



JMG

Examensarbete i medie-
och kommunikationsvetenskap

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

2011-05-25
www.jmg.gu.se

Primärt, för vem?

– En kvalitativ studie om Primärvården Göteborgs
personaltidning

Författare: Sara Bäcklund, Elin Eriksson & Julia Jansson
Handledare: Jan Strid
Kursansvarig: Ingela Wadbring



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

Titel: Primärt, för vem? – En kvalitativ studie om Primärvården Göteborgs personaltidning

Författare: Sara Bäcklund, Elin Eriksson & Julia Jansson

Uppdragsgivare: Primärvården Göteborg

Kurs: Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap vid institutionen för journalistik, medier och kommunikation

Termin: Vårterminen 2011

Handledare: Jan Strid

Antal ord och sidor: 18 712 ord och 59 sidor

Syfte: Att förstå vad personalen tycker om personaltidningen Primärt och vad de anser skulle gå förlorat vid en eventuell nedläggning

Metodval: Fyra fokusgrupper med 13 deltagare från Primärvården Göteborgs organisation

Huvudresultat: Primärt bör enligt våra svarspersoner förändras innehållsmässigt då tidningen i dagsläget inte uppfyller deras krav. Personalen efterfrågar debatt och vardagsskildringar som belyser både positiva och negativa händelser. De framhåller även att tidningens yttre form bör spegla organisationen, vilket de inte tycker att den gör i dagsläget.

De anställda anser att tidningen sammansvetsar och informerar organisationen. De framhåller dock att tidningens distribution och utgivningstakt bör förbättras. Synen på hur distributionen ska gå till varierar. Vissa vill ha Primärt utlagd i gemensamma utrymmen, andra i de personliga facken och någon enstaka person vill ha den hemskickad.

Om tidningen läggs ner skulle personalen sakna den arbetsplatsöverskridande informationen, även om de omedelbart inte skulle uppmärksamma tidningens försvinnande.

De flesta deltagarna såg det som en förlust om allt innehåll i Primärt skulle försvinna från pappersformatet. De anställda menar att intranätet och personaltidningen skulle kunna komplettera varandra. Intranätet skulle kunna erbjuda aktuell information och tidningen mer djupgående innehåll.

Executive Summary

Denna studie bygger på ett uppdrag som vi fått från Primärvården Göteborg, som är en organisation inom Västra Götalandsregionen. Primärvården i Göteborg är en offentligt driven verksamhet inom hälso- och sjukvårdsområdet.

En intern kommunikationskanal som finns inom Primärvården Göteborg är personaltidningen Primärt. Den är tänkt bidra till att öka samhörighetskänslan inom hela organisationen. Primärvården Göteborg har bett oss om hjälp med att utvärdera tidningen. Fyller den sin funktion som organisationsstärkande kommunikationskanal? Vad tycker egentligen de anställda om tidningen och dess innehåll? Skulle de kanske vilja ha den typ av innehåll som Primärt tillhandahåller genom andra kommunikationskanaler i framtiden? Vi vill även få svar på vad de anställda skulle tycka går förlorat vid en eventuell nedläggning av tidningen. Syftet för vår undersökning är att förstå vad personalen tycker om personaltidningen Primärt och vad de anser skulle gå förlorat vid en eventuell nedläggning.

Alla som deltog i vår undersökning läste tidningen Primärt, men mer eller mindre ingående. Det fanns både negativa och positiva attityder gentemot tidningen. Primärt bör enligt våra svarspersoner förändras innehållsmässigt då vissa i personalen anser att det innehåll som finns idag inte är tillräckligt. Vad som idag saknas är främst sanningsenlig rapportering om de anställdas vardag, debattmöjligheter och insändarsidor.

Personaltidningen ska verka organisationsstärkande och detta syfte uppfylls enligt våra svarspersoner. Extra tydligt uppfattas detta syfte av dem som arbetar på mindre enheter. De anställda framhåller även att tidningens distribution och utgivningstakt bör förbättras för att de ska bibehålla och öka sitt intresse för tidningen. Vad det gäller distributionen finns det flertalet åsikter. Vissa av våra deltagare vill se att tidningen kan fortsätta distribueras som i dagsläget, i gemensamma utrymmen på arbetsplatsen. Medan en del tycker att en distribution till deras personliga fack hade varit ett bättre alternativ. På så vis menar de att tidningen skulle kunna uppmärksammas i större utsträckning.

I dagsläget finns delade åsikter om Primärts yttre form. Några av deltagarna gillar hur Primärt ser ut, medan andra anser att tidningens yttre form är ett rent slöseri både av ekonomiska och miljömässiga resurser. Primärt är tryckt på blankt, tjockt papper, vilket många upplever som märkligt, i förhållande till att tidningen i dagsläget har ett bristfälligt innehåll

Till att börja med var alla deltagare inte säkra på om de skulle uppmärksamma en nedläggning av personaltidningen, främst på grund av den långsamma utgivningstakt tidningen har i dagsläget. Primärt utkommer endast fyra gånger per år. Dock är majoriteten av deltagarna eniga om att de ändå skulle sakna tidningen. Det innehåll de i störst utsträckning skulle sakna är den arbetsplatsöverskridande informationen, som idag är en källa för inspiration och ökad kunskap om den egna organisationen. Även tidningens funktion som socialiseringsverktyg för nyanställda skulle försvinna vid en eventuell nedläggning enligt personalen. Det finns även en rädsla för att en nedläggning ska påverka sammanhållningen inom organisationen, då vissa befarade att enheterna skulle isoleras mer ifrån varandra om den gemensamma tidningen försvann. Detta illustreras av följande uttalande; "Jag tänker att vi är ju ändå en stor familj och vi ska ju vara stolta på nått sätt för att vi jobbar inom Primärvården och är så många och det där //...//Så jag tror vi behöver ha ett bättre samarbete överlag mellan enheterna och inte vara isolerade öar. Och Primärt är ju ändå ett sätt att få veta att vi är den där stora familjen som det händer en massa inom. Hade man då tagit bort Primärt då, nä man ska jobba mer för det..."

Primärt bör enligt personalen utvecklas om den ska fortleva; "Den får gärna innehålla lite mer och gärna utkomma lite tätare". Innehållsmässigt bör tidningen vara ett forum för debatt och rapportera om både positiva och negativa händelser inom organisationen. De flesta deltagarna såg det som en förlust om allt innehåll i Primärt skulle försvinna från pappersformatet. Deltagarna framhåller att tidsaspekten är det största problemet vad det gäller att läsa information på exempelvis intranätet. De upplever inte att de har tid att sitta vid datorn och djupläsa. Primärt kan de bläddra i då de får några minuter över i exempelvis personalrummet. De anställda menar att intranätet och personaltidningen skulle kunna komplettera varandra. Intranätet skulle kunna erbjuda aktuell information och tidningen mer djupgående, långsamma nyheter.

Vår studie är genomförd med hjälp av fokusgrupper bestående av organisationens anställda. Den kvalitativa metoden vi använt oss av syftar till att få en förståelse för vilka olika synsätt som personalen har kring undersökningsobjektet Primärt. Vi eftersökte en så stor spridning som möjligt i urvalet av fokusgruppsdeltagare. Vi har försökt få en spridning i både yrkesprofession, anställningstid, geografisk placering samt i storleken av de deltagande arbetsplatserna.

Innehållsförteckning

1. Bakgrund	7
1.1 Vårt uppdrag	7
1.2 Primärvården Göteborg	8
1.3 Vårdvalet	9
1.4 Primärvården Göteborgs interkommunikation	10
1.5 Personaltidningens historia och funktion	11
1.6 Primärt	12
2. Syfte och frågeställningar	14
3. Teoretisk ram	15
3.1 Organisation	15
3.1.1 Human Resource	15
3.1.2 Organisationskultur	16
3.1.3 Organisationsidentitet	17
3.2 Kommunikation	18
3.2.1 Meningsskapande kommunikation	18
3.2.2 Kommunikation inom organisation	20
3.2.3 Intern, extern eller integrerad kommunikation?	21
3.3 Personaltidning	23
3.3.1 Innehåll och nyhet	22
3.3.2 Periodicitet och distribution	23
4. Metod	25
4.1 Kvalitativ metod	25
4.2 Fokusgrupp	26
4.3 Intervjuguide	27
4.4 Urval	29
4.5 Genomförande	30
4.6 Efterarbete	32
4.7 Validitet och reliabilitet	33
5. Analys och resultat	35

5.1 Identitet – tillhörighet till organisationen	35
5.2 Vad tycker personalen om sin personaltidningen Primärt?	36
5.2.1 Layout	38
5.2.2 Distribution och utgivningstakt	39
5.3 Vad skulle personalen tycka om Primärt eventuellt lades ned?	41
5.4 Hur kan Primärvården Göteborg vidareutveckla personaltidningen alternativt skapa nya forum som är anpassade för att stärka organisationsidentiteten?	46
5.4.1 Primärt i framtiden	47
5.4.2 Mail	48
5.4.3 Intranät	49
5.5 Sammanfattning av analys och resultat	50
6. Slutdiskussion	51
6.1 Resultatdiskussion	51
6.2 Förslag till Primärvården Göteborg	53
6.3 Vidare forskning	55
7. Källförteckning	57
Bilaga: Intervjuguide	58

1. Bakgrund

I detta första kapitel kommer vi att presentera vårt uppdrag, ge en beskrivning av Primärvården Göteborg och dess situation. Dessutom fördjupar vi oss i personaltidningens historia och funktion, samt redogör för vårt undersökningsobjekt, personaltidningen Primärt.

1.1 Vårt uppdrag

Primärvården i Göteborg är en offentligt driven verksamhet med flertalet olika enheter inom hälso- och sjukvård, däribland 28 vårdcentraler.¹ År 2010 infördes det fria vårdvalet, vilket ställde den offentliga vården inför en konkurrenssituation. Närmare 1700 personer är anställda inom Primärvården Göteborg och i och med dessa drastiska förändringar är behovet av internkommunikation och identitetsstärkande åtgärder stort.² Organisationen har bestämt sig för att utvärdera sin personaltidning. Det har ifrågasatts om den verkligen är värd sin produktionskostnad och om den fyller sitt syfte. Utgångspunkten är alltså att ta reda på huruvida tidningen fyller sin funktion som en sammansvetsande kommunikationskanal för de anställda. Primärvården Göteborg är också intresserade av att veta vad personalen anser skulle gå förlorat vid en eventuell nedläggning av tidningen. De vill även ha förslag på om och hur de eventuellt skulle kunna fånga upp den typ av innehåll som finns i Primärt genom andra kanaler i framtiden. För att kunna tillgodose dessa önskemål måste vi först och främst utvärdera vad personalen faktiskt tycker om tidningen Primärt.

Situationen för offentligt drivna verksamheter förändras alltmer, exempelvis genom politiska beslut. Utförsäljningen av apoteket är ett aktuellt exempel. När Primärvården nu ställts inför dessa samhällsförändringar, har kravet på en gemensam identitet inom organisationen ökat. För att skapa ett större förtroende hos allmänheten och för att kunna särskilja sig ifrån konkurrenterna, måste Primärvården lyckas med att skapa en enhetlig organisationsidentitet. Detta för att kunna bibehålla sin ledande plats inom sjukvården i Göteborg.

Det finns forskare som menar att offentliga organisationer är oerhört speciella och har många motstridiga krav ställda på sig.³ Primärvården är exempelvis en offentlig aktör som måste verka på en alltmer privatiserad vårdmarknad. Nu när konkurrenssituationen förändrats, ställs också andra krav på kommunikationen. Informationsenheten har sedan vårdvalet fördubblats, man har

¹ www.primarvardengoteborg.vgregion.se

² Lena Lundberg, informationschef Primärvården Göteborg, 2011-04-05

³ Jacobsen & Thorsvik 2008:25

gått från en och en halv tjänst till tre informatörstjänster. Detta är en tydlig indikation på att behovet av kommunikation inom organisationen ökat. Det måste finnas en enhetlig bild av organisationen både externt och internt, för att de anställda inom Primärvården Göteborg ska arbeta mot gemensamma mål.

”När vi har en gemensam konkurrent, har vi då också ett gemensamt mål att arbeta mot inom organisationen.”,⁴ säger Lena Lundberg, informationschef vid Primärvården Göteborg. Att ha gemensamma mål och stark sammanhållning internt krävs för att kunna bemöta dagens konkurrenssituation, menar även Heide med flera; ”Då kraven på förändring ökar blir således behovet av fungerande internkommunikation större.”⁵

I och med den samhällsförändring som inleddes på 1980-talet då startskottet för privatiseringen av offentliga verksamheter ägde rum, ökade medvetenheten om organisationers interna och externa kommunikation.⁶ Intresset för detta forskningsfält ägnas nu alltmer uppmärksamhet utifrån ett medie- och kommunikationsperspektiv. Vi anser att detta ämnesområde är av stort praktisk värde att studera, då organisationer är en stor och viktig del av samhället. De besitter stor makt och har påverkan på många sociala och ekonomiska förändringar i samhället, samt utgör ett verktyg för sådana förändringar.⁷

Utifrån den uppdragsbeskrivning vi fick har vi beslutat oss för att denna studie har som avsikt att försöka förstå vad personalen tycker om sin personaltidning och vad de skulle sakna om den försvann. För att kunna utvärdera personaltidningen Primärt måste vi först och främst förstå hur organisationen fungerar rent praktiskt, men också kommunikationsmässigt. Vi måste också få förståelse för vad personaltidningen fyller för funktion för de anställda.

1.2 Primärvården Göteborg

Primärvården i Göteborg är en stor organisation som omsätter cirka 1 600 miljoner kronor om året. Organisationen är en del av Västra Götalandsregionen och består av flera olika enheter. Inom Primärvården Göteborg finns läkare, sjuksköterskor, disktriktsjuksköterskor, barnmorskor, barnavårds- och mödravårdssjuksköterskor, undersköterskor, dietister, läkarsekreterare, psykologer, kuratorer, sjukgymnaster, arbetsterapeuter, administrativ personal, hälsopedagoger och övrig personal. Primärvården Göteborg har vårdcentraler, barnavårdcentraler,

⁴ Lena Lundberg, informationschef Primärvården Göteborg, 2011-04-05

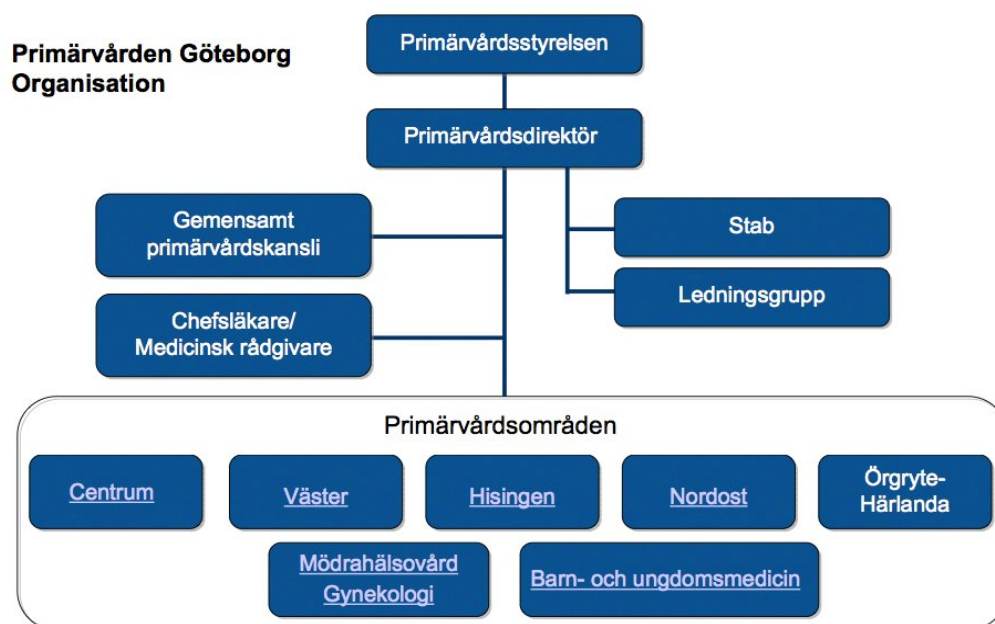
⁵ Heide m.fl. 2005:27

⁶ Heide & Falkheimer 2003:51

⁷ Abrahamsson & Andersen 2005:9-10

mödravårdcentraler, rehabiliteringsenheter, barnmedicinska mottagningar, gynekologiska mottagningar och en rad olika specialistenheter för exempelvis flyktingar, hemsjukvård och kris- och traumaenhet.

Primärvården Göteborg är uppbyggd av en hierarkisk ordning. Överst i hierarkin finns primärvårdsstyrelsen som under sig har primärvårdsdirektören. Primärvårdsstyrelsen har staben och ledningsgruppen under sig, samt det gemensamma primärvårdskansliet, chefsläkare och medicinska rådgivare. Staben är förberedande för ledningsgruppen. I staben sitter chefläkare, ekonomichef, personalchef, informationschef, administrativ utvecklingschef och utvecklingschef. Direktörsbeslut kan fattas i staben. Sedan finns även de olika primärvårdsområdena som består av Centrum, Väster, Hisingen, Nordost och Örgryte- Härlanda och dessutom mödravård/gynekologi, samt barn- och ungdomsmedicin.



8

1.3 Vårdvalet

I juni 2007 tillämpade regeringen en särskild utredning för att undersöka hur patienters ställning och påverkan på Primärvården i Sverige såg ut, samt hur den skulle kunna stärkas. Syftet var att i ett senare skede stärka patienters rätt till valfrihet inom vården, samt garantera tillgång på kompetens och kontinuerlig läkarkontakt för den enskilde patienten.

⁸ Organisationsbeskrivning Primärvården Göteborg

Förslaget var att alla vårdgivare som var kvalificerade enligt de nationellt fastlagda kompetens-, kvalitets- och säkerhetskraven skulle ges fri etableringsrätt. Förslaget ansågs gynna kvalitetsutveckling inom vården. För att utvecklingen skulle ske, fastslogs i förslaget att den statliga ersättningen ska följa patienten oavsett om denne väljer privat- eller offentligvård. Den första januari 2010 trädde lagen i kraft. I och med de nya valmöjligheterna för patienterna har efterfrågan och tillgången på information växt fram för att patienterna ska kunna göra välgrundade vårdval.⁹

I och med det fria vårdvalet har situationen som sagt förändrats drastiskt för Primärvården i Göteborg. Efter ett år av konkurrens har Primärvården fått 40 stycken nya privata vårdcentraler att konkurrera med. Konkurrenten handlar till stor del om att patienterna blir kunder hos vårdcentralerna på ett annat sätt än tidigare. Innan vårdvalet genomfördes kunde endast privata vårdcentraler öppnas om det efterfrågades av politikerna. Idag, efter vårdvalet, krävs det endast att man uppfyller kriterierna i kvalitetsboken för att få öppna upp en privat vårdcentral.¹⁰

Det fria vårdvalet är den största förändringen i Primärvårdens historia. Det har inneburit att man fått ställa om personal, gjort sig av med lokaler och en rad andra förändringar. Omställningarna som genomsyrar hela Primärvården kommer att påverka organisationens kommunikation. Organisationen har enligt informationschefen upptäckt ett behov av en starkare profilering gentemot sina konkurrenter. De ska under kommande höst, hösten 2011, påbörja ett arbete med att skapa en gemensam och tydligare organisationsidentitet.¹¹ De har som mål att ta ett helhetsgrepp om hela organisationen och dess kommunikation. På grund av vårdvalet har enheterna inom Primärvården blivit alltmer beroende av varandra. Tanken är att tidningen Primärt ska bidra till att skapa en bättre sammanhållning genom att informera alla i organisationen om vad som händer ute på de olika enheterna.

1.4 Primärvården Göteborgs internkommunikation

Internkommunikationen inom Primärvården Göteborg innefattar en rad olika kanaler och strategier. I dagsläget lyder organisationen under Västra Götalandsregionens kommunikationspolicy. Den framhåller att en fungerande kommunikationsprocess är viktigt för att de önskvärda målen ska uppnås.¹²

⁹ www.regeringen.se SOU 2008:37

¹⁰ www.regeringen.se SOU 2008:37

¹¹ Lena Lundberg, informationschef Primärvården Göteborg, 2011-04-05

¹² L. Roslund, G. Ekstedt, Kommuniaktionspolicy för Västra Götalandsregionen, Vänersborg 1998

Ute på de olika enheterna förekommer arbetsplatsträffar. Dessa kan variera både i innehåll och i kontinuitet beroende på vem som är verksamhetschef på enheten. Vid dessa möten får personalen information från både ledning och den egna chefen. Dessa möten är det som uppskattas och rankas högst av personalen enligt tidigare forskning.¹³

Inom organisationen finns även ett intranät som personalen förväntas att ta del av. All personal har tillgång till en dator på arbetsplatsen, där första sidan är inloggningen till intranätet. Alla har även ett eget mailkonto som de mottar aktuell information genom. Informationen på intranätet är det informationsavdelningen som har det yttersta ansvaret för. Dels kan man här finna Ledningsnytt som är ett nyhetsbrev som skickas ut av ledningen till alla inom organisationen för att alla ska ha möjlighet att ha insyn i verksamheten. I dagsläget går det inte att komma åt intranätet utanför arbetstid. Under hösten 2011 påbörjas ett arbete med att göra intranätet bättre och mer användarvänligt, det finns dock inga konkreta förslag i nuläget.

För att få tillfälle att framhålla lyckade projekt och satsningar inom organisationen har Primärvården Göteborg sedan 2007 anordnat en utvecklingsdag för att stärka organisationens sammanhållning. Denna dag är tänkt att ge personalen möjlighet till att utbyta erfarenheter och uppmärksamma varandra. Det delas exempelvis ut pris till årets arbetsplats.

1.5 Personaltidningens historia och funktion

Att organisationer använder sig av personaltidningar som interna kommunikationskanaler är en företeelse som har funnits sedan seklets början. Det var först under 1960-talet och fram till 1990-talet som de flesta, närmare 90 procent, av personaltidningarna startades upp.¹⁴ Personaltidningens roll under denna tid var att stärka demokratin och öka transparens inom företagen. Detta var inte alltid populärt ifrån de som finansierade tidningen, det vill säga ledningen, då de ofta utsattes för granskning. Sedan 90-talet har personaltidningen i större utsträckning använts som ett verktyg för att vidarebefordra information från ledningen och nedåt i organisationen.¹⁵

Utvecklingen som har skett i personaltidningarna har huvudsakligen handlat om innehållsförändringar. Innehållet har gått från att till största del behandla "hårdfakta" som exempelvis ekonomi, till att innehålla mer förströelse. Man kan se en förändring i att personaltidningens karaktär idag har en större social funktion än en informerande

¹³ Öberg Sofia 2007: 54

¹⁴ Strid 1999: 69

¹⁵ Palm 2006: 158

nyhetsfunktion. Ett tecken på dess sociala funktion är att man i större utsträckning använder vi-ord för att skapa en vi-känsla inom organisationen.¹⁶

Mycket av det innehåll som går att finna i personaltidningar behandlar ämnen som förändringar inom organisationen, resultat från lyckade satsningar, personporträtt med mera.

Personaltidningens innehåll ska också skapa förutsättningar för ”öga mot öga” samtal de anställda emellan.¹⁷

1.6 Primärt

Personaltidningen Primärt har funnits sedan år 2001. Den trycks idag i 1000 exemplar. Tidningen kostar cirka 250 000 kronor per år, vilket betyder att den kostar cirka 150 kronor per anställd varje år. Organisationens informatörer skriver det mesta av innehållet. Tryck, redigering och fotografering utförs av en extern byrå. Innehållet i tidningen bestäms först och främst av staben tillsammans med informationsavdelningen. Informatören kontaktar även ”nyckelpersoner” ute i de olika verksamheterna för att kolla av vad som är aktuellt på de olika enheterna. Tidning ges ut fyra gånger per år, den trycks på tjockt och glättat papper. Det få antal sidor som tidningen består av fylls med stora fotografier på uppradade, glada människor som alla är anställda inom Primärvården Göteborg. Bilderna är oftast inte särskilt välkomponerade, vilket bidrar till att tidningens bildspråk ofta blir enformigt.

För att kunna göra en kort innehållsanalys av tidningen Primärt har vi använt oss av gamla nummer från åren 2008, 2009 och 2010. Den äldsta tidningen var tryckt i svartvitt, från och med år 2009 började tidningen tryckas i färg. I de tidningar som vi har fått tillgång till är temat tydligt. Efter att ha bläddrat igenom ett flertal nummer av tidningen upplevs det tydligt att det är en tidning som är till för att stärka organisationsidentiteten. Detta märks genom den personifiering som är genomgående i reportagen och artiklarna. Positiva upplevelser, nya kunskaper och goda resultat av personalundersökningar är typiska ämnen man kan läsa om i Primärt.

Artiklarna och reportagen är inte speciellt långa, största delen av sidorna täcks med bilder. De texter som finns är relativt korta och direkta i sitt innehåll. Överlag kan man utläsa att det till största del är positiva nyheter helt utan kritiskt synsätt på organisationen som förmedlas.

¹⁶ Strid 1999: 73-74

¹⁷ Palm 2006: 159

Vi har haft tillgång till tidningar som utkommit både innan och efter att det fria vårdvalet infördes. I de tidningar som utkom innan vårdvalet skrivs mycket om hur framtiden kan komma att se ut, men enbart i positiv ton. Efter genomförandet av det fria vårdvalet är tonen fortfarande odelat positiv. Det som dock har förändrats är att man börjat skriva om den marknadsföring som startat upp för att kunna profilera sig gentemot de privata vårdcentralerna. Dessa reklaminsatser utvärderas i de senare numren, och även utvärderingarna är odelat positiva.

På grund av att tidningen utkommer så pass sällan som den gör, fyra gånger per år, leder det till att reportagen inte har möjlighet att förmedla aktuella nyheter. Det är heller inte meningen enligt informationschefen Lena Lundberg, som menar att tidningen är en långsam identitetsstärkande informationskanal och ingen nyhetskanal.¹⁸ Det som inte finns med i personaltidningen Primärt, som annars är fasta sektioner i klassiska personaltidningar är insändarsidor, debattsidor och förströelseläsning. För att skapa förtroende bör både positiva och negativa sidor synas i tidningen.¹⁹

När tidningen startades fanns inga tydliga riktlinjer för den och det finns inte heller idag, tio år senare. Vid tidningens födelse var det informatörens huvudsakliga uppgift att arbeta med denna. Då var det en mycket liten utgift för organisationen att tillhandahålla personaltidningen, det enda som kostade var informatörens lön samt trycket. I dagsläget ser situationen annorlunda ut. Idag finns det en mängd annan information utöver Primärt som organisationens informatörer har ansvar för. Detta har medfört att tidningen inte längre är högsta prioritet för informatörerna.

Primärt distribueras i dagsläget endast på arbetsplatserna. Kansliet skickar ut tidningen till cheferna på varje enhet som är ansvariga för att sprida den till de anställda. Detta leder till att distributionen ser olika ut från enhet till enhet. På vissa arbetsplatser läggs tidningarna direkt i personalens fack, medan den på andra ställen enbart läggs i gemensamma utrymmen.

Anställda har möjlighet att höra av sig med önskemål och förslag på innehåll till Primärt. Trots detta får informationschefen, den ytterst ansvariga för Primärt, inga reaktioner på tidningen. Därför är det svårt att veta vad den betyder för de anställda.

¹⁸ Lena Lundberg, informationschef Primärvården Göteborg, 2011-04-05

¹⁹ Strid 1999:73

2. Syfte och frågeställningar

Om man undersöker någon form av organisationskommunikation är det enligt forskarna Astrid och Geir Kaufmann relevant att kolla på vad det är för budskap sändaren vill förmedla, och vad sändarens budskap innehåller. Detta har vi genom vår informantintervju och vårt bakgrundsarbete undersökt. Kaufmanns menar att det utifrån det underlaget är relevant att kolla på ifall signalerna når fram till mottagarna, samt vilken innebörd mottagarna lägger in i de signaler som de mottar.²⁰ Detta går i linje med hur vi tänkt angripa vår studie. Vi vill veta vad de anställda egentligen tycker om sin personaltidning. Upplever de att tidningen bidrar till ökad sammanhållning inom organisationen? Vad skulle personalen tycka om en eventuell nedläggning av Primärt?

Syfte

Att förstå vad personalen tycker om personaltidningen Primärt och vad de anser skulle gå förlorat vid en eventuell nedläggning.

Frågeställningar

Vad tycker personalen om sin personaltidning Primärt?

Denna frågeställning avser att ta reda på om personalen uppfattar tidningens syfte, som är att stärka identiteten inom organisationen. Vad anser de om personaltidningen som en intern kommunikationskanal? Vad tycker de om innehåll, distribution, utgivningstakt och layout? Hur ser personalens läsbeteende ut?

Vad skulle personalen tycka om Primärt eventuellt lades ner?

Vi vill ta reda på hur personalen tror att en eventuell nedläggning av tidningen skulle påverka organisationen. Skulle de sakna tidningens innehåll? Skulle personalen uppmärksamma en eventuell nedläggning av Primärt?

Hur kan Primärvården Göteborg vidareutveckla personaltidningen alternativt skapa nya forum som är anpassade för att stärka organisationsidentiteten?

Med den här frågeställningen vill vi ta reda på vad personalen anser om de övriga interkommunikativa kanalerna och dess funktioner? Hur tycker de anställda att tidningen bör utvecklas innehåll- och layoutmässigt?

²⁰ Kaufmann & Kaufmann 2005:253

3. Teoretisk ram

För att kunna förstå vad organisationsmedlemmarna har för synsätt på sin personaltidning, måste vi också förstå vad en organisation är. Därför inleds detta teorikapitel med en genomgång av de delar inom organisationsteorin som är relevanta för vår fortsatta studie. Därefter kommer kommunikationsbegreppet och dess betydelse inom organisationer att diskuteras. Slutligen behandlar vi kommunikationskanalen personaltidning mer specifikt utifrån ett teoretiskt perspektiv.

3.1 Organisation

Vårt samhälle är idag i mångt och mycket uppbyggt av organisationer. Som samhällsmedborgare är vi ofta beroende av produkter eller tjänster från organisationer. Som vuxna individer arbetar och genomför vi ofta våra fritidsaktiviteter genom organisationer, och innan dess har vi blivit födda på sjukhus och utbildade i skolor.²¹ Det finns olika perspektiv på organisationer. En del beskriver organisationer som maskiner, eller som politiska alternativt sociala fenomen.²²

Gemensamt för de olika organisationsdefinitionerna är att en organisation består av människor och är på något sätt strukturerad, samt att den strävar efter att uppfylla vissa mål.²³ Nyckelord som går att identifiera inom organisationsteorin är "socialt", "system", "medvetet konstruerat" samt "måluppfyllelse". Att en organisation idag oftast definieras som något socialt, beror på att organisationer är beroende av att olika människor samarbetar. Organisationen i sig kan ha svårt att socialisera med omvärlden, men dess medlemmar kan representera hela organisationen i mötet med omgivningen. Det som särskiljer organisationer gentemot andra sociala grupperingar av människor, är att de på något sätt är medvetet konstruerade och fungerar systematisk för att uppnå sina utstakade mål.²⁴

3.1.1 Human Resource

För att få organisationsmedlemmen att känna sig delaktig i strävandet mot organisationens mål är behovsuppfyllelse och motivation något som ofta lyfts upp i litteraturen om organisationsteori.²⁵ Inom nyare forskning läggs stor vikt vid aspekter som människosyn, betoning av mål och inte bara medel samt på integrering och koordinering av enheter och avdelningar.²⁶ Detta kan relateras till något som kan kallas HR-perspektivet. HR är en förkortning av Human Resource vilket är ett

²¹ Abrahamsson & Andersen, 2005:9-10

²² Abrahamsson & Andersen 2005:11

²³ Alvesson 1992: 35, Strid 1999:12,

²⁴ Jacobsen & Thorsvik 2008:13-14

²⁵ Kaufmann, Miller, Abrahamsson & Andersen, Jacobsen & Thorsvik, Alvesson

²⁶ Kaufmann & Kaufmann 2005:336

forskningsspektiv som tillkom under 1950-talet. Enligt forskare inom organisationsteori är HR det enda perspektiv som betraktar människors färdigheter, attityder, energi och engagemang som viktiga resurser i och med utvecklingen av verksamheter och organisationer.

HR-perspektivet talar om att människor är en investering i företag och organisationer, inte en kostnad. Om företag satsar på att förstå och reagera på de anställdas behov, kommer detta uppfattas på ett positivt sätt och fler kommer att söka sig till företaget och därigenom också prestera bra. Tyngdpunkten inom Human Resource är relationen mellan människor och organisation, om den fungerar bra kommer båda parter ha fördel av detta. Organisationen får den kompetens och kunskap de behöver för att fungera. "Många framgångsrika företag har valt en annan väg nämligen att investera i människor utifrån tanken att en välmotiverad och kompetent personal utgör en mycket viktig konkurrensfaktor."²⁷

Nedskärningar kan ha en nedbrytande effekt på de anställdas motivation och engagemang. "Allt fler forskningsresultat och erfarenheter visar att nedskärningar ofta leder till oönskade och nedslående resultat."²⁸ Risken med att i förändringstider dra in på exempelvis en personaltidning kan vara att missnöje uppstår, vilket kan leda till minskad lojalitet till den egna organisationen.

3.1.2 Organisationskultur

För att förstå vad begreppet organisationskultur innebär måste man också förstå vad vi menar med kultur. Enligt forskare inom ämnet är kultur en social konstruktion, som bärs upp av en grupp människor. Kultur i en organisation fyller en meningsskapande funktion, samt tillhandahåller och formar förhållningssätt och beteende hos medlemmarna i organisationen.²⁹

I organisationssammanhang hänger begreppet kultur ihop med gemensamma antaganden, symboler och meningar som är väsentliga för personer på en och samma arbetsplats.³⁰ "I modern organisationsteori betraktas organisation som en fråga om gemensamma föreställningar och innebörder. En förutsättning för organiserat handlande är att individerna relaterar sig internt och till sin omvärld på ett likartat sätt."³¹

²⁷ Bolman & Deal 1995: 146

²⁸ Ibid.

²⁹ Abrahamsson 2005:137

³⁰ Abrahamsson 2005:126, Alvesson 1992:21

³¹ Alvesson 1992:24

Vilken avdelning, yrkesgrupp eller var i den hierarkiska ordningen man befinner sig, väger också in i hur den gemensamma föreställningen påverkar gruppens latenta kultur.³² "När människor arbetar tillsammans över längre tid för att lösa uppgifter och nå bestämda mål, formas normer och uppfattningar om arbetet och samarbete."³³

Abrahamsson och Andersen argumenterar för att en stark kultur kan leda till gemensam motivation hos de anställda, samt att kulturens struktur gör att de anställda enkelt kan utläsa organisationens gemensamma mål och följa dem.³⁴ Primärvården önskar exempelvis att personaltidningen ska bidra till den gemensamma föreställningen. En gemensam tidning kan skapa förståelse för medarbetarna, ge utrymme för debatt och nya samtalsämnen.

3.1.3 Organisationsidentitet

Gemensam identitet är en fördjupning inom organisationskulturen och berör de gemensamma föreställningar samt tillhörigheten i en större organisation. "Organisationsidentiteten är nära förknippad med vad organisationen gör (uppfattas göra), dess centrala karaktär."³⁵ För att säga att en organisation har utvecklat en identitet krävs det att människorna inom organisationen interagerar med varandra. Det är kollektivets gemensamma handlande som avgör om en organisation kan utveckla en förenad identitet. Ansvar går med andra ord inte att lägga på en enskild medarbetare.³⁶ På olika avdelningar och enheter är interaktionen mellan medarbetarna det som skapar gemensamma betydelser, normer, värderingar, vilka i sin tur skapar en grupp.³⁷ I många fall identifierar människor sig med sin yrkesroll.³⁸

Idag är det mer viktigt att tydligt fastslå vad en specifik organisation är och vad den står för,³⁹ eftersom marknadskonkurrensen ökat på grund av den ökade privatiseringen. Medlemmar av organisationer bör vara väl införstådda i sin organisationsidentitet för att kunna kommunicera värden och målsättningar externt.

Identitet kan ses som organisationens verklighet och de unika egenskaper som kunderna exempelvis kan se via reklam.⁴⁰ För att lyckas med den externa kommunikationen, krävs det god internkommunikation som syftar till att hålla medarbetarna välinformerade, och på så vis få dem

³² Alvesson 1992:26

³³ Abrahamsson & Andersen 2005:125

³⁴ Abrahamsson & Andersen 2005:136

³⁵ Alvesson 1992:29

³⁶ Alvesson 1992:29

³⁷ Heide, Johansson & Simonsson 2005:94

³⁸ Alvesson 1992:33

³⁹ Heide m.fl. 2005:169

⁴⁰ Heide m.fl. 2005:170

att känna av organisationsidentiteten.⁴¹

Att som organisation särskilja sig från konkurrenter blir allt viktigare. I och med en allt snabbare omvälvning av organisationslandskapet skapas en förvirring kring ”vad som är vad och vem som hör till vem”. Denna förvirring menar organisationsforskaren Cathrine Miller ligger bakom behovet av att vilja särskilja sig. Att tydligt berätta vem man är blir allt viktigare, vilket ökar behovet av en stark intern organisationsidentitet.⁴² Idag är det allt mer avgörande att som organisation förknippas med någonting positivt, då människor alltmer fattar medvetna beslut i förhållande till konsumtion av varor och tjänster. Som exempelvis ett sjukhus är det viktigt att förknippas och stå för socialt ansvarstagande, god etik och kvalitet, även om det kanske inte är det lättaste att lyckas kommunicera ut.⁴³

3.2 Kommunikation

Kommunikation och information används ofta som synonymer, men inom kommunikationsvetenskapen beskriver beteckningen kommunikation en process: sändare – budskap – mottagare. Information kan ses som budskapet man förmedlar i denna process. I Sverige väljer vi ofta att se på information som något enkelriktat, medan kommunikation ofta ses som dubbelriktad, tvåvägskommunikation. Det råder ibland förvirring kring hur dessa begrepp skall användas, men vi väljer i denna uppsats att låta information stå för budskapets innehåll, och kommunikation för själva processen.⁴⁴

Kommunikation på latin betyder ”att göra gemensamt”⁴⁵. Kommunikation kan ses som en inlärd aktivitet som skapar förbindelser mellan människor och grupperingar. I boken Kommunikation är mer än ord menar författarna att kommunikation ÄR kultur. De menar att vi människor, genom sättet vi kommunicerar på och genom den information som förmedlas via vår kommunikation hjälper oss att definiera vår kultur.⁴⁶

3.2.1 Meningsskapande kommunikation

Det finns som sagt en hel del olika sätt att se på kommunikation. Vad det gäller organisationskommunikation så finns det två traditionella synsätt. Dels transmissionsperspektivet,

⁴¹ Falkheimer 2001:23

⁴² Miller 2009:263

⁴³ Heide & Falkheimer 2003: 17

⁴⁴ Palm Lars 2006: 13-14

⁴⁵ Heide m.fl. 2005:31

⁴⁶ Dimpleby & Burton 1998:12-13

som menar att kommunikation skall bidra till organisationens effektivitet. Detta perspektiv likställer ofta kommunikation med informationsöverförande. Det finns också det meningsskapande perspektivet, som ser på organisationer som kulturer, och som inte ser kommunikation enbart som en linjär överföringsprocess.⁴⁷

Kommunikation som någonting meningsskapande är den mest vedertagna synen inom forskarsammanhang. Målet med kommunikation inom detta perspektiv är att vi människor genom kommunikation kan framställa gemensamma verklighetsbilder och överenskommelser som vi kan agera utifrån.⁴⁸

Människors uppfattningar om det som finns omkring dem påverkar hur de tänker och agerar. I denna tolkningsprocess är kommunikation med andra människor av stor betydelse. Personer som exempelvis tillhör olika enheter inom en organisation kan ha olika uppfattningar om vad som är rätt och fel, samt om hur olika förändringar i omgivningen bör tolkas.⁴⁹ Detta är ett problem som Primärvården Göteborg idag står inför.

Medlemmar i organisationen reagerar inte bara på information, utan med hjälp av den skapar de också organisationens verklighet. Med tiden bygger de upp en bas av färdiga tolkningar som de kan använda i olika situationer. Målet med meningsskapande kommunikation inom organisationen är att medlemmarna ska konstruera en någorlunda gemensam organisationsidentitet. Dessa överenskomna tolkningar blir med tiden vedertagna delar av organisationskulturen, som socialiserar nya medlemmar och som syns även externt. En viktig del av denna process är organisationsmedlemmarnas vardagssamtal.⁵⁰ En personaltidning som Primärt syftar till att ge organisationsmedlemmarna samtalsämnen, samt ge dem förståelse för vad som händer på alla olika avdelningar, och förhoppningsvis på detta sätt även stärka samhörighetskänslan.

Att ha interna välfungerande kommunikationskanaler, såsom en personaltidning är viktigt, framförallt då det är fråga om att informera om exempelvis större omställningar. Förbättring av kommunikationsnätverk ökar organisationers möjlighet att motverka stress och oro hos de

⁴⁷ Heide 2002:17

⁴⁸ Heide & Falkheimer 2003:78

⁴⁹ Heide & Falkheimer 2003:92

⁵⁰ Heide 2002:31-34

anställda.⁵¹ I och med en eventuell nedläggning av tidningen Primärt skulle ett viktigt forum för utvecklingsfrågor, omställningar samt för inspiration nedmonteras.

3.2.2 Kommunikation inom organisationer

“Communications is the lifeblood of an organization; if we could somehow remove communications flows from an organization, we could not have an organization.”⁵²

Organisationskommunikation är en form av planerad, strategisk kommunikation.⁵³ Strategisk kommunikation syftar till att skapa organisatorisk effektivitet, öppenhet, trivsel samt en intern identitet och en extern profil. Detta skall uppnås genom att hålla medarbetarna informerade och få dem att sträva mot gemensamma mål, vilket ska stärka den interna sammanhållningen.⁵⁴

Organisationer är som vi tidigare nämnt sociala. Därför är kommunikation inom organisationer något fundamentalt, det bidrar till att forma organisationerna och dess kultur. När kommunikation mellan människor uppstår konstrueras som sagt deras sociala verklighet. De bygger upp relationer och identiteter, kommunikationen skapar således mening.⁵⁵

Kommunikation inom organisationer kan fylla flera funktioner. Det kan bland annat handla om att motivera eller reglera organisationsmedlemmarna. Kommunikation skall förstärka samspelet mellan olika delar inom organisationen, ofta mellan ledning och medarbetare.⁵⁶ Det kan finnas olika kommunikationsriktningar inom en organisation.⁵⁷ I vårt fall gällande Primärt är det främst ledning, informationsenhet som kommunicerar till personalen, alltså nedåt, men personaltidningen är även tänkt att fungera som en sammansvetsande kommunikationskanal enheterna emellan. De utbyter tips och inspiration genom tidningen.⁵⁸

Nya tider skapar nya villkor för organisationer, inte minst teknikmässigt sett. Detta är något som påverkar kommunikationsvägarna inom organisationer. Att publik ofta övergår från traditionellt läsande på papper till internet ligger i tiden.⁵⁹ Förr var organisationer och dess information mer stabil, idag är allting alltmer föränderligt. Användningen av kommunikationsteknik i moderna

⁵¹ Kaufmann & Kaufmann 2005:100

⁵² Rogers & Rogers 1976:7

⁵³ Falkheimer 2001:17

⁵⁴ Falkheimer 2001:17-23, Heide & Falkheimer 2010:135

⁵⁵ Heide m.fl. 2005:35-37

⁵⁶ Kaufmann & Kaufmann 2005:361

⁵⁷ Kaufmann & Kaufmann 2005:362 – 362

⁵⁸ Informantintervju Lena Lundberg, 2011-04-05

⁵⁹ Miller 2009:25

organisationer är ofta utbredd, informationen blir således ofta ambivalent och tvetydig.⁶⁰ Informationsflödets omfattning och snabbhet missgynnar därför ofta helhetsbilden av organisationen. Människor är idag mer informerade än någonsin, men saknar ofta fördjupning.⁶¹

Utifrån ett meningsskapande perspektiv är det av största vikt att organisationsmedlemmarna får diskutera med varandra och med de ansvariga för att det ska kunna uppnå någon slags gemensam förståelse.⁶² Därför är det viktigt att ha välanpassade kanaler att kommunicera genom. I organisationer är informationsflödet som sagt ofta stort, problematiken hos organisationer är att budskapet ofta inte når fram till de tänkta mottagarna. Man brukar säga att information inte innehåller betydelse innan relation mellan mottagarna och informationen uppstått.⁶³ Att överföra information är en sak, att kommunicera så bra att ett budskap verkligen når fram är någonting mycket svårare.⁶⁴

3.2.3 Intern, extern eller integrerad kommunikation?

Vad som är intern och vad som är extern kommunikation kan idag vara svårt att skilja på, därför används ibland integrerad kommunikation som en benämning på hur de samverkar.⁶⁵

Traditionellt sett brukar externkommunikation beskrivas som det som riktas utåt mot målgrupper i organisationens omvärld. Internkommunikation anses vara det som sker inom organisationen, till exempel mellan medarbetare och mellan ledning och medarbetare.⁶⁶ "Internal communications is understood here as the strategic management of interactions and relationships between stakeholders at all levels within organisations."⁶⁷

Internkommunikation syftar ofta till att informera organisationsmedlemmarna för att på så sätt skapa deltagande och engagemang i den egna verksamheten. För att det skall uppnås krävs det att man har internkommunikativa kanaler där kunskapsinformation kan spridas, för kan man ingenting om sin arbetsplats, kan man heller inte känna något engagemang.⁶⁸ Jan strid har kommenterat behovet av internkommunikation på följande sätt "En viktig motivering för betoningen på internkommunikation i de flesta företag och organisationer är behovet av ett tydligt ansikte utåt. För att detta

⁶⁰ Heide 2002:31

⁶¹ Heide & Falkheimer 2003:52-53

⁶² Heide & Falkheimer 2010:90

⁶³ Heide 2002: 35

⁶⁴ Heide & Falkheimer 2003:69

⁶⁵ Heide & Falkheimer 2010:22

⁶⁶ Heide & Falkheimer 2010:22

⁶⁷ Jackson & Welch 2007:183

⁶⁸ Strid 1999:42

ansikte skall se någorlunda enhetligt ut – helst positivt dessutom – krävs att samtliga medarbetare känner till detta och är delaktiga i det.”⁶⁹

Internkommunikation är således ofta meningsskapande, då den syftar till att ge alla anställda en gemensam referensram, som kan göra dem till goda ambassadörer externt.⁷⁰ Det är alltså så att den externa kommunikationen också kan vara viktig internt. De egna organisationsmedlemmarna intresserar sig kanske mer för den utåtriktade kommunikationen än vad exempelvis de externa intressenterna gör. Det som uttrycks genom till exempel den offentliga webbsidan beskriver ofta en del av organisationsidentiteten. På liknande sätt kan intern information bli betydelsefull externt, kanske läser en anhörig eller en utomstående journalist personaltidningen. Jan Strid ger exempel på en organisation som har 1000 anställda. Om de talar på ett sätt om sin organisation med 20 vänner, så når det enhetliga budskapet 20 000 personer. Dessa 20 000 individer kan sedan sprida vidare bilden de fått. Detta exempel illustrerar hur viktigt det kan vara att de olika ”bilderna” av organisationen som finns stämmer någorlunda överens med varandra.⁷¹

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att det har blivit svårare att dra en gräns mellan organisationer och deras omgivningar. Intern och extern kommunikation blir således alltmer beroende av varandra, då internkommunikation exempelvis ofta syftar till att göra anställda till goda marknadsförare externt för den egna organisationen.⁷² På grund av detta har begreppet integrerad kommunikation blivit alltmer populärt.⁷³

3.3 Personaltidning

3.3.1 Innehåll och nyhet

Den forskning som Strids bok *Internkommunikation inom organisationer, företag och myndigheter* bygger på visar att den information som möter de anställda i personaltidningen bör uppfattas som viktig. Enligt kollektivanställda är viktig information nyheter inom organisationen och arbetsmiljöfrågor. Det är även viktigt för mottagarna att nyheten känns ”nära”. Det vill säga att den ska kännas tidsmässigt nära, socialt nära och emotionellt nära. Det är viktigt att inte låta informationen bli för generell, då tappar läsaren intresset. Läsaren vill veta hur informationen kommer att påverka henne som individ.⁷⁴

⁶⁹ Strid 1999: 31

⁷⁰ Palm 2006: 19, Heide & Falkheimer 2010:89

⁷¹ Strid 1999:31

⁷² Heide 2002; s.24

⁷³ Heide & Falkheimer 2010:22

⁷⁴ Palm 2006:66, Strid 1999:75-78

Massmedier kan, om de lyckas med utformningen av budskapet, sätta agendan för vad som diskuteras. Genom att se till att nyheten innehåller volym, närhet, känsla och diskuterbarhet kan man enligt Palm lyckas skapa intresse för ämnet och sätta det på samtalsagendan. Att få personaltidningens innehåll att bli ett ämne på samtalsagendan kan utnyttjas som en strategi från ledningen. Vill de informera eller sätta igång en diskussion inom organisationen kan de välja att publicera nyheten i exempelvis organisationens personaltidning.⁷⁵

Mottagarna av personaltidningar, speciellt inom stora organisationer är ingen homogen grupp. Medarbetarna har olika livsvärldar utanför sina yrkesroller som påverkar differentieringen dem emellan. Därför är det svårt att publicera ett innehåll som intresserar alla inom organisationen samtidigt. Som vi tidigare påpekat är det känslan av bland annat närhet som styr om man anser att innehållet är läsvärt.⁷⁶ Problemet som kan uppstå i stora organisationer är att ”kommunikationen blir splittrande när man kanske istället vill ha en sammanhållen helhet.”⁷⁷

För att en personaltidning ska bli läst är det viktigt att mottagaren har tid att läsa den och att informationen upplevs som lättillgänglig.⁷⁸ Innehållet bör anpassas till mottagarnas tid och referensramar, exempelvis genom att skriva på mottagarens språk och utforma tidningens form utefter mottagarnas smak.

3.3.2 Periodicitet och distribution

Vissa personaltidningar ges ut ofta, kanske en gång i månaden, andra några få gånger per år. Ju större informationsfunktion tidningen har desto tätare utgivningar. Dessa tidningar med hög informationsfunktion är vanligtvis tunnare än de som kommer ut mer sällan och har en mer social funktion. Dock kan man se en trend i att utgivningarna oberoende av tidningens funktion blir glesare och glesare för varje år som går. Sidantalet verkar ligga relativt konstant på cirka fjorton sidor per nummer. Periodicitet, storlek och distribution har naturligtvis med organisationens ekonomi att göra, men bör sättas i relation till personaltidningens funktion och betydelse.⁷⁹

Beroende på hur tidningen distribueras mottas den på olika sätt enligt Strids forskning.

⁷⁵ Palm 2006:59, Strid 1999:39,

⁷⁶ Strid 1999:76,

⁷⁷ Ibid.77

⁷⁸ Ibid.78

⁷⁹ Strid 1999:69, 71- 72,

”Distribueras tidningen till mig personligen, antingen hem till hemmet eller till min personliga arbetsplats, upplever jag också i högre grad att den angår mig.” En annan fördel med att distribuera tidningen till hemmet är att den blir synlig för eventuella familjemedlemmar. På så vis ökar chanserna för att man diskuterar innehållet med människor utanför organisationen. Precis som vi nämnde i avsnittet om kommunikation, så kan internkommunikation spridas till externa målgrupper på detta sätt.

En nackdel med att distribuera personaltidningen på arbetsplatsen utan personlig adressering kan vara att intresset för den minskar. ”Lägg den ut i gemensamma personalutrymmen får tidningen i allmänhet inte samma angelägenhetsgrad.”⁸⁰ Palm menar att kommunikation alltid förekommer i en kontext som har en direkt inverkan på innehållet. ”Ett budskap som i en situation tas emot och fungerar bra blir fullständigt misslyckat i en annan.”⁸¹ Palm diskuterar att en personaltidning som distribueras till arbetsplatsen är ett mindre kostsamt alternativ än att adressera tidningen hem till de anställda. Hemadressering kan innebära att tidningen inte blir läst, då den lätt kan glömmas bort. Finns personaltidningen endast att få tag i på arbetsplatsen fungera som en intresseväckare för vissa ämnen och som samtalsöppnare i kafferummet, vilket är bra för att personalen ska interagera och diskutera.

Personaltidningen är företagets ansikte och när tidningen distribueras till hemmet kanske det är speciellt viktigt att ha ett snyggt ansikte. Något man kan upptäcka genom att studera personaltidningar är att de tidningar som distribueras till hemmet har en mer genomarbetad yttre form.⁸² Blir personaltidningen för snygg kan detta ha en motsatt effekt på den interna marknadsföringen. Tidningens utformning bör stämma överens med och spegla organisationens identitet och kultur för att verka trovärdig.⁸³ Trovärdigheten är mycket viktig för att personaltidningen ska uppfattas som läsvärd.

Läsarna vill ha snabb och aktuell information. Detta kan uppfattas som lite motsägelsefullt då utgivningarna blir glesare och nyheterna därigenom mer inaktuella. Med aktuella nyheter menar man istället en nyhet som hänt men som läsaren ännu inte tagit del av. Den interna nyheten har inte samma krav på sig som en nyhet i en morgontidning som behöver vara dagfärsk. Den interna nyheten har längre levnadstid.⁸⁴

⁸⁰ Ibid

⁸¹ Palm & Windahl 1989: 16

⁸² Strid 1999:71-72

⁸³ Ibid.74

⁸⁴ Ibid.70 -72

Palm ställer sig mer kritisk till den längre livstiden på interna nyheter. Han menar att det är svårt att "tidstimea" innehållet i personaltidningar, då de ofta utkommer med långa mellanrum. Primärt utkommer endast fyra gånger per år, men den har inte heller som avsikt att fungera som en snabb nyhetskanal. Detta kan få en del av innehållet att ibland verka inaktuellt, vilket kan dra ner det allmänna intrycket av tidningen. Dock löser många organisationer denna problematik med komplement till personaltidningen genom att ha en snabbare kanal som intranät eller liknande. Personaltidningen får istället verka som en långsam kanal.⁸⁵ En annan anledning till att mer och mer gå över till intranät och slopa personaltidningarna handlar om den kostnad en personaltidning medför i form av tryck, foto och layoutkostnader. Strid menar dock att överläggningen från papper till datorer inte minskar tryckkostnaderna för organisationerna, snarare tvärtom. Många upplever det svårt att läsa mycket information på en skärm och kanske skriver ut materialet istället, om de ens är intresserade av att läsa det.⁸⁶

4. Metod

I detta kapitel motiveras vårt val av kvalitativ metod och användandet utav fokusgrupper diskuteras. Det kommer även att redogöras för urval, tillvägagångssätt och genomförande. Utformandet av intervjuguide samt transkribering och analysarbete beskrivs också. Detta kapitel kommer att avslutas med en diskussion kring huruvida vår studie uppnått validitet och reliabilitet.

4.1 Kvalitativ metod

Vår avsikt med denna undersökning är att förstå vad personalen tycker om personaltidningen Primärt och vad de anser skulle gå förlorat vid en eventuell nedläggning. För att undersöka detta har vi valt att arbeta med en kvalitativ metod, närmare bestämt med fokusgrupper. När man vill förstå olika synsätt kring ett fenomen lämpar sig kvalitativa metoder bäst.⁸⁷

Anledningen till att vi valt bort att göra en kvantitativ undersökning, trots att det är en såpass stor organisation, är för att vi vill förstå vad personalen tycker. En kvantitativ undersökning hade gett oss information utifrån fasta svarsalternativ som vi på förhand hade ställt upp. Det var något vi ville undvika eftersom vi i dagsläget inte har någon större förförståelse för vad personalen egentligen tycker om sin personaltidning. Vår brist på förförståelse gör att det lätt kunnat bli så

⁸⁵ Palm 1989: 16

⁸⁶ Strid PM/Undersökning om intranätets funktioner – 2011

⁸⁷ Trots 2005:14, Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud 2007:289

att vissa åsikter "frost inne", eftersom enkäter endast tillhandahåller fasta svarsalternativ.⁸⁸ Detta vill vi undvika genom att använda oss utav kvalitativ metod, vilket främjar att personliga tankar kommer upp till ytan, "samtalsintervjuundersökningar ger goda möjligheter att registrera svar som är oväntade."⁸⁹

4.2 Fokusgrupp

Vi har inte som avsikt att kartlägga åsikter utan vi vill förstå och kategorisera de olika synsätt som finns kring vårt undersökningsobjekt, personaltidningen Primärt. Genom att använda oss av ett antal fokusgrupper bestående av cirka fyra personer, kan vi kalla vår metod för en kvalitativ fåfällsstudie. För att motivera denna typ av undersökning får vi utgå från att det finns ett fåtal sätt att se på det fenomen som vi har för avsikt att undersöka. Alltså inte lika många synsätt som det finns människor i organisationen, då de har över 1700 anställda.

Fokusgruppsundersökningar styrs mer eller mindre av en moderator. Det är dock moderatören som kan bli tuvan som välter lasset vid denna typ av undersökning. Har moderatören exempelvis fördomar gentemot gruppen den intervjuar, kan det leda till förödande konsekvenser för studien. Detta försökte vi undvika genom att vi var två personer som medverkade vid alla undersökningar, en moderator och en observatör. Moderatören ska i så stor utsträckning som möjligt inte påverka samtalet, förutom att tillhandahålla gruppen de ämnen och frågor som ska diskuteras. Den har även som uppgift att vara uppmärksam på att alla i gruppen ska komma till tals så att inte samtalet domineras av en och samma person.⁹⁰ Observatörens roll är att sköta omkringsysslor, samt att skriva anteckningar om det sociala samspelet. Observatörens arbete är viktigt då denne person kan ha iakttagit och uppmärksammat andra saker än moderatören.

Fokusgrupper skiljer sig från traditionella intervjusituationer, där det förväntas att respondenterna ska svara på intervjuarens frågor. I en fokusgruppsundersökning tenderar moderatorns roll att bli mindre auktoritär än vid en traditionell samtalsintervju. Vilket är positivt då deltagarnas tankar får ta större utrymme, eftersom avsikten med studien är att tillförskaffa sig förståelse för deltagarnas livsvärld och synsätt.⁹¹

Vid en fokusgruppsundersökning befinner sig moderatören i den kontext där samtalet utspelar sig. Detta faktum kan bidra till djupare förståelse för hur materialet ska analyseras. Forskaren får en

⁸⁸ Wibeck 2010:151

⁸⁹ Esaiasson m.fl. 2007:283

⁹⁰ Wibeck 2010:152

⁹¹ Esaiasson P, Gilljam M, Oscarsson H, Wängnerud L 2007:362-364, Kvale 1997:13, Wibeck 2010:11

chans att se det sociala samspelet, kroppsspråk med mera som kan ge indikationer på vad personerna faktiskt tycker. Denna dimension går man helt miste om då man exempelvis genomför enkätstudier och inte träffar deltagarna ansikte mot ansikte.⁹²

Rekommendationer finns kring att gruppen inte ska vara större än att alla deltagare kan ha ögonkontakt med varandra.⁹³ Storleken på grupperna ska vara mellan fyra och sju personer för att alla ska kunna komma till tals.⁹⁴ Fokusgrupper bör inte vara så pass stora att deltagarna känner sig helt anonyma. De ska inte heller vara så små att samtalet blir för intimt. Klimatet ska upplevas som tillåtande och avslappnat. Vi hade som mål att ha tre stycken fokusgrupper med fyra till sex deltagare i varje. Då vår undersökning handlar om att samla in synpunkter om en tidning, passar det enligt Wibeck bra med mindre fokusgrupper.⁹⁵

Fokusgruppsundersökningar visade sig vara ett bra recept för att komma fram till nya idéer och tankar.⁹⁶ Metoden är bra när man vill belysa ett fenomen utifrån olika vinklar, olika gruppmedlemmar har olika åsikter. Den öppna dialogen är en förutsättning för att det ska bli fruktsamt att genomföra en fokusgruppsundersökning. Alla bör känna sig bekväma i situationen så att de vågar uttrycka sina åsikter utan att vara oroliga för att bli stigmatiserade eller bortgjorda av eller inför gruppen.

Kvale menar att denna metod kan leda fram till intervjuuttalanden som kanske inte hade framkommit om inte gruppdeltagarna interagerat med varandra. Det gäller dock att lyckas med sammansättningen av en fungerande fokusgrupp för att interaktion ska uppstå deltagarna emellan.⁹⁷ En fokusgruppsundersökning kräver att det är en relativt jämn maktbalans i gruppen. När man ska sätta samman en fokusgrupp är det först och främst viktigt att deltagarna har något gemensamt.⁹⁸ I vårt fall jobbar alla deltagare inom samma organisation och undersökningen behandlar deras gemensamma personaltidning.

4.3 Intervjuguide

Utifrån våra frågeställningar och den förförståelse som vi inskaffat oss har vi framställt en intervjuguide. För att undvika onödigt krångliga formuleringar har vi genomfört provintervjuer

⁹² Wibeck 2010:24,149

⁹³ Ibid.63

⁹⁴ Kvale 1997:97

⁹⁵ Esaiasson m.fl. 2007:188-189, 284, 366, Wibeck 2010:68

⁹⁶ Wibeck 2010:51

⁹⁷ Esaiasson m.fl. 2007:283, 346f, Kvale 1997: 263

⁹⁸ Esaiasson m.fl.2007:366

och därefter korrigerat våra frågor ytterligare.⁹⁹ Trots dessa provintervjuer upplevde vi ändå efter första genomförda fokusgruppen att ytterligare korrigeringar behövdes för att intervjuguiden skulle vara funktionell och tillräcklig. Efter att vi genomfört vår första fokusgrupp upptäckte vi att fokus hamnade på fel frågor. Anledningen till att vi fick korrigera våra frågor berodde på att personerna i gruppen hade många och starka åsikter kring vårdvalet, vilket inte låg i vårt intresse att undersöka på djupet. Därför kortade vi ned frågorna som rörde vårdvalet, för att vi enbart skulle få övergripande bild kring det ämnet. Genom att vi vid varje fokusgruppsstillfälle var två personer, kunde vi hjälpa varandra att guida deltagarna framåt i samtalet utan att ställa ledande frågor eller ge ledande förklaringar.

För att ta reda på hur vi skulle utforma frågorna till vår intervjuguide behövde vi skaffa oss en överblick på hur organisationen såg ut, samt kunskap kring Primärts syfte och innehåll. Vi genomförde en informantintervju med informationschefen Lena Lundberg på Primärvården Göteborg. Hon delgav oss basfakta om både organisationen, tidningen och om problemet de vill ha hjälp med att undersöka. Dessutom genomförde vi en kortare innehållsanalys på fem nummer av personaltidningen. Att vi gjorde ett så pass noggrant bakgrundsarbete underlättade utformandet av intervjuguiden.

För att kunna undersöka vad personalen faktiskt tycker har vi valt att ställa beteendefrågor mot attitydfrågor. Det är en sak att säga att man läser tidningen, men en annan att verkligen ha reflekterat över innehållet. Vi ställde läsarnas attityder mot deras beteende genom att ställa olika frågor om samma företeelse. Exempelvis frågade vi först "Läser du Primärt"?, vilket besvarar vad läsaren faktiskt gör, om den läser tidningen eller inte. För att täcka in attityden hos läsaren ställde vi frågor som visade hur läsaren förhöll sig till tidningen. Exempelvis genom att fråga hur, när och var de läser den. På så vis kan vi utläsa om läsarens attityd stämmer överens med dess beteende.

Intervjuguiden är uppdelad i fyra olika teman; kultur och identitet, organisation, internkommunikation, samt personaltidningen Primärt. Målet vid fokusgruppsstillfällena var att alla deltagare skulle känna sig så pass avslappnade att de ville delge sina tankar. Inledningsvis bad vi exempelvis deltagarna att beskriva sin egen arbetsplats, för att på så sätt komma igång med

⁹⁹ Ibid.298- 302

samtalet. Dessa inledande frågor hade för avsikt att låta deltagaren tänka och uttrycka sig om sin egen verklighet utan att moderatorn skulle ha speciellt stor påverkan på samtalet.¹⁰⁰

4.4 Urval

Tidningen Primärt vänder sig till alla yrkeskategorier inom Primärvården Göteborg och detta borde reflekteras i vårt urval för fokusgruppsintervjuerna. Urvalet kan ha varit avgörande för hur fokusgrupperna fungerat. Vi har funderat mycket kring hur vi skulle göra urvalet i en sådan stor organisation som Primärvården Göteborg. Då det är många anställda och yrkesgrupper inom organisationen, samt att det finns en tydlig hierarki som vi behövde ta hänsyn till. Esaiasson med flera menar att man för att ha en chans att fånga in deltagarnas synsätt ska följande kriterier uppfyllas: deltagarna bör vara främlingar för intervjuaren, få till antalet och inte "subjektiva" experter. De bör även finnas en maximal spridning inom urvalet för att intensitet ska uppstå.

Uppdragsgivarens önskemål var att få så stor spridning som möjligt i fokusgrupperna. En stor spridning kan resultera i många intressanta infallsvinklar, men medför också ett antal riskfaktorer. En av dessa risker skulle kunna vara att en ojämn maktbalans i gruppen uppstår, då vissa yrken inom organisationen har högre status än andra. Obalansen i maktordningen är en riskfaktor som kan motverkas genom att vi som moderatorer är medvetna om dessa risker och att vi således ser till att alla får komma till tals lika mycket under samtalets gång.

Kriterierna vi hade för att utformningen av våra fokusgrupper skulle innehålla stor spridning var att nyanställda, gamla veteraner och olika yrkesgrupper skulle delta. Spridningen ska dock finnas på en och samma arbetsplats. Arbetsplatserna i sin tur får även de gärna skilja sig mycket åt i både storlek och i geografisk placering. Kontakten med deltagarna gick till som så att vår uppdragsgivare kontaktade potentiella enheter och dess chefer som fick vidarebefordra informationen till sina anställda på respektive enhet. De anställda som var intresserade av att medverka fick anmäla sitt intresse till oss. Därefter satte vi samman grupper av två till fem personer på varje enhet. På grund av att personalen själva fick anmäla sitt intresse undvek vi att någon skulle känna sig tvingad till att delge sina åsikter. Hela undersökningen har byggts på att det funnits ett engagemang och en frivillighet till att medverka i vår studie.

Anledningen till att vi valt att genomföra våra fokusgrupper på tre olika arbetsplatser inom organisationen är för att arbetsplatssammanhållningen kan bidra till att samtalet flyter lättare, då

¹⁰⁰ Esaiasson m.fl. 2007:298- 299

deltagarna är vana att kommunicera med varandra. Man hade också kunnat valt att sätta samman personal från olika arbetsplatser men då finns risken för att samtalsklimatet inte blir lika avslappnat och tryggt för de som medverkar. Det var heller inte praktiskt genomförbart i förhållande till vår tidsram.

Genom vårt urval, som är ett strategiskt urval, kan inte vår urvalsgrupp ses som representativ för hela organisationen. Däremot kan vi säga något om de åsikter och synsätt som vi fått fram genom våra fokusgruppsundersökningar och dessa kan tänkas vara representativa för närliggande personers åsikter inom organisationen.

För att uppnå teoretisk mättnad i vår empiriska undersökning krävs det att vi kan utkristallisera olika typer av synsätt kring vårt undersökningsobjekt. Dessa synsätt är baserade på olika individers åsikter och tankar om personaltidningen Primärt.¹⁰¹ Vi upptäckte att det fanns ett visst antal förhållningssätt och tankar kopplat till vårt undersökningsobjekt och dessa bekräftades gång på gång efter att vi samtalat med de tretton personer som medverkat i vår studie, vi hade uppnått mättnad.

Vid våra fyra olika fokusgruppsstillfällen har vi enbart fått chansen att prata med kvinnor som är verksamma inom Primärvården Göteborg. Dock har de varierat i vilka arbetsområden de har arbetat inom. De flesta av dessa kvinnor har varit i fyrtioårsåldern, vissa yngre och vissa äldre. Det varierar även i hur länge deltagarna har arbetat inom organisationen och var de arbetar geografiskt. De yrkesgrupper vi har i vårt urval är, sjukgymnaster, kanslist, arbetsterapeut, kurator, sjuksköterska på mödravårdscentral, sjuksköterska på barnavårdscentral och sjukvårdsrådgivare.

4.5 Genomförande

Vi har genomfört en strukturerad fokusgruppsundersökning med en tydlig riktning och förutbestämda frågor. När vi åkte ut på arbetsplatserna var vi alltså två personer, en moderator och en observatör. Uppdelningen av ansvar, att moderatören leder fokusgruppsamtalen och att observatören sköter allt runt omkring, fungerade väldigt bra. Det gav den person som hade moderatörens ansvar möjlighet att fokusera helt på gruppen och på samtalet.

¹⁰¹ Kvale 1997:97

Vid det första tillfället hade vi svårigheter med att få ihop en fokusgrupp på minst fyra personer på grund av tidsbrist på den valda enheten. Detta ledde till att vi fick anpassa oss och genomföra två intervjutillfällen med två personer vid varje tillfälle på samma arbetsplats. Detta på grund av tidsbristen som rådde på arbetsplatsen¹⁰² då det var svårt att avsätta fyra anställda samtidigt till vårt förfogande. Vi var oroliga att det skulle påverka vårt resultat, då det inte är önskvärt med en så pass liten fokusgrupp eftersom det kan påverka samtalsklimatet. Vi upplevde dock att deltagarna kunde diskutera sinsemellan utan problem, det kändes mer som fokusgruppsstillfällen än som djupintervjuer. Vi kan inte veta ifall vi fått mer spinn på samtalen om vi fått samtala med alla fyra på en gång. Det enda vi kan säga är att vi upplevde att vi fick ta del av deltagarnas synsätt och åsikter även vid dessa gruppsamtal.

När gruppdeltagarna kom in i rummet bad vi dem att sätta sig i en samlad grupp så att alla skulle kunna se varandra i ögonen.¹⁰³ För att få igång samtalet lät vi var och en besvara samma fråga i tur och ordning, frågan var om de kunde berätta lite om sig själva och sin arbetsplats. När de kom igång och pratade om arbetsplatserna startade interaktionen i grupperna och vi kunde sedan ställa resterande frågor med god respons från alla deltagarna. Vi lade även ut några nummer av Primärt på bordet som de direkt började bläddra i. Tidningarna lade de sedan ifrån sig när vi började prata om organisationen, men när vi började prata om Primärt tog det upp varsin tidning igen och bläddrade och pratade samtidigt.¹⁰⁴ Tidningarna hjälpte till att få samtalen att flyta, deltagarna hittade exempel i tidningarna som underbyggde deras argument och åsikter. Det kändes som att det var ett effektivt sätt att få dem att slappna av och våga uttrycka sina tankar. Med hjälp av stimulusmaterialet kunde de visa upp och illustrera sina tankar för att sedan gå vidare och reflektera mer djupgående.

I en grupp på två till fem personer som alla jobbar på samma arbetsplats kan rollerna vara tydligt etablerade. I vissa grupper märktes detta av, vissa var exempelvis mer talföra än andra. Överlag anser vi att de grupper vi mötte hade en god gruppdynamik. Ett generellt drag som vi upptäckte var att de som pratade mest var de som hade arbetat längst inom organisationen. Detta var inte något som verkade störa de andra i gruppen, då de ändå vågade flika in och säga om de hade några andra åsikter i frågorna. Maktbalansen kändes relativt jämn och tillåtande i alla grupper och samtalen fylldes med kreativa idéer, diskussioner och skratt.

¹⁰² Wibeck 2010:51

¹⁰³ Kvale 1997:97

¹⁰⁴ Wibeck 2010:79, 107

4.6 Efterarbete

Vi är medvetna om att det finns en risk för att bli generaliserande i efterarbetet, för att undvika detta har vi arbetat på ett systematiskt noggrant sätt som är viktigt för att få fram tillförlitliga resultat.¹⁰⁵ Direkt efter varje fokusgruppsstillfälle jämförde moderatorn och observatören sina intryck och tankar.¹⁰⁶ Därefter påbörjade moderatorn och observatören arbetet med att transkribera samtalen. Eftersom att transkribering är ett tidskrävande jobb, valde vi den transkriberingsnivå som kändes mest anpassad efter vårt syfte med fokusgrupper. Som tidigare sagt ville vi utläsa olika typer av åsikter kring det ämne vi studerar, och inte fastna alltför mycket i detaljer såsom tankepauser och socialt samspel. Därför var en enklare form av transkriberingsmetod bäst för oss, där vi enbart dokumenterar det som sägs. Genom att göra en skriftnormerad transkription, det vill säga en transkribering med fullständiga meningar, vill vi kunna återge den huvudsakliga kärnan i vad som sagts. Exempelvis har vi bortsett från mellanord som inte tillför resultatet någon djupare innebörd.¹⁰⁷

När samtliga fokusgruppsstillfällen var transkriberade började arbetet med att tematisera allt material efter våra frågeställningar. Första steget i vår analys innebar att vi påbörjade ett protokollskrivande utefter våra transkriberingar. Vi kodade det insamlade materialet med hjälp av färgmarkeringar. Syftet var att kategorisera och utforma ett protokoll efter de fyra teman från vår intervjuguide. Därefter påbörjades ett jobb på whiteboardtavla med att kategorisera in allt material under våra frågeställningar. Vi sällade och förde enbart in sådant material som vi ansåg vara användbart för att besvara studiens syfte. Exempelvis valde vi att inte ta med material där deltagarna själva kommer in på andra ämnen som vi inte hade för avsikt att studera.

Vi har alla i gruppen varit medverkande i arbetet med kodning, tematisering och analys för att inte gå miste om något användbart och för att undvika eventuella feltolkningar. Man upplever och lägger märke till olika saker vid ett fokusgruppsstillfälle och för att tolkningen ska bli rättvis och korrekt har vi alla diskuterat innehåll och kontext. Vi har alltså alla varit delaktiga i olika roller vid olika fokusgruppsstillfällen, och har allesammans analyserat och protokollfört vårt material.

¹⁰⁵ Wibeck 2010: 106

¹⁰⁶ Wibeck 2010:57,89

¹⁰⁷ Wibeck 2010:93-96

4.7 Validitet och reliabilitet

Validitet är huruvida vi undersökt det vi hade för avsikt att undersöka. Validitetsbegreppet skulle även kunna bytas ut mot begreppet trovärdighet, det vill säga hur trovärdig tolkningen är av det som är observerat. För att studien ska vara trovärdig och uppnå validitet ska syftet uppfyllas och frågeställningarna besvaras. För att uppnå validitet krävs det alltså att våra svarspersoner förstår oss och de frågor vi ställt, samt att vi lyckas att förstå deras svar. Vi anser att vi lyckats besvara och uppfylla både våra frågeställningar och vårt syfte och har på så vis uppnått validitet i vår studie.

Vi har inte haft som avsikt att kunna kartlägga eller generalisera våra resultat, utan vi vill finna ett antal synsätt som finns kring personaltidningen Primärt. För att lyckas med detta har vi valt att arbeta med en kvalitativ metod, fokusgrupper. Genom fokusgrupperna avsåg vi att komma åt målgruppen för personaltidningen Primärts tankevärld.¹⁰⁸

Det finns faktorer som kan ses som risker för studiens trovärdighet, exempelvis att deltagarna inte ger en rättvis och äkta bild av de ämnen som diskuteras på grund av eventuellt gruppträck eller sociala koder inom gruppen. Ytterligare ett hot mot studiens validitet kan vara att personerna i gruppen inte känner sig trygga i den miljö där fokusgruppsessionen utspelar sig. Detta har vi försökt undvika genom att hålla fokusgruppsamtalen på deltagarnas egna arbetsplatser, för att på så sätt skapa en så trygg och igenkännande miljö för dem som möjligt.¹⁰⁹ De som deltagit är som minst bekanta med varandra till utseendet. Därigenom anser vi att vi ansträngt oss för att minimera nämnda risker.

För att validitet ska uppnås krävs det även att upphovspersonen till studien har ett kritiskt synsätt och förhållningssätt till sin studie. Som upphovsperson bör man klä sig rollen som djävulens advokat under arbetes gång för att ständigt ifrågasätta sina slutsatser och resultat. Svårigheter med fokusgrupper är att veta om svarspersonerna är ärliga i sina svar, detta är ett ständigt dilemma. Dock måste vi utgå från att svarspersonerna har delgett oss sanningen eftersom de själva på frivillig basis valt att ställa upp i vår studie.

För att studien ska uppnå reliabilitet krävs det att samma studie ska kunna genomföras vid andra tillfällen och att de senare studiers resultat ska bli liknande. Detta medför att studien måste vara

¹⁰⁸ Esaiasson m.fl. 2007:289, Wibeck. 2010:147

¹⁰⁹ Wibeck 2010:144-145

transparent och att alla steg är tydligt redovisande så att undersökningen skulle gå att genomföra igen av andra forskare.¹¹⁰

Vår kvalitativa studie bygger på fokusgruppsintervjuer och bearbetningen av det empiriska materialet som insamlats. Kvalitativa metoder medför vissa risker, såsom feltolkningar och tekniska missöden. För att minimera riskerna och stärka reliabiliteten har vi exempelvis genomfört provintervjuer, gjort ljudupptagningar och varit två personer vid varje fokusgruppsstillfälle.

Genom att vara två personer vid varje fokusgruppsstillfälle kan vår studies tillförlitlighet stärkas. På grund av att vi alltid varit två som medverkat har vi kunnat diskutera våra upplevelser av samtalet, både innehållet och interaktionen för att ha goda möjligheter att kunna göra en korrekt och rättvis analys av det insamlade materialet. Observatören som till största del iakttog samtalet har kunnat fånga upp det som moderatorn lätt kan ha missat då dennes uppgift enbart var att styra diskussionen och se till att alla kommer till tals. Alla fokusgrupper har dessutom spelats in för att vi sedan ska kunna gå tillbaks i materialet om det är något som vi inte har tolkat på samma vis. Detta är bra både för att undersöka att vi alla tolkat uttalanden och innebörden på samma vis.

För att komma åt deltagarnas tankevärld utformade vi vår intervjuguide, vårt mätinstrument, utefter teorin som täcker in alla de områden som vi bör känna till och vara medvetna om för att utifrån empirin kunna utläsa Primärts betydelse för organisationen och dess personal. För att försäkra oss om att vår intervjuguide var funktionell, det vill säga om den täckte in de frågor vi ämnade att besvara genomförde vi ett antal provintervjuer. Därefter korrigerade vi intervjuguiden ytterligare för att få ett mer precist mätinstrument. Vi var alla nybörjare på att hålla i fokusgrupper och provintervjuerna var på så vis även förberedande för oss inför hur det känns att sitta i rollen som moderator för en sådan form av diskussion.

Vid genomförandet av en fokusgrupp är det många saker som påverkar hur resultatet blir. Moderatoren har en viss påverkans effekt på samtalet och maktbalansen som uppstår eller redan finns i gruppen är ytterligare en påverkansfaktor.¹¹¹ Dessutom var vi nya i rollen både som observatör och moderator vilket också kan ha påverkat resultatet och förmågan att ställa relevanta följdfrågor som inte var ledande. Övning ger verkligen färdighet.

¹¹⁰ Wibeck 2010:143

¹¹¹ Wibeck 2010:152

5. Analys och resultat

Nu är vi framme vid uppsatsens resultat- och analysdel. Kapitlet är främst uppdelat efter våra tre frågeställningar. Inledningsvis kommer vi att ge en beskrivning av vad respondenterna hade för syn på organisationsidentiteten och på sin roll i organisationen. Vi var intresserade av att få veta huruvida de kände sig som en del av den stora organisationen Primärvården Göteborg då personaltidningens huvudsakliga syfte är att skapa sammanhållning enheterna emellan. Slutligen i detta kapitel kommer vi även att ge en sammanfattning av våra resultat innan vi går vidare till slutdiskussionen. Vi har i vår analys valt att numera personerna med siffror av anledningen att de är lovade konfidentiellt, vi är heller inte intresserade av att koppla åsikter till någon specifik person.

5.1 Identitet – tillhörighet till organisationen

Beroende på hur de anställda presenterar sig kan vi utläsa huruvida de känner tillhörighet till organisationen. Den personliga presentationen varierar beroende på profession och var de arbetar, de allra flesta identifierar sig främst med sin titel. Detta är något som överensstämmer med Alvessons forskning, han menar att de flesta identifierar sig endast med sin yrkesroll och inte med hela organisationen.¹¹² De flesta vi talat med tycker att det är svårt att känna sig delaktiga i den stora organisationen Primärvården Göteborg.

Person 4:

”Jag tror inte alla vet vad Primärvården är. Om jag skulle säga till någon att jag jobbar inom Primärvården så skulle nästa fråga vara, -jaha, vad är det!?”

Många uttrycker en stolthet för att vara en del av en så pass stor och väletablerad vårdinstitution.

Person 8:

”Jag tror att man tänker på trygghet, att det är en trygghet att gå till Primärvården. Att det har funkad innan och att det är seriöst.”

Deltagarna uttrycker att det ibland är svårt att kommunicera ut en gemensam identitet. Samt att identifiera sig med Primärvården, då varken allmänheten eller ibland ens de själva vet vilka enheter som ingår i organisationen.

Person 9:

¹¹² Alvesson 1992

”Sen har jag fått den känslan att många patienter förknippar primärvården med vårdcentral, och när jag säger att jag jobbar på Rehab, säger många ”jaha vad är det då, är ni på vårdcentralen då?” När jag säger då, jag är på en fristående enhet.”

Ovanstående kan ses som ett exempel på hur extern och intern kommunikation behöver samverka för att uppnå en sammanhållen organisationsidentitet. För att medarbetarna ska prata om och se sig själva som en del av Primärvården Göteborg, måste även allmänheten också få förståelse för vad primärvård faktiskt innebär. Genom effektiv organisationskommunikation, både extern och intern kan en sammanhållen bild av Primärvården Göteborg skapas.¹¹³

5.2 Vad tycker personalen om sin personaltidning Primärt?

För att ta reda på vad personalen tycker om personaltidningen Primärt ställdes frågor om innehåll, distribution, layout och allmänna åsikter kring tidningen. Fokusgruppsdeltagarna läser eller bläddrar igenom tidningen när de får syn på ett nytt nummer. De flesta läser tidningen när de har lite tid över, i väntan på något möte eller då de sitter ensamma i fikarummet. Vissa hade svårt att säga exakt i vilken utsträckning de läste tidningen, de kunde ge relativt vaga svar; medan andra var mer på det klara med sin användning av tidningen.

Person 3:

”Jag brukar nog alltid läsa den tror jag”

Person 5:

”Jag bläddrar alltid minst en gång när jag ser att den har kommit.”

Det finns en viss spridning på åsikterna vad det gäller personaltidningen Primärt, trots att alla utav de anställda vi pratade med på något sätt tog del av Primärt. De fanns dem som var mycket positivt inställda till tidningen och de som var mer negativa.

Person 6:

”Jag tycker det är roligt att läsa den.”

Person 8:

”Den är väldigt fin tycker jag och den är lättläst och man får en direkt bild av vad den handlar om.”

Person 3:

¹¹³ Strid 1999

”Jag tror inte att om man gick ut och frågade folk vad det stod om i senaste Primärt så tror jag inte att det är så många som kan svara på det.”

Något som framträdde var att det ofta fanns skillnad i attityd och beteende. Exempelvis så var vissa av dem som var negativt inställda ändå frekventa läsare av tidningen. Det fanns även de som uppvisade en väldigt positiv hållning till Primärt men som sa att de bara ögnade igenom den ibland ifall den råkade ligga framme. Vad det gäller det innehållsmässiga var de flesta överens om att det finns mer att önska. Personalen saknar vardagsskildringar, de vill ha både positiva och negativa verksamhetsbeskrivningar. Personalens verklighet är inte odelat positiv, vilket de också vill skall uppmärksammas i deras tidning.

Person 8:

”Det känns inte riktigt äkta annars, man köper det några gånger men sen tänker man, så här bra kan det inte vara.”

Om personalen upplever att tidningen inte speglar deras vardag, är det svårt att uppnå personifiering och nyhetsavståndet blir således stort. Vissa uttryckte, som citatet ovan illustrerar, en känsla av oäkthet kopplat till Primärt, då den endast lyfter fram lyckade exempel. Enligt Strid bör även misslyckanden behandlas i en personaltidning för att den ska framstå som trovärdig¹¹⁴. En fokusgrupp som vi träffade visade upp ett nummer av Primärt där rubrikerna uteslutande var i positiva ordalag.

Person 1:

”Det är ju propaganda, titta vad duktiga vi är här”

Person 2:

”Den borde ju ha kommit till kunderna om man säger så, till patienterna, inte till oss.//...//Personalen har ju inte nått värde att detta.”

Person 1:

” Det står aldrig något som behöver lyftas upp, eller diskuteras. Det finns aldrig en diskussion. Ingen dialog alls...”

Även de fokusgruppsmedlemmar som var nöjda med Primärts innehåll i dagsläget lyfte fram debatt som något som skulle kunna öka läsvärdet ytterligare. En anställd berättade om att hennes verksamhet stötte på mycket strul då de startade upp och att deras problem lyftes upp mer i Göteborgs Posten än i den egna personaltidningen, vilket kändes konstigt. HR-perspektivet som vi beskrivit i vårt teorikapitel, lyfter upp de anställdas engagemang som en viktig tillgång i organisationer, de talar om att satsningar på personalen skall ses som investeringar och inte som

¹¹⁴ Strid 1999

kostnader. De uppmanar organisationer att satsa på att förstå och reagera på de anställdas åsikter. Genom att lyfta in forum för debatt och insändare i personaltidningen kan organisationsledningen ta del av personalens attityder och åsikter mer frekvent. Att de anställdas åsikter lyfts fram och tas tillvara har också en motiverande effekt, lyfts deras verkliga åsikter fram ökar ofta engagemanget för den egna organisationen.¹¹⁵

Även diskussioner om arbetsmiljöfrågor, tankar och idéer inför nya omställningar är något som deltagarna är överens om att Primärt måste bli bättre på att behandla. De läser allra helst innehåll som behandlar sin egen professions arbetsuppgifter eller om det som ligger geografiskt nära. Många av deltagarna poängterade dock att de tycker det är viktigt att ta del av vad andra anställda och enheter arbetar med, vilka projekt som är på gång och så vidare.

Person 12:

”Nyheter om andra verksamheter, om någon ska flytta, vad som är på gång, olika projekt eller vad har man för tankar framöver, vad ska man satsa på...”

En del upplever tidningen som mer samhörighetsstärkande än andra. Exempelvis Rehab som är en organisation ”utanför” vårdcentralerna, känner sig i allmänhet inte så inkluderade i den stora organisationen och var därför väldigt noggranna med att ta del av nyheter om andra enheter. Många lyfte fram att Primärt informerar dem om förändringar och om enheter som de inte visste fanns inom den egna organisationen.

Person 4:

”Primärt är ju med där det så att säga händer något.”

Person 3:

”Ibland kan man ju få reda på sånt som man inte visste att det fanns, och det kan man ju ha nytta av...”

5.2.1 Layout

Många anställda ansåg att layout kan vara väl så viktigt som innehållet. Vi hade med stimulusmaterial i form av både gamla svartvita versioner av Primärt och nya i färg med mer bilder i, vilket satte igång många bra debatter om visuellt uttryck.

Person 5:

”Jag har nog börjat läsa tidningen på senare år, och varför det förstår jag ju nu.”

¹¹⁵ Bolman & Deal 1995

I samtalen kring layout fick vi exempel på att fokusgruppsdiskussioner passade bra just då man utvärderar tidningar precis som Wibeck¹¹⁶ hävdar. De anställda kunde diskutera med varandra och komma fram till egna åsikter och nya tankar.

Person 10:

”Men det är klart den kanske inte ska vara roligt heller, allt kan ju inte vara roligt hela tiden”

Person 13:

”Nej, men det måste ju vara inspirerande, så att du vill läsa den, och tänka oj vad är det här för spännande”.

Person 10:

”Ja! Inspirerande ja, istället för roligt, det var ett mycket bättre ord”

Någon uttryckte sig som så att Primärt ser ”kommunaltrist” ut, och att de ville ha mer ”läckra” bilder i tidningen. Det är viktigt att det finns en balans, tidningens uttryck måste spegla organisationen. Detta är viktigt då det även fanns vissa inom personalen som ansåg att tidningen i dagsläget är ett rent slöseri av både ekonomiska och miljömässiga resurser. Att den har blankt, dyrt papper och många bilder trots att innehållet av många anses som bristfälligt och ointressant. Detta går i linje med Strids tankar om att personaltidningars visuella uttryck är viktigt. Det är som sagt en balansgång, en alldeles för snygg utformning kan minska tidningens trovärdighet. Tidningens ansikte måste spegla organisationens.¹¹⁷

5.2.2 Distribution och utgivningstakt

Det var många som ansåg att Primärts innehåll i dagsläget är lättillgängligt och roligt att läsa. Några personer tog med sig tidningen hem ifall de kände behov av att läsa om någonting på djupet. Att de enbart får tillgång till tidningen i gemensamma utrymmen betyder att de måste ha turen att få syn på den vid ett tillfälle då de har tid att läsa. Dock är det inte odelat negativt då de flesta menar att det är just vid de lediga stunderna man vill bläddra i en tidning. En av dem som brukade ta med Primärt hem var noga med att ta med den tillbaks till jobbet igen eftersom alla inte får varsitt exemplar. Det var ingen som enbart ville få tidningen hemskickad. Detta går emot Strids tankar om att hemadressering är den mest önskvärda distributionsformen av personaltidningar. Strid menar att någon form av mer personlig tillhandahållning är bättre än att tidningen enbart finns i gemensamma utrymmen. Det skapar ett starkare band mellan mottagare och tidning. Detta var något även vi märkte av i våra fokusgruppsamtal. De personer som läste

¹¹⁶ Wibeck 2010

¹¹⁷ Strid PM/Undersökning om intranätets funktioner – 2011

varje tidning direkt då den utkom, var de som fick tidningen distribuerat till sitt personliga fack. Det var också samma personer som ansåg sig snabbast kunna märka ifall tidningen skulle försvinna.

De personliga facken var något som fokusgruppsmedlemmarna var något oense om som en möjlig distributionskanal.

Person 6:

”När jag tänker efter hade jag uppskattat om den låg i mitt fack.”

Person 11:

”Nej, då är det ju lättare att ta den och läsa när den ligger på bänken”

Vissa föredrog alltså att ha tidningen utplacerad i gemensamma utrymmen, medan andra ville ha en kombination av personlig distribution och tillgång till den i gemensamma utrymmen.

Ökad kontinuitet vad det gäller utgivningen av tidningen var de flesta deltagarna positiva till. I dagsläget utkommer den som sagt fyra gånger per år. Varje nummer ligger alltså framme under relativt lång tid, cirka tre månader, och är därför för tunn för att kunna erbjuda material som ska vara läsvärt under hela den tiden.

Person 8:

”I och med att samma nummer ligger ute så länge hinner man ju tröttna”

Tidningens utgivningstillfällen är något som Palm¹¹⁸ ser som en av personaltidningens största utmaning, det är mycket svårt att ”tidstima” innehållet och få det hållbart över längre tid.¹¹⁹ De som hade en negativ attityd gentemot tidningen tyckte inte att tätare utgivning var nödvändigt, men höll med om att ifall tidningen skall utvecklas och göra nytta så borde innehåll och utgivningstider förbättras.

Person 1:

”Vill de nu göra den mer attraktiv, då måste den komma ut lite oftare också.”

En deltagare tyckte först inte att tätare utgivning skulle öka intresset för tidningen. Vid närmare eftertanke och diskussion med de övriga gruppmedlemmarna landade hon trots allt i att mer kontinuerlig utgivning skulle vara bra även rent innehållsmässigt. Hon tyckte inte att hela

¹¹⁸ Palm 1989

organisationen och de anställdas vardag representerades i tidningen i dagsläget. Ökad utgivningstakt skulle ge utrymme för mer personifiering, då fler ämnen och områden således skulle kunna täckas in.

Person 13:

”Om man nu skulle göra så att man får ut tidningen fler gånger, då kanske man ändå skulle kunna göra så att man täcker in fler områden //...// För jag menar Primärvården är ju stort.”

Heide och Falkheimer poängterar hur komplicerat det är att tillgodose olika enheter som har olika verkligheter inom en och samma organisation. Tätare utgivningar och ett mer anpassat innehåll efter mottagarnas önskemål i tidningen skulle kunna medföra att fler enheter får sin verklighet representerad i tidningen. Detta är viktigt för att alla anställda ska känna sig inkluderade i organisationen. Dessa förändringar syftar till att skapa en gemensam organisationsidentitet som alla oavsett enhet kan identifiera sig med.¹²⁰

5.3 Vad skulle personalen tycka om Primärt eventuellt lades ned?

På frågan huruvida de skulle märka om tidningen försvann svarade alla att de till en början inte skulle lägga märke till om tidningen lades ner, men att de efter en längre tid ändå skulle uppmärksamma det. Vissa skulle sakna den, andra inte.

Person 5:

”Jag skulle sakna den”

Person 4:

”Jag skulle ju inte märka det när den inte kom så att säga, men det är klart, jag skulle ju ändå kanske fundera över det efter ett tag så...”

Person 3:

”Ja, men det hade la gått ett år eller så”

Ovanstående tankar kan hänga samman med att Primärt utkommer så pass sällan som den gör, och att det i sin tur gör att läsningen av tidningen inte blir så kontinuerlig menar personalen. Deras åsikter kan också kopplas samman med att de anställda uttrycker att det inte finns så mycket innehåll som engagerar och motiverar dem till läsning, exempelvis debattsidor.

Person 12:

¹²⁰ Heide & Falkheimer 2003, Heide 2002

”Om den försvann i det tysta så hade jag nog märkt det om ett år eller så, så intressant är den nu//...//
men jag skulle nog fundera på var den fanns någonstans”

Samtidigt som många uttrycker att det skulle ta tid innan de uppmärksammar en eventuell nedläggning, så menar de att de ändå skulle sakna en viss typ av information.

Person 3:

”... fast det är klart, skulle det inte komma något annat istället... så kanske man skulle sakna något //...//
För det är ju ändå en typ av information som inte står någon annanstans så.”

Många menar att de i dagsläget inte får ta del av den typ av information som finns i personaltidningen någon annanstans. Alla ser dock inte behovet av denna typ av information lika tydligt, men då diskussionerna berörde andra informationskanaler framkom vissa åsikter.

Person 1:

”Jag tänker, det är ju lite likt våra nätverk som vi har med de andra BVC: ena, där diskuterar ju vi förändringar och vad som händer inom verksamheterna och så //...//Fast Primärt är ju lite större om man säger så, nätverksträffarna behandlar ju bara ens egen yrkeskategori”

Dock sker dessa möten väldigt sällan och de ger väldigt lite utrymme för diskussion förklarar deltagarna. En deltagare berättar att hon exempelvis till störst utsträckning diskuterar problematik inom yrket med en väninna privat som hon delar yrkestitel med.

Person 9:

”Vi har ju nätverksgrupperna, men de är ganska sällan. Väldigt sällan skulle jag säga//...// Och ofta hinner man ju bara diskutera ett ämne liksom.”

Behovet av att få utbyta tankar både inom sin profession och med andra inom organisationen är stort enligt våra fokusgruppsdeltagare. De fåtal tillfällen som idag ges genom bland annat nätverksträffar, upplevs inte som tillräckliga enligt personalen. Om Primärt skulle läggas ner skulle ännu ett forum för arbetsplatsöverskridande information försvinna.

Vid samtliga fyra fokusgruppsstillfällen har deltagarna lett in samtalet på huruvida Primärts innehåll skulle kunna överläggas till nätet och vad det i så fall skulle få för konsekvenser. De flesta är överens om att det finns det en risk att man vid en överläggning förlorar vissa medarbetare. Exempelvis de anställda som inte använder datorer mer en nödvändigt under sitt arbetspass. Ett annat exempel är sjukvårdsrådgivningen som inte är inne på det lokala intranätet lika kontinuerligt som övriga anställda inom Primärvården Göteborg. Detta menar några deltagare

från sjukvårdsupplysningen att det beror på att de har ett eget intranät som bara rör dem, och att tiden inte ger dem möjlighet att ständigt hålla koll på intranätet som täcker hela organisationen.

Person 9:

”På intranätet är det ju upp till mig att läsa, då får man ju sitta kvar en kvart extra.”

I och med den ökade konkurrensen på vårdmarknaden menar deltagarna att det har tillkommit nya riktlinjer och att det är ett snabbare tempo i det interna informationsflödet. När det ständigt pågår förändringar, är det viktigt att alla får ta del av den nya informationen. Tar man bort en kanal, måste den informationen plockas upp någon annanstans. Många deltagare uttryckte därför en oro för informationsöverflöd i andra kanaler utifall att Primärt skulle läggas ner.

Person 6:

”Att gå in och söka på nätet blir aldrig samma sak.”

Många menar att de sällar bort information fortare då de läser på en datorskärm, att de på nätet enbart söker sig till nyhetsläsning.

Person 3:

”Där läser man ju bara det nya, man behöver inte sitta och läsa det gamla”

Eftersom Primärt i dagsläget är en långsam kanal med mycket reportage skulle den alltså enligt personalen kanske inte fungera så bra i webbformat.

Som vi skrev i vårt teorikapitel menar Miller att det ligger i tiden att läsare övergår från pappersformat till mer läsning på webben. Dock måste inte en totalöverläggning från papper till webb vara det bästa, precis som våra fokusgruppsdeltagare hävdade. Likt Strid menade en del anställda att information på nätet och i papperstidningar inte behöver utesluta varandra, då det är två olika sorters kanaler.¹²¹

Person 8:

”Det ena utesluter inte det andra //...//Jag känner det att jag läser den här för att jag tycker det är kul och det är ju ett bra syfte det också. Inte för att bara få information.”

Strid skriver också att det är svårare att läsa mycket text på en skärm än på papper, och att det i sin tur kan generera i att många struntar i att läsa det som står på webben.¹²² Vissa deltagare

¹²¹ Miller 2009, Strid 2011

¹²² Strid 2011

menar också att förströelseläsning är svårare att ta sig tid till då man läser på nätet. De gav exempel på förströelseläsning så som informella aktiviteter och pensionsavgångar.

Förutom samtal kring placeringen av innehåll i olika kanaler, uttryckte vissa deltagare en oro om att de skulle hamna ännu mer ute i organisationens marginal om personaltidningen skulle läggas ned.

Person 9:

”Det skulle kännas som att vi blev.. (paus) kanske låter häftigt, men ännu mer utlämnande och isolerade.”

En deltagare illustrerade tydligt sin åsikt om hur hon tror att en nedläggning av personaltidningen kan påverka organisationen.

Person 5:

”Jag tänker att vi är ju ändå en stor familj och vi ska ju vara stolta på nått sätt för att vi jobbar inom Primärvården och är så många och det där //...//Så jag tror vi behöver ha ett bättre samarbete överlag mellan enheterna och inte vara isolerade öar. Och Primärt är ju ändå ett sätt att få veta att vi är den där stora familjen som det händer en massa inom. Hade man då tagit bort Primärt då, nå man ska jobba mer för det...”

Liksom ovanstående person är inne på, menar Alvesson att det krävs samspel för att sammanhållning och en kultur inom organisationer skall kunna utvecklas.¹²³ Trots att Primärvården Göteborg är en stor och komplex organisation, tycker många deltagare att det är viktigt att både externt och internt kommunicera en gemensam bild av hur hela organisationen ser ut.

Person 5:

”- En gemensam syn och ett brett ansikte utåt är viktigt.”

Detta går ihop med Strids tankar om varför internkommunikation är viktigt att satsa på.¹²⁴

Deltagarna talar i stor utsträckning om att möjligheten till inspiration försvinner i och med om tidningen läggs ned. Organisationer är som vi nämnt i vårt teorikapitel sociala system som kräver att människor interagerar. För att utveckla en gemensam organisationsidentitet som vår uppdragsgivare vill lyckas med, krävs enligt de teoretiker vi studerat att alla inom organisationen samspelar på något vis.¹²⁵ Många medarbetare anser att Primärt är en källa där utbyte av idéer och information mellan enheter faktiskt förekommer.

¹²³ Alvesson 1992

¹²⁴ Strid 1999

¹²⁵ Bolman & Deal 1995

De anställda menar att de kan utveckla sig själva genom att se hur andra jobbar. Framförallt nu då de möts av konkurrens om patienterna, är det viktigt att de strävar framåt för att fortsätta vara attraktiva på vårdmarknaden och gentemot patienterna.

Person 3:

”För det är ju alltid bra att prata och se hur andra gör och tänker och så, och Primärt är ju lite det, information om hur andra gör”

Person 9:

”Jag tycker det är viktigt att få inblick i alla verksamheter, inte bara från vårdcentralerna.”

Heide är också inne på samma resonemang, att det idag är viktigare än någonsin att kommunicera vad en organisation är och vad de erbjuder.¹²⁶ Detta på grund av en ökad konkurrens och snabbare förändringstakt i samhället och på marknaden. Om tidningens innehåll till större del läggs på nätet, finns risken för att gå miste om vissa medarbetare uppmärksamhet. Diskussion bland deltagarna i fokusgrupperna har behandlat ämnet om att det kanske är en generationsfråga i hur användandet av nätet ser ut. Samt att det rör sig om en tidsfråga, då de ständigt har händerna fulla med arbete och möjligheten ges inte att kolla mail alternativt intranät flera gånger om dagen.

Person 6:

”Det är ju inte så lätt att hålla på att söka sig runt inne på sådana sidor heller. Det är för krångligt, och tar för mycket tid. Det kanske istället kan ligga såhär på ett bord (pekar på Primärt).”

Person 5:

”Nä jag går bara in där (intranätet) när jag söker efter någonting. Inte för att slötitta...”

En deltagare menar att något som bör prioriteras av medarbetarna är att hålla bättre koll på intranät, mail med mera.

Person 6:

”Alltså tid ja, det kanske handlar om prioritering också?”

Medan en tredje tycker att det fungerar alldeles utmärkt med att läsa på intranätet.

Person 8:

”Jag gillar ju intranätet, för där ser jag du direkt när jag loggar in i spalten på startsidan om det dykt upp något jag inte läst. Och där kan jag då välja om jag vill läsa det eller inte.”

¹²⁶ Heide m.fl. 2005

Nyheter om andra enheter och pågående projekt skulle inte uppmärksammas, då det inte är en typ av information man själv skulle leta fram. Personalen poängterar att om tidningen läggs ner så försvinner en kommunikationskanal där man kan förmedla vilka förändringar som kommer att ske.

Person 4:

”Det har tillkommit information som är viktigt att alla håller ordning på”

Person 2:

”Här står det ju om vårdvalet, så då läser man ju det förstås”

Person 9:

”Jag tror att det är värdefullt om den bibehålls men den får gärna ändra skepnad lite grann. Mer debatt, kanske utkomma lite oftare.”

I och med att tidningen förmedlar information och inspiration, menar vissa deltagare att den hjälper till att socialisera in nyanställda i organisationen. En person som inte hade varit inom Primärvården Göteborg speciellt länge sa följande:

Person 7:

”Som jag känner så är den bra för upplysning om vad som finns...”

Om tidningen skulle läggas ned skulle således även en möjlighet till att informera nya medarbetare försvinna. Den typ av långsam information som nu finns i personaltidningen, fyller enligt Heide en meningsskapande funktion då den hjälper till att skapa en verklighet för organisationsmedlemmarna. Tidningen kan vara ett verktyg för att skapa vardagsamtal inom organisationen, som i sin tur även hjälper till att socialisera nya medarbetare. Heide menar också att detta bidrar till att skapa en gemensam organisationsidentitet som också är viktigt i den externa kommunikationen.¹²⁷

5.4 Hur kan Primärvården Göteborg vidareutveckla personaltidningen alternativt skapa nya forum som är anpassade för att stärka organisationsidentiteten?

Då Primärvården är en stor organisation, är det svårt att i identitetsbyggande kommunikation tilltala alla. Det fokusgruppsdeltagarna främst lyfter som förbättringsmöjligheter är ökad kontinuitet i kommunikationen och mer forum för debatt.

¹²⁷ Heide 2002: 31-34

Person 8:
"Det ska finnas en möjlighet för arbetstagarna att tycka till."

Avsaknaden av diskussionsmöjligheter är något som samtliga fokusgrupper pratade om. De anställda nämnde att de i dagsläget har möjlighet att kontakta primärvårdsdirektören med frågor via sitt intranät. Det förs dock ingen allmän, öppen dialog vilket efterfrågas. Även utifrån det meningsskapande kommunikationsperspektivet så är diskussion både mellan anställda, men också mellan dem och ledningen av största vikt för att uppnå en gemensam organisationsidentitet.¹²⁸

Vi kommer här nedan redovisa vad personalen har för synsätt på olika kommunikationskanaler och hur de skulle kunna användas för identitetsbyggande kommunikation inom organisationen. Detta hoppas vi ska ge vår uppdragsgivare ett underlag för hur de ska kunna jobba vidare med att antingen vidareutveckla personaltidningen eller skapa nya forum för samma typ av innehåll.

5.4.1 Primärt i framtiden

Oavsett vilken attityd deltagarna har till tidningen i dagsläget, är den övergripande åsikten att tidningen måste ändra innehåll om den ska fortleva och bibehålla deras intresse. Det främsta syftet med tidningen, att skapa sammanhållning inom organisationen, menar många deltagare är väldigt bra.

Person 3:
"Ja, det tycker jag nog. Ibland kan man ju få reda på sånt som man inte visste att det fanns..."

De flesta vill dock att Primärts innehåll skall utökas och förbättras. De allra flesta underströk att medarbetarna i Primärvården måste få tillgång till ett innehåll som speglar deras vardag på ett trovärdigt sätt.

Person 6:
"Den har vart så, allting är så himla bra och käckt, fint och rätt. Allt är bra. Det speglar inte riktigt verkligheten."

Person 9:
"Det behöver inte vara att någon håller på att bli världsmästare för att man ska åka dit, vardagen kan ju också skildras."

¹²⁸ Heide & Falkheimer 2003

De anställda vill som sagt få in debatt- och insändarsidor i Primärt, då det krävs för att öka tidningens angelägenhetsgrad.

Flera deltagare påpekade också att vårdcentralerna är de mest prioriterade enheterna i tidningen idag, att Primärt inte lyckas täcka in alla enheter trots att det finns ett behov av det. Om tidningen skulle ges ut oftare, så skulle detta problem kunna överbryggas menar vissa deltagare.

Person 9:

”Den får gärna innehålla lite mer och gärna utkomma lite tätare”

5.4.2 Mail

De allra flesta deltagare gillar att ta emot information av praktisk karaktär via mail, då det är adresserat till dem personligen. En deltagare framhöll att det ibland förekommer onödigt mycket information via mail.

Person 4:

”Det är väldigt mycket mail, jag är lite allergisk faktiskt.”

Problemet var enligt deltagaren att det inte enbart inkom sådan information som var aktuell och viktig att läsa via mail, det var även massa annat som inte hörde till jobbet. Många deltagare pratar om informationsöverflöd, att det gör att man lätt kan missa något viktigt.

Person 4:

”... för det blir ju lätt att man missar något därför, man tycker att, ja men det där har väl jag redan läst”

De flesta deltagare som sagt innan upplever att tiden är ett hinder för att ständigt ta del av den information som kommer via datorn. Oavsett om informationen är viktig eller ej, kvarstår faktum att tidsaspekten är ett problem.

Person 9:

”Det är ju av och till, vissa gånger, oj det där skulle jag ha läst, då är det liksom försent den dagen. Men ibland hinner jag med sänt”

Person 3:

”Inte under dan, då hinns det inte med.”

5.4.3 Intranät

De flesta som vi har pratat med har en positiv inställning till intranätet, dock menar de att det är enbart nya och korta nyheter man tar del av där, ingen direkt djupläsning. Enligt några var detta någonting positivt, då det går fort och lätt att ta del av den typ av snabb information som finns att tillgå intranätet.

Person 7:

”...på nätet kan man ju lägga in nya grejer in emellan och på ett vis är ju det bra. Det är mer dagsfärska grejer man kan hålla tillgodo om man får in en vana att titta på nätet.”

Teknikens utveckling ger enligt Heide och Falkheimer möjlighet till att snabbt kommunicera. De hävdar att människor idag är mer informerade än någonsin, men de ofta saknar fördjupning. Detta är något som även våra fokusgruppsdeltagare var inne på.

Person 2:

”Det är ju ganska futtiga reportage, det är ju ingen djupanalys.”

En del ställde sig då åter igen mot att det är en tidsfråga om att ta del av allting på intranätet. En deltagare menade att då kommer hon få lägga mer tid efter jobbet för att läsa det som missats under arbetstid.

Person 6:

”Ja det kanske har att göra med intranätet, men det är ju upp till mig att läsa, då får man ju sitta en kvart extra.”

En deltagare menade att det för henne som jobbade vid en dator var lättare att läsa nyheter på nätet, än att gå till personalrummet och leta rätt på tidningen Primärt för att ströläsa.

Person 10:

”Men då känner nog jag att i och med att vi jobbar via datorn så känner jag att får man då någon minut över så är det lättare att gå in på intranätet och läsa där, än att jag ska gå ut och läsa tidningen. Men det har ju med personlighet att göra, det är ju det”

De allra flesta vi träffat tycker att det vore en förlust om all internkommunikation försvann från pappersform och enbart istället publicerats på intranätet. Om de har tid över under arbetsdagen är det lättare att bläddra igenom personaltidningen istället för att leta rätt på information via webben.

Primärvården Göteborg har själva lyft fram att internet och intranätet skulle kunna vara forum där innehåll, likt det i Primärt skulle kunna lyftas in. Dock bör de ha i åtanke att den typ av innehåll som finns i Primärt är av det långsammare slaget, och att nätet lämpar sig bättre för informationssökning och snabb information. Vi kommer att ge mer konkreta förslag till vår uppdragsgivare i vår slutdiskussion.

5.5 Sammanfattning av analys och resultat

I en stor organisation som Primärvården Göteborg med sitt stora antal medarbetare, är det en utmaning att tillgodose personalen med en personaltidning som motsvarar allas intressen och som speglar allas verklighet. Genom de medarbetare vi fått möjligheten att träffa och diskutera med ute på olika arbetsplatser, har vi fått en bred inblick och förståelse för deras åsikter kring tidningen Primärt.

Personalens åsikter om Primärt har varit det övergripande samtalsämnet vid undersökningstillfällena. Innehållet i tidningen speglar idag inte verkligheten inom organisationen enligt de flesta medarbetarna. De tycker att trovärdigheten för Primärt minskar genom att den enbart visar upp allt positivt som händer, att det aldrig förs en diskussion om vad som kan bli bättre eller vad de bör jobba mot gemensamt i organisationen. Utrymme för debatt finns inte idag och det är något de ständigt påvisar för oss att de saknar. De menar att mer forum för diskussion och problematisering kan leda till att alla enheter inom organisationen kan inspirera och motivera varandra mer. Framförallt i dagsläget med den konkurrens de nu möter på vårdmarknaden, menar de att det är viktigt att ta del av hur andra jobbar för att stärka sammanhållningen i organisationen. Några av de deltagarna vi träffade beskrev också Primärt som en bekräftelse på att de faktiskt är en del av den Primärvården Göteborg och inte enbart av den avdelning de jobbar på.

Innehållet i dagsläget, menar de flesta är lättillgängligt och att det till störst del fungerar som förströelseläsning i personalutrymmena. Alla läser den inte jämt, men de bläddrar ofta i den då de den finns nära till hands. De få utgivningstillfällen som tidningen har kan ha betydelse för personalens attityd till den. Några deltagare menar att det är för gles utgivning för att de ska lockas till mer kontinuerlig djupläsning, det finns inget i tidningen som de specifikt känner att de vill ta del av i dagsläget. En tätare utgivningstakt, med givande innehåll hade möjligtvis gjort den mer intressant för läsaren.

Efter diskussion kring tidningens existens säger en del att de skulle sakna den, andra inte. De personer som skulle sakna den menade att tidningen bidrar till sammanhållning och att den förmedlar en typ av information som inte finns att ta del av på annat sätt. Vissa personer var uttryckligen oroliga för att glömmas bort i den stora organisationen, att de inte skulle förse med lika mycket uppmärksamhet och information som andra större enheter utifall att Primärt skulle läggas ner.

Något vi generellt kan säga är att attityden inte alltid stämmer överens med beteendet hos personalen, då många av dem som visade upp en negativ inställning faktiskt läste varje nummer av tidningen väldigt ingående.

Vi tog också del av personalens åsikter gällande andra informationskanaler. Deltagarna tycker generellt att internkommunikationen fungerar bra, men de är fundersamma kring hur det kan tänkas bli om en kanal, exempelvis Primärt, tas bort. De är tveksamma till om Primärts innehåll skulle fungera på nätet. De menar att de redan idag har mycket information att ta del av på exempelvis mailen och via intranätet, vilket ibland leder till att de missar viktiga nyheter på grund av att de upplever ett visst informationsöverflöd. Personalen känner att tiden inte räcker till för att de ska hinna ta del av all information kanaler. Primärt har en fördel av att den finns tillgänglig i pappersform på platser där personalen kan tänkas ha tid över för läsning.

6. Slutdiskussion

I detta kapitel har vi för avsikt att knyta samma uppsatsens alla delar samt att ge förslag till Primärvården Göteborg för deras fortsatta arbete med tidningen Primärt. Utifrån vår teori och resultat har vi som avsikt att uppfylla vårt syfte och besvara våra frågeställningar.

6.1 Resultatdiskussion

Utifrån vår kvalitativa undersökning hade vi inte för avsikt att kunna generalisera våra resultat. Vi ville istället finna de olika synsätt och åsikter som fanns kring vårt undersökningsobjekt, nämligen personaltidningen Primärt. Vi fann flera synsätt som var återkommande vid de fyra fokusgruppstillfällena. Det fanns även åsikter som skilde sig åt, dock var dessa färre än de som överensstämde med varandra enheterna emellan.

Vad det gäller frågan om de skulle sakna tidningen om den försvann, var det en fokusgrupp som verkligen tyckte att det skulle vara en förlust att lägga ner Primärt. De andra två grupperna ansåg att de inte skulle sakna tidningen i den form som den återfinns idag, dock skulle de sakna innehållet som tidningen tillhandahåller. Innehållet, som i dagsläget till stor del handlar om vad som händer på de olika enheterna är något som alla fokusgrupper vill ta del av även i framtiden. De eftersöker mer djupgående material och förändrad layout.

De åsikter som återkom i diskussionerna handlade om organisationsidentiteten, innehållet i Primärt, utgivningstillfällena, svagheter i layout och i distribution, samt representationen av organisationens olika enheter.

Deltagarna ansåg att det var svårt att känna sig som en del av den stora organisationen Primärvården Göteborg. De själva upplevde inte att de hade ordentlig koll på vilka enheter som faktiskt ingår i organisationens utbud. Vissa upplevde exempelvis i mötet med patienter att de inte konkret kan beskriva hur Primärvården Göteborg fungerar och vad de kan erbjuda.

Innehållet i personaltidningen Primärt var som sagt något alla deltagare var rörande överens om måste förändras. De ansåg att tidningen bör innehålla mer djupgående reportage, ge utrymme för diskussion och debatt, samt fler verklighetskildringar av vardagen. Personalen eftersöker skildringar som inte enbart är av det positiva slaget som de upplever att tidningen tillhandahåller i dagens läge.

Grupperna resonerade kring hur tidningen skulle kunna distribueras. Nästan alla var eniga om att de inte vill ha tidningen hemskickad till hushållet. De flesta såg hellre att tidningen skulle finnas tillgängligt i deras personliga fack på arbetsplatsen samt att den gärna fick, som idag, finnas i gemensamma utrymmen på arbetsplatsen. De tycker att den gott och väl kan utkomma mer än fyra gånger per år. En önskan om att öka antalet utgivningar per år hänger samman med innehållsförändringen gällande debattsidor. För att en debatt ska bli intressant och givande att följa för läsaren bör utgivningarna bli tätare för att debatten ska vara aktuell. I och med fler nummer per år skulle även fler enheter få chansen att bli representerade i tidningen. Detta är ett önskemål som främst kom från de enheter som inte var vårdcentraler och ansåg att deras enheter sällan syntes i tidningen i dagsläget. De menade att fler utgivningar skulle kunna leda till att organisationen i stort blir upplyst i större utsträckning än vad den är i dag, om vad Primärvården Göteborg faktiskt har att erbjuda sina patienter.

Vi anser att vi lyckats besvara vårt syfte och våra frågeställningar genom att det resultat som vi fått fram. Vi vet nu vad personalen tycker om personaltidningen Primärt. Vi vet också hur den skulle kunna förbättras för att motsvara målgruppens förväntningar. Dessutom har vi även lyckats ringa in vad personalen anser skulle gå förlorat vid en eventuell nedläggning.

I vår studie är det anmärkningsvärt att vissa av deltagarna har en attityd till tidningen som inte överensstämmer med deras beteende. De som till största del var negativt inställda till tidningen och dess innehåll, var trots allt de som oftast läste tidningen. Vi upplevde det som att denna grupp med negativ inställning till tidningen tog tillfället i akt att framföra sina åsikter, för att på så vis kunna påverka tidningens innehåll, layout och distribution i framtiden.

Det förvånade oss att majoriteten av de som deltog i studien ansåg att tidningen trots dess bristfälliga innehåll fungerande identitetsstärkande, vilket enligt informationschefen Lena Lundberg är tidningens huvudsakliga syfte. Likt de teorier vi tagit del av menade de anställda som medverkat i vår studie att det är viktigt att internt ha god sammanhållning för att på så vis kunna visa upp ett enhetligt ansikte utåt.

Något vi även tyckte var intressant var att konkurrenssituationen som är relativ ny för Primärvården Göteborg, verkar ha bidragit till att personalen nu i större utsträckning känner att de behöver ha en bättre kännedom om vad hela Primärvården Göteborg har att erbjuda. Det faktum att det i dagens samhälle blir allt viktigare för organisationer att kommunicera vilka de är, är alltså någonting som både informationschefen, personalen, vi och våra teoretiker är överens om.

6.2 Förslag till Primärvården Göteborg

Efter att ha analyserat de åsikter vi fått fram angående personaltidningen Primärt och om de anställdas syn på organisationens andra kommunikationskanaler har vi nu några förslag till vår uppdragsgivare.

Till att börja med anser vi att man inom organisationen bör ta vara på de kommunikationskanaler som personalen i stor utsträckning har en positiv inställning till. Vår studie visar att vissa anställda gillar att ta del av snabba nyheter via intranätet och att många av dem även gillar att bläddra i personaltidningen. Dessa två kommunikationskanaler fyller olika funktioner och har olika

egenskaper för att förmedla nyheter på. De anställda har uttryckt att ingen av dessa kanaler utesluter den andra. Vårt förslag blir därför att kombinera dessa två kanaler. För att det ska fungera på ett effektivt sätt bör innehållet anpassas efter vald kanal. Intranätet passar bättre för snabba, aktuella nyheter, det vill säga nyheter och information med en kortare levnadstid. Den tryckta personaltidningen bör behållas men uppdateras. Innehållsmässigt bör tidningen i större utsträckning publicera djupgående reportage om verkligheten ute på enheterna och då se till att rapportera om aktiviteter och projekt som genomförts med lyckade resultat. De vill även skildra det som personalen anser vara problematiskt i deras arbete. Personalen vill dock bibehålla de informella nyheterna av förströelsekaraktär, såsom information om utmärkelser och pensionsavgångar.

Vårt första förslag är att kombinera webb och ytterligare en kanal, i detta fall personaltidningen, på så vis efterliknar man medieutvecklingen i samhället. Idag är det vanligt förekommande att man i exempelvis dagstidningar hänvisar till webben för mer information om det ämne man just tagit del av. Här tänker vi oss att man kan arbeta på samma vis men bakvänt, genom att via intranätet, den snabba kanalen, upplysa om att personaltidningen, den långsamma kanalen, kan erbjuda fördjupande läsning om de ämnen som behandlats kortfattat på intranätet.

Det vi kan utläsa från vår undersökning är att det är viktigt för personaltidningen att vara trovärdig, inkluderande och en plats för debatt. Personalen bör informeras om att de har möjlighet att påverka tidningens innehåll genom debatt- och insändarsidor. Majoriteten av dem som vi intervjuat eftersöker mer debatt. Förslaget blir därför att planera för en debatt- och insändarsida i Primärt och uppmana personalen att delta på dessa sidor.

Det tredje förslaget handlar om att göra debatten möjlig. För att debatten ska kunna vara givande och intressant bör tidningen utkomma fler än fyra gånger per år. Det måste finnas en bättre kontinuitet för att intresset för tidningen ska öka. Tätare utgivning kan skapa större intresse för tidningen, då tätare utgivning signalerar en aktiv och alert organisation. Detta hoppas vi även ska höja tidningens status, då den har chans att behandla mer aktuella ämnen än tidigare. Som det ser ut idag hinner de anställda tröttna på varje nummer innan nästa har hunnit komma ut. Genom tätare utgivning ska detta motverkas.

Vi anser att det ska ske en förändring gällande tidningens distribution. Vårt fjärde förslag blir därför att distribuera tidningen i de anställdas fack för att visa att tidningen är så pass viktig att

alla bör läsa den. Tidningen bör även finnas kvar i de gemensamma utrymmena för att många av de anställda bläddrar igenom och läser den på exempelvis lunchrasterna.

Vad det gäller den faktiska formen av tidningen efterlyste en del fler "läckra" bilder, medan andra ansåg att tidningen var för tjusig med sitt tjocka och lätt glättade papper. Därför blir vårt femte förslag att fundera över hur tidningen skulle kunna förändra sin yttre form. Vårt resultat visar på att den yttre formen är en viktig del för Primärts fortsatta utveckling. Det är inte enbart den inre formen som bör spegla organisationen utan även det rent utseendemässiga. Den taktila känslan av pappret bör "kännas" som Primärvården Göteborg. Ett mattare papper skulle fungera, då ett matt papper känns mer "äkta" än ett glättat papper. Det var några anställda som reagerade på att pappret i dagsläget känns för påkostat. Det är en svår balansgång med personaltidningar, de ska inte uppfattas som ett slöseri av organisationens pengar, utan som en tillgång och som en belöning för de anställda. Att investera pengar personaltidningen anser vi vara nödvändigt om tidningen har potential att stärka organisationsidentiteten. Att uppnå en sammanhållen identitet kan bara få organisationen att växa sig starkare.

I dessa tider av konkurrens måste Primärvården hitta sin plats och sin organisationsidentitet. Externt kommunicerar organisationer genom reklam och annan marknadsföring. Även internt bör en viss marknadsföring ske, som handlar om att bekräfta och stärka sin egen organisationsidentitet. Personaltidningen kan därmed vara ett viktigt verktyg för den interna marknadsföringen. Det är därför viktigt att personaltidningen blir en självklar del av organisationen och inte känns som en fristående tidning som kommer utifrån.

6.3 Vidare forskning

Vår kvalitativa studie har gett oss och vår uppdragsgivare en ökad förståelse för vad de anställda har för åsikter kring personaltidningen Primärt. Det finns inte speciellt mycket forskning kring anställdas upplevelser kring personaltidningar, vilket vi tycker motiverar vår studie.

Som vi poängterat tidigare i vårt arbete går deltagarnas åsikter emot Strids vad det gäller hur en personaltidning bör distribueras. Dock funderar vi mycket kring varför de anställda inte vill ha tidningen på det sätt som Strid föreslår, distribuerad till det egna hemmet. Kan det bero på att de inte vill "ta med sig jobbet hem"? Eller beror det på tidningens innehåll och utformning? Kan det vara så att de inte vill förknippas med den organisation de arbetar inom? Eller är det av praktiska skäl som de hellre får den på jobbet, eftersom det är där de i störst utsträckning läser den? Dessa

frågor som dykt upp under arbetets gång ser vi som relevanta att behandla i vidare forskning. Eftersom vi nu uppnått en grundläggande förståelse för Primärt som studieobjekt, hade det varit intressant att gå vidare med att kartlägga åsikter från de anställda i större skala. När man har en förståelse att utgå ifrån är det lättare att exempelvis formulera svarsalternativ till en enkät, precis som vi tidigare nämnt i vårt teorikapitel. Om vår uppdragsgivare skulle vilja gå vidare med utvärderingen av tidningen på egen hand, skulle det vara väsentligt att komplettera vår studie med en kvantitativ metod. Det skulle ge Primärvården Göteborg möjlighet att generalisera resultaten.

Avslutningsvis kan vi konstatera att trots att många utav de anställda vi träffat kritiserar materialet i personaltidningen, anser de ändå att tidningens innehåll är primärt för dem. De upplever att de behöver information om vad som pågår inom deras organisation. Primärvården Göteborg har en bra grund att bygga vidare sin organisationsidentitet på.

7. Källförteckning

- Abrahamsson Bengt & Andersen Aarum Jon, Organisation – att beskriva och förstå, 2005 Liber Malmö
- Alvesson Mats & Björkman Ivar, Organisationsidentitet och organisationsbyggande, 1992, Studentlitteratur Lund
- Bolman Lee G & Deal Terrence E, Nya perspektiv på organisation och ledarskap: kreativitet, val och ledarskap, 1997, Studentlitteratur Lund
- Dimbleby Richard & Burton Graeme, Kommunikation är mer en ord, 1998, Studentlitteratur Lund
- Esaiasson P, Gilljam M, Oscarsson H, Wängnerud L, Metodpraktikan, 2007, Nordstedts Juridik Vällingby
- Falkheimer Jesper, Medier och kommunikation - en introduktion, 2001, Studentlitteratur Lund
- Falkheimer Jesper, Heide Mats, Reflexiv kommunikation, 2003, Studentlitteratur Lund
- Falkheimer Jesper, Heide Mats, Strategisk kommunikation, 2010, Studentlitteratur Lund
- Heide Mats, Johansson Catrin, Simonsson Charlotte, Kommunikation & organisation, 2005, Liber, Malmö
- Heide Mats, Intranät:: en ny arena för kommunikation och lärande, 2002, Studentlitteratur Lund
- Jacobsen Dag Ingvar, Thorsvik Jan, Hur moderna organisationer fungerar, 2008, Studentlitteratur Lund
- Kaufmann Astrid och Kaufmann Geir, Psykologi i organisation och ledning, 2005, Lund
- Kvale Steinar, Den kvalitativa forskningsintervjun, 1997, Studentlitteratur AB, Lund
- Lundberg Lena, Informationschef Primärvården Göteborg, informantintervju 2011-04-05, Göteborg
- Miller Kathrine, Organizational communication – approaches and Processes, 2009, Wadsworth Cenage Learning, Boston
- Palm Lars, Kommunikationsplanering - en handbok på vetenskaplig grund, 2006, Studentlitteratur Lund
- Palm Lars, Windahl Sven, Kommunikation – teorin i praktiken, hur modern kommunikationsteori kan användas av informatörer i det dagliga arbetet, 1989, Konsultförlaget Glunten, Uppsala
- Rogers Evertt M & Rogers- Agarwala Rekha, Communications in organizations, FreeP, 1976, New York
- Roslund L, Ekstedt G, Kommuniaktionspolicy för Västra Götalandsregionen, 1998, Vänersborg
- Strid Jan, PM - Undersökning om intranätets funktioner, 2011 Göteborg
- Strid Jan, Internkommunikation inom organisationer, företag och myndigheter, 1999 Studentlitteratur, Lund
- Trots Jan, Kvalitativa intervjuer, 2005, Studentlitteratur, Lund
- Wibeck Victoria, Fokusgrupper - om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod, 2010, Studentlitteratur AB, Lund
- www.regeringen.se Sökord Vårdval i Sverige, rapport SOU 2008:37
- www.vgregion.se Sökord Kommunikationspolicy
- Öberg, Sofia, Internkommunikation och organisationsidentitet - och relationen dem emellan, 2007, Göteborgs Universitet

Bilaga - Intervjuguide

Kultur & identitet

Hur skulle ni beskriva er egen arbetsplats?

- Har ni gemensamma aktiviteter? Vilka?
- Vad diskuteras i personalrummet?
- Anser ni att ni känner de flesta av era kollegor?
- Tycker ni att ni har bra relationer på er enhet?

Hur skulle ni beskriva Primärvården Göteborg?

- Känner ni er som en del av Primärvården Göteborg?
- På vilket sätt i så fall?
- Har gemensamma aktiviteter? Vilka?

Hur tror ni att bilden av Primärvården ser ut hos allmänheten?

- Skulle den kunna se annorlunda ut?

Anser ni att det är viktigt att ha en sammanhållen bild av Primärvården Göteborg?

- Gentemot patienterna/kunderna
- Gentemot er egen skull? För en sammanhållning?

Organisation & vårdval

Har vårdvalet påverkat ert dagliga arbete?

- Hur?
- Bra/dåligt?
- Märker/upplever ni av någon skillnad?

Har organisationen/arbetsplatsen förändrats i och med vårdvalet?

- På vilket vis?
- Bättre eller sämre?

Har det uppkommit nya riktlinjer som ni diskuterat i organisationen i och med vårdvalet?

- Bemötande mot patienter?
- I det dagliga arbetssättet?

Vad sägs/diskuteras om förändringarna som skett under den senaste tiden?

- På möten?
- I personalrummet?

Internkommunikation

Hur får ni information idag?

Vilken typ av information anser ni att ni får idag till största del?

- Muntlig el skriftlig?

På vilket sätt vill ni helst ha informationen på?

Vilken typ av information behöver ni ha?

Vilken information får ni via intranätet?

Hur tycker ni intranätet fungerar?

- Bra/dåligt?
- Varför?

Uppstår samtal på arbetsplatsen om innehållet på intranätet?

- Vilken typ av ämnen i så fall?

Upplever ni att kommunikationen med era chefer fungerar på det vis ni önskar?

- Bra och dåligt?
- Vad skulle kunna förändras?
- Upplever ni att ni kan framföra era åsikter och tankar till era chefer?

Tidningen Primärt

Läser ni Primärt?

När läser ni Primärt?

Var läser ni Primärt?

Vad läser ni om i Primärt?

Vill man läsa om samma yrkesgrupp som man själv befinner sig i?

Är intresset för vad man läser knutet till den enhet man tillhör?

- Varför tror ni att det är så? Har ni någon förklaring till detta?

Anser ni att Primärt bidrar till att skapa sammanhållning mellan de olika enheterna?

- I så fall på arbetsplatsen, mellan de olika yrkesgrupperna eller för hela organisationen?

Vad tycker ni om innehållet i Primärt?

- Vad är bra och vad är mindre bra?

Vilken typ av information vill ni ha via Primärt?

- Vill man ha information som man fått av en person, även i Primärt fast på ett långsammare, mer förklarande och eventuellt mer djupgående vis?

Hur skulle man kunna göra Primärt mer intressant?

- Tätare utgivningar?

- Innehållsmässigt?

Uppstår samtal på arbetsplatsen om innehållet i Primärt?

- Vilken typ av ämnen i så fall?

Har ni lagt märke till att tidningen nu trycks i färg?

- Bra eller dåligt?

- Har ni förändrat ert läsande eller syn på Primärt sen den bytte till ny kostym? -

- Har personalen ens lagt märke till detta?

Uppmärksammar ni när nya numret av Primärt kommer?

- Hur, när och var uppmärksammar ni detta?

Skulle ni vilja ha Primärt hem i brevlådan?

- För- och nackdelar?

Upplever ni att Primärt är anpassad för er? Känns det som att Primärt är er tidning, rör den er vardag?

- Eller för ledningen?

Vilka tror i störst utsträckning läser Primärt?

- Finns det en tydlig grupp av personalen?

Vad skulle du tycka om Primärt försvann?

- Skulle de sakna den?

- Vad är det som de skulle sakna i så fall?

Har ni några förslag på hur man vid en eventuell nedläggning skulle kunna ersätta Primärt?