

# JMG

Examensarbete i medie-och  
kommunikationsvetenskap

2012-01-09

Institutionen för journalistik,  
medier och kommunikation

[www.jmg.gu.se](http://www.jmg.gu.se)

## Hållbar stadsutveckling för delaktighet och invånardialog



En studie av unga kvinnors kommunikationsvanor och intresse för medborgardialog i  
en mångkulturell storstadsdel

Författare: Matilda Reiderstedt och Marina Milojkovic

Handledare: Malin Sveningsson

Kursansvarig: Malin Sveningsson



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

## **Abstract**

**Titel** Hållbar stadsutveckling för delaktighet och invånardialog - En studie av unga kvinnors kommunikationsvanor och intresse för medborgardialog i en mångkulturell stadsdel

**Författare** Matilda Reiderstedt och Marina Milojkovic

**Kurs** Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborg universitet

**Termin** Hötterminen 2011

**Uppdragsgivare** Utveckling Nordost (Göteborgs stad i samarbete med Europeiska regionala utvecklingsfonden)

**Handledare** Malin Sveningsson

**Sidantal** 38 sidor exklusive bilaga

**Syfte** Syftet med vår studie är att undersöka kommunikationsvanor och informationsbehov hos målgruppen unga kvinnor boende i Göteborgs nordöstra stadsdelar. Syftet är också att undersöka de unga kvinnornas intresse för medborgardialog och delaktighet inom ramen för stadsutvecklingsprojekt.

**Metod** Kvalitativa intervjuer.

**Material** 10 intervjuer med unga kvinnor boende i Bergsjön (1), Angered (2), Hammarkullen (1), Hjällbo (3), Storås (1), Rannebergen (1) och Gårdsten (1)

**Huvudresultat** Vårt resultat visar att Utveckling Nordost inte lyckats förankra sitt mål och syfte hos intervjupersonerna, vilket verkar bero på brister i informationsspridnings-processen. Resultatet visar att de unga kvinnorna i stor utsträckning använder sig av mun-till-mun-metoden gällande informationsspridning och att utländska medier dominerar över svenska i hemmet. Tidningsläsandet är hyfsat omfattande, men få prenumererar på någon av de stora svenska dagstidningarna.

Vidare kan vi konstatera att det råder en positiv attityd till ett stadsutvecklingsprojekt, men att förtroendet för att några större förändringar kommer att bli märkbara är svagt.

Vårt resultat visar också att det finns ett intresse för medborgardialog och en önskan att kunna kommunicera kring frågor som rör stadsdelarnas utveckling med projektanställda och förtroendevalda.

# Tack

*Cajsa Malmström och Utveckling Nordost* för att vi tilldelades uppdraget

*Göran Byhlin* för ditt engagemang

*Malin Sveningsson* för din vägvisning

*”Om jag vet någonting så vill jag alltid att andra ska veta det också, att det finns något liksom och ja, det är väldigt varmt i Angered. Man känner värme. Det kan bero på det att alla är så nära varandra du vet.”*

Tjej, 25 år, bosatt i Hjällbo

EXECUTIVE SUMMARY .....	6
INLEDNING .....	8
Förorterna Angered och Östra Göteborg .....	9
SYFTE & FRÅGESTÄLLNINGAR .....	10
Syfte .....	10
Frågeställningar .....	10
UTGÅNGSPUNKT I TIDIGARE STUDIER .....	12
Kommunikationsstrategier .....	12
Medborgardialog .....	13
<i>Dialog genom internet</i> .....	14
Varför är interkulturell kommunikation viktigt för Utveckling Nordost? .....	15
<i>Språkets betydelse</i> .....	16
<i>Meningsskapande</i> .....	16
<i>Integration genom kommunikation</i> .....	17
METOD .....	19
Val av metod .....	19
Urval .....	19
Tillvägagångssätt .....	20
RESULTAT & ANALYS .....	21
De unga kvinnorna och Utveckling Nordost .....	21
<i>Behövs Utveckling Nordost?</i> .....	21
<i>Förtroende för projektet</i> .....	23
Medie – och kommunikationsvanor .....	24
<i>Utländsk respektive svensk media</i> .....	25
<i>Mun-till-mun-metoden</i> .....	27
Önskvärda kommunikationsstrategier .....	28
Intresset för medborgardialog .....	30
<i>Önskan om delaktighet</i> .....	30
<i>Dialog genom internet</i> .....	31
SLUTDISKUSSION .....	33
Om resultatet .....	33
Slutsats .....	34
Om arbetsprocessen .....	35
REFERENSER .....	37
Bilaga 1 .....	39

## Executive summary

Den här uppsatsen är skriven på uppdrag av Utveckling Nordost som är ett projekt för hållbar stadsutveckling i Göteborgs mångkulturella stadsdelar Angered och Bergsjön.

I den här uppsatsen undersöks unga kvinnors medie – och kommunikationsvanor samt deras intresse för medborgardialog. Syftet är att ta reda på vilka informations och kommunikationskanaler som de projektanställda bör använda sig av för att nå ut till medborgarna om projektets aktiviteter. Bakgrunden är att de projektanställda upplevt det svårt att veta hur de ska skapa gemensamma plattformar där medborgarna kan kommunicera med varandra och med förtroendevalda om vad som sker i området där de bor.

Studien gör avstamp i teorier kring interkulturell kommunikation och medborgardialog. Interkulturell kommunikation behandlar de svårigheter i kommunikationsprocesser som kan uppstå när människor med olika kulturella, etniska och nationella bakgrunder interagerar och kommunicerar med varandra. Vidare syftar teorin till att förklara hur man bör anpassa kanaler och budskap efter mottagarens behov för att informationen ska vara till nytta för denne. Medborgardialog är ett väl använt begrepp för många av Sveriges kommuner, som aktivt arbetar för att öka det demokratiska deltagandet genom att föra en dialog med medborgarna där man ömsesidigt utbyter erfarenheter, idéer och åsikter.

Vi har genomfört kvalitativa intervjuer med 10 kvinnor i åldrarna 18-30 boende i Göteborgs nordöstra stadsdelar, det vill säga inom stadsdelsförvaltningarna Angered och Bergsjön.

Intervjufrågorna har vi utformat utifrån fyra teman som går hand i hand med våra frågeställningar. Det första temat behandlar vad målgruppen har för kännedom kring Utveckling Nordost, det andra undersöker attityden till denna typ av stadsutvecklingsprojekt, det tredje behandlar målgruppens medie – och kommunikationsvanor och det sista temat syftar till att undersöka vilka önskvärda kommunikationsformer som finns samt hur intresset för medborgardialog ser ut.

Resultatet presenteras i uppsatsen med frågeställningarna som kategorier och integreras med vår egna analys och relevant tidigare forskning kring interkulturell kommunikation och medborgardialog.

Resultatet visar att Utveckling Nordost inte lyckats förankra sitt mål och syfte hos intervjupersonerna, vilket verkar bero på brister i informationsspridnings-processen. Gällande medie – och kommunikationsvanor visar resultatet att de unga kvinnorna i stor utsträckning använder sig av mun-till-mun-metoden gällande informationsspridning och att utländska medier dominerar över svenska medier i hemmet. Tidningsläsandet på Internet är hyfsat omfattande, men få prenumererar på någon av de stora svenska dagstidningarna. Vidare har vi kunnat konstatera att det råder en positiv attityd till ett stadsutvecklingsprojekt, men att förtroendet för att några större förändringar kommer att bli märkbara är svagt.

Det finns ett intresse för medborgardialog och en önskan att kommunicera kring frågor som rör stadsdelarnas utveckling med projektanställda och förtroendevalda, något som det i dagsläget inte finns en möjlighet att göra enligt de unga kvinnorna.

Våra slutsatser och rekommendationer till Utveckling Nordost är att göra den planerade hemsidan för projektet till en gemensam plattform där medborgarna i nordöstra Göteborg har möjlighet att kommunicera med de projektanställda. Då det från de unga kvinnornas håll finns ett stort intresse av att få vara med och påverka vad pengar bör läggas på och var satsningar bör göras är ett alternativ att skapa ett forum där medborgarna kan diskutera sådana frågor och där de projektanställda kan bilda sig en uppfattning om vad som är viktigt för invånarna. Då dagstidningsläsandet i pappersform är förhållandevis lågt rekommenderar vi att annonsera i den lokala gratistidningen eller i Metro, som enligt de unga kvinnorna läses av flertalet hushåll i Angered och Bergsjön. Traditionella former för informationsspridning, såsom affischer vid spårvagnshållplatser och på anslagstavlor, verkar vara mest effektiva och användbara. De unga kvinnorna framhäver också vikten av att kommunicera på medborgarnivå, att finnas på rätt plats vid rätt tillfälle och att tala deras språk, det vill säga föra dialoger på ett icke formellt sett. Slutsatsen är att det finns goda förutsättningar för ett ökat demokratiskt deltagande bland de boende i Göteborgs mångkulturella stadsdelar om projektanställda och förtroendevalda finns där medborgarna finns, ute i skolor och föreningar som har sitt fäste i Angered och Bergsjön.

# INLEDNING

Utveckling Nordost är ett EU-finansierat projekt som startade 2011 och som syftar till att öka attraktionskraften i Göteborgs nordöstra stadsdelar. I nordöstra Göteborg bor 90.000 människor, varav 61 % med utländsk bakgrund.<sup>1</sup>

Projektets mål är att skapa och bidra till en positiv stadsutveckling i samspel med offentliga och privata aktörer, där målen bland annat är att skapa fler arbetstillfällen, stimulera företagande och rusta upp lokaler och mötesplatser. Den primära målgruppen är de som bor, arbetar och bedriver verksamhet i Göteborgs nordöstra stadsdelar.

Projektet har 17 aktiviteter inom ramen för fyra teman; kultur, näringsliv, stadsmiljö och vision/kommunikation.<sup>2</sup> Två av aktiviteterna handlar om att utveckla metoder för delaktighet och medborgardialog samt att utveckla kommunikationsstrategier och informationsspridning om själva projektet och det är med bakgrund i dessa delmål som vi kommer genomföra vår studie som ligger till grund för den här uppsatsen. Vidare är syftet med studien att undersöka hur attityden till den här typen av stadsutvecklingsprojekt ser ut och vad målgruppen har för inställning till de satsningar som nu är planerade att genomföras i det område där de bor.

Vi hoppas kunna bidra med ökad kunskap till de projektanställda om hur de når ut med information till invånarna om projektets aktiviteter samt ge en överskådlig bild av vad invånarna anser är viktigt att förändra för att skapa delaktighet genom god medborgardialog.

I det här arbetet kommer vi att genomföra kvalitativa intervjuer med unga kvinnor boende i de nordöstra stadsdelarna, det vill säga inom stadsdelsförvaltningarna Angered och Östra Göteborg. Vi anser de unga kvinnorna vara en målgrupp som är mycket värdefull att nå sett ur Utveckling Nordosts perspektiv, dels för att många av projektets aktiviteter kan anses vara viktiga för kvinnor (exempelvis upprustning av spårvagnshållplatser för ökad trygghet och skapandet av fler arbetstillfällen).

Vidare antar vi att de unga kvinnorna är viktiga att nå sett ur ett demokratiskt perspektiv. God medborgardialog leder till delaktighet och skapar demokratiska förutsättningar.<sup>3</sup> Genom att undersöka de unga kvinnornas attityder kan vi få en uppfattning om det bland dem finns ett intresse för medborgardialog samt hur de ser på sina möjligheter att påverka utvecklingen i nordöstra Göteborg.

---

<sup>1</sup> Enligt Statistiska centralbyråns definition är personer med utländsk bakgrund de personer som är utrikes födda eller inrikes födda med två utrikes födda föräldrar.

<sup>2</sup> Stenlöf (2009: 7f).

<sup>3</sup> Djörke (2006: 7)



## Förorterna Angered och Östra Göteborg

I Göteborgs kommun finns liksom i många andra städer en stor spridning befolkningsmässigt sett.

I stadsdelsförvaltningarna Angered och Östra Göteborg består befolkningen till större andel av personer med utländsk bakgrund än i andra stadsdelar.<sup>4</sup> Invånarna i Göteborgs nordöstra delar har i genomsnitt lägre inkomst och lägre sysselsättningsgrad än invånare i andra delar av staden.<sup>5</sup> I genomsnitt var valdeltagandet till kommunfullmäktige 2010 nästan 20 procentenheter lägre än valsiffrorna i de centrala delarna av Göteborg<sup>6</sup>.

Undersökningar gjorda i storstadsförorter visar att dagstidningsläsandet ofta är lägre än i andra stadsdelar och då svenska inte alltid är modersmålet använder sig en stor del av hushållen av utländska medier genom satellitkanaler.<sup>7</sup> I nordöstra Göteborg finns i dagsläget närradiostationer och en områdesanpassad tidning (Tidningen Nordost). Angereds närsjukhus har skapat en hemsida som översatts till andra språk för att underlätta informationshämtning för besökarna.<sup>8</sup>

Utveckling Nordost har i dagsläget en Facebook-sida med information kring stadsdelarna och projektet.

Målsättningen är att en hemsida ska lanseras i februari 2012. På denna hemsida ska medborgarna i nordöstra Göteborg kunna ta del av projektplaner, kommunikationsplaner och allt som inte är sekretessbelagt. På hemsidan ska också ges möjlighet för intresserade medborgare att publicera eget material, såsom bilder och videofilmer. Den kommunikationsplan som utformades i projektets start fokuserar mycket på alternativa sätt att kommunicera med medborgarna i nordöstra Göteborg. Där framhävs exempelvis vikten av interpersonell kommunikation (face-to-face)<sup>9</sup> samt vikten av att anpassa den språkliga delen så att fler av invånarna har möjlighet att ta del av information, till exempel genom översättningar. I kommunikationsplanen finns även förslag på strategier kring hur man bäst involverar den berörda målgruppen genom att skapa samlingsplatser för de som tycker projektet verkar intressant och vill vara med och bidra med tips och idéer.

---

<sup>4</sup> [www.goteborg.se](http://www.goteborg.se)

<sup>5</sup> [www.goteborg.se](http://www.goteborg.se)

<sup>6</sup> [www.goteborg.se](http://www.goteborg.se)

<sup>7</sup> Riks-SOM (1998)

<sup>8</sup> [www.angeredsnarsjukhus.se](http://www.angeredsnarsjukhus.se)

<sup>9</sup> Enligt Nationalencyklopedins begreppsdefinition är interpersonell kommunikation ett samspel mellan två människor som utbyter tankar, idéer och erfarenheter med varandra.

# SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

De projektanställda för Utveckling Nordost uppger att de inte vet vilka kommunikations och informationskanaler som är mest användbara eller hur och om vad invånarna vill kommunicera.

De antar att traditionella kommunikationsformer som mun-till-mun-metoden används i stor utsträckning när det gäller informationsspridning. Vidare antar de att det bland medborgarna finns ett intresse för vad som sker i området, men att det saknas gemensamma plattformar för medborgardialog.

Vår studie är därför intressant för uppdragsgivaren och kan ses som ett bidrag till att underlätta skapandet av gemensamma kommunikationskanaler och plattformar där man når ut och kan kommunicera med så många som möjligt av de berörda invånarna.

## Syfte

Vårt syfte är att undersöka kommunikationsvanor och informationsbehov hos målgruppen unga kvinnor boende i Göteborgs nordöstra stadsdelar. Syftet är också att undersöka de unga kvinnornas intresse för medborgardialog och delaktighet inom ramen för stadsutvecklingsprojekt.

## Frågeställningar

*Vad vet målgruppen om Utveckling Nordost och har de förtroende för den här typen av stadsutvecklingsprojekt?*

Denna frågeställning syftar till att undersöka om Utveckling Nordost har lyckats synliggöra projektets aktiviteter och har förankrat dess syfte och mål hos den primära målgruppen. Frågeställningen är också tänkt att leda till diskussioner kring hur ett stadsutvecklingsprojekt kan vara behövligt för stadsdelen och dess invånare samt hur förtroendet för denna typ av satsningar ser ut.

*Hur tar målgruppen till sig information och vilka kommunikationskanaler använder de?*

Här vill vi undersöka hur användandet av utländsk respektive svensk media ser ut, hur målgruppen helst tar del av nyheter och information samt hur användandet av Internet och sociala medier ser ut.

*Vilka strategier för kommunikation och information är mest användbara enligt målgruppen?*

Här är vi intresserade av att ta reda på vilka kommunikationsverktyg som enligt målgruppen är mest användbara och effektiva för att nå ut med information om dels projektet, dels om andra viktiga händelser och aktiviteter som sker i stadsdelarna där de bor.

*Hur ser intresset för medborgardialog ut hos målgruppen?*

Då Utveckling Nordost planerar att skapa en hemsida är vi intresserade av att undersöka vilken slags funktion denna bör fylla. Vidare är vi intresserade av att undersöka hur intresset för medborgardialog och möjlighet att vara delaktiga i områdets utveckling ser ut.

# UTGÅNGSPUNKT I TIDIGARE STUDIER

## Kommunikationsstrategier

Kommunikationsstrategier styrs av ett projekts eller ett företags kommunikationsmål, och kommunikationsmålen styrs av dess huvudsyfte. När man utformar kommunikationsstrategierna är man oftast medveten om vilken målgrupp man vill nå ut till. En viktig form av beslutsunderlag är kunskaper om målgruppens medievanor, för att veta hur man ska sprida sin information och sitt budskap.<sup>10</sup> Relationen mellan medievanor och demografiska egenskaper har beskrivits i inledningen av detta arbete. De demografiska egenskaperna är oföränderliga medan det finns egenskaper hos målgruppen som är betydligt mer förändringsbara. En av dessa är det mentala avståndet till projektet. För att väcka människors intresse ska ett ämne ligga nära till hands och beröra oss personligen. Denna närhet skapas då personer som är berörda kan identifiera sig med målen och har en viss kunskap om hur och varför målen ska genomföras.<sup>11</sup> En nödvändig förutsättning för att målgruppen ska vilja ta del av ytterligare information om Utveckling Nordost är därmed att de först och främst är medvetna om att projektet finns och vad det har för syfte. En förutsättning för detta är att de via de medier och andra kommunikationskanaler som de använder sig av fått upplysning om projektets existens. Den som är omedveten om att projektet finns har ingen anledning att självmant söka information och kunskap om det.<sup>12</sup> Har man kunskap om projektet kan man ha en negativ inställning till det man känner till. Attityder kan påverkas genom att avsändaren synliggör kunskap och information som kan vara till nytta för den specifika mottagaren.<sup>13</sup> En organisation eller ett projekt som lyckats med sin profilering ökar sitt förtroendekapital och har därmed större möjligheter att genomföra förändringar som positivt tas emot av den berörda målgruppen.<sup>14</sup> Oavsett om mottagaren har en negativ eller positiv syn från början, krävs att sändaren vidmakthåller intresset för sitt syfte genom att visa hur förändringarna genomförs och varför. Det görs genom att vara på medieagendan, det vill säga få utrymme i press, radio och TV. Minst lika viktigt är dock att vara på samtalsagendan, det vill säga att frågor som rör ämnet diskuteras mellan de berörda invånarna och i alternativa kommunikationskanaler som den moderna tekniken erbjuder. Om något hamnar på medieagendan påverkar detta samtalsagendan, och vice versa.<sup>15</sup>

---

<sup>10</sup> Palm (2006: 40)

<sup>11</sup> Palm (2006: 59f)

<sup>12</sup> Palm (2006: 42f)

<sup>13</sup> Palm (2006: 66)

<sup>14</sup> Palm (2006: 88f)

<sup>15</sup> Palm (2006: 62f)

## Medborgardialog

*”Medborgardialog innebär att föra en dialog med ett ömsesidigt utbyte av erfarenheter, idéer och åsikter. I dialogen får deltagarna möjlighet att återkomma med repliker och vidareutveckla resonemang. Deltagarna ska även få utrymme att utveckla och framföra nya frågor och tankegångar under samtalets gång.”*<sup>16</sup>

Forskning visar att om medborgaren ges tillfälle att delta i olika sammanhang där beslutsprocesser genomförs stärker detta det sociala kapitalet, det vill säga den tillit som människor i en grupp eller ett samhälle har för varandra.<sup>17</sup> Medborgarens förståelse för bakgrunden till olika beslut ökar om hon har getts möjlighet att ta del av resonemanget bakom, vilket gör det lättare att genomföra prioriterade insatser. Att föra en dialoginriktad kommunikation med medborgarna istället för en marknadsstyrd envägskommunikation ökar därmed medborgarnas kunskap kring demokratiska processer och därigenom deras förtroende för beslutsfattare.<sup>18</sup> Dialogprocessen är till skillnad från den renodlade informationsspridningen budskapsgivare-mottagare en tvåvägskommunikation som kännetecknas av att de som kommunicerar utbyter tankar och idéer vid olika tillfällen.<sup>19</sup>

Teorier kring framgångsrika medborgardialoger framhäver vikten av att finnas på rätt plats vid rätt tillfälle och få deltagarna att känna sig bekväma i situationen där dialogen sker. Det innebär att anpassa språket, dialogen samt den formella proceduren till medborgarnivå.<sup>20</sup> Enligt Jurgen Habermas är språkanvändningen grundläggande för att förståelse ska uppstå. Den ideala tal-situationen kännetecknas av att deltagarna, såväl medborgare som beslutsfattare, befinner sig på samma nivå språkmässigt och att samtalet sker på en plats där de känner sig bekväma. Han menar att det är först i denna ideala tal-situation vi kan få full förståelse för de erfarenheter som andra människor har med sig och vilka grunder de bygger sina idéer på.<sup>21</sup> Forskaren Curt Räftegård är inne på samma linje som Habermas och anger att de viktigaste kännetecknen på ett demokratiskt samtal är; öppen, jämlik och ansvarig dialog.<sup>22</sup> Han menar att ”pratet” mellan människor utgör ett demokratiskt verktyg, alltså ”pratet” som sker på vardagsspråk och öga mot öga. Ett exempel på dåligt ”prat” enligt Räftegård är det han beskriver som ”icke-prat”. ”Icke-pratet” sker då endast de projektanställda talar med de projektanställda och invånarna med invånarna. Räftegård menar att välja en plats där ”pratet” ska äga rum som gör det möjligt att ”prata” på ett bra sätt även mellan invånare och projektanställda. En annan framgångsfaktor för god medborgardialog är att den av deltagarna måste upplevas som meningsfull. Deltagarna måste känna att det finns ett påverkansutrymme, och att det som diskuteras inte

---

<sup>16</sup> [www.ljusdal.se](http://www.ljusdal.se)

<sup>17</sup> Lindholm (2010: 8)

<sup>18</sup> Lindholm (2010: 8)

<sup>19</sup> Lindholm (2010: 10)

<sup>20</sup> Lindholm (2010: 21)

<sup>21</sup> Habermas (1996: 129)

<sup>22</sup> Räftegård (1998: 207)

redan är beslutat om. Vidare måste deltagarna se att dialogen leder fram till att beslut påverkats och sker på det sätt de framfört att de vill. Att synliggöra resultatet är därför en lika viktig del av processen.<sup>23</sup>

Erfarenheter visar att det egentligen inte finns några frågor som inte går att föra dialog med medborgarna om. Vikten ligger hos organisationen som ska fatta beslut att i god tid utforma styrningsprocessen och när medborgardialogen i sådana fall ska ske. Behovet av medborgardialogen kan dock komma i olika skeenden av processen, och inte alltid i starten. Dialogen kan tas när det redan tagits fram konkreta lösningsidéer och medborgarna då får vara med och bidra med sina erfarenheter eller i faser där ett verk ska sättas i praktiken och medborgarna får delta i bestämmandet av hur detta ska ske. Det görs skillnad på medborgardialog och medbeslutande. I dialogen ska man få möjlighet att uttrycka sin åsikt och diskutera med förtroendevalda medan det i medbeslutandet ges en mer aktiv roll. Medbeslutare är i de flesta fall organisationer eller församlingar som även kan delegera ansvar inom processen.<sup>24</sup>

Medborgarna är inte heller alltid intresserade av att påverka alla beslut. Erfarenheter visar att tydligast är intresset att delta då det bakom beslutet ligger stora ekonomiska resurser eller om de direkt påverkas negativt av det som ska ske.<sup>25</sup>

Olika målgrupper ges också oftast olika prioritet i frågan kring vem man ska bjuda in till medborgardialog. I Tyskland har man utformat en strategisk plan för att hjälpa kommuner att få en tydlig bild av vilka medborgare som behöver bli involverade i dialogen kring en fråga. Prioritet ett är den grupp som är direkt berörd av beslutet men inte aktiva och inte självmant kommer att söka upp beslutsfattare. Prioritet två ges till den grupp som är berörda och högaktiva och som med största sannolikhet kommer att engagera sig i frågan. Prioritet tre blir de som är högaktiva men egentligen inte berörs, av den anledningen att de i vilket fall måste hanteras.<sup>26</sup> Vanligast är att dela in målgrupperna utifrån ålder, kön och geografisk spridning.

Att ge återkoppling är lika viktigt som själva beslutsprocessen och genomförandet. Erfarenheter visar att medborgare har förståelse för om något inte blivit exakt som de föreslagit. Utvärderingar visar att då man åtminstone haft till syfte att genomförandet skett på det sätt som medborgarna önskat och då är möjligheterna större att medborgarna vill delta igen.<sup>27</sup>

## *Dialog genom internet*

Möjligheterna för tvåvägs - eller flervägskommunikation har öppnats upp genom ny teknik såsom internet och sociala medier.<sup>28</sup> Istället för fysiska möten kan medborgare kommunicera via internet och föra dialog med förtroendevalda. Internet har blivit en del av den interpersonella kommunikationen och mötet öga-till-öga. Habermas beskriver hur förflyttningen av demokratin skedde ifrån den officiella arenan in i

---

<sup>23</sup> Lindholm (2010: 14)

<sup>24</sup> Langiet (2011: 17)

<sup>25</sup> Langiet (2011: 11)

<sup>26</sup> Langiet (2011: 18f)

<sup>27</sup> Langiet (2011: 23)

<sup>28</sup> Sturmark & Branden (2001)

medierummet och hur det påverkade medborgarnas möjlighet att delta i det offentliga samtalet.<sup>29</sup> Internet kan ses vara en ny möjlighet för att det offentliga samtalet nu återigen flyttat ut i det officiella, om än utan fysiska möten. För unga människor visar sociala medier på en stor tillgång gällande öppenhet och diskussioner med varandra. Sociala medier möjliggör en djupare kommunikation med okända människor som de inte skulle ha vågat diskutera vid det fysiska mötet.<sup>30</sup>

## Varför är interkulturell kommunikation viktigt för Utveckling Nordost?

*“Communication is a symbolic, interpretive, transactional contextual process in which people (from different cultures) create shared meanings”.*<sup>31</sup>

Kommunikation är något grundläggande för oss alla, och det är genom kommunikationsprocesser som människor konstruerar en social verklighet.<sup>32</sup> Vid interkulturell kommunikation är de i förväg okända faktorerna i omvärlden fler än vid inom-kulturell kommunikation därför att personer med olika kulturell, etnisk och nationell bakgrund har olika förkunskaper, värderingar, attityder och språkanvändning.<sup>33</sup> Då kommunikationen är till för att konstruera en gemensam bild av verkligheten, blir processen problematisk då varken språket eller den kultur som omger språket är känd till fullo.<sup>34</sup>

Antropologen Edward Hall identifierade och analyserade kulturer som utmärktes av hög respektive låg kontext. De individer som lever i en kultur som karaktäriseras som högkontext tar alla de kulturella mönster som kännetecknar denna kultur för givna och behöver reflektera över dem. Medlemmar av lågkontext-kulturen är däremot medvetna om att deras kulturella mönster behöver förklaras och beskrivas.<sup>35</sup> Lever man i Sverige är den svenska kulturen den höga medan de kulturer människor med utländsk bakgrund bär med sig den låga. Det kan översättas så att människor boende i Sverige tar den svenska kulturen som så självklar, att den glöms bort att förklaras för de som den inte är lika självklar för. Den svenska kulturens sätt att kommunicera och agera används, även om den är svårförstådd för vissa.

---

<sup>29</sup> Habermas (2003)

<sup>30</sup> Kaplan & Haenlein (2009: 59f).

<sup>31</sup> Lustig (2008: 13)

<sup>32</sup> Larsson (2010: 49f)

<sup>33</sup> Larsson (2010: 111)

<sup>34</sup> Larsson (2010: 53)

<sup>35</sup> Larsson (2010: 65f)

## *Språkets betydelse*

Inger Larsson konstaterar i sin avhandling om svenskars kommunikation med icke-svenskar vid arbete utomlands att dialog som kommunikationsform är prioriterat i samtalsmöten där parterna inte talar samma språk. Detta främst av den anledningen att dialogen är ett sätt att tänka och utforska omvärlden tillsammans samt ger utrymme att korrigera missförstånd då de sker. I ett sammanhang där kommunikationen dock ska överföras till flera mottagare är dialog-samtalet sällsynt förekommande.

Det är naturligt för invandrare födda i Sverige att lära sig svenska, men också naturligt att behålla kontakten med de språk och kulturer som de kommer ifrån. Vuxna invandrare av första generationen har svårare att fullständigt integreras i den svenska kulturen och med det svenska språket. Forskning visar att det för andra generationens invandrare är viktigt i skapandet av en social identitet som förenar dem med föräldrarna att tala samma modersmål som dessa.<sup>36</sup> I nordöstra Göteborg är en del av befolkningen första-generationens invandrare och talar inte svenska och för Utveckling Nordost är detta en målgrupp som är svår att kommunicera med. Men även om människor talar flytande svenska, använder vi alla olika uttryck, kroppsspråk och sätt att formulera oss. Enligt Jurgen Habermas är språket, både det verbala och icke verbala det viktigaste verktyget i den mänskliga kommunikationen. Han talar om ”förståelseprocessen” och menar att syftet med en kommunikativ handling är att skapa samförstånd genom språk och tolkningar. Tolkningarna kan handla om att försöka förstå någons sätt att uttrycka sig, eller tolka symboler och bilder på det sätt som de är menade att tolkas utifrån avsändarens perspektiv. Avsändaren som vill nå ut med viktig information måste därför sprida budskap med tydliga intentioner så att detta blir förståeligt för mottagaren, oavsett om den kommunikativa handlingen är verbal eller icke-verbal.<sup>37</sup>

## *Meningsskapande*

Brenda Dervin, professor i kommunikationsvetenskap, har myntat ett begrepp inom interkulturell kommunikation som kallas för sense-making. Sense-making begreppet diskuteras oftast gällande ”information seeking and use” men betecknar också en process med avseende på all kommunikation. Sense-making syftar till att förklara hur viktigt det är för avsändaren att anpassa mediet och budskapet efter mottagarens behov. Dervin menar att all information inte tas emot på samma sätt av alla människor, utan att individens kontext är avgörande för huruvida denne ser på informationen som meningsfull eller ej.<sup>38</sup> Informationssystem måste därför utformas utifrån ett användarperspektiv. Dervins teori går ut på att avsändarens uppgift är att skaffa sig förståelse för mottagarens vanor och värderingar som ligger till grund för våra sociala mönster, för att kunna anpassa informationsspridningen därefter. Hon konstaterar att de socialt inlärda mönster vi har ligger till grund för på vilket sätt vi kommunicerar och genom vilka kanaler.

<sup>36</sup> Allwood (1988: 6)

<sup>37</sup> Habermas (1996: 144f)

<sup>38</sup> Larsson (2010: 51f)



Socialt inlärda mönster är grundläggande men kan förändras om vi levt länge i en annan kultur än den som är vår ursprungliga.<sup>39</sup> För Utveckling Nordost krävs en förståelse för andra sätt att kommunicera, framförallt då man vill nå målgrupper som inte är bekanta med den svenska kulturen sedan en längre tid tillbaka. Vidare ser Dervin informationsutbytet människor emellan som en av de viktigaste förutsättningarna för samhällets utveckling, och menar att genom händelser och handlingar som kommuniceras skapas gemenskap och uppfattningar, som delas och förstås av de berörda. Likt Habermas teorier om kommunikation som ett rationellt verktyg för att skapa förståelse, konstaterar Dervin att kommunikationen har till uppgift att hålla samman samhällen över en längre tid.<sup>40</sup>

Inger Larsson kan i sin avhandling om svenskars kommunikation med icke-svenskar vid arbete utomlands konstatera att vi oftast väljer kommunikationskanaler i enlighet med vad vi tycker passar vår identitet. Det betyder att den identitet och gemenskap man anser sig tillhöra påverkar vart man vänder sig för att ta del av information som är till störst nytta för en.<sup>41</sup> I de nordöstra stadsdelarna av Göteborg är möjligheten att majoriteten av befolkningen har som förstahandsalternativ att hämta information via utländska medier, större än i andra stadsdelar. Detta är ett alternativ som är fullt logiskt om man i första hand ser sig som utländska och i andra hand som svenska. I övrigt kan man då anta att i vilken utsträckning invånarna identifierar sig med sin stadsdel har betydelse för om lokala medier är intressanta eller inte. Den kulturella och sociala identiteten som vi har utifrån vilken etnisk eller kulturell grupp och förening vi är medlemmar i är inte alltid densamma som den vi ser som vår personliga identitet. Den personliga identiteten bottenar i de intressen och egenskaper vi anser oss ha utanför den kulturella och etniska gemenskapen.<sup>42</sup> En kvinna boende i Angered kan identifiera sin kulturella och sociala identitet som kurd och medlem i den kurdiska föreningen. Hennes personliga identitet kan vara teaterintresserad Hjällbo-bo.

### *Integration genom kommunikation*

Tidigare stadsutvecklingsprojekt, likt Utveckling Nordost, har genomförts i liknande stadsdelar i bland annat Södertälje, där studier om interkulturell kommunikation bidragit till en förbättrad medborgardialog mellan människor med olika etnisk, social och kulturell bakgrund. I Södertälje genomförde man 2009 ett projekt för att utveckla systemen för integrationen bland anhöriginvandrare.<sup>43</sup> Deltagare i projektet har uppgett att de genom att praktisera interkulturell kommunikation skapat en bättre integration genom att lära sig att kommunicera över kulturgränser, bland annat för att fördomarna blir färre när man möts och diskuterar svenskar och icke-svenskar. Flera som deltagit i testgrupperna menar också att språket är en av nycklarna till

---

<sup>39</sup> Lustig (2008: 89).

<sup>40</sup> Larsson (2010: 52)

<sup>41</sup> Larsson (2010: 182f)

<sup>42</sup> Lustig (2008: 142f)

<sup>43</sup> Maurizon (2009: 1)

integration och att det svenska språket förbättras när det talas ihop med svenskar.<sup>44</sup> Vidare anser deltagarna att det viktigaste är att finna fler redskap att använda när det handlar om kommunikation som sker över kulturgränser. För Utveckling Nordost kan denna kunskap överföras till att hitta alternativa kommunikationskanaler där den primära målgruppen enklast nås och vill bli nådda. Flera av deltagarna i Södertälje-projektet uppger också att det viktiga för att integreras är att få förklarat hur och varför det som sker i samhället sker samt hur de styrande i kommunen använder sig av den kunskap om olika värderingar och normer som råder och som projektet lyfter fram.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Maurizon (2009: 25f)

<sup>45</sup> Maurizon (2009: 27)

# METOD

## Val av metod

Vi har i den här studien valt att genomföra en kvalitativ metod. Eftersom vi är intresserade av att undersöka vad målgruppen har för kunskap om Utveckling Nordost, vilken information kring projektet som de är i behov av, vilka kommunikationskanaler de använder sig av, hur de skulle önska att informationsspridningen såg ut samt hur deras intresse för medborgardialog och delaktighet ser ut har vi valt att genomföra kvalitativa halvstrukturerade intervjuer. Denna metod är lämplig när studiens syfte är att samla in data som är knutna till människors uppfattningar, värderingar och handlande.<sup>46</sup>

En kvantitativ metod hade gett oss mer generaliserbar data men det finns fler hinder med en kvantitativ enkätstudie. Då många boende i området inte har svenska som modersmål<sup>47</sup> hade en enkätstudie medfört en risk att många hade valt att inte svara. I en enkätstudie blir svaren dessutom analyserade utifrån en skala och vi är inte intresserade av att generalisera utan intresserade av att förstå målgruppen och varför deras val av kommunikationskanaler ser ut som det gör samt deras attityder och intresse för kommunikation och medborgardialog.

## Urval

Vår målgrupp är kvinnor i åldrarna 18-30 som är bosatta i nordöstra Göteborg. Vi har valt denna målgrupp dels för att unga kan ha andra medievanor än äldre och dels för att många av projektets åtgärds punkter kan anses vara viktiga för just unga kvinnor (exempelvis upprustning av spårvagnshållplatser för ökad trygghet och skapandet av fler arbetstillfällen). Vi anser också de unga kvinnorna vara värdefulla att nå sett ur ett demokratiskt perspektiv.

Urvalet är inte representativt i egentlig mening, då vi exempelvis inte har tagit hänsyn till vilka ursprungsländer intervjupersoner kommer ifrån utifrån befolkningsstatistiken i de nordöstra stadsdelarna.

Vi har valt att göra ett snöbollsurval. Detta innebär att man genom ett icke-slumpmässigt urval av personer där man via redan valda personer letar sig fram till andra personer, som tas med i urvalet.<sup>48</sup>

Vi valde att kontakta folkhögskolan I Hammarkullen/Hjällbo där vi lät en av lärarna fråga de unga kvinnorna i klassen om de ville ställa upp på intervju. Därefter frågade vi de unga kvinnorna efter en bekant att intervjua, vilket resulterade i att vi sammanlagt fick tio intervjupersoner.

---

<sup>46</sup> Östbye mfl (2003:99)

<sup>47</sup> [www.goteborg.se](http://www.goteborg.se)

<sup>48</sup> Esaisson mfl (2007: 216)

Av de unga kvinnor som vi har valt att intervjua har två svensk bakgrund och de andra har sitt ursprung i Irak, Libanon, Chile, Turkiet och Montenegro. Vissa av dem är födda här och andra kom till Sverige som barn. De studerar på folkhögskolan, gymnasiet eller arbetar i butik. Kvinnorna är mellan 18 och 29 år gamla. Sju av dem har barn. En är ensamstående och två har inga barn alls. De flesta har en grundskoleutbildning. De är bosatta i Bergsjön, Angered, Hjällbo, Rannebergen, Hammarkullen, Gårdsten och Storås.

## Tillvägagångssätt

Genom att på tu man hand träffa kvinnorna i urvalsgruppen och skapa en förtroendeingivande stämning är det mera troligt att vi fått fram ett resultat som är tillförlitligt. Vi har träffat åtta av intervjupersonerna på Folkhögskolan i Hjällbo, där vi har haft möjlighet att genomföra intervjuerna i ett ostört bibliotek på plats. De två andra har vi intervjuat på deras respektive arbetsplats.

Vi har valt att använda oss av en semistrukturerad intervju<sup>49</sup> där vi i intervjuguiden<sup>50</sup> utgår ifrån fyra olika teman som vi har skissat på utifrån vårt syfte och våra frågeställningar. Orsaken till att vi har valt att använda oss av en semistrukturerad intervju är för att vi har velat förhålla oss öppna inför den möjligheten att nya intervjufrågor dyker upp under samtalets gång. I en semistrukturerad intervju behöver inte frågorna alltid komma i samma ordning. Fokus är tydligt men processen är flexibel. De fyra teman vi utgår ifrån är:

Tema 1: Utveckling Nordost

Tema 2: Attityder till stadsutvecklingsprojekt

Tema 3: Medie- och kommunikationsvanor

Tema 4: Önskvärda metoder för kommunikation och medborgardialog

Intervjutiderna har varierat mellan 30 och 40 minuter. Då ett av våra teman specifikt handlade om Utveckling Nordost och projektets aktiviteter blev intervjutiden kortare i de fall där de unga kvinnorna inte hade kännedom om projektet. Varje tema diskuterades i cirka tio minuter vilket resulterade i att i de intervjuer där tema ett föll bort blev intervjutiden kortare. Vi har inte tagit någon hänsyn till att vissa varit mer väl informerade och insatta i frågor som rör Utveckling Nordost, medier, kommunikation och delaktighet i områdets utveckling. Vi är medvetna om att det här har påverkat svaren samt intervjutiden.

Vi har transkriberat och analyserat de svar vi har fått för att kunna ta fram ett resultat.

Vi har valt ut citat som är relevanta för de frågeställningarna vi har. Vi har därefter analyserat resultatet utifrån våra frågeställningar samt integrerat dessa med relevanta teorier och tidigare forskning. Vi har i texten gjort om citaten från talspråk till skriftspråk då det underlättar för läsaren. I analysen presenterar vi intervjupersonerna utifrån ålder samt hur länge de har varit bosatta i nordöstra Göteborg. Därmed värnar vi om deras anonymitet.

---

<sup>49</sup> Kvale & Brinkmann (1997: 121f)

<sup>50</sup> Se bilaga 1.

# RESULTAT OCH ANALYS

## De unga kvinnorna och Utveckling Nordost

Här presenteras resultatet utifrån vår första frågeställning där vi undersökt om Utveckling Nordost lyckats förankra projektets syfte och mål hos den berörda målgruppen. Vidare presenteras hur de unga kvinnornas förtroende för denna typ av satsningar ser ut.

### *Behövs Utveckling Nordost?*

Vår undersökning visar att hälften av de unga kvinnorna aldrig har hört talas om Utveckling Nordost och därför inte har kunskap om projektets syfte och mål. Även om de läser lokaltidningen och arbetar, studerar och bor i nordöstra Göteborg kan de inte minnas att de via medier eller vardaglig informationshämtning fått upplysning om projektet. Den som är omedveten om att projektet finns har ingen anledning att självmant söka information och kunskap om projektets aktiviteter.<sup>51</sup> Att kännedom kring projektet saknas behöver därför inte betyda att målgruppen inte har något intresse av en sådan typ av satsning, utan är snarare ett tecken på att Utveckling Nordost inte lyckats med den första delen i informationsspridningen; att synliggöra projektet.

Den andra hälften har god insyn på grund av att de projektanställda varit ute på Folkhögskolan och informerat om de aktiviteter som Utveckling Nordost ska genomföra. Det interpersonella mötet visar sig här var viktigt, då det i detta fall bidragit till att projektet hamnat på samtalsagendan hos de unga kvinnorna som studerar vid Folkhögskolan.<sup>52</sup> De diskuterar kring projektets olika aktiviteter och vilka satsningar som är behövliga för stadsdelarna.

*”Och så berättade de mycket om olika vägar och hållplatser och sådant som de skulle rusta upp, och bygga företag i Angered. Men det var typ företag som var för högre utbildade människor så de kommer ju inte skaffa jobb åt de som bor i Angered.”*

Tjej, 25 år, bosatt i nordost i 22 år

---

<sup>51</sup> Palm (2006: 66)

<sup>52</sup> Palm (2006: 62f)

*”De har bra mål, hoppas att det funkar. Det är bara att köra igång. Det verkar som om de inte har börjat ännu, det är bara en plan som de har beskrivit, jag ser ingen förändring. Men hoppas att det blir något liksom.”*

Tjej, 26 år, bosatt i nordost 5 månader

Samtliga intervjupersoner, även de som tidigare inte haft någon kännedom kring Utveckling Nordost, är positiva till projektets aktiviteter när de fått information om vilka dessa är. Dock finns idéer kring aktiviteter som inte ingår i projektplanen och som skulle vara behövliga för stadsdelarna. De allra flesta av intervjupersonerna är överens om att upprustning av områdets utseende tillhör en av de viktigaste åtgärderna för att öka attraktionskraften i området. Många framhäver också vikten av att skapa fler arbetstillfällen för de som är bosatta i Angered och nordöstra Göteborg. Samtliga av intervjupersonerna känner sig förhållandevis trygga i området, men anser att man kan öka tryggheten ytterligare genom exempelvis upplysta vägar och spårvagnshållplatser.

*”Det är bra med sånt här. Storås är mera lantligt, det är villor, det är stall och ängar. Det ser man ju aldrig i Angered. Men det är ju fortfarande Angered. Så om hela Angered lyfts upp så blir det ju bättre för oss med. Om de värsta delarna blir bättre så påverkar det alla.”*

Tjej, 18 år, född i nordost

*”Nu har de ju börjat rusta upp de här husen men de som inte är upprustade det är det man kopplar Hammarkullen till... de här fula höghusen, med alla parabolerna. Folk kopplar ju ihop det med förorten och det är ju lite så det är. Man behöver fina upp Angered lite.”*

Tjej, 19 år, född i nordost

Vi kan konstatera att Utveckling Nordost inte djupare lyckats förankra sitt syfte och sitt mål hos målgruppen. Vi kan anta att detta beror på brister i kommunikationsstrategierna. Trots annonseringar i lokaltidning och på Internet har hälften av intervjupersonerna inte kännedom om projektet. Den kommunikationsstrategi som visat sig vara effektiv är det interpersonella mötet då de projektanställda besökt Folkhögskolan. De intervjupersoner som vid intervjutillfällena varit omedvetna om projektet uppger att de hade uppskattat ett sådant möte på sina respektive skolor eller arbetsplatser. Då projektet ligger samtliga av personerna nära till hands och de är berörda av aktiviteterna finns goda förutsättningar att deras intresse i att söka mer information och kunskap hade väckts genom ett sådant möte.<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Palm (2006: 59f)

## *Förtroende för projektet*

Vår undersökning visar att det råder en positiv attityd till att det ifrån beslutsfattaress håll finns en ambition att genomföra förändringar och förbättringar i de nordöstra stadsdelarna. Däremot råder en allmänt tveksam inställning till om förändringarna verkligen kommer att genomföras och förbättringarna kommer bli märkbara för den målgrupp de är avsedda för. De flesta av intervjupersonerna är kritiska till om den stora summan pengar som projektet fått kommer att förvaltas på ett effektivt och bra sätt som gynnar invånarna. De ifrågasätter också om satsningarna görs på rätt saker och för rätt personer, då Utveckling Nordost hittills inte har lyckats att informera tillräckligt väl om vilka satsningar som ska genomföras och hur och när dessa kommer att ske. För att förtroende ska finnas bland medborgarna krävs att de är väl informerade, då information är den mest grundläggande förutsättningen för förtroende.<sup>54</sup>

*”Klart de måste ha folk ifrån området, folk som verkligen har bott här länge. Det finns ju folk som bott här i 50 år; alltså riktiga sådana Bergsjö - och Hjällbobor och så kommer man utifrån och försöker göra någonting men det är inte samma sak. Jag säger inte att de gör något fel men det är inte samma sak som en som bott länge, som verkligen vet vad som fattas och vad som är viktigt . Men det vore bra med mer folk härifrån.”*

Tjej, 25 år, bosatt i nordost i 22 år

Utan att generalisera kan vi konstatera att de som ifrågasätter det ekonomiska biståndet samt om aktiviteterna kommer att genomföras, har utländsk bakgrund. Dessa uttrycker en oro över att de projektanställda kommer utifrån och inte kan identifiera sig med de som är bosatta i nordost och deras behov. Precis som deltagarna i Södertäljeprojektet uppgett talar våra intervjupersoner om vikten av att få förklarat för sig hur de projektanställda tar hänsyn till de olika kulturella värderingar som råder i samhället.<sup>55</sup> De unga kvinnorna anser att de projektanställda borde vara folk ifrån området istället för folk utifrån. Då detta inte är fallet är det därför extra viktigt att de projektanställda visar förståelse för de normer som råder hos invånarna som projektet berör. Vidare upplever de unga kvinnorna att det satsas för lite på att skapa nya arbetstillfällen för unga boende i området, vilket enligt dem är den viktigaste förutsättningen för integration.

---

<sup>54</sup> Lindholm (2010: 9).

<sup>55</sup> Maurizon (2009: 27)

*”Man lovar ju mycket men det är inte så mycket som går igenom. Sen var min fråga till Utveckling Nordost kommer de här grejerna ni gör i Angered skaffa jobb åt ungdomar eller åt människorna som bor här? För det är ju det man vill, man vill få jobb för att kunna integreras och gå vidare och sånt”*

Tjej, 25 år, bosatt i nordost i 22 år

*”Personligen tror jag inte att det kommer bli så stor förändring, med arbete och att företag flyttar hit. Det tror jag inte fungerar, jag vet inte varför. Men det är bra att någon gör någonting istället för att bara skita i Angered och låta det fixa sig självt.”*

Tjej, 23 år, född i nordost

Att skapa fler arbetstillfällen för de boende i nordost är en av projektets viktigaste aktiviteter. Detta är något som målgruppen har lite kunskap kring. Attityder till projektet kan endast förändras om avsändaren synliggör kunskap och information som är till nytta för den specifika mottagaren, det vill säga att Utveckling Nordost förklarar för målgruppen hur, när och var det ska skapas nya arbetstillfällen.<sup>56</sup>

Ett projekt som lyckats med sin profilering ökar sitt förtroendekapital och har större möjligheter att genomföra förändringar som positivt tas emot av den berörda målgruppen.<sup>57</sup> Vi kan konstatera att den något tveksamma attityd till projektet som råder hos intervjupersonerna bottnar i att Utveckling Nordost ännu inte lyckats integrera målgruppen i de aktiviteter som berör just dem. Då projektets aktiviteter är många och innefattar flera olika områden, hade en tydligare profilering av huvudsyftet varit nödvändig. Därutöver kan vi konstatera att specifikt målgruppsanpassade budskap är nödvändiga för att integrera invånarna i de aktiviteter de mest berörs av.

## Medie – och kommunikationsvanor

Här presenteras resultatet utifrån vår andra frågeställning där vi undersökt i vilken utsträckning målgruppen använder sig av svensk respektive utländsk media, vilka sätt att kommunicera de använder i vardagliga livet samt vilka medier de använder sig av för att ta del av nyheter och information.

---

<sup>56</sup> Palm (2006 : 66)

<sup>57</sup> Palm (2006: 88f)



## *Utländsk respektive svensk media*

Som vi antagit är användandet av medier ifrån de unga kvinnornas ursprungsland stort. De lägger ett större värde vid nyhetsrapporteringen från utländska TV och tidningar, då de identifierar sig i första hand med sitt ursprungsland och dess normer och värderingar.<sup>58</sup>

Flertalet av intervjupersonerna påpekar också att de diskuterar samhällsfrågor med sina föräldrar och att dessa enbart tar del av nyheter från sina ursprungsländer, då de har problem att förstå de svensktalande. Ett resonemang som återkommer i flera av intervjuerna är att de unga kvinnorna vill ta del av medier från sina ursprungsländer för att underhålla sitt modersmål precis som sina föräldrar, vilket är en viktig del i skapandet av en social identitet som förenar dem med föräldrarna.<sup>59</sup>

*”Jag kollar på allt. Kurdiska kanaler, arabiska, turkiska, svenska och till och med lite engelska har vi hemma. Så det är inte bara en som jag kollar på. Till exempel om jag kollar på turkiska nyheterna så vänder jag mig sen till de svenska och kollar vad som finns där. Man får bara mer information ju mer man kollar på.”*

Tjej, 25 år, bosatt i nordost i 10 år

*”Det blir automatiskt att jag tittar mer på bosnisk TV och läser de tidningarna. Egentligen borde det vara tvärtom eftersom jag bor här i Sverige men så är det inte.”*

Tjej, 25, bosatt i nordost i 7 år

*”Nu har jag ingen parabol men jag brukar titta på arabiska nyhetskanaler för där får man se mycket mer än vad man ser i Sverige. De koncentrerar sig mer på vad som händer därborta. Som det som hände i Egypten, det var på hela dagarna, 24 timmar dygnet runt, man fastnade verkligen. Här visar man det på nyheterna eller på Rapport men inget mer.”*

Tjej, 25 år, bosatt i nordost i 22 år

Användandet av utländsk media utesluter dock inte att det finns ett intresse även för svenska nyheter, utan dessa fungerar som ett bra komplement till de utländska. Intervjupersonerna är flitiga läsare av Göteborgs-

---

<sup>58</sup> Larsson (2010: 182f).

<sup>59</sup> Allwood (1988: 6)

posten på Internet. Istället för att läsa dagstidningen i pappersform, finner flertalet av intervjupersonerna det mera bekvämt att ta del av dessa via Internet, framförallt av den anledningen att det kostar att köpa papperstidning.

Dock råder ett relativt svagt förtroende för Göteborgs-Posten, då flera av de upplever att den framställer deras stadsdelar på ett sätt de inte kan identifiera sig med. De rapporterar om det negativa, och sällan om det positiva som sker i området.

*”Typ GP där står det om Göteborg eller Torslanda. Den enda gången det står något om Hammarkullen eller Hjällbo så är det att en blev skjuten där eller mördad där. Man tänker man får bara negativ publicitet. De har inte skrivit något om utställningen här eller hur häftigt dom ska måla om i tunneln, de skriver inte att ungdomar får rösta fram vem som ska göra det, det är inte lika stor nyhet som att en ungdom blev mördad här. Det är rätt så tråkigt.”*

Tjej, 24 år, bosatt i nordost i 10 år

*”Det kostar ändå pengar att prenumerera på GP och jag föredrar att lägga dem på något jag behöver. Jag kan ju skaffa den informationen någon annanstans. På datorn kan jag ju kolla upp den.”*

Tjej, 24 år, bosatt i nordost i 10 år

Intresset för lokal media är större än intresset för regional och nationell media. Många av intervjupersonerna uppger att den områdesanpassade tidningen Nordost är mest trovärdig och intressant, då den behandlar händelser och ämnen som berör dem själva och området där de bor. För att väcka människors intresse ska ämnen vi intresserar oss för ligga nära till hands och beröra oss personligen.<sup>60</sup>

*”Den lokala tidningen tar ju upp precis allt från tomma villor som ska säljas i området till brott som har hänt till evenemang som sker, de har reklam om olika företagare här i Angered och Nordost. Den läser nästan alla faktiskt, alla jag känner. Den påverkar ju dem, den handlar ju om människorna som bor här ute och där brukar det finnas allt sådant. De har bilder på olika slags människor, de är ute mycket. Ser de att det händer något i området så kommer de direkt och så. Det är den tidningen man kollar när den väl kommer, den kommer nog en gång i månaden eller något sådant.”*

---

<sup>60</sup> Palm (2006: 59f)

Tjej, 25 år, bosatt i nordost i 22 år

Flertalet av intervjupersonerna upplever att den områdesanpassade tidningen rapporterar på ett sätt som är mera begripligt och lättläst. De jämför med den språkliga användningen i Göteborgs-Posten och konstaterar att språket där är högtravande och formellt i jämförelse med språket i den områdesanpassade journalistiken. Tidningen Nordosts språk är mer anpassat till målgruppen, vilket är en förutsättning för att mottagaren ska känna att innehållet är trovärdigt och riktat till henne.<sup>61</sup>

Intervjupersonerna upplever också att de i större utsträckning kan identifiera sig med innehållet på ett positivt sätt, då den områdesanpassade journalistiken inte enbart skildrar det negativa som sker i området. De flesta i målgruppen identifierar sig först och främst med sin ursprungliga kultur och i andra hand med området de är bosatta i. Det är därmed ett logiskt val att första vända sig till utländska medier och i andra hand till lokal media i enlighet med Larssons teorier kring medieval och identitet. Den identitet vi anser oss ha avgör vart vi i första hand vänder oss för att ta del av information som är till störst nytta och glädje för oss.<sup>62</sup>

### *Mun till mun – metoden*

Det framgår tydligt att det är de traditionella och enkla mun till mun metoderna som används för att sprida information i området, vilket till stor del kan bero på att de socialt inlärda mönster som ligger till grund för de unga kvinnornas sätt att kommunicera ser annorlunda ut på grund av kulturella och nationella bakgrunder.<sup>63</sup> Flertalet av intervjupersonerna upplever att den information de får via vänner och bekanta är mer intressant och tillförlitlig än den information de får via media.

*”Det står ju väldigt mycket i tidningar om nordost och sen så lägger man upp Flyers ibland.. men mycket via kontakter, folk säger till varandra och så. Det är mycket att man ska lita på att folk gör sitt jobb och ryktet går vidare.”*

Tjej, 24 år, bosatt i nordost i 10 år

*”Man hör mycket om vad som händer. Jag kan prata med min kompis och sådär. Eller så finns det en anslagstavla här ute som är jättebra. Den brukar jag kasta en blick på om det kommer någon från vårt land eller så. Jag kollar alltid på den. Då är jag på. Att man säger det till alla man känner och säger de det till de andra. Det är så det mesta sprids här.”*

<sup>61</sup> Habermas (1996: 144f)

<sup>62</sup> Larsson (2010: 182f)

<sup>63</sup> Lustig (2009: 89)

Tjej, 23 år, född i nordost

*”Om jag vet någonting så vill jag alltid att andra ska veta det också, att det finns något liksom och ja, det är väldigt varmt i Angered. Man känner värme. Det kan bero på det att alla är så nära varandra du vet”*

Tjej, 25 år, bosatt i nordost 10 år

Intervjupersonerna uppger att man förlitar sig på att information sprids ryktesvägen. Det finns en tradition av att sprida information vidare till andra som är berörda av den. Intervjupersonerna upplever att de känner samhörighet genom denna kommunikation med andra medborgare i vardagliga situationer. Enligt sense-making-begreppet är det när människor diskuterar händelser och handlingar med varandra som de skapar mening i budskapen. Enligt Dervin är detta informationsutbyte som sker på individnivå en av de viktigaste förutsättningarna för ett samhälles utveckling.<sup>64</sup>

## Önskvärda kommunikationsstrategier

Här presenterar vi resultatet utifrån vår tredje frågeställning som behandlar vilka kommunikationsstrategier som målgruppen anser är mest användbara i området där de bor.

*”Jag tror att det här med affischer är underskattat. Sätter man upp det på en busshållplats kommer alla titta, folk har inget att göra när de står där. Väntar man så kollar man även om man läst den 500 gånger. Vanligt A4 papper. Det ska finnas precis framför dig.”*

Tjej, 23 år, född i nordost

*”Man måste fånga de unga face-to-face, det går inte bara att säga läs den här tidningen för det kommer de inte att göra. Jag tycker de borde använda för ungdomar andra taktiker... mer gå rakt mot dem.”*

Tjej, 24 år, bosatt i nordost i 10 år

---

<sup>64</sup> Larsson (2010: 50)

Många av intervjupersonerna talar om att de enkla kanalerna för informationsspridning är effektiva. Det finns en tradition hos målgruppen att sprida information vidare genom mun-till-mun-metoden. Det finns önskemål om att även de som inte har denna tradition, det vill säga i detta fall de projektanställda, ska använda sig av det interpersonella mötet (face-to-face). Precis som deltagarna vid det interkulturella Södertälje-projektet uppgett, anser målgruppen att det viktigaste är att anpassa kommunikationsstrategierna efter deras behov.<sup>65</sup> Ett av de grundläggande behoven är att informationen ska vara lättillgänglig och lättläst. Ett exempel på sådan information är enligt målgruppen den som finns på anslagstavlor och vid spårvagnshållplatser samt den som sker i mötet med de projektanställda.

*”Det kanske låter lite dumt om man pratar om politiker eller journalister och sånt men skriv svenska, inte politiska eller svenska så utan invandrarsvenska. Det finns ord som dom använder som man tänker bara alltså jag är dum det här är typ advokatspråk. Använd språket som folk använder nu, det är inte så att man vill känna sig dum för att man inte förstår innehållet.”*

Tjej, 24 år, bosatt i nordost i 10 år

*”Man måste anpassa budskapet. Går man efter gamla så anpassar man. Men när det är unga, man måste prata på deras språk.”*

Tjej, 26, bosatt i nordost i 5 månader

De flesta av intervjupersonerna lägger stor vikt vid hur budskap och information kommuniceras språkmässigt sett. Flera av dem uppger att det är svårt att förstå det politiker och journalister kommunicerar i tal och skrift, då de använder uttryck som inte används i det vardagliga språket. Enligt Brenda Dervins sense-making-begrepp är det just den språkliga användningen i det som kommuniceras som är viktigt för mottagaren. Det är först när denne förstår det totala innehållet som det som kommuniceras får betydelse för henne.<sup>66</sup> Två av intervjupersonerna, som talar flytande svenska, upplever att de känner sig ”dumma” när de tar del av innehållet i dagstidningar eller lyssnar på politiker, av den anledningen att språket för dem är obegripligt. Att anpassa språket i kommunikationen för att skapa samförstånd torde vara en av de viktigaste strategierna för dem som vill göra sig förstådda hos målgruppen. Enligt Habermas traditionella teorier är det en av de viktigaste delarna i det kommunikativa handlandet.<sup>67</sup> Trots det upplever många av

<sup>65</sup> Maurizon (2009: 25f)

<sup>66</sup> Larsson (2010: 50)

<sup>67</sup>Habermas (199g: 144f)

intervjupersonerna att främst journalister och politiker inte tar hänsyn till detta.

## Intresset för medborgardialog

Här presenteras resultatet utifrån vår fjärde frågeställning där vi undersökt hur intresset för medborgardialog ser ut. Vidare presenteras de synpunkter intervjupersonerna har kring projektets planerade hemsida och hur de önskar kommunicera via denna.

### *Önskan om delaktighet*

Resultatet visar att det finns ett intresse av att kunna följa beslutsprocesser. Det är inte nödvändigt för målgruppen att vara med som medbeslutare, utan intresset ligger i att de ges möjlighet till insyn i beslutsfattandet och att de, i frågor som berör dem personligen, ges möjlighet att bidra med sina erfarenheter. En av intervjupersonerna beskriver några politikernas besök på hennes gymnasieskola som en mycket positiv upplevelse. Genom att föra dialog med politikerna väcktes många elevers intresse för samhällsfrågor. Teorier kring framgångsrika medborgardialoger framhäver vikten av att finnas på rätt plats vid rätt tillfälle och få deltagarna att känna sig bekväma i situationen där dialogen sker, något som skett vid politikernas besök vid gymnasieskolan.<sup>68</sup>

*”Inför valet kom det två politiker till varje klass och gick runt och pratade och man fick ställa frågor. Och de hade ju olika svar. Till exempel bostadsfrågor var det vi ville prata om, hur man skulle bygga mer bostäder och att vi ville då att man skulle ha mer blandat med villor och lägenheter i förorterna... Många blev intresserade då.”*

Tjej, 19 år, född i nordost

*”Befolkningens åsikt ska de ha. Efter behov så att inte folk säger ”varför bygger de istället för att satsa på skolor”, det är många som säger så. Att man lyssnar på invånarna lite också. De gör inte det tillräckligt.”*

Tjej, 26 år, bosatt i nordost i 5 månader

Erfarenheter från tidigare genomförda projekt med fokus på medborgardialog visar att intresset för delaktighet i beslutsprocesser är störst då det bakom beslutet finns stora ekonomiska resurser.<sup>69</sup>

Bostadsfrågor är viktiga för flera av intervjupersonerna och ett exempel på en sådan fråga som kräver stora

---

<sup>68</sup> Lindholm (2010: 21)

<sup>69</sup> Langiet (2011: 11)

resurser.

Erfarenheter visar också att intresset att delta i beslutsprocesser är större i de frågor där målgruppen påverkas negativt av det som ska ske.<sup>70</sup> Då många av intervjupersonerna är småbarnsföräldrar är frågor som rör nedläggning av skolor i området något de vill ha möjlighet att vara med och besluta om.

När, var och hur mycket ekonomiska och tidsmässiga resurser som samtliga av projektets aktiviteter tar att genomföra är något som målgruppen vill ha svar på. Precis som deltagarna i det tidigare genomförda Södertäljeprojektet gjorde, uppger de unga kvinnorna att det viktiga är att få förklarat hur och varför det som sker inom projektets ramar sker samt hur beslutsfattare använder sig av de önskemål som medborgarna uttryckt.<sup>71</sup>

### *Dialog genom internet*

Intervjupersonerna visar stort intresse för den hemsida som Utveckling Nordost ska introducera. Flertalet av dem talar om hur viktigt det är att få ta del av uppdaterad information kring vad som sker i området där de bor. De vill gärna ha ett forum där de själva kan bidra med sina åsikter och erfarenheter. Hemsidan ska vara såväl informativ som underhållande, och framförallt ska där finnas möjlighet att direkt kommunicera med de projektanställda.

*”Det behövs en hemsida som inte står still, som uppdateras varje dag med några rader så att man går in och kollar. Säg att de håller på med någonting då är det kul att se bilder och steg för steg, såhär långt har vi kvar och såhär långt har vi kommit. Det gör att man väntar på något och går dit och kollar när det är klart.”*

Tjej, 23 år, född i nordost

*”Hemsidan måste ha allting. Bilder, videor, man ska också kunna skriva sin åsikt, vad vi vill. Vi måste veta vad som händer. Information när det händer, där vi bor. Vi pratar mycket om det.”*

Tjej, 29 år, bosatt i nordost i 11 år

Målgruppen ser öppenheten på hemsidan som en stor tillgång där de kan få följa genomförandet av projektets aktiviteter. Än viktigare är att de också ser en möjlighet att genom Internet kunna delta i det

---

<sup>70</sup> Langiet (2011: 11)

<sup>71</sup> Maurizon (2009: 27)

offentliga samtalet och bidra med sina åsikter. Internet blir en del av den interpersonella kommunikationen och mötet face-to-face som målgruppen efterfrågar. Intervjupersonerna visar stor tilltro till hemsidans förmåga att kunna agera som arena för det offentliga samtalet. Det visar på de möjligheter för dialogliknande tvåvägskommunikation som Internet öppnat upp.<sup>72</sup> Att föra en dialoginriktad kommunikation med medborgarna istället för en marknadsstyrd envägskommunikation ökar medborgarnas kunskap kring demokratiska processer och därigenom deras förtroende för beslutsfattare.<sup>73</sup>

Flertalet av intervjupersonerna uppger att de vill ha möjlighet att följa processen från beslut till genomförande steg-för-steg. Erfarenheter visar att medborgarens förståelse för bakgrunden till olika beslut ökar om hon har getts möjlighet att del av resonemanget bakom, vilket gör det lättare att genomföra prioriterade insatser.<sup>74</sup>

---

<sup>72</sup> Sturmark & Branden (2001)

<sup>73</sup> Lindholm (2010: 10)

<sup>74</sup> Lindholm (2010: 8)



# SLUTDISKUSSION

## Om resultatet

Vårt syfte har varit att undersöka kommunikationsvanor och informationsbehov hos målgruppen unga kvinnor boende i Göteborgs nordöstra stadsdelar. Syftet har också varit att undersöka de unga kvinnornas intresse för medborgardialog och delaktighet inom ramen för stadsutvecklingsprojekt.

Resultatet vi fått fram utifrån detta syfte visar att Utveckling Nordost inte lyckats förankra sitt mål och syfte hos de unga kvinnorna och att förtroendet för att man inom ramen för ett stadsutvecklingsprojekt ska lyckas genomföra märkbara förändringar är förhållandevis svagt. En organisation eller ett projekt som lyckats med sin profilering ökar sitt förtroendekapital och har därmed större möjligheter att genomföra förändringar som positivt tas emot av den berörda målgruppen<sup>75</sup>. Vi kan konstatera att Utveckling Nordost hade behövt synliggöra sitt syfte och sina mål i direkt kontakt med målgruppen som projektet berör.

Gällande medie – och kommunikationsvanor visar resultatet att målgruppen i stor utsträckning använder sig av mun-till-mun-metoden gällande informationsspridning. Störst kunskap om Utveckling Nordost har de intervjupersoner som studerar på Folkhögskolan där man haft besök av de projektanställda. Dessa uppger att de fått god information kring projektets aktiviteter och visar också på ett större förtroende för denna typ av satsningar. De visar på vilja att engagera sig i aktiviteter och frågor som rör Utveckling Nordost. De av intervjupersonerna som endast genom intervjutillfället med oss fått information, har en något mer negativ attityd till projektet.

Vidare kan vi gällande medievanor konstatera att utländska medier dominerar över svenska medier i hemmet. Tidningsläsandet är hyfsat omfattande, men få prenumererar på någon av de stora svenska dagstidningarna. Enligt teorier om interkulturell kommunikation är vår identitet avgörande för vart vi först vänder oss för informationshämtning.<sup>76</sup> Vi kan konstatera att flertalet av intervjupersonerna i första hand identifierar sig med sin kulturella bakgrund och i andra hand som medborgare i nordöstra Göteborg. Lokala medier är mer intressanta och förtroendeingivande än regional media. Den områdesanpassade tidningen Nordost läses av samtliga intervjupersoner. Anledningen till att den anses vara mer trovärdig än andra tidningar är att den skildrar deras stadsdelar på ett sanningsenligt och mer positivt sätt och att språket som används är mera begripligt.

Söksidor som Google används för att söka efter ytterligare information. Användandet av sociala medier är anmärkningsvärt lågt. De flesta av intervjupersonerna är inte medlemmar på Facebook, av den anledningen att de inte tycker det är givande att kommunicera med vänner och bekanta via Internet. Endast en av

---

<sup>75</sup> Palm (2006: 88f)

<sup>76</sup> Larsson (2010: 182f)

intervjupersonerna uppger att hon läser bloggar, men aldrig sådana skrivna av människor hon inte känner personligen. Dock är samtliga av intervjupersonerna mycket positivt inställda till Utveckling Nordosts hemsida som gemensam plattform för diskussion. Det finns ett intresse för medborgardialog och en önskan att kommunicera kring frågor som rör stadsdelarnas utveckling med projektanställda och förtroendevalda, något som det i dagsläget inte finns en möjlighet att göra enligt de unga kvinnorna. Hemsidan ses av många som en möjlighet till att ha direktkontakt med de som är ansvariga för stadsdelarnas utveckling. Kommunikation via hemsidan möjliggör också djupare diskussioner med okända människor som kanske inte skulle ha vågats tas upp vid det fysiska mötet.<sup>77</sup>

Det finns hos målgruppen ett intresse av att kunna följa beslutsprocesser. De vill ges möjligheten att bidra med sina åsikter och erfarenheter till de projektanställda gällande frågor som berör dem. Att föra en dialogriktad kommunikation med medborgarna istället för en marknadsstyrd envägskommunikation ökar medborgarnas kunskap kring demokratiska processer och därigenom deras förtroende för beslutsfattare.<sup>78</sup> När, var och hur mycket ekonomiska och tidsmässiga resurser som samtliga av projektets aktiviteter tar att genomföra är något som målgruppen vill ska synliggöras för medborgarna. Det är viktigt för dem att deras värderingar tas hänsyn till och att man öppet visar att detta har skett. Erfarenheter från tidigare projekt som genomförts inom ramen för medborgardialog visar att det är viktigt att de berörda får känna att det finns ett påverkansutrymme samt att det som genomförs sker på de sätt de framfört att de vill.<sup>79</sup>

Avslutningsvis kan vi konstatera att medborgardialogen bör föras på ett begripligt språk och på platser där invånarna i nordöstra Göteborg befinner sig i vardagen. Flera av intervjupersoner uppger att man måste kommunicera med medborgarna face-to-face samt anpassa språket till en icke-formell nivå. Enligt Habermas förståelseprocess är kommunikationen endast givande om den anpassas efter mottagaren och därigenom skapar samförstånd.<sup>80</sup>

## Slutsats

Våra slutsatser och rekommendationer till Utveckling Nordost är att göra den planerade hemsidan för projektet till en gemensam plattform där medborgarna i nordöstra Göteborg har möjlighet att kommunicera med de projektanställda. Då det från de unga kvinnornas håll finns ett intresse att få vara med och påverka vad pengar bör satsas på och vart satsningar bör göras, är ett alternativ att skapa ett forum där medborgarna kan diskutera sådana frågor och där de projektanställda kan få en uppfattning av vad som är viktigt för invånarna. Vidare är vår uppmaning till Utveckling Nordost att integrera målgruppen genom att låta de aktivt vara med i hemsidans utveckling, till exempel genom att bidra med egentagna bilder, video-filmer och

---

<sup>77</sup> Kaplan & Haenlein (2009: 59f).

<sup>78</sup> Lindholm (2010: 8)

<sup>79</sup> Langiet (2011: 17)

<sup>80</sup> Habermas (1996: 144f)

blogginlägg som publiceras i dessa forum. För projektet skulle sådana strategier också vara goda i marknadsföringssyfte, då intervjupersonerna själva uppgett att invånarna i nordöstra Göteborg talar mycket med varandra och att ett gott rykte snabbt sprids från mun-till-mun. För Utveckling Nordost innebär ett gott rykte medborgarnas förtroende för förändringar och förhoppningsvis ökat demokratiskt deltagande i beslutsprocesser som berör dem.

Då dagstidningsläsandet i pappersform är förhållandevis lågt rekommenderar vi att annonsera i Metro eller i den lokala gratistidningen Nordost, som enligt de unga kvinnorna läses av flertalet hushåll i Angered och Bergsjön. Traditionella former för informationsspridning, såsom affischer vid spårvagnshållplatser och på anslagstavlor, verkar vara mest effektiva. De unga kvinnorna framhäver också vikten av att kommunicera på medborgarnivå, att finnas på rätt plats vid rätt tillfälle och att tala målgruppens ”språk”, det vill säga föra dialoger på ett icke formellt sätt.

Slutsatsen är att det finns goda förutsättningar för ett ökat demokratiskt deltagande bland de boende i Göteborgs mångkulturella stadsdelar. Förutsättningarna för detta är att projektanställda och förtroendevalda finns där medborgarna finns, ute i skolor och i föreningar som har sitt fäste i Angered och Bergsjön, och att kommunikationen sker på en informell medborgarnivå.

## Om arbetsprocessen

Vi har i den här studien undersökt det vi från start menade att undersöka. Vi har fått svar på samtliga av våra frågeställningar. Utöver detta har det tillkommit nya infallsvinklar som gjort att den här uppsatsen kommit att handla mycket om demokrati och delaktighet genom medborgardialog. Vi har hållit oss inom den kommunikationsvetenskapliga ramen, på ett sådant sätt att vi låtit intervjupersonernas medie- och kommunikationsvanor diskuteras utifrån hur de även önskar kommunicera med projektanställda, förtroendevalda och i andra demokratiska sammanhang. Det har gett vår studie en stark samhällsvetenskaplig relevans.

Vi har haft vissa svårigheter att avgränsa oss, då det under hela arbetets gång uppkommit nya tankar och idéer kring vad vår uppdragsgivare Utveckling Nordost skulle vara i behov av att få veta om den målgrupp de ska beröra. Då våra intervjupersoner har visat ett stort intresse för att diskutera frågor även utanför det medie – och kommunikationsvetenskapliga ämnet har vi haft ett stort underlag för analys att arbeta oss igenom. Vi är nöjda med att ha valt en kvalitativ metod då vi fått denna möjlighet att delta och få lyssna på intressanta diskussioner under intervjusituationerna.

Våra teoretiska perspektiv grundar sig mestadels i tidigare studier kring medborgardialog på kommunnivå samt i tidigare utvecklingsprojekt genomförda i mångkulturella stadsdelar, vilket vi till en början såg som en

svaghet. Men under arbetets gång har denna något snäva teoretiska referensram bidragit till att vi kunnat sätta vår studie i en desto konkretare kontext inom ramen för strategier inom interkulturell kommunikation och medborgardialog. Hade vi haft mer utrymme hade vi önskat fördjupa oss i demokratiteorier. Slutligen kan vi konstatera att det finns potential att forska vidare inom ämnena medborgardialog och kommunikation för delaktighet i de mångkulturella stadsdelarna av Göteborg.

# REFERENSER

Allwood, Jens (1988): *Språken i Sverige - igår, idag och imorgon*. Kommentusgruppen AB.

Djörke, Bo mfl (2006): *Med eller motborgare – nåt jävla inflytande ska man väl ha i en demokrati*. Offentliga rummet i Sundsvall. [http://www.d2d.nu/D2Dpamflett/pamflett\\_o0527.pdf](http://www.d2d.nu/D2Dpamflett/pamflett_o0527.pdf) 2011-12-18

Esaisson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Hendrik, Wängnerud, Lena (2007): *Metodpraktikan - konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Norstedst Juridik AB.

Habermas, Jurgen (1996): *Kommunikativt handlande – texter om språk, rationalitet och samhälle*. Daidalos.

Karlströmer, Pär (2011): *Offert mångkulturell insikt och kommunikation*. Göteborgs stad oktober 2011.

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (1997): *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur.

Langiet, Lena (2011): *Medborgardialog som del i styrningsprocessen*. Författad på uppdrag av Sveriges kommuner och Landsting. [http://brs.skl.se/brsbibl/kata\\_documents/doc39895\\_1.pdf](http://brs.skl.se/brsbibl/kata_documents/doc39895_1.pdf) 2011-12-20

Larsson, Inger (2010): *Att bygga broar över kulturgränser – om svenskars kommunikation med icke-svenskar vid arbete utomlands*. Lunds universitet.

Lindholm, Theresa (2010): *Handbok i medborgardialog*. Haninge kommun.

<http://www.haninge.se/upload/16419/Handbok%20i%20medborgardialog.pdf> 2011-12-05

Lustig, Myron W (2009): *Intercultural competence – interpersonal communications across cultures*. Pearson.

Maurizon, Marie (2009): *Utvärderingsrapport: Interkulturell dialog för hållbar utveckling*. Södertälje. [http://ec.europa.eu/ewsi/UDRW/images/items/itpr\\_21738\\_747118215.pdf](http://ec.europa.eu/ewsi/UDRW/images/items/itpr_21738_747118215.pdf) 2011-11-15

Palm, Lars (2006): *Kommunikationsplanering – en handbok på vetenskaplig grund*. Studentlitteratur.

Stenlöf, Anna (2009): *UNO – hållbar stadsutveckling i nordost*. Förstudie författad av Bligentia på uppdrag av Utveckling Nordost. [http://www.goteborg.se/wps/wcm/connect/fc6308804764b5b4b309ffec4daab262/Forstudie.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT\\_TO=URL&CACHEID=fc6308804764b5b4b309ffec4daab262](http://www.goteborg.se/wps/wcm/connect/fc6308804764b5b4b309ffec4daab262/Forstudie.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=URL&CACHEID=fc6308804764b5b4b309ffec4daab262) 2011-12-01

Räftegård, Curt (1998): *Pratet som ett demokratiskt verktyg – om möjligheten till en kommunikativ demokrati*. Gidlunds Förlag.

Sturmark, Christer, Branden, Ulrik (2001): *Digital kommunikation i nätverkssamhället – en guide för konkurrens och överlevnad*. Svenska förlaget liv och ledarskap.

Östbye, Helge, Knapskog, Karl, Helland, Knut, Larsen, Leif-Ove (2003): *Metodbok för medievetskap*. Liber.

SOM-institutet: Holmberg, Sören, Nilsson, Lennart, Weibull, Lennart (1998): Riks-SOM 1998.

Nationalencyklopedin: [http://www.ne.se/interpersonell?i\\_h\\_word=interpersonell+kommunikation](http://www.ne.se/interpersonell?i_h_word=interpersonell+kommunikation) 2011-12-10

Statistisk årsbok, Göteborgs stad: <http://www4.goteborg.se/prod/sk/statistik/statistikR5.nsf> 2011-12-01

Statistiska centralbyrån: [http://www.scb.se/Pages/List\\_\\_\\_\\_261536.aspx](http://www.scb.se/Pages/List____261536.aspx) 2011-11-10

Angereds närsjukhus: <http://www.angeredsnarsjukhus.se/sv/Angereds-narsjukhus1/Angereds-Narsjukhus/> 2011-11-20

Ljusdal kommun: <http://www.ljusdal.se/download/18.761e92a011f61452a948000457/Microsoft+Word+-+Metod+f%C3%B6r+medborgardialog+i+Ljusdals+kommun.pdf> 2011-12-05

## **Inledning**

- Namn, ålder, sysselsättning, civilstånd, boende, nationell bakgrund?
- Hur länge har du bott i Sverige och i stadsdelen?
- Vad har du för utbildning?
- Fritidsintressen?
- Är du medlem i någon förening eller idrottsklubb?

## **Tema 1: Utveckling Nordost**

- Har du hört talas om Utveckling Nordost?
- Varför/Varför inte och hur?
- Vad vet du om projektets syfte och mål?
- Är projektets aktiviteter intressanta?
- Om ni har fått information om projektet tidigare, hur fick ni den informationen?
- Hur mycket information har ni fått?

## **Tema 2: Attityder till stadsutvecklingsprojekt**

- Hur ser du på den här typen av satsningar i nordöstra Göteborg?
- Är projektet behövligt?
- Hur stort är ditt förtroende för projektet?
- Vad är viktigt att förändra?

## **Tema 3: Medie- och kommunikationsvanor**

- Vilka tidningar läser du? Hur ofta?
- Vilka tv-kanaler tittar du på? Hur ofta?
- Vilka radiokanaler lyssnar du på? Hur ofta?
- Internationella och nationella medier?
- Är du medlem på Facebook eller andra sociala medier? Hur mycket använder du det?
- Vilka hemsidor besöker du? Hur ofta?
- Hur kommunicerar du med vänner och bekanta?
- Hur får du information om konserter, talare, myndigheter och organisationer?
- Hur intresserad är du av nyheter, politik och aktuella samhällsfrågor?

## **Tema 4: Önskvärda metoder för kommunikation och medborgardialog**

- Vilken information anser du är viktig som berör området där du bor?
- Tycker du att en hemsida är viktig för projektet?
- Vilken information om projektet vill du ha?
- Vilken typ av information tror du andra kvinnor i din ålder vill ha?
- Vilka sätt att kommunicera tror du används mest i området?
- Vad vill du kunna påverka av det som händer i området där du bor?
- Hur önskar du kommunicera med förtroendevalda och projektanställda?