även samverka med berörda frivilligorganisationer.”

Både myndigheter (förvaltningslagen 6 §) och socialnämnden (SoL 4, 5 §) har en skyldighet att samverka, både med andra myndigheter och med samhällsorgan samt frivilliga organisationer. Enligt 3 § polislagen ska samverkan ske med de organisationer och myndigheter som berörs av polisens arbete. Detta visar att samverkan är en viktig del i Utvägs arbete.

SAMVERKANSPROCESSEN

Det som kännetecknar en samverkansprocess är att människor integrerar om något i ett speciellt syfte. Med detta menas att personerna som ingår i processen har någon form av utbyte, ofta av information. Man kan skilja mellan formell och informell interaktion. Med formell menas regelbundna möten och sammankomster medan informell är när man konverserar allmänt. Integrationen kan ske i form av samtal ansikte mot ansikte, via telefon eller på nätet via e-post eller på exempelvis diskussionsforum.²⁵

En viktig punkt i samverkansprocessen är att klargöra vad samarbetet handlar om. Vet man inte det blir det ingen samverkan. Det är viktigt att handlingarna som sker i samverkansprocessen har en tydlig riktning mot målet. Har det inte det slutar samverkan att fungera.²⁶

Danermark och Kullberg tar upp Westrins (1986) fyra typer av samverkan – (1) kollaboration eller samverkan, (2) koordination eller samordning, (3) konsultation samt (4) integration eller sammansmältning. Den förstnämnda innebär att samverkansprocessen sker kring vissa specifika former. Punkt två förklaras med att insatser läggs ihop för att uppnå bättre resultat. Konsultation innebär att en viss yrkesgrupp hjälper till i en annan organisation medan integration eller sammansmältning syftar på att verksamheter slå samman.²⁷

När utvärderingar gjorts av många samverkansprojekt har resultaten inte varit positiva. Anledningen till detta är många gånger att målen varit vagt formulerade eller att olika kunskapsmönster kolliderat.²⁸ Det är därför viktigt med gemensamma referensramar så att samtliga inblandade vet vad som gäller.

Danermark och Kullberg nämner även Bång och Rudstams (1984) resonemang om samverkan. Enligt dessa krävs det att vissa betingelser uppfylls för att allt ska fungera. Bland annat ska de organisatoriska och resursmässiga förutsättningarna uppnås. Personalen bör även vara motiverad och deras upplevelser av det som sker i samarbetet är viktiga. Upplevelserna hänger ihop med personalens yrkesidentitet och hur nöjda det är med sig själva i sin yrkesroll. Här spelar även uppmuntran och respekt från övriga medverkande in liksom den enskilda personens betydelse i samarbetet.²⁹ Andra faktorer som kan innebära problem är hög personalomsättning, vilket försvårar en gemensam kunskapsbas för de inblandade samt hög arbetsbelastning.

²⁴ Statens offentliga utredningar 2004:121 s 272

²⁵ Danermark 2004:17f

²⁶ Ibid 20

²⁷ Danermark & Kullberg 1999:35

²⁸ Ibid 36

²⁹ Ibid 36

Faktorer som i stället gynnar samverkan är att:

- ✓ Verksamheten ligger i samma distrikt och ligger i ett gemensamt hus.
- ✓ Ledningen och finansieringen är samordnad.
- ✓ Alla nivåer i organisationen ska samverka.
- ✓ Man skapar ett lagarbete som alla medverkande är involverade i.
- ✓ Man bedriver gemensamma utbildningsprojekt och fortbildar personalen.³⁰

Andra punkter att tänka på när det handlar om samverkan är att ta vara på möjligheterna till gemensamma utbildningar och skapa relationer genom att lyssna och förstå varandras roller. Man måste även tänka på att respektera olikheter men inte låta dessa komma i vägen för kommunikationen. Man ska ta tillvara på allas kunskaper och lära ifrån dessa.³¹

Straus menar dock att den geografiska placeringen av människorna i samverkansgruppen inte har någon betydelse. Den nya teknologin, i form av elektroniska kanaler, gör att organisationer har en större möjlighet att vara mer öppna. Det går snabbare och är lättare att kommunicera, vilket leder till att det blir enklare att få människor att ta del av informationen. För att detta ska vara möjligt krävs att personerna i samverkansgruppen har tillgång till den senaste tekniken, vilket möjliggör telefon- och videokonferenser.³²

Erfarenheter från uppföljning av Utvägs samverkan visar att det är viktigt att de som deltar kan se vinsten och betydelsen av det egna arbetet för att ha lust och ork att delta på ett bra sätt. Några viktiga punkter för en fungerande samverkan är även: att det finns engagemang, att ledningen för samverkan fungerar, att det finns klara mål och ett bra arbetsklimat samt en kontinuitet i arbetet.³³ Detta är viktiga punkter för Utväg eftersom samverkansarbetet är en stor del av verksamheten.

På regeringens uppdrag genomförde fem myndigheter 15 gemensamma försöksprojekt mellan åren 2003-2005. Syftet var att pröva nya former för möten med medborgare och företag. Uppdraget kallas VISAM, vilket är en förkortning för ”vi samverkar”. Projektet sammanfattades därefter med ett antal punkter. Det som framkom var att samverkan kan leda till ökad nytta och att deltagarna kändes sig positiva till arbetsformen. Det framkom även att det krävs initiativ för att samverkan ska bli framgångsrik. Efter utvärderingen sammanställdes ett antal punkter som myndigheterna senare jobbade vidare med i ett gemensamt samverkansforum. Detta var att göra samverkansarbetet synligt i verksamhetsplanerna, att formulera långsiktiga mål, att jobba tillsammans med målgruppsanpassade mål samt gemensamma kompetensområden.³⁴

KOMPETENSPROCESSEN

Jay Hall (1990) talar om en kompetensprocess. Kompetensprocessens mål är att släppa lös människors engagemang och kreativitet i organisationens blodomlopp. Detta är en viktig del för organisationer som Utväg med ett kontaktpersonnätverk som innehåller personer utan avsatt tid för uppdraget. Hall anser att den enskildes kreativitet härstammar ur det personliga engagemanget och de båda är i sin tur resultatet av en tredje bakomliggande faktor; personlig delaktighet. Det finns en speciell kraft i medbestämmandet och man kan även se de praktiska konsekvenserna av detta slags ledarskap. En kraftig utlösare för personlig engagemang och kreativitet ligger i

³⁰ Danermark & Kullberg 1999:56

³¹ Leiba & Weinstein 2003:79

³² Straus 2002:171f

³³ Palo 2004:6

³⁴ Stadskontoret 2008:109f

möjligheten att bli delaktig, att personligen delta i planeringen och målformuleringen vad gäller det egna arbetet. Men även om sådana möjligheter erbjuds arbetslag, avdelningar och liknande – grupper med flera människor – tycks delaktigheten och dess belöningar främst gälla *individer* och frigörandet av den enskildes engagemang och kreativitet. Enligt Hall är detta en privat och alltför självcentrerad syn på medbestämmandet som man måste förstå för att hitta nya kanaler och på så sätt uppnå kollektiv kompetens.³⁵

För att uppnå kollektiv kompetens krävs i första hand en stor del engagemang och kreativitet. Kompetensprocessen ger perspektiv åt dessa resultat så att konsekvenserna för organisationens mål tydligt framgår. Därmed kan cheferna få en klar bild av vilka åtgärder som erfordras och, lika viktigt, varför de är nödvändiga.³⁶

INDIVIDUELL OCH KOLLEKTIV KOMPETENS

Den individuella kompetensen är naturlig och medfödd, men den kollektiva kompetens, som faktiskt krävs i en organisation, måste skapas. Den kräver yttre stöd. Enligt Hall handlar människor engagerat och kreativt när det gäller personliga sysslor, eftersom det får dem att må bra som individer. Man kan ställa sig frågan; under vilka omständigheter kan man räkna med att människorna förenar sig med andra på ett engagerat och kreativt sätt för att utföra organisationens uppgifter?³⁷

Hall talar om skillnader mellan individuell och kollektiv kompetens. Den individuella kompetensen utgår från den enskildes kompetensdrift – ett upplevt behov som frambringar bestående energi – och dess belöningar är i huvudsak individuella. Vilka är de organisatoriska motsvarigheterna till kompetensdriften och den personliga känslan av att vara duktig och värdefull?

”Jag tror att nyckeln ligger i att det är organisationerna som förser oss med utlopp – uppgifter - för vår individuella kompetens och därigenom också låter oss få belöningar. Kärnfrågan är huruvida arbetet och beslutsprocesserna är strukturerade på ett sätt som gör att människorna, individuellt och kollektivt, kan räkna med att deras personliga kompetens värdesätts av ledningen och kan komma till uttryck i praktiken.”- Jay Hall

Chefer behöver inte ”motivera” i bemärkelsen sporra eller pressa. I stället kan de skapa sådana villkor och ge sådant stöd åt det inneboende kompetensbehovet som människor för med sig till organisationen att dessa kan fungera fritt. I ett kontaktpersonnätverk som Utväg har gäller det alltså att samtliga personers chefer är införstådda med uppgiften för att kompetenserna ska komma fram. För att människor ska arbeta kompetent, krävs dessutom att de betraktar sitt arbete som ett instrument för att uttrycka sina kunskaper. På detta sätt visar de färdigheterna som de känner sig stolta över som en utmaning för deras förmåga till problemlösning. Nyckeln till kollektiv kompetens är således att skapa sådana villkor och ge de nödvändiga möjligheter som krävs för att organisationens arbete ska kunna få denna innebörd.³⁸

Kompetensprocessen överbygger klyftan mellan individuell och kollektiv kompetens genom att främja en miljö där många människors individuella engagemang och kreativitet kan få ett gemensamt uttryck.

³⁵ Hall 1990:53f

³⁶ Ibid 55

³⁷ Ibid 52

³⁸ Ibid 53

ORSAKSSAMBAND MELLAN FAKTORER

För att förstå Jay Halls kompetensprocess måste vi förstå orsakssambanden mellan faktorerna samverkan, engagemang och kreativitet. Enligt kompetensprocessen anses samverkan vara den källa som engagemang och kreativitet flödar ur. Att det är just samverkan som utlöser processen:

Samverkan → potential engagemang + kreativitet → kompetens → prestation³⁹

Enligt Halls modell fungerar alltså samverkan som en igångsättare som följs av en serie händelser vilket alla avslutas med en kollektiv kompetensreaktion. Som framgår av modellen ovan härstammar både engagemang och kreativitet ur möjligheten till samverkan. Dessa tillsammans resulterar i förmåga till anpassning. Det är dock viktigt att studera mer i detalj vilken händelsekedja som leder fram till kompetensen. Det krävs mer än bara samverkan för att de frigjorda potentialerna ska förverkligas.

För en meningsfull och givande samverkan ska hända, måste den hanteras på ett sätt som leder till resultat. Det är därför som man ska betrakta just samverkan som en utlösande dimension som startar kompetensprocessen. Efter den kommer engagemanget och ökar sannolikheten för kreativa lösningar. Det finns dock ingen garanti för att detta kommer att inträffa.

Engagemang och kreativitet är självständiga dimensioner i kompetensen som också kräver uppmärksamhet, tonvikt och noggranna planering i lika stor utsträckning som samverkan. Tidigare har man bara ägnat uppmärksamheten på bara samverkan. Dessa två är de viktigaste arbetsdimensioner i kompetensprocessen. Genom att ha de här arbetsinriktade faktorerna i tankarna får processen liv. De metoder som används för att nå samverkan får därmed också ett rimligt perspektiv.⁴⁰

Alla tre – samverkan engagemang och kreativitet – är lika viktiga. Hur organisationerna ser ut i fråga om regelverk, belöningssystem, rapportskyldigheter, arbetsledning och mycket mer kan undersökas med tanke på hur det bidrar till samverkan, engagemang och kreativitet. Den centrala frågan när det gäller en allmänt spridd kompetens är hur de påverkar människors behov av att bli delaktiga via samverkan, känna sig engagerade och vara kreativa. De människor som utgör organisationen hämtar sina riktlinjer från gällande regelsystem. Man kan klarlägga på vilket sätt de upplever och tolkar dem och känner av trycket från dem.⁴¹

Den bakomliggande principen är rättfram och enkel för att konstatera våra syften. De personer som leder organisationen skapar förhållanden som utformar organisationens grundstämning och förmedlar vilka värderingar som hyllas, vilka prioriteringar som är viktiga, vilka beteenden som tolereras vad man kan och vad man inte kan förvänta sig. Dessa normer definierar organisationen för människor nämligen; vilken roll de har, vilka måttstockar som gäller och vad som är meningsskapande. Därmed fastställs inom vilket slags sammanhang som arbetet skall utföras. Man skulle kunna säga att de lär människor vad som anses viktigt, acceptabelt och genomförbart.⁴²

Samverkan, engagemang och kreativitet – och således kompetens – kräver mer än ett akademiskt intresse från en organisationernas ledare. Strävan efter kompetens måste översättas till handfasta åtgärder som är inriktade på att skapa vissa bestämda förutsättningar i organisationen.⁴³

³⁹ Hall 1990:55

⁴⁰ Ibid 56f

⁴¹ Ibid 57f

⁴² Ibid 57

⁴³ Ibid 53ff

NÄTVERK

Nätverkandet och fenomenets betydelse för det informella lärandet i organisationer är ett område som forskare haft stort intresse för. Alla är delar i olika gemenskaper, både i privat- och yrkeslivet. I dessa gemenskaper får vi ta del av kunskaper och uppfattningar. Med tiden får vi olika synsätt och identifierar oss slutligen med gemenskapen, vilket bland annat ger oss en yrkesidentitet.

I organisationer handlar det om praktikgemenskaper som innehåller människor som har gemensamma kunskaper och praktiker inom ett visst område. De har uppstått spontant av medlemmarna på eget initiativ. Denna typ av gemenskap är viktig för organisationen och bidrar till kunskapsspridning och produktion av ny kunskap. I Utvägs fall handlar det om att sprida kunskap om kvinnofrid. Den största delen av lärandet i organisationen sker i praktikgemenskapen. Här både produceras, reproduceras och sprids kunskapen genom kommunikation. Många gånger sker inte kommunikationen på uppstyrd möten, utan på kafferasten eller under lunchen.⁴⁴

KNOWLEDGE MANAGEMENT

Knowledge management har uppmärksammats i samband med det ökade intresset för nätverk, praktikgemenskaper och informell kommunikation. Enkelt kan begreppet förklaras som organisationslärande via informations- och kommunikationstekniker. En gemensam uppfattning är att praktikgemenskaper är betydelsefulla för lärandet. I gemenskaperna träffas medlemmarna med jämna mellanrum för att utbyta tankar och idéer, diskutera problem och lösningar, ställa frågor och prata om nyheter.⁴⁵ Detta kan jämföras med Utvägs årliga möten. Knowledge management handlar helt enkelt om att hitta, samla in och ha utbyte av kunskapen som finns. Ofta tänker man sig en databas för att sammanställa all kunskap. Något som är lätt att glömma, och som också är viktigt för att få en väl fungerande organisation, är att ta fram okunskapen. Det är där medarbetarna har mest att ge varandra. För att få fram okunskapen krävs en reflekterande process som dialogen.⁴⁶

Naturligtvis innebär de nya kommunikationsvägarna, de datormedierade, starka trender. E-post, intranät, Internet och diskussionsgrupper har gett organisationerna nya möjligheter att nå ut med sina budskap. Numera är kommunikationen inte längre beroende av tid och rum. Trenden ställer dock högre krav på medarbetarna. Det krävs nu att de själva letar upp informationen eftersom den alltid finns tillgänglig. Forskare har haft stora förväntningar på de nya kommunikationsvägarna, som skulle förbättra samarbetet och knyta samman organisationens olika delar. En negativ sida som framkommit är i stället ett informationsöverflöd. Det finns inte heller något självklart samband mellan tillgång och förståelse.⁴⁷

DIALOG

En viktig framgångsfaktor för en effektiv kommunikation är dialog – som har blivit lite av ett slagord inom både yrkesliv och forskarsamhälle. Genom denna form av kommunikation kan man få ökad kunskap och nya insikter som är svåra att nå fram till på egen hand. Ofta likställs dialog med tvåvägskommunikation, men Heide framhåller att det i stället bör ses som är en av flera

⁴⁴ Heide, Johansson & Simonsson 2005:140

⁴⁵ Ibid 24

⁴⁶ Isaacs 1999:296

⁴⁷ Heide, Johansson & Simonsson 2005:26f

former av tvåvägskommunikation.⁴⁸ Isaacs förklarar fenomenet som konsten att tänka tillsammans. Man ser inte sin egen åsikt som en sanning utan lyssnar på andra. Han definierar dialog som ”ett samtal med centrum och inte med marginalen”. Man ska använda motsättningarna till att komma fram till någonting nytt. Konflikter och meningsskiljaktigheter ska alltså inte undertryckas eftersom de är viktiga för nytänkande. Detta bör vara viktigt i aktuella frågor som kvinnofrid. Dialogen ska leda till en gemensam upplevelse och ökad intelligens samtidigt som den fungerar som en samordnad kraft för de som deltar.⁴⁹ I en dialog handlar det inte bara om att frakta informationen utan att göra om den och skapa djupare förståelse tillsammans utifrån olika erfarenheter. Dialog handlar om delaktighet och om att analysera olika orsaker till händelser. En dialog är inte bara ett samtal utan det krävs ett visst djup i samtalsämnet för att en dialog ska uppkomma.⁵⁰ Det handlar inte om att lösa konflikter utan om att upplösa dem. I dialogen handlar det inte bara om att komma överens utan även om att skapa ett sammanhang för nya överenskommelser. Dessa ska sedan hjälpa till att anpassa handlingarna efter gemensamma värderingar. Att ha gemensamma värderingar är viktigt, bland annat då det gäller samverkan som Utväg.

Dialogen handlar om att utforska saker man tar för givet, som exempelvis varför olika synsätt, idéer och handlingsmönster präglar organisationen.⁵¹ Alla deltagare ska delta på lika villkor och samtliga ska fritt kunna säga sin åsikt.⁵²

Att dialogen hamnat i fokus beror på införandet av de ”platta” organisationerna där medarbetarna har större ansvar. Det krävs då en dialog med cheferna för att allt ska fungera. Även intresset för lärande och kunskapsutveckling har gjort att dialogen är viktig.⁵³

I det traditionella perspektivet på organisationslära ser man kunskap som objektiv fakta som man kan likställa med information. Detta innebär att om medarbetarna har tillgång till information har de också kunskapen. Alla tolkar alltså informationen på samma sätt. I det sociokulturella perspektivet har man en annan uppfattning. Här anser man att människor i stor utsträckning lär genom kommunikation. Kunskap är inte en objektiv bild av verkligheten. I stället skapas kunskap då vi tillskriver frågor eller fenomen en viss betydelse. Det krävs reflexion, tolkning och meningsskapande för att ta del av ny kunskap och människor med olika bakgrund ser olika på informationen de får. Meningsskapandet sker tillsammans med andra och verktyget för detta är språket. I ordet dialog ser man tydligt kopplingen mellan kommunikation och kunskap. Dialog kommer från grekiskans *dialogos* som betyder att gemensamt (dia) skapa kunskap (logos). Konversationer har dock inte kunskaper som mål, utan kommer som en biprodukt vid dialoger.⁵⁴

ORGANISATIONSKOMMUNIKATION

Eftersom vår studie syftar till att studera hur Utvägs kontaktpersoner upplever nätverkets kommunikation kommer vi avslutningsvis också nämna lite om kommunikationen i organisationer.

Det är lätt att blanda ihop kommunikation och information. De två begreppen bör dock skiljas åt. Kommunikation förklaras i Nationalencyklopedin som ”överföring av information mellan människor,

⁴⁸ Heide, Johansson & Simonsson 2005:109f

⁴⁹ Isaacs 1999:40

⁵⁰ Heide, Johansson & Simonsson 2005:109f

⁵¹ Ibid 109f

⁵² Ibid 108f

⁵³ Ibid 24

⁵⁴ Ibid 137f

djur, växter eller apparater". Information är alltså det innehåll som förmedlas genom alla former av kommunikation.⁵⁵

*"Organisationskommunikation handlar om företags, myndigheters och intresseorgans alla kommunikativa handlingar och interaktioner"*⁵⁶

Så beskriver Larsåke Larsson (2008) fenomenet organisationskommunikation – som är en av de viktigaste delarna i en organisation. Han poängterar samtidigt att denna typ av kommunikation inte längre enbart innefattar den interna kommunikationen, utan även den externa. Fenomenet organisationskommunikation förklaras som informationsflöden, kontaktvägar, nätverk, symbolaktiviteter och kampanjer. Eftersom så många delar ingår i termen kan man också se organisationskommunikationen ur flera olika perspektiv. Larsson tar bland annat upp Eisenberg och Goodalls (2001) infallsvinklar. De ser organisationskommunikation som informationsförmedling, transaktion/utbyte, medel för social kontroll och balanshållande mellan kreativitet och organisatoriska förhinder.⁵⁷

Kommunikation är viktigt för människorna. Enligt Carey kan man skilja på två former av kommunikation – transmission och rituell. Den förstnämnda syftar på spridning av information, gärna längre sträckor med syfte att övertala och skapa attityder, medan rituell kommunikation gäller kontakten mellan människor för att skapa sammanhållning.⁵⁸

Enligt Larsson finns det en rad skäl till att kommunicera, bland annat för att:

- ✓ Hjälpa varandra i svåra situationer.
- ✓ Förstå världen och omgivningen.
- ✓ Samarbeta och skapa relationer.
- ✓ Ge och få information.
- ✓ Skapa sammanhållning.
- ✓ Planera och fatta beslut.

Människor behöver alltså kommunicera för att skaffa sig information och därigenom skapa mening i tillvaron.⁵⁹ Dessa punkter visar varför det är viktigt att kommunikationen fungerar, både för den enskilda människan och i organisationer och nätverk.

Det finns dock en rad hinder på vägen vid kommunikation. Det första är att budskapet inte når fram. Detta kan ha flera orsaker, bland annat att det försvinner på vägen på grund av brus och störningar. Ett annat hinder är att budskapet inte tas emot på grund av att mottagaren inte har behov av det, inte litar på avsändaren eller att meddelandet helt enkelt är fel utformat. Att budskapet inte förstås är ett annat hinder. Detta kan bero på att det är svårt begreppsmässigt eller språkmässigt eller saknar läsbarhet. Budskapet kan även förändras på vägen.⁶⁰ När inte informationen fram bör det bero på någon av ovanstående anledningar.

⁵⁵ www.ne.se

⁵⁶ Larsson 2008:78

⁵⁷ Ibid 78

⁵⁸ Carey 1992:15ff

⁵⁹ Larsson 2008:14

⁶⁰ Ibid 15

2000-talet i Sverige kallas för ”organisationssamhället”. Det är uppbyggt av olika organisationer, där den viktigaste delen för att allt ska fungera är kommunikationen. Redan 1938 skrev Chester Barnard varför kommunikationen är så viktig i organisationerna. Han konstaterade då att avsaknad av en fungerande kommunikation gör att organisationens mål blir svåra att uppnå.

*”In an exhaustive theory of organization communication would occupy a central place, because the structure, extensiveness, and scope of organization are almost entirely determined by communication techniques” – Chester Bernard*⁶¹

Kommunikationen är viktig för att samtliga individer ska förstå och acceptera organisationens mål och visioner. En förståelse för detta är en nödvändighet för att målen ska kunna översättas till handling. Kommunikationen är även viktig för att samordna aktiviteter. Man skapar genom denna även en gemensam förståelse vilket ger förutsättningar för att arbeta mot gemensamma mål. Kommunikationen är grunden för alla sociala relationer och är därför den kraft som kan ändra relationerna.⁶²

Organisationskommunikation kan delas in i två huvudgrenar – intern och extern kommunikation.⁶³

INTERN OCH EXTERN KOMMUNIKATION

Den externa kommunikationen är den som kommuniceras utåt, exempelvis det som handlar om försäljning, sponsring och så vidare. Intern kommunikation handlar om hur kommunikationen inom organisationen går till, till exempel mellan medarbetare, därför kallas det för arbetskommunikation. Det handlar om vilka uppgifter alla får och vad för information som tas emot som inte rör den yttre världen, utan bara den egna organisationen. Fungerar den interna kommunikationen bra kan det lyfta hela verksamheten och resultaten kan bli bättre. Är de anställda positiva till organisationen finns det bättre förutsättningar för att kontakterna med omvärlden lyckas.⁶⁴

Enligt Erikson finns det en rad anledningar till varför det är viktigt att den interna kommunikationen är effektiv. Nedan följer några punkter:

- ✓ **Ge medarbetarna överblick.** Det är viktigt att få en helhetsbild av organisationen och inte bara information om det egna arbetet.
- ✓ **Skapa eniga mål.** Alla ska naturligtvis dra åt samma håll men för att det ska bli verklighet måste medarbetarna veta vart företaget är på väg.
- ✓ **Skapa bättre underlag för beslut.** Genom att medarbetarna har tillgång till information får de även kunskap och därmed även kompetens att ta egna beslut.
- ✓ **Skapa motivation och vi-anda.** Har medarbetarna en bra överblick över helheten, har god kunskap om målen och är välinformerade i allmänhet får de ökad motivation. De förstår då sin egen roll i verksamheten och varför de är viktiga.
- ✓ **Underlätta samarbetet mellan medarbetarna.** Detta görs genom väl fungerande informationssystem.

⁶¹ Barnard 1938:90f

⁶² Heide, Johansson & Simonsson 2005:19

⁶³ Larsson 2008:79

⁶⁴Ibid 83

- ✓ **Minska personalomsättningen.** Känner inte medarbetarna att de trivs med sina uppgifter, att de får utrymme att utvecklas och belönas för sina insatser finns det risk att de slutar.
- ✓ **Underlätta rekrytering.** Det är medarbetarna som är de bästa ambassadörerna för organisationen.
- ✓ **Bidra till personlig utveckling.** Den interna kommunikationen lägger grunden för detta genom att tillföra kunskaper som inte enbart gäller det egna arbetet.
- ✓ I slutändan ska sedan den interna kommunikationen leda till ökad lönsamhet.⁶⁵

TRENDER INOM ORGANISATIONSKOMMUNIKATIONEN

Som i alla andra områden finns det trender inom organisationskommunikationen. En av dessa är kopplingen mellan ledarskap och kommunikation. Intresset för detta har framkommit efter att ledare har fått nya roller och uppgifter. Den nya rollen innebär att ledarna ska skapa gemensamma mål, visioner och värderingar och även sprida det som händer i organisationen. I denna typ av ledarskap är kommunikationen viktig eftersom den måste fungera för att ledaren ska kunna skapa gemensamma uppfattningar, idéer och värderingar bland medarbetarna. Denna typ av ledarskap är viktig vid nätverks- och projektbaserade organisationer där medarbetarna får större ansvar och har möjlighet att fatta egna beslut. Detta kräver i sin tur att medarbetarna själva ska kunna inhämta information och kommunicera utåt. Arbetet i nätverk innebär även att kommunikationen mellan medarbetarna måste fungera.⁶⁶

INFORMATIONSBEHOV OCH INFORMATIONSTYPER

Informationsbehovet kan delas in i tre delar – känslomässiga behov, funktionella behov och påverkansbehov. Känslomässiga behov är sådant som man är intresserad av att veta, funktionella behov är information man har nytta av exempelvis i arbetslivet medan påverkansbehov representeras av organisationer och företags behov av att påverka kunder och anställda. Det sistnämnda kan vara allt från produktinformation till att skapa samhörighet.⁶⁷

De olika informationsbehoven tillfredsställs genom olika produkter som är uppbyggda av olika informationstyper. Aktuella informationstyper passar bra att publicera i onlinekanaler som kan uppdateras fortlöpande medan mer varaktiga typer lämpar sig för exempelvis papperstidningar.⁶⁸

De olika informationstyperna kan vara mer eller mindre påtvingade. Man säger att de är push- eller pullorienterade. Med push menas att informationen är påtvingad medan användaren själv måste söka upp den pullorienterade informationen. De båda typerna går dock ofta in i varandra.⁶⁹ I Utvägs fall kan det vara intressant att fastställa vilket informationsbehov kontaktpersonerna har för att på det sättet även hitta informationstyper som kan tillgodose dessa.

EFFEKTIV KOMMUNIKATION

Det finns många riktlinjer att följa för att bli effektiv och framgångsrik i sin kommunikation. Bland annat ska man vara snabb, öppen, lyhörd och aktiv. Erikson (2002) nämner ytterligare saker man bör tänka på för att lyckas föra fram sitt budskap. Man ska vara koncentrerad,

⁶⁵ Erikson 2002:55ff

⁶⁶ Heide, Johansson & Simonsson 2005:22f

⁶⁷ Hvitfelt & Nygren 2007:93f

⁶⁸ Ibid 94

⁶⁹ Ibid 94f

koordinerad, kontinuerlig, konsekvent, korrekt, kontrastrik och kreativ samt kontaktskapande.⁷⁰ Detta är riktlinjer som Utväg bör ta fasta på.

Det gäller att vara koncentrerad i sin kommunikation. I stället för att få med allt är det bättre att vara kort och koncist och fokusera på det väsentliga. Man måste även vara koordinerad så att alla säger samma sak. En bra sak att ha är en ”frågor och svar-lista” som medarbetarna kan följa om någonting dyker upp. Kontinuerlighet är en annan viktig sak. Det fungerar inte att kommunicera i några veckor för att sedan sluta. Kommunikationen måste komma med jämna mellanrum för att skapa trovärdighet. Informationen måste även vara konsekvent. Budskapet måste vara samma vecka för vecka för att inte skapa osäkerhet. Självklart måste informationen även vara korrekt men också kontrastrik och kreativ. Tråkig information engagerar inte mottagarna och stimulerar inte heller till dialog. Är informationen kontrastskapande bjuder den in till fortsatt idéutbyte.⁷¹ I samverkansprojekt är det liksom tidigare nämnt viktigt att deltagarna förstår målet samt ser en vinst med sitt eget arbete. Därför är det viktigt att kommunikationen är effektiv.

KANALER ATT ANVÄNDA

Naturligtvis är det viktigt att använda sig av rätt kanal när man ska kommunicera. Det finns tre olika metoder att välja mellan: skriftliga kanaler, muntliga kanaler och elektroniska kanaler. Utväg säger sig främst använda sig av elektroniska kanaler i form av Internet och i sällsynta fall e-post. Muntliga kanaler används under det årliga mötet. Utväg har även tryckta broschyrer med information som både personerna i nätverket och andra kan ta del av. Dessa finns alltid tillgängliga på plats.

Med skriftliga kanaler menas all tryckt information. Här ingår företagspresentationer, personaltidningar, OH-material, faktabroschyrer, nyhetsbrev och rapporter med mera. Fördelen med denna kanal är att läsarna kan gå tillbaka och läsa om informationen vilket gör att risken för feltolkningar är liten. Kanalen kan användas av läsaren när det passar och kan nå ut till målgruppen från många olika platser. Den största nackdelen är att möjligheten till dialog är liten. Numera har mycket av den skriftliga informationen överförts till elektroniska medier. Det är dock viktigt att tänka på att det inte är passande att läsa längre texter på en dataskärm och att en kombination av skriftliga och elektroniska medier är önskvärda.⁷²

Elektroniska kanaler består av bland annat e-post, intranät, talsvar på telefon, databaser och cd-rom. Fördelen med dessa kanaler är snabbheten. Det går även att nå exakt de som man vill och har möjlighet att vidaresända informationen. En nackdel är att det krävs kunskaper och utrustning av medarbetarna.⁷³

Den muntliga dialogen – även kallade face-to-face – är en viktig del i en organisation. Det är här grunden för utveckling ligger. De muntliga kanalerna består av bland annat möten, konferenser och utbildningar. Fördelarna är att möjligheterna till frågor och förtydliganden är stora. Nackdelar med möten är att de kan bli ineffektiva på grund av bland annat att deltagarna har olika uppfattningar. För att göra mötena mer effektiva är det viktigt med tydliga agendor. Man ska alltså vara noga med att mötet handlar om det som var planerat.⁷⁴

⁷⁰ Erikson 2002:155f

⁷¹ Ibid 155ff

⁷² Ibid 61

⁷³ Ibid 62

⁷⁴ Ibid 63

5. RESULTAT OCH ANALYS

I följande kapitel följer resultat och analys av det som framkommit från enkätundersökningen. Detta kommer även att återknytas till de teorier som vi tagit upp tidigare. Analysen kommer att presentera så att våra tre frågeställningar kan besvaras.

Innan vi börjar kan vi konstatera att vi har fått en svarsfrekvens på 78 procent, vilket tyder på att kontaktpersonerna bryr sig om sitt uppdrag. De flesta har dock inte valt att bli kontaktperson för Utväg själv utan 71 procent har blivit utsedda av sin chef. Endast 19 procent har anmält sitt intresse för att bli kontaktperson själv.

Vidare kan det konstateras att 44 procent av respondenterna arbetar inom kommunen, 41 procent inom hälso- och sjukvård medan 16 procent har en annan arbetsplats.

En gång per år träffas kontaktpersonerna i Utvägs nätverk. Det skickas ut en inbjudan till dagen via mejl. Under mötena ges allmän information och nyheter inom kvinnofridsfrågor. Det ges även lägesbeskrivningar från Utväg och de samverkande myndigheterna. Ofta deltar en extern föreläsare som föreläser om relevanta ämnen (till exempel kvinnofridsfrågor och om att förebygga våld). Ibland delas deltagarna in i grupper efter geografisk placering eller yrke där diskussioner sker som innefattar samverkan och kontaktpersonernas roll.

Förutom tryckta broschyrer som delas ut på Utväg och på andra platser runt om i Skaraborg sker all kommunikation elektroniskt via Utvägs hemsida (www.utvag.se).

Larsåke Larsson nämner tre olika kanaler för att kommunicera. Dessa är skriftliga, muntliga eller elektroniska. Utväg utnyttjar alltså främst de elektroniska kanalerna bland annat Internet och e-post. De utnyttjar till viss del den muntliga kanalen, då de träffas en gång per år på "face-to-face"-möte. Den elektroniska vägen är fördelaktig eftersom den är effektiv och snabb. Det går att nå exakt de personer man vill och det finns även möjligheten att vidaresända informationen. Nackdelen med detta är att det krävs kunskaper och utrustning för att ta del av information.⁷⁵

Vi upptäckte några brister då vi skickade ut vår enkät. Det första var att sex e-postadresser av de 49 vi fått från Utväg inte fungerade. Vidare svarade två personer att de inte längre var kontaktpersoner till Utväg. Ytterligare en gav samma besked men kunde vidarebefordra enkäten till den nya kontaktpersonen på sin arbetsplats. Det visade sig dock att den nya kontaktpersonen inte hade någon egen e-postadress. Att personer saknar e-postadress leder till stora problem i kommunikationen då alla då inte har samma möjlighet att ta del av informationen från Utväg. Detta är någonting som Straus nämner i sin bok "*How to make collaboration work*". Han menar att ett krav är att samtliga personer i samverkansgruppen har tillgång till den senaste tekniken.⁷⁶

HUR STORT ÄR ENGAGEMANGET FÖR UPPDRAGET ATT VARA KONTAKTPERSON FÖR UTVÄG?

Engagemang är viktigt för att få en högre effektivitet i arbetet. Hur personerna i kontaktnätverket känner att uppdraget intresserar och engagerar dem är alltså viktigt för att allt ska fungera. Detta

⁷⁵ Eriksson 2002:62

⁷⁶ Straus 2002:171f

menar Hall som hävdar att samverkan leder till engagemang som i sin tur bidrar till kompetens och slutligen prestationer.⁷⁷

I Utvägs kontaktnätverk anser samtliga att deras uppdrag är viktigt. Anmärkningsvärt är dock att inte alla vet vad de har för uppgifter. 13 procent är osäkra på vad deras uppgifter är medan tre procent av samtliga svars personer inte alls vet vad som förväntas av dem. 28 procent anser att informationen de fått om uppdraget inte är tillräcklig. Detta är en stor svaghet i samverkansprocessen, där en viktig punkt är att klargöra vad samarbetet handlar om. Vet man inte det blir det heller ingen god samverkan.⁷⁸ Att den största delen av kontaktpersonerna (90 procent) vet var de ska söka information och var de ska vända sig när de har frågor kan vara ett tecken på att det är vid informationen om uppdraget det brister. Det kan också vara så att det är tiden som inte räcker till.

Undersökningen visar att 72 procent av respondenterna använder Internet för att få information om kvinnofrid, 63 procent får information via personlig kontakt med andra i nätverket samt från kurser medan 23 procent får ny kunskap via tryckt material. Totalt svarade 22 personer på frågan men flera valde flera alternativ, vilket var meningen på just den frågan. Den vanligaste kombinationen var en kombination av Internet och personliga kontakter.

KUNSKAP

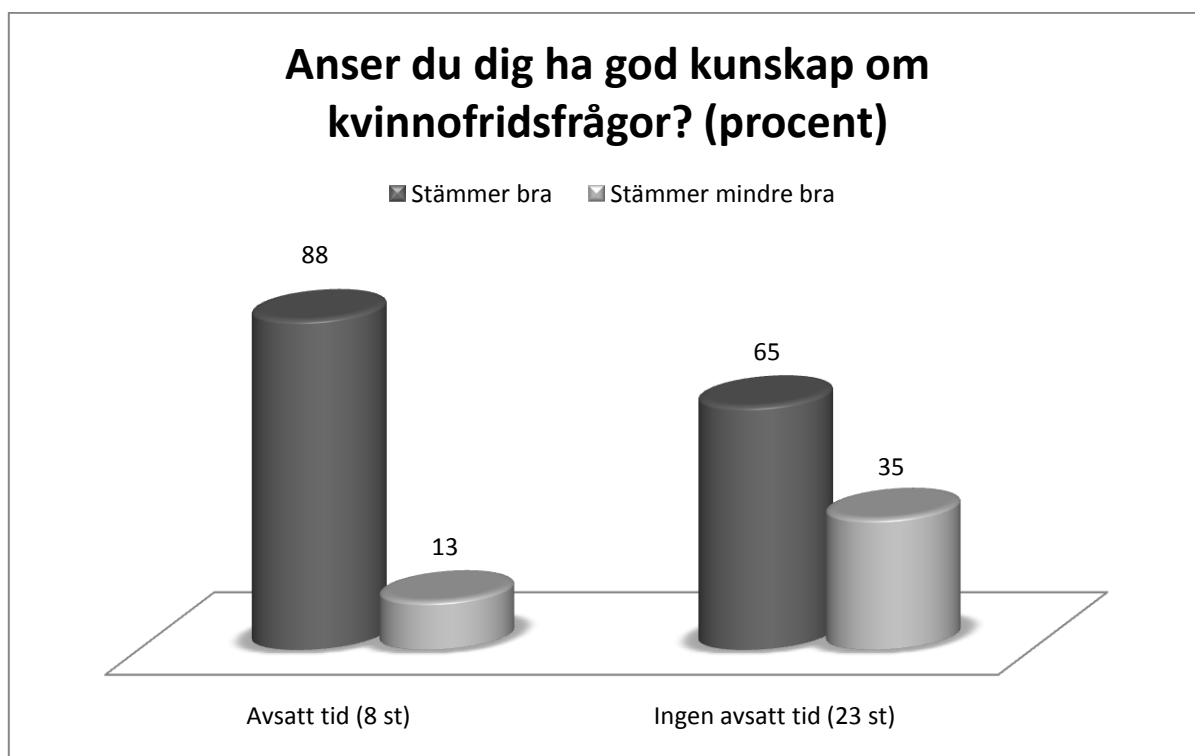
28 procent av kontaktpersonerna anser att påståendet att de anser sig ha god kunskap om kvinnofrid inte stämmer helt. Om en så stor andel inte känner att de har god kunskap borde Utväg ha nytta av att göra någonting åt detta. Kanske beror detta på att bara 27 procent har arbetstid avsatt för uppdraget. Dessutom tycker 69 procent av samtliga respondenter att tiden inte räcker till.

Vi ska titta närmare på om det finns något samband mellan avsatt arbetstid och vad man anser om sin kunskap.

⁷⁷ Hall 1990:55

⁷⁸ Ibid 20

Figur 1:



Variablerna som används i diagrammet är: "Har du arbetstid avsatt för uppdraget?" samt "Jag anser mig ha stor kunskap inom kvinnofridsfrågor". 31 personer har svarat på frågan om arbetstid medan 32 har svarat på frågan om kunskap.

Tabellen visar att de som har avsatt arbetstid anser att de har god kunskap om kvinnofridsfrågor i större utsträckning än de som inte har det. 35 procent av de som inte har någon avsatt arbetstid ansåg inte att de hade full kunskap inom ämnet medan samma siffra bland de som har avsatt arbetstid är 13. Här kan vi också konstatera att av de som inte anser att påståendet om att de har god kunskap om kvinnofrid stämmer har 89 procent ingen avsatt arbetstid. Detta kan tyda på att de som inte har någon avsatt tid inte heller har samma möjligheter att sätta sig in i materialet som finns tillgängligt.

Av de som svarat på frågan (23 personer) hur mycket tid de lägger ned på uppdraget lägger 43 procent ned en timme eller mer per vecka. Vad tiden ägnas åt varierar, men exempel är: kontakter med kvinnor, sökande av information, kurser och träffar samt informera och uppdatera kollegor.

ENGAGEMANG

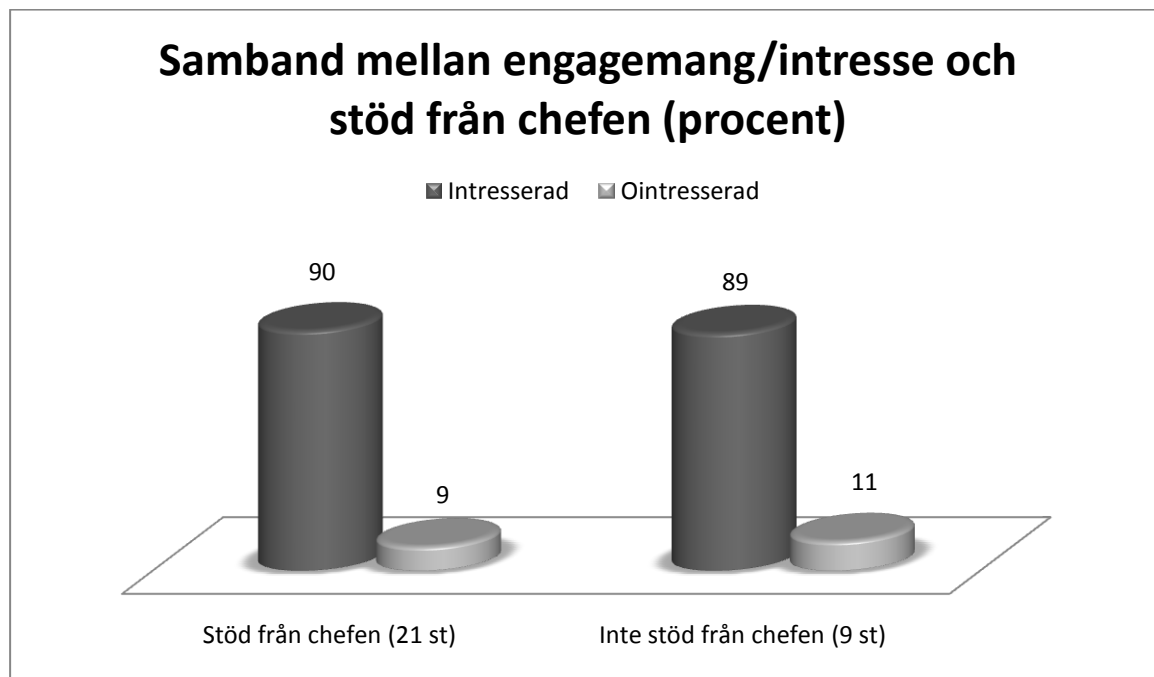
Som tidigare nämnt är engagemang en viktig del för att nå resultat. Detta blir ännu viktigare då vissa av Utvägs kontaktpersoner inte har någon arbetstid avsatt för sitt uppdrag. Enligt Halls kompetensprocess behöver inte chefer "motivera" i bemärkelsen sporra eller pressa. I stället kan de skapa villkor och ge stöd åt de inneboende kompetensbehoven så att de kan fungera fritt. Får inte kontaktpersonerna stöd från sina chefer blir det också svårare att släppa lös det personliga engagemanget och kreativiteten, vilket är viktigt för att nå kollektiv kompetens. Enligt Hall sker kompetensprocessen enligt följande:

Samverkan → potential engagemang + kreativitet → kompetens → prestation⁷⁹

⁷⁹ Hall 1990:55

29 procent av respondenterna anser dock inte att de har stöd av chefen för sitt arbete med kvinnofridsfrågor. Då medarbetarna inte har stöd av chefen finns det alltså risk för att orsakssambanden inte fungerar. Nedan ska vi titta närmare på om det finns något samband mellan om kontaktpersonerna ser sig om engagerade och intresserade av kvinnofridsfrågor och om de anser sig ha stöd från sin chef.

Figur 2:



Variablerna som används i diagrammet är: "Jag anser att jag har stöd från min chef" samt "Jag känner mig engagerad och intresserad av kvinnofridsfrågor". 32 personer har svarat på frågan om engagemang och intresse medan 31 personer har svarat på frågan om de har stöd från chefen. En person har svarat vet ej på den sista frågan och finns därför inte med i diagrammet.

Diagrammet ovan visar att intresse och engagemang inte har något samband med om man har stöd från chefen eller inte. Det är alltså inte på det sätt som Hall menar att det är.

I Utvägs fall har de flesta kontaktpersonerna intresse och engagemang och 91 procent av respondenterna har svarat att kvinnofrid engagerar och intresserar dem. Nio procent anser dock att ämnet bara delvis är intressant. Detta är anmärkningsvärt i det syftet som Bång och Rudstam (1984) anser om samverkan, nämligen att personalen bör vara motiverad.⁸⁰ Att tio procent inte är intresserade av sitt uppdrag är även ett problem för den så kallade kompetensprocessen som har som mål att släppa lös människors engagemang och kreativitet. Till detta finns enligt Jay Hall (1990) den bakomliggande faktorn personlig delaktighet.⁸¹

Det finns två typer av kompetens – kollektiv och individuell. Den individuella kompetensen är medfödd medan den kollektiva måste skapas. Människor handlar engagerat när det handlar om personliga sysslor eftersom det får dem att må bra. Att skapa kollektiv kompetens handlar därför enligt Hall om att människorna kan räkna med att deras kompetens kommer till nytta. Kompetensprocessen överbygger alltså klyftan mellan individuell och kollektiv genom att människors engagemang kan få ett gemensamt uttryck. Enligt denna process är det samverkan

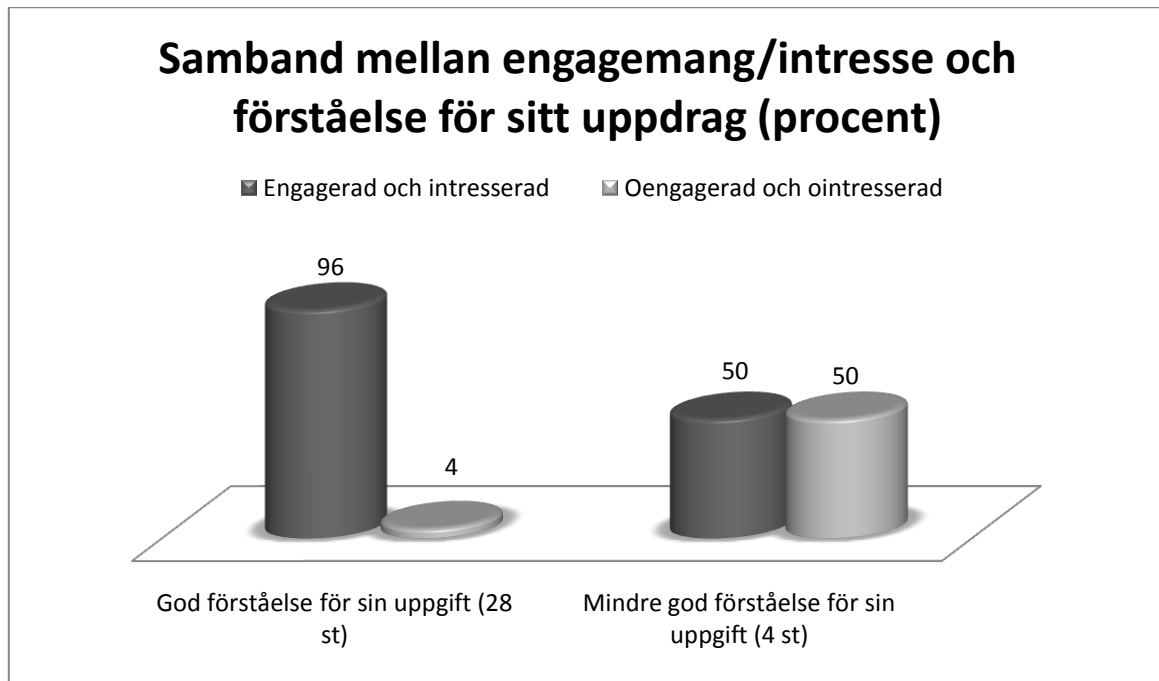
⁸⁰ Hall 1990:36

⁸¹ Ibid 53f

som utlöser engagemang och kreativitet.⁸² För att detta ska fungera krävs dock att de som ingår i samverkansprocessen förstår målen med projektet.

Diagrammet nedan visar hur väl man förstår vad man har för uppgifter som kontaktperson hänger ihop med intresse och engagemang.

Figur 3:



Variablerna som används i diagrammet är: "Jag känner mig engagerad och intresserad av kvinnofridsfrågor" samt "Jag har god förståelse för mitt uppdrag som kontaktperson". Samtidiga respondenter har svarat på de båda frågorna.

Tittar man på tabellen ovan kan man konstatera att personer som har god förståelse för sitt uppdrag i större utsträckning känner sig engagerade och intresserade. Detta visar att Halls teori om att en god förståelse för uppdraget och målen med det även bidrar till ett starkare engagemang.

Det bör dock poängteras att samverkan inte automatiskt leder till engagemang och intresse som Halls modell visar. Det är en rad punkter som ska uppnås för att kedjereaktionen slutligen ska leda till prestation, dessa har tagits upp i teorikapitlet.

DIALOGEN

Dialog är viktigt ur flera aspekter. Bland annat när det handlar om att lära samt att skapa relationer. I Utvägs fall sker dialogen i första hand via de årliga träffar som arrangeras för kontaktpersonerna.

Just nu träffas Utvägs kontaktpersoner en gång om året. 39 procent anser att mer frekventa träffar skulle leda till bättre arbete medan 45 procent inte tror att det egna arbetet skulle förbättras om träffarna skedde med större regelbundenhet medan 16 procent är osäkra på frågan. En viktig framgångsfaktor för effektiv kommunikation är dock dialog, som enligt forskare leder till ökad kunskap och nya insikter som är svåra att komma fram till på egen hand.⁸³ I en dialog

⁸² Hall 1990:55

⁸³ Isaacs 1999:40

handlar det om att skapa djupare förståelse för saker för att på sikt leda till gemensamma värderingar.⁸⁴

Dialogen är viktig då medarbetarna får allt större ansvar.⁸⁵ Detta är fallet hos kontaktpersonerna. De har ett ansvar gentemot de drabbade kvinnorna, men även emot Utväg. Även ur ett kunskaps- och utvecklingssyfte är dialog viktig. Inom det sociokulturella perspektivet på organisationslära anser man att människor till stor del lär av kommunikation.⁸⁶ Då det är viktigt att Utvägs kontaktpersoner är pålästa om sitt uppdrag är alltså dialogen en viktig del.

På Utväg siktar man mot tre mål och resultat: förhindra upprepning av våld, minska förekomsten av våld samt att våld skall inte förekomma överhuvudtaget.⁸⁷ Alltså, som Larsåke Larsson säger, är kommunikationen viktig för att samtliga individer ska förstå och acceptera organisationens mål och visioner. Begreppet knowledge management har uppmärksammats i och med det ökade intresset för nätverk. Det innebär organisationslära via informations- och kommunikationstekniker. Här är nätverk en viktig del i lärandet eftersom medlemmarna då kan träffas för att diskutera. Vid träffarna är det även viktigt att ta fram okunskaper. För att få fram dessa krävs en reflekterande process som dialogen.⁸⁸ Detta är viktigt att tänka på för Utväg. Det är inte träffarna som är det viktiga utan de måste också styras upp så att de gör någon nytta.

SVAR PÅ FRÅGESTÄLLNINGEN

Svaret på den första frågeställningen – ”Hur stort är engagemanget för uppdraget att vara kontaktperson åt Utväg?” – blir stort. 91 procent av respondenterna anser att kvinnofrid engagerar och intresserar dem. Att nio procent svarade att kvinnofridsfrågan bara delvis engagerade är dock anmärkningsvärt eftersom engagemang är en viktig del för att samverkan ska fungera.

Ett annat problem är att 28 procent av kontaktpersonerna anser att påståendet att de skulle ha god kunskap om kvinnofrid inte stämmer helt. Där visade det sig att den största andelen av de som ansåg sig ha bäst kunskap fanns bland de som hade avsatt arbetstid för uppdraget.

Anmärkningsvärt är också att inte alla vet vad uppgiften är fullt ut. Detta innebär troligen ett stort problem i nätverket.

I övrigt skulle 39 procent önska mer frekventa träffar än vad som sker i dagsläget, vilket är viktigt att ta fasta på för Utvägs del.

HUR UPPEVS KOMMUNIKATIONEN FRÅN UTVÄG?

Utväg använder sig i dagsläget främst av sin hemsida, alltså en av de elektroniska kanalerna som finns tillgängliga, när det handlar om att kommunicera med sina kontaktpersoner. En inbjudan skickas ut till den årliga träffen för kontaktpersonerna men i övrigt sker ingen kontinuerlig kommunikation. Att kontaktpersonerna känner till och även besöker hemsidan är alltså viktigt för att informationen från Utväg ska nå fram.

⁸⁴ Heide, Johansson & Simonsson 2005:109f

⁸⁵ Ibid 24

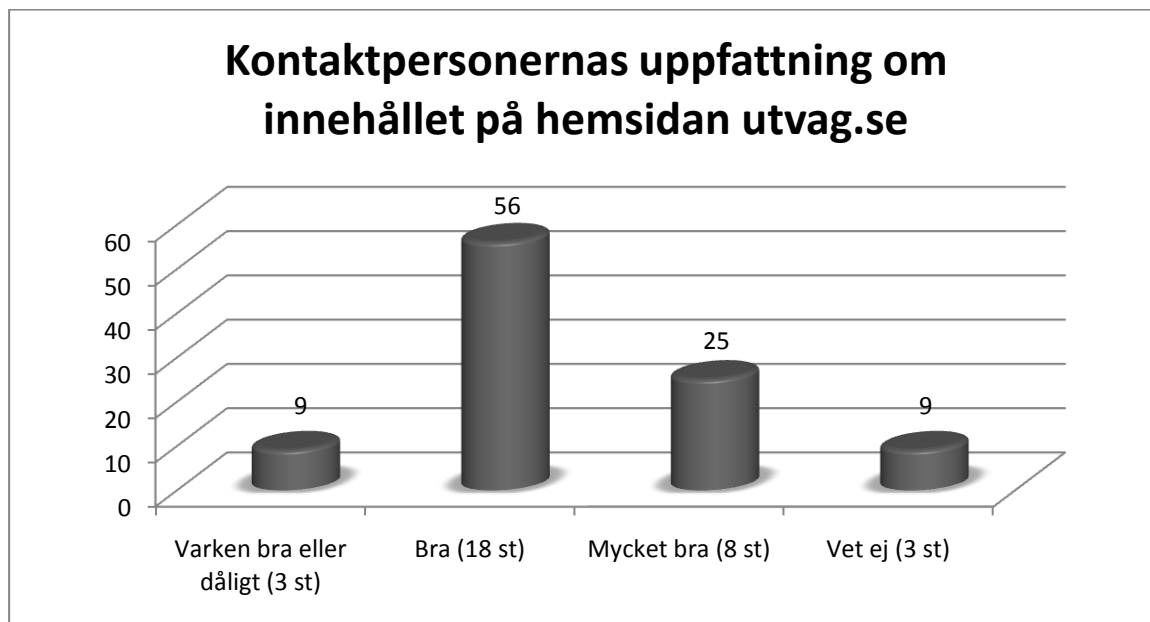
⁸⁶ Ibid 137f

⁸⁷ Socialstyrelsen 2001:7

⁸⁸ Isaacs 1999:296

Samtliga kontaktpersonerna känner till hemsidan www.utvag.se. Endast tio procent besöker dock sidan varje vecka. Den största delen – 50 procent – besöker sidan mer sällan än varje månad medan sex procent aldrig är inne på hemsidan.

Figur 4:



Variabeln som använts är "Vad tycker du om innehållet på hemsidan?". Samtidiga respondenter har svarat på frågan.

81 procent av kontaktpersonerna tycker att innehållet på hemsidan är bra eller mycket bra medan nio procent anser att det kan bli bättre. Att nio procent inte har någon uppfattning om innehållet kan tyda på att de besöker sidan sällan eller aldrig.

Kommunikationen som sker på hemsidan är främst transmissionskommunikationen. Den syftar på att sprida information, gärna längre sträckor med syfte att övertala och skapa attityder.⁸⁹ På sidan finns ingen speciell information för kontaktpersonerna utan innehållet är öppet för alla besökare.

INFORMATION

Informationen som ges ut kommer endast via hemsidan – som visar sig inte besökas av alla regelbundet. På frågan om respondenterna anser att informationen från Utväg är tillräcklig svarade 20 procent att den inte räcker till helt. Dessutom ansåg liksom redan nämnts 28 procent att informationen om uppdraget inte varit tillräcklig. Detta är anmärkningsvärt. Får inte kontaktpersonerna tillräckligt med information blir samverkansprocessen lidande eftersom just kommunikation och medvetenhet om målen är en viktig pusselbit.

Att informationen inte når fram kan enligt Larsåke Larsson (2008) ha flera orsaker. Budskapet kan försvinna på vägen på grund av brus eller för att mottagaren inte har behov av det, inte litat på avsändaren eller för att meddelandet är fel utformat. Budskapet kan även vara svårörläst begreppsmässigt eller sakna läsbarhet.⁹⁰ Att man får kommunikationen att fungera är viktigt för att kontaktpersonerna ska kunna hjälpa varandra i svåra situationer, de ska förstå världen och omgivningen samtidigt som de ska samarbeta och skapa relationer samt tillgodose sina sociala

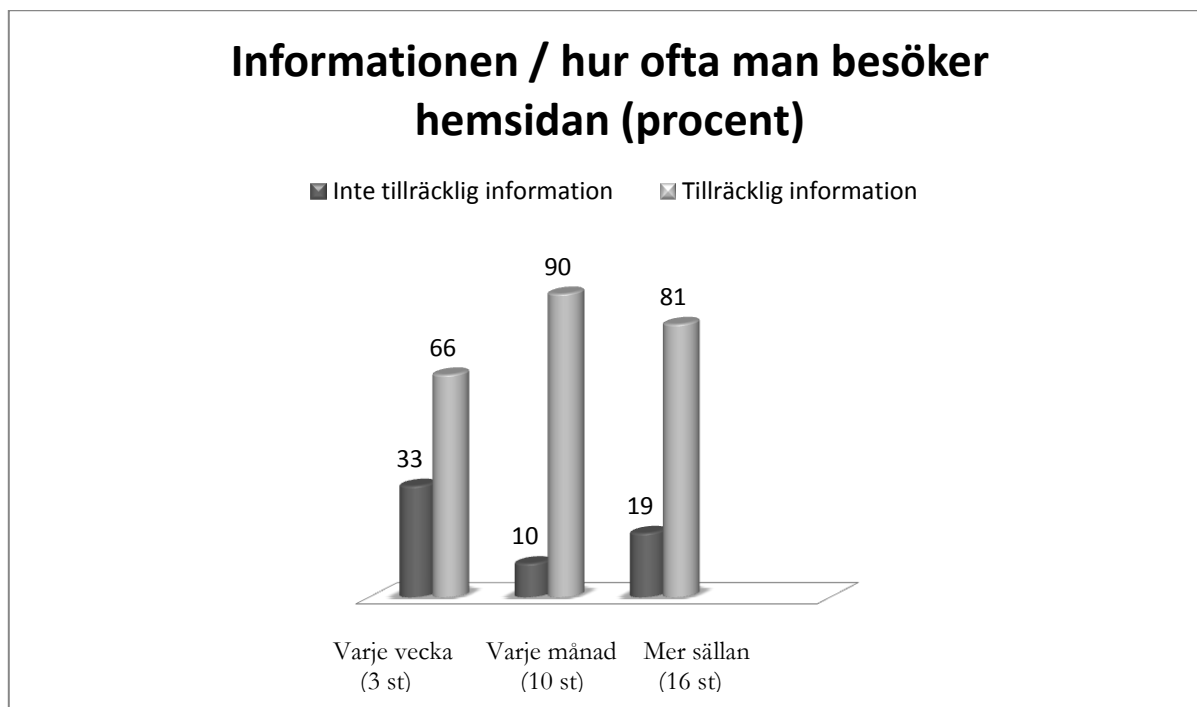
⁸⁹ Carey 1992:15

⁹⁰ Larsson 2008:15

behov. Kommunikationen hjälper även till att uttrycka personligheter, ge information och skapa sammanhållning.⁹¹

Finns det då något samband mellan hur ofta man är inne på sidan och hur man uppfattar informationen som finns? Vi provar att lägga ihop variabelerna hur ofta man besöker hemsidan och om man anser att informationen är tillräcklig för att se om det finns något samband.

Figur 5:



Variablerna vi har använt i diagrammet är "Hur ofta besöker du hemsidan www.utvag.se" samt "Jag tycker att informationen från Utväg är tillräcklig". 31 personer har svarat på frågan om informationen varav en har svarat vet ej och därför inte finns med i diagrammet. Samtidiga respondenter har svarat på frågan om hur ofta de är inne på hemsidan. Två har dock svarat aldrig och återfinns därför inte i diagrammet.

Vi kan i och med detta konstatera att hur ofta kontaktpersonerna är inne på sidan inte hänger ihop med vad de tycker om informationen från Utväg. Den största andelen av nöjda finns i stället bland de som är inne varje månad. Bland de som är inne på hemsidan varje dag anser 66 procent att informationen är tillräcklig. Störst andel av de missnöjda återfinns bland de som är inne på hemsidan varje vecka. Detta kan ha flera orsaker. En är att de som är inne ofta också känner till sidan bäst och därför kan vara kritiska. Att 19 procent i gruppen som sällan besök hemsidan anser att informationen är otillräckligt är intressant. Möjligheten finns att intrycket att sidan som otillräcklig gör att man besöker den mer sällan.

Informationen som återfinns på hemsidan är pullorienterad.⁹² Kontaktpersonerna måste alltså själva söka upp informationen för att ta del av den. Informationsbehovet kan sägas vara både känslomässigt och funktionellt samtidigt som organisationen har ett påverkansbehov på det sättet att man vill skapa samhörighet. Detta sker dock inte främst via hemsidan utan mer på de årliga träffarna. Känslomässiga behov är sådant som man är intresserad av att veta medan funktionella behov är information man har nytta av exempelvis i arbetslivet.⁹³ Någon pushorienterad information verkar inte finnas.

⁹¹ Larsson 2008:14

⁹² Ibid 94f

⁹³ Hvitfelt & Nygren 2007:93f

Att informationen anses god är viktigt för organisationen eftersom den så kallade organisationskommunikationen enligt Larsåke Larsson är en av de viktigaste delarna. Den kan i Utvägs fall ses om både informationsförmedling, transaktion/utbyte, medel för social kontroll och balanshållande mellan kreativitet och organisatoriska förhinder.⁹⁴ Att kontaktpersonerna anser att kommunikationen är tillräcklig är nödvändigt för att Utvägs mål ska kunna översättas till handling. Att 20 procent inte anser att informationen är helt tillfredsställande är alltså inte bra. Det finns då risk att en femtedel i nätverket inte förstår organisationens mål och visioner. Denna siffra bör minska för att målen ska översättas till handling och därigenom lyfta verksamheten.⁹⁵ Detta för att samtliga i nätverket ska få en bättre överblick, vara eniga om målen, ha bättre underlag vid beslutsfattande, få bättre motivation och vi-anda, underlätta samarbetet och bidra till personlig utveckling. För Utvägs del skulle en lägre siffra dessutom underlätta i form av minskad omsättning i nätverket samt underlätta vid rekrytering av nya kontaktpersoner. Med klara mål borde det vara lättare att få folk intresserade och även att stanna kvar. I slutändan skulle detta leda till bättre lönsamhet, då främst i termer av att kontaktpersonerna är villiga att engagera sig och lägga tid på nätverket.⁹⁶ En fungerande kommunikation är även viktigt för att arbetet i nätverket ska fungera.⁹⁷

SVAR PÅ FRÅGESTÄLLNINGEN

20 procent av respondenterna anser att informationen från Utväg inte är tillräckligt och hälften av kontaktpersonerna besöker hemsidan – som är den största kanalen för kommunikation – mer sällan än en gång per månad. Utifrån detta kan det konstateras att svaret på frågeställningen ”Hur upplevs kommunikationen från Utväg?” blir att den inte är tillräcklig. Detta går även att kopplas ihop med resultaten som kom fram under vår första frågeställning. Där kunde vi konstatera att 13 procent av respondenterna inte var helt på det klara med uppgiften och att 28 procent ansåg att Utvägs information om uppdraget inte varit tillräckligt, vilket också det kan ses som bristande kommunikation.

⁹⁴ Hvitfelt & Nygren 2007:78

⁹⁵ Heide, Johansson & Simonsson 2005:19

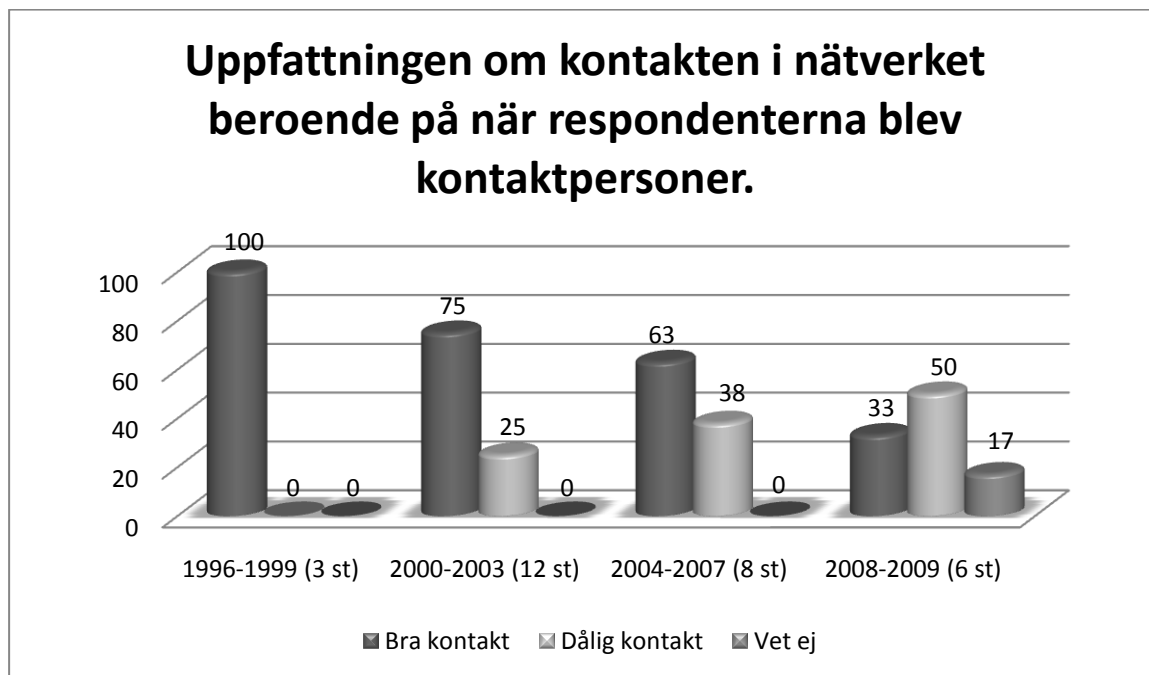
⁹⁶ Erikson 2002:55ff

⁹⁷ Heide, Johansson & Simonsson 2005:22f

FINNS DET NÅGON ÖNSKAN OM EN UTÖKAD KOMMUNIKATION?

Hur kontaktpersonerna ser på kommunikationen i nätverket varierar. 34 procent av de tillfrågade anser inte att kontakten fungerar tillfredsställande medan 65 procent är nöjda med hur det ser ut i dagsläget. Hur bra kontakten anses vara kan exempelvis bero på hur länge man varit kontaktperson.

Figur 6:



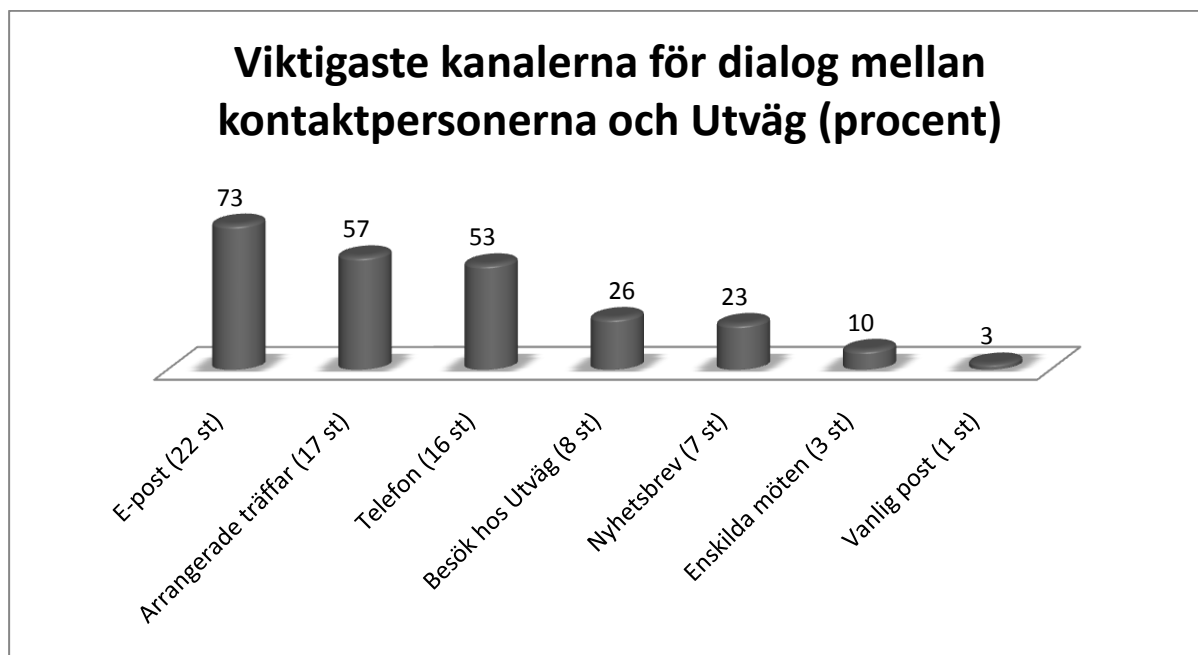
Variablerna som använts är "Jag anser mig ha god kontakt med de andra i nätverket" samt "Vilket år började du som kontaktperson för Utväg?". 29 personer har svarat på frågan när de började som kontaktperson. 31 personer har svarat på frågan vad de anser om kontakten med de andra i nätverket varav en svarat vet ej och därför inte återfinns i diagrammet.

Diagrammet visar att respondenterna som varit kontaktpersoner under längre tid anser att kontakten med den andra i nätverk är bättre än de som tagit sig an uppdraget nyligen. Bland kontaktpersonerna som varit med sedan de första åren anser samtliga att kontakten fungerar bra. Siffrorna blir sedan något lägre ju senare respondenterna blivit kontaktpersoner för att stanna på 33 procent bland de som är relativt nya.

Som det ser ut idag träffas personerna i nätverket en gång per år. Detta tycker mer än hälften räcker (54 procent) medan nästan en tredjedel (29 procent) hellre skulle se mer frekventa träffar. Bland förslagen på hur ofta träffarna skulle ske vid förändring tyckte de flesta att en gång i halvåret var lämpligt (67 procent) medan tio procent skulle önska träffar en gång på månad.

Vad anser då kontaktpersonerna är de viktigaste kanalerna till dialog mellan de och Utväg. Varje person fick här välja tre alternativ på kontaktvägar. Resultatet blev som följer:

Figur 7:



I dagsläget anser 73 procent av respondenterna att e-post är en av de viktigaste kanalerna för dialog och kommunikation med Utväg. E-post tillhör en av många nya kommunikationsvägar. Med hjälp av dessa är sändaren inte längre beroende av tid och rum. Samtidigt ställer denna typ av kommunikation krav på medarbetaren i form av liksom redan nämnts kunskap och utrustning.⁹⁸ I vår undersökning kom det fram att minst en av kontaktpersonerna saknade en egen e-postadress. Detta innebär ett stort hinder i kommunikationen då den främst sker genom elektroniska medier.

I övrigt kan konstateras att de muntliga kanalerna fortsatt anses som viktiga. Detta är någonting som Eriksson (2002) betonar. Han skriver att möten, konferenser och utbildning är grunden för utvecklingen i en organisation, vilket även respondenterna tycker. Fördelarna är att möjligheterna till frågor och förtydliganden är stora.⁹⁹ Arrangerade träffar valde 57 procent av respondenterna som en av de viktigaste kanalerna för dialog medan även telefon och besök hos Utväg låg högt upp.

Totalt svarade 23 procent av respondenterna att nyhetsbrev är en viktig del i dialogen. I Nationalencyklopedin definieras nyhetsbrev, eller newsletter, som informell publikation, ofta i enkelt utförande, som erbjuder information för en i förväg definierad läsekrets.¹⁰⁰ Med nyhetsbrev finns det en bra chans till kontinuerlig information, vilket är viktigt för att skapa en effektiv kommunikation. Eriksson poängterar att det är viktigt att inte kommunicera i några veckor för att sedan sluta. Kommunikationen måste komma med jämna mellanrum för att skapa trovärdighet.¹⁰¹ Detta kan man nå upp till med ett nyhetsbrev. Ett nyhetsbrev är mer pushorienterat. Kontaktpersonerna blir påtvingade informationen på ett annat sätt än vad de blir på en hemsida, som bara är pullorienterad. Ibland kan mer pushorienterad information behövas för att mottagarna ska nås.

⁹⁸ Eriksson 2002:62

⁹⁹ Ibid 63

¹⁰⁰ www.ne.se

¹⁰¹ Eriksson 2002:155

Bland respondenterna var intresset för att få information via vanlig post liten. Detta visar att de tidigare studierna kan bekräftas. Vanlig post hör till de skriftliga kanalerna där all tryckt information ingår. Fördelen är att läsarna kan gå tillbaka i texten. Nackdelen är att möjligheten till dialog är liten. Numera överförs ofta den skriftliga informationen till elektroniska kanaler. När man gör detta är det dock viktigt att tänka på att man inte kan ha någon längre information. Vill man ha det är en kombination av skriftliga och elektroniska medier önskvärda.¹⁰²

SVAR PÅ FRÅGESTÄLLNINGEN

Det finns önsknings om en utökad kommunikation från kontaktpersonernas sida. Detta kan konstateras med de två tidigare frågeställningarna som bakgrund. Där kom det fram att 13 procent av respondenterna inte var på det klara med uppgiften samt det faktum att 20 procent inte ansåg att informationen var tillräcklig. Dessutom ansåg 28 procent att informationen om uppdraget inte varit tillräcklig.

Kontaktpersonerna anser att e-post och arrangerade träffar är de bästa kanalerna för dialog. Kommunikation med e-post sker i dagsläget ytterst sporadiskt medan träffar arrangeras en gång per år.

6. SLUTDISKUSSION MED FÖRSLAG TILL FÖRBÄTTRINGAR

I slutdiskussionen kommer vi att diskutera kring resultaten som framkommit ur undersökning samt belysa det som varit anmärkningsvärt. Vi kommer bedöma för- och nackdelar med vår metod och även ge förslag på vidare forskning.

Utvägs myndighetssamverkan har tidigare undersökts. Lars Palo (2004) fokuserade dock på just samverkansprocessen och inte på själva kommunikationen som leder fram till att samarbetet fungerar.

Syftet med vår undersökning var att studera hur kommunikationen fungerar mellan Utväg och dess kontaktpersoner. Metoden vi använde var kvantitativ undersökning i form av enkäter för att få svar på våra frågeställningar. Efter att analyserat och redovisat våra resultat kom vi fram till ett par anmärkningsvärda saker.

FÖRBÄTTRA DIALOGEN

Av våra resultat kan man konstatera att det finns ett intresse hos respondenterna för att vara kontaktperson och det anses vara en viktig uppgift. Dock finns det brister i kommunikationen. Hela 13 procent av kontaktpersonerna är osäkra på vad deras uppgift är vilket leder till att samverkan inte är så stark. Danermark och Kullberg påpekar att samverkan är fördelaktigt om alla involverade sitter i samma hus. Detta är ett problem för Utvägs del i och med att kontaktpersonerna sitter på olika platser i Skaraborg och *inte* under samma tak. Straus menar dock att den geografiska placeringen av människorna i samverkansgruppen inte har någon betydelse. Den nya teknologin, i form av elektroniska kanaler, gör att organisationer har en större möjlighet att vara mer öppna. Det gäller dock att man tar tillvara på möjligheterna och använder sig av exempelvis telefon- och videokonferenser.¹⁰³

¹⁰² Eriksson 2002:61

¹⁰³ Straus 2002:171f

För Utvägs del gäller det alltså att använda de nya teknikerna för att på så sätt skapa en god kommunikation för att upprätthålla och stärka samverkansprocessen. Utväg bör därför skapa möten för att få till dialoger mellan personerna i nätverket. Detta är även viktigt med tanke på att de som ansåg att kontakten med de andra i nätverket var god hade haft sitt uppdrag länge. För att få de nyblivna kontaktpersonerna att känna sig med delaktiga bör Utväg sammansätta en e-postlista för att samtliga i nätverket ska kunna kontakta varandra. Ett annat förslag är att arrangera träffar för färre personer, exempelvis för personer som arbetar inom ett visst område. Utväg bör även sammanställa ett dokument där mål och kontaktpersonernas uppgifter går att utläsa på ett lättläst och kortfattat sätt.

I dagsläget träffas Utvägs kontaktpersoner en gång om året. Flera av de som ingår i nätverket skulle dock önska mer frekventa träffar. De personer som vill träffas mer anser att det skulle leda till ett bättre arbete (39 procent), medan 45 procent inte tror att det egna arbetet skulle förbättras om träffarna skedde med större regelbundenhet. En viktig framgångsfaktor för effektiv kommunikation är just dialog, som enligt forskare leder till ökad kunskap och nya insikter som är svåra att komma fram till på egen hand. Dessutom bör kontakten bli bättre ju oftare man träffas. Personerna lär då känna varandra vilket bidrar till att det är lättare att säga vad man tycker. Förslagsvis bör alltså träffarna ske med större regelbundenhet. Bland respondenterna var alternativet en gång per halvår det populäraste. Från Utvägs sida gäller det sedan att hjälpa till så gott det går för att bidra till ökad dialog under träffarna.

För att allt ska rulla på är det viktigt att man har ett bra system för att den nya kontaktpersonen ska känna sig välkommen och introduceras på ett riktigt sätt. Enligt Utväg är detta en av de saker de går igenom när de träffas – vilket är fördelaktigt. Dock kanske det vore en fördel om de nya kontaktpersonerna blev kallade till ett möte på Utväg för att få all den information de behöver för att hantera sitt uppdrag på bästa sätt. Detta bör vara ett bättre sätt än att skicka ut informationen eftersom kontakt face-to-face oftast är det bästa. Då har kontaktpersonen chans att ställa frågor och få svar för att på så sätt få en bättre förståelse för uppdraget. Eventuella nackdelar är att detta kan vara tids- och kostnadskrävande. Det man satsar får man dock tillbaka eftersom mer pålästa kontaktpersoner skulle resultera i bättre effektivitet.

Det viktigaste för Utvägs del är alltså att få till mer frekventa träffar. Teorier om samverkan blev en väsentlig del i vår undersökning. Det är den som främst måste förstärkas med hjälp av möten för att skapa rum för öppen dialog och därmed skapa kreativitet och engagemang. Engagemanget och viljan finns där men det krävs mer än så för att de ska känna en samhörighet och för att samverkan faktiskt ska fungera.

INFORMATIONSVÄGAR

I dagsläget kommunicerar Utväg i stort sett endast via hemsidan. Någon uppdaterad e-postlista finns inte och organisationen tar inte heller nytta av de elektroniska kanalerna som bidrar till en effektiv kommunikation.

De flesta i undersökningen föreslår möten eller kontakt via e-post som informationskanaler. Vi skulle vilja föreslå till exempel nyhetsbrev varje månad. I och med detta skulle kontaktpersonerna vara mer uppdaterade inom kvinnofridsfrågor och på så vis känna engagemang gentemot ämnet och framför allt besitta den kunskap som krävs för att vara kontaktperson. Informationen som ges ut i nyhetsbrevet skulle kunna vara det samma som läggs ut på hemsidan. Att informationen är dubbel gör ingenting, speciellt med tanke på att de flesta kontaktpersonerna besöker hemsidan mer sällan än en gång per månad.

Nyhetsbrev skulle liksom nämnts ovan även bidra till större kunskap inom kvinnofrid. 28 procent angav att de inte känner sig ha så stor kunskap inom ämnet, vilket är anmärkningsvärt. Med tanke på detta borde Utväg skapa en utbildningsplan för att utbilda sina kontaktpersoner och på det sättet ge dem kunskap. En gång per år skulle de nya kontaktpersonerna då kunna samlas för att diskutera och få material som de kan ha nytta av för sitt uppdrag. Genom dessa möten kommer de känna en samhörighet som är viktigt enligt Hall. Han menar att samverkan är kärnan och det som sätter igång allting. Bra förutsättningar är att det faktiskt finns engagemang och kreativitet hos personerna.

Nyhetsbrevet bör skickas ut via e-post. Detta stärks av att kontaktpersonerna ansåg att kommunikation via brev inte alls var viktigt. I nyhetsbrevet kan Utväg även påminna kontaktpersonerna om att besöka hemsidan. Vissa av kontaktpersonerna visste att man kunde få information på hemsidan men besöker den sällan. Detta måste man påminna dem om med jämna mellanrum. Det skulle kunna finnas en speciell avdelning på hemsidan som enbart är till för kontaktpersonerna där den nödvändiga informationen ska finnas tillgänglig. Att respondenterna väljer att inte besöka hemsidan och anser att informationen där är otillräckligt kan bero på att de inte hittar det de söker.

TIDEN OCH FÖRTROENDE

Ett problem är att kontaktpersonerna har olika arbetstider avsatta för uppdraget. Då blir det lätt så att vissa tar det på större allvar än andra och faktiskt har mer tid för det.

Enligt undersökningen har kontaktpersonerna haft uppdraget olika lång tid. Vi hade en öppen fråga i enkäten hur länge de varit kontaktperson för Utväg. Det visade sig att ju längre tid man varit kontaktperson desto bättre tyckte man att kontakten i nätverket fungerade. För Utväg innebär ändringar i kontaktpersonnätverket ett problem. Risken finns då att informationen som de tidigare kontaktpersonerna satt inne med inte förs vidare. Målen blir då otydliga och risken finns att de nya kontaktpersonerna inte känner sig insatta i sin uppgift. Detta skapar osäkerhet vilket vi även det anser är ett problem för att samverkansprocessen ska fungera.

Det är oftast chefen som valt ut personer i respektive organisationerna som kontaktperson för Utväg. Detta kan både ses som något negativt och som något positivt. Det kan ses som något påtvingat att man blir tilldelad av chefen. Då spelar även relation mellan chefen och de anställda in – är den god eller inte? Det är en annan sak man skulle kunna diskutera. Relationen med chefen är dock någonting som är svårt att påverka.

29 procent av respondenterna anser att de inte har stöd från chefen. Vi blev osäkra på om denna fråga i enkäten var ställd på rätt sätt och funderade om den frågan kan ha blivit missuppfattad. Det kan vara så att kontaktpersonerna svarar på hur relationen är med chefen allmänt och inte enbart då det gäller uppdraget som kontaktperson för Utväg. Detta kan vara en svaghet i undersökningen som vi är medvetna om, men samtidigt handlar studien specifikt om Utväg vilket gör att man kan anta att respondenterna förstått frågan rätt. Enligt Hall är stödet från chefen viktigt för engagemang och intresse. Detta visade sig dock inte stämma då andelen som hade stöd från chefen var i stort sett den samma vare sig kontaktpersonerna var engagerade eller inte. Hall anser vidare att samverkan är en väsentlig del för att det ska skapas engagemang och kreativitet. För att detta ska ske krävs dock att alla förstår målet med uppdraget. För att målen ska bli klara krävs en väl fungerande kommunikation. En lyckad samverkan når man först när alla de tidigare nämnda bitarna faller på plats.

STORA FÖRÄNDRINGAR MED SMÅ MEDEL

Vi tror att det finns goda förutsättningar för att kommunikation kan bli bättre mellan Utväg och kontaktpersonerna. Engagemanget finns där och eftersom vi fick en svarsfrekvens på 78 procent visar det att det finns en vilja. Hade vi haft svårt att få respondenterna att svara hade vi kunna ana att intresset för uppdraget var svalt. Är man engagerad bör man även vara positiv till saker som kan leda till förbättringar. Genom den höga svarsfrekvensen anar vi alltså att intresset är stort, vilket vi också fick bevis på i vår undersökning.

Tråkigt nog krävs det inte mycket för att en samverkansprocess slutar fungera. I Utvägs fall finns det brister i kommunikationen som leder till problem. Med små förändringar skulle dock informationsflöde och kommunikation fungera bättre mellan kontaktpersonerna och Utväg. Dessa förändringar har vi nämnt ovan. Av att döma från undersökningen finns i alla fall engagemanget för uppdraget vilket är väldigt fördelaktigt. En stor nackdel är att kontaktpersonerna inte sitter under samma tak utan utspridda runt om i kommunerna. Då är det ännu viktigare att man försöker upprätthålla en god och kontinuerlig kommunikation. Det krävs ett engagemang från kontaktpersonerna och att de faktiskt går ”på jakt” efter informationen själva – och alltså tar del av den så kallade pullorienterad informationen. Så ser det även ut i dagsläget. Mycket ansvar läggs på kontaktpersonerna att de själva hämtar information. Utväg skulle kunna trycka på ännu mer pushorienterad information för att på det sättet även nå de som inte är lika engagerade. En annan viktig sak är att öka kunskapen angående kvinnofridsfrågor bland kontaktpersonerna.

FÖRSLAG TILL FÖRBÄTTRINGAR

Våra förslag till förbättringar är alltså:

- ✓ Sammanställa ett lättläst och kortfattat dokument där mål och uppgifter finns nedskrivna. Dokumentet ska sedan skickas ut till kontaktpersonerna. Enligt Lars Palos uppföljning av Utvägs arbete tyckte personerna i nätverket då att viktiga punkter för att samverkan ska fungera var att det fanns klara mål.
- ✓ Införa utbildningar för de nyblivna kontaktpersonerna där de får alla uppgifter de behöver för att kunna genomföra sitt uppdrag.
- ✓ Sammanställa en e-postlista med samtliga kontaktpersoner. Detta är viktigt både för Utvägs del men också för personerna i nätverket.
- ✓ Skicka ut nyhetsbrev en gång per månad. Brevet behöver inte vara långt och alltför utförligt utan ska mer ge kontaktpersonerna de senaste nyheterna samt påminna dem om att gå in på hemsidan för att själva uppdatera sig. Enligt den redan nämnda uppföljningen av Utvägs samverkan är det viktigt att de som deltar kan se vinsten och betydelsen av det egna arbetet. Detta kan enkelt kommuniceras genom ett nyhetsbrev där det senaste inom samverkansgruppen meddelas. Här kan väl genomförda uppdrag och annat beskrivas, både för att personerna i nätverket ska bli medvetna om vad som händer men även för att de ska få chansen att lära av andra. Detta bidrar förhoppningsvis också till engagemang.
- ✓ Arrangera med frekventa träffar för att på så sätt förbättra dialogen i nätverket.

SVAGHETER I UNDERSÖKNINGEN

Vi anser att vi valt rätt metod för vår undersökning då det är första gången det görs en undersökning om kommunikationen i Utvägs myndighetssamverkan. På detta sätt kan man få en helhetsbild av synpunkterna som finns. Som tur var fick vi tillbaka de flesta av enkäterna vilket gjorde att vi fick ett generaliserbart resultat. Det som skulle kunna ifrågasättas är hur frågorna är

ställda i enkäten. Vi är medvetna om att frågor kan missuppfattas och kan också ana att de gjort det. Det vi tänker på är frågorna angående uppdatering och utseende på hemsidan. På dessa frågor fick vi ett stort bortfall vilket gör att man kan dra slutsatsen att frågorna blev missförstådda. På grund av detta valde vi att ta bort dessa frågor helt från vårt resultat och analys.

En annan variabel som vi är lite osäkra på är om kontaktpersonerna anser att de har stöd från sin chef. Detta kan man tolka som stöd i allmänhet och inte enbart när det gäller uppdraget som kontaktperson. Detta har vi nämnt tidigare men väljer ändå att tro att respondenterna förstått frågan. Med tanke på det vi nämnt ovan hade det varit bra om vi hade funnits på plats för att dela ut enkäten för att på så sätt kunna svara på frågor som uppstod i och med besvarandet. Detta var dock inte ett alternativ då våra respondenter var utspridda över hela länet. I stället valde vi att skicka ut en webbenkät för att kunna genomföra undersökningen snabbt och effektivt. Detta sätt ser vi inte som någonting negativt utan i stället som en fördel då en webbenkät är enkel att fylla i. Enkelhet leder i sin tur till en större svarsfrekvens.

FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING

Det skulle självklart vara intressant att göra en kvalitativ undersökning i form av samtalsintervjuer just för att få en djupare bild av det som undersökts i vår studie. Då kan man även titta närmare på attityder med mera och ställa fler djupare frågor. Det skulle även vara intressant att genomföra en undersökning i framtiden för att se om Utvägs förändringar i kommunikationsprocessen har inneburit några förändringar i kontaktpersonernas syn på kommunikationen.

En intressant vidare forskning är att man kan titta närmare på samverkan. Räknas det som samverkan om personerna sitter utspridda geografiskt? Skulle man kunna kalla detta för något speciellt? Fungerar det med samverkan om den inte är under samma tak? Som vi redan nämnt är de tidigare studierna om samverkan få, vilket innebär att ytterligare forskning i ämnet skulle vara intressant för att tillföra kunskap inom ämnet. Vi har även nämnt i metodavsnittet andra metoder som skulle kunna lämpa sig inom detta ämne.

Vi har gjort undersökningen utifrån ett mottagarperspektiv. Enligt Larsåke Larsson kan det finnas brister i den informationen som faktiskt ges ut. För att titta närmare på detta skulle man kunna göra undersökningen ur ett sändarperspektiv. På så sätt finns det möjlighet att studera om informationen är tillräckligt bra för att mottagarna ska förstå den. Larsson menar vidare att det finns flera orsaker till att informationen försvinner på vägen, bland annat brus eller att mottagaren inte litar på sändaren. Kommunikationsproblemen kan både ligga hos mottagarna och sändarna. Genom att genomföra studien ur ett sändarperspektiv anser vi därför att undersökningen skulle bli komplett. Man skulle då få med de olika synvinklarna för att på så sätt se var kommunikationen verkligen brister. Vi har nu sett var bristerna finns hos mottagarna men svagheterna i kommunikationen från sändarna har vi inte haft möjlighet att studera.

KÄLLFÖRTECKNING

- Barnard, Chester (1938): *The functions of the executive*. Cambridge: Harvard University Press
- Bryman, Alan (2007): *Sambällsvetenskapliga metoder*. Ungern: Liber
- Carey, James (1992): *Communication as Culture*. London: Routledge
- Danermark, Berth (2004): *Samverkan – en fråga om makt*. Finland: Läromedia
- Danermark, Berth & Kullberg, Christian (1999): *Samverkan. Välfärdsstatens nya arbetsform*. Lund: Studentlitteratur
- Eliasson, Mona & Ellgrim, Barbro (2006): *Mäns våld mot kvinnor i nära relationer: en kunskapsöversikt*. Stockholm: Sveriges Kommuner och Landsting
- Erikson, Peter (2002): *Planerad kommunikation*. Tredje upplagan. Kristianstad: Liber
- Esaiasson Peter, Gilljam Mikael, Oscarsson Henrik & Wängnerud Lena (2009): *Metodpraktikan*. Vällingby: Nordstedts Juridik
- Hall, Jay (1990): *Kompetens i organisationen* originalets titel: *The competens Connection*
Lund: Studentlitteratur
- Heide, Mats & Johansson, Catrin & Simonsson, Charlotte (2005): *Kommunikation & organisation*.
Kristianstad: Liber
- Hvitfelt, Håkan & Nygren, Gunnar (red) (2007): *På väg mot medievärlden 2010*. Tredje upplagan.
Lund: Studentlitteratur
- Isaacs, William (1999): *Dialogen och konsten att tänka*. Stockholm: Bookhouse Publishing AB.
- Larsson, Larsåke (2008): *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Polen: Studentlitteratur
- Nationalencyklopedin: www.ne.se
- Norén, Jenny (2009): *Utveckling pågår: en kartläggning av kvinnofridsarbetet i kommuner, landsting och regioner*. Stockholm: Sveriges Kommuner och Landsting
- Palo, Lars (2004): *Utvärderingar av myndighetssamverkan för kvinnofrid inom Utväg Skaraborg*. Rapport: Västra Götalandsregionen
- Projekt Karin: www.projektkarin.se
- Public Opinion Quarterly, Vol. 73, No. 4, Winter 2009, pp. 641–678
- Rapport 2009:12. Brottsförebyggandet rådet. Västerås: Fritzes
- Socialstyrelsen (2001): *Våga se – kunna handlar. Utväg Skaraborg – samverkan för kvinnofrid*.
- Statskontoret, publikation: <http://www.statskontoret.se/upload/Publikationer/2008/200803.pdf>
- Statens Offentliga Utredningar 2004:121: *Slag i Luften: en utredning om myndigheter, mansvåld och makt*. Stockholm: Fritzes Offentliga Publikationer

Straus, David (2002): *How to make collaboration work. Powerful ways to build Consensus, Solve Problems and Make Decisions*. USA: Berrett-Koehler Publishers inc

Utväg: www.utvag.se/dokumentmapp/rapport_myndighetssamverkan.pdf

Webropol: w3.webropol.com/international/company

Weinstein, Jenny & Whittington, Colin & Leiba, Tony (2003): *Collaboration in Social Work Practice*. London: Jessica Kingsley Publishing

BILAGA 1 - FÖLJEBREV

Vi är två studenter från JMG vid Göteborgs universitet som under hösten gör en studie kring kommunikationen och hur informationsflödet fungerar mellan Utväg och dig som kontaktperson. Vi skulle gärna vilja veta dina åsikter kring kommunikationen. Med uppdrag från Utväg ska vi undersöka hur ni tycker att kommunikationen fungerar så att vi kan komma fram till eventuella förbättringar.

Vi sänder här en webbenkät som vi hoppas att du vill ta en liten stund att besvara. Webbenkäten tar bara 5-10 minuter, men kommer att betyda mycket för att få en bättre kunskap om nuläget och hur man kan förbättra kommunikationen mellan dig och Utväg.

Din medverkan är mycket betydelsefull för studien och dina uppgifter kommer att behandlas konfidentiellt. I uppsatsen som publiceras i januari kommer alla analyser av materialet att göras på gruppnivå, vilket innebär att ingen enskild individs svar kan urskiljas.

Du når enkäten genom länken längst ner i e-postet.

När du har besvarat frågorna får du gärna beställa pdf-dokumentet med resultat och analys av undersökningen genom att returnera detta e-post.

Tack på förhand!

Med vänlig hälsning

Åsa Borg och Malin Westmark

Studenter vid JMG, institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet

BILAGA 2 – ENKÄT

Kön?

- Man
- Kvinna

Var arbetar du?

- Kommunen
- Hälso- och sjukvården
- Annat _____

Hur blev du utsedd till kontaktperson mellan Utväg och din arbetsplats?

- Via chefen på min arbetsplats
- Via ansvarig personal på Utväg
- Jag anmälde själv mitt intresse
- Annat _____

Vilket år började du som kontaktperson för Utväg?

Känner du till hemsidan [www.utvag .se](http://www.utvag.se)?

- Ja
- Nej

Hur ofta besöker du Utvägs hemsida?

- Varje dag
- Varje vecka
- Varje månad
- Mer sällan
- Aldrig

Vad tycker du om hemsidan?

(1=Mycket dålig, 2=Dålig, 3=Varken bra eller dålig, 4=Bra, 5= Mycket bra, 6= Vet ej)

	1	2	3	4	5	6
Innehållet:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utseendet:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationen:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vet du var du söker information om kvinnofridsfrågor?

(1=Stämmer inte alls, 2=Stämmer delvis, 3=Stämmer ganska bra, 4=Stämmer helt, 5=Vet ej)

	1	2	3	4	5
Jag vet var jag söker information.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag vet var jag ska vända mig om jag behöver hjälp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Var söker du information om kvinnofridsfrågor och annat du kan ha nytta av i ditt uppdrag som kontaktperson?

Vad anser du om ditt uppdrag?

(1=Stämmer inte alls, 2=Stämmer delvis, 3=Stämmer ganska bra, 4=Stämmer helt, 5=Vet ej)

	1	2	3	4	5
Jag har stor kunskap om kvinnofridsfrågor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitt uppdrag är viktigt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag har god förståelse för mina uppgifter.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag vet var jag hittar information.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag känner mig engagerad och intresserad av kvinnofridsfrågor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jag har fått god information om vad mitt uppdrag från Utväg innebär.

Har du arbetstid avsatt för ditt uppdrag?

- Ja
 Nej

Om ja, hur många procent? _____

Hu mycket tid lägger du ned på ditt uppdrag som kontaktperson?

Vad använder du tiden till?

(1=Stämmer inte alls, 2=Stämmer delvis, 3=Stämmer ganska bra, 4=Stämmer helt, 5=Vet ej)

Jag anser att jag har tillräckligt med tid för mitt uppdrag.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jag anser att jag har stöd från min chef.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jag anser att jag har god kontakt med de andra i nätverket.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jag tycker att informationen från Utväg är tillräcklig.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Vilka är enligt din uppfattning de viktigaste kanalerna för dialog mellan dig och Utväg?
Ange max tre alternativ.**

- Telefon
- E-post
- Vanlig post
- Nyhetsbrev
- Besök hos Utväg
- Arrangerade träffar
- Enskilda möten
- Chatt
- Vet inte
- Annat _____

Jag skulle vilja träffa de andra personerna i nätverket mer frekvent.

(1=Stämmer inte alls, 2=Stämmer delvis, 3=Stämmer ganska bra, 4=Stämmer helt, 5=Vet ej)

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Hur ofta skulle du vilja träffa de andra personerna i nätverket?

- En gång i månaden
- En gång i veckan
- Annat _____

Jag anser att mitt arbete skulle förbättras om kontakten med de andra i nätverket blev bättre.

(1=Stämmer inte alls, 2=Stämmer delvis, 3=Stämmer ganska bra, 4=Stämmer helt, 5=Vet ej)

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |