

JMG

Examensarbete i medie- och
kommunikationsvetenskap

2013-01-07

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

www.jmg.gu.se

KOMMUN I AKTION VIA KOMMUNIKATION - en studie om Vara kommuns profil och image

Författare: Sophia Drejenstam och Susanna Odin

Handledare: Marie Grusell

Kursansvarig: Malin Sveningsson



UNIVERSITY OF GOTHENBURG
DEPT OF JOURNALISM, MEDIA AND COMMUNICATION

TACK

Marie Grusell för den support och peppning du har gett oss under arbetets gång. Du har med konstruktiv kritik lett oss genom våra toppar och dalar.

Vara kommun för ett intressant uppdrag.

Våra respondenter för att ni ställde upp på våra intervjuer.

Café Nordpolen i Vara.

ABSTRACT

Titel: Kommun i aktion via kommunikation – en studie om Vara kommuns profil och image

Författare: Sophia Drejenstam och Susanna Odin

Kurs: Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap, Göteborgs Universitet.

Termin: Hötterminen 2012

Handledare: Marie Grusell

Antal ord: 19 968

Syfte: Att beskriva vilken uppfattning nyinflyttade till Vara kommun har om kommunen samt förklara varför uppfattningarna ser ut som de gör.

Metod: Kvalitativa samtalsintervjuer.

Material: Studien bygger på sex stycken intervjuer av respondentkaraktär.

Huvudresultat: Individens uppfattning om Vara kommun (innan, under och efter flytten) beror på i vilken fas av flytten som individen befinner sig. Beroende på i vilken fas i flytten individen befinner sig får också individuella förklaringsfaktorer, såsom individens sociala förutsättningar, individens samhällssyn och individens medieanvändning, genomslag för individens uppfattningar om kommunen. De nyinflyttade till Vara kommun uppfattar olika aspekter av Vara kommun på ett positivt eller negativt sätt. Studiens huvudresultat inbegriper också att det finns en diskrepans mellan Vara kommuns profil och den image som de nyinflyttade har av kommunen, framförallt vad gäller kommunens satsning på entreprenörskap.

Key words: *nyinflyttade, Vara kommun, samhällsinformation, mottagare, Sense-making method, offentlig myndighet*

EXECUTIVE SUMMARY

Att som kommun ta hand om sina boende och nyinflyttade på ett tillfredsställande sätt kan vara både krävande och snårigt. Som kommun är det viktigt att det man försöker säga och förmedla uppfattas på liknande sätt av mottagarna för att kommunikationen ska bli så bra som möjligt. Detta är särskilt viktigt i en tid då många kommuner lider av ett minskande befolkningsantal.

Vara kommun är en liten kommun på Varaslätten i Västergötland. I kommunen bor drygt 15 000 människor. Under flera år har kommunen, precis som många andra småkommuner i Sverige, brottas med ett sjunkande invånarantal. För att överleva som kommun är man i stort behov av nya invånare och för att tillskansa sig nya invånare behöver man veta hur man uppfattas som kommun för att kunna förmedla rätt budskap på rätt sätt.

Studiens syfte är att med hjälp av tre frågeställningar beskriva vilka uppfattningar nyinflyttade har om Vara kommun samt förklara varför uppfattningarna ser ut som de gör. Genom att förklara detta kan kommunen utforma sin kommunikation i linje med mottagarnas behov och förutsättningar.

I denna uppsats läggs den teoretiska fokuseringen på mottagarna av Vara kommuns information och kommunikation. Huvudteorierna behandlar mottagarna som aktiva subjekt och meningsskapare i en kommunikationsprocess samt ser att mottagare kan göra fyra olika tolkningar av ett budskap. För att ytterligare besvara syftet används tre förklaringsfaktorer som ger perspektiv på varför individer kan uppfatta ett och samma fenomen på olika sätt.

För att kunna besvara undersökningens syfte och frågeställningar genomförs kvalitativa samtalsintervjuer. För att ytterligare få struktur på intervjuerna anläggs Brenda Dervins teori ”the Sense-Making Method” inom det metodiska tillvägagångssättet. Med kvalitativa samtalsintervjuer kommer man närmare människors egna uppfattningar och med Sense-Making som angreppssätt i metoden kan intervjuerna struktureras upp och hjälpa intervjuarna och respondenten att gå än mer på djupet.

Resultatet av uppsatsen kan sammanfattas till att individens uppfattning om Vara kommun (innan, under och efter flytten) beror på i vilken fas av flytten som individen befinner sig. Beroende på i vilken fas i flytten individen befinner sig får också individuella förklaringsfaktorer, såsom individens sociala förutsättningar, individens samhällssyn och individens medieanvändning, genomslag för individens uppfattningar om kommunen.

Detta förklarar varför de nyinflyttade till Vara kommun uppfattar olika aspekter av Vara kommun på ett positivt eller negativt sätt, där främst behov av affärs- och nöjesutbud, utformningen av tätorten och mentaliteten bland befolkningen lyfts. Vissa av respondenterna trivs med att leva och bo i kommunen, vilket är en del av Vara kommuns profil i och med att detta är det övergripande målet för Vara kommun 2015. Andra respondenter framhåller vikten av att Vara kommun satsat på kultur i och med konserthusets verksamhet, men påtalar att kulturutbudet inte är tillräckligt. Ingen av respondenter nämner överhuvudtaget kommunens

profilering som en kommun som satsar på entreprenörskap. Sammantaget indikerar resultatet att det finns en diskrepans mellan Vara kommuns profil och den image som de nyinflyttade har av kommunen.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

KAPITEL 1

INTRODUKTION 9

Uppdraget 9

KAPITEL 2

BAKGRUND 10

Ett kommunikationsproblem för Vara kommun..... 12

Tre trender som ökar förståelsen 14

Ett utomvetenskapligt perspektiv..... 16

Ett inomvetenskapligt perspektiv 17

KAPITEL 3

SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR..... 18

KAPITEL 4

TEORI..... 19

Vad är kommunikation – tre utgångspunkter..... 19

Två kommunikationsmodeller att förhålla sig till 19

Mottagarstudier – att ta hänsyn till vår mottagare 21

Individuella förklaringsfaktorer till mottagarnas tolkningar..... 23

Sammanfattning av teorin..... 25

KAPITEL 5

METOD..... 27

Val av metod - kvalitativa samtalsintervjuer	27
Sense-making method	28
Målgrupp	29
Urval	30
Genomförandet.....	31
Metodreflektion.....	33

KAPITEL 6

RESULTAT OCH ANALYS.....	35
Innan flytten	35
Under flytten	40
Efter flytten.....	44
Sammanfattning av resultat, analys och svar på frågeställningar	49

KAPITEL 7

SLUTSATSER OCH REKOMMENDATIONER..	56
Slutsatser	56
Rekommendationer	59
Förslag till vidare forskning.....	60

KÄLLFÖRTECKNING.....	61
-----------------------------	-----------

BILAGA 1 - INTERVJUGUIDEN.....	64
---------------------------------------	-----------

FÖRTECKNING ÖVER TABELLER OCH BILDER

<i>Tabell 1: Flyttningar Vara kommun 2011</i>	12
<i>Tabell 2: Svansfrekvens på frågan</i> <i>”Hur uppfylls Vara kommuns övergripande mål”</i>	13
<i>Bild 1: Maslows behovstrappa</i>	15
<i>Bild 2: Linjär kommunikationsprocess med feedback</i>	20
<i>Tabell 3: Respondentgalleri</i>	33
<i>Tabell 4: Respondent, fas och typ</i>	50

KAPITEL 1

INTRODUKTION

Vi möts på tågstationen, den ena av oss kommer gåendes från sitt föräldrahem som ligger beläget i Vara tätort. Den andra av oss kommer med tåget från sitt föräldrahem i Göteborg. Efter att vi promenerat en stund delger den från Göteborg sitt första intryck av Vara till den som är född och uppvuxen här; att kliva av vid stationen i Vara är som att stiga in i en saga av Astrid Lindgren. Små hus som kantar kullerstensgatorna. Sveriges största konstverk, stationshuset, tronar som ett glittrande safirsmykke strax intill tågen. Här förväntas man se en hästdragen släde med facklor vina förbi. Plötsligt bryts den idylliska bilden av en bilväg som går genom hela samhället. Korsar man bilvägen kommer man fram till Varas stora torg. På torget ligger kommunhuset, ett par mataffärer och några butiker. Här skulle man kunna tro att torget är fyllt med små marknadsstånd men i själva verket är torget en stor plats fylld med parkerade bilar. Detta stämmer inte alls överens med den Madicken-bild man fick när man steg av tåget. Vi frågar oss båda två hur människor som är nyinflyttade ser på sin nya hemkommun? Stämmer bilden av att Vara kommun är en kommun där människor ”... *håller ihop*” och där invånarna ” ... *bryr oss om varandra*”¹?

Uppdraget

Vårt uppdrag är att undersöka hur nyinflyttade till Vara kommun uppfattar kommunen. Uppdraget tar avstamp i hur de nyinflyttade uppfattade Vara kommun innan de flyttade dit, under tiden de flyttade och efter flytten. Uppdraget syftar till att lyfta aspekter från ett mottagarperspektiv på hur väl Vara kommuns profil och varumärke (som baseras på Vara kommuns övergripande mål och styrdokument för kommunikation), stämmer överens med de nyinflyttades syn. Det vill säga hur väl profil och image stämmer överens.

¹ Vara Kommun, Om Vara

KAPITEL 2

BAKGRUND

Nedan följer en bakgrund till denna studie. Denna bakgrund innehåller även begreppsförklaringar till relevanta begrepp relaterade till denna undersökning.

Vad är en offentlig myndighet?

Den offentliga sektorn i Sverige kan delas in i fem delar. Regering, riksdag, länsstyrelse, landsting och kommun. Myndigheten är underställd den regering eller kommunstyrelse som har inrättat den. Svenska Förvaltningslagen, SFS, reglerar myndigheternas arbete. SFS reglerar medborgarnas rätt till service, tillgänglighet, och rätten till en opartisk samt korrekt handläggning.² Den svenska statsförvaltningen är uppbyggd och styrd efter tre principer: den första är att förvaltningen skall vara politiskt styrd genom politiker som är folkvalda. Den folkstyrda förvaltningen, tjänstemännen, ska kunna anpassa sig till det rådande styret som ena dagen kan vara socialdemokratiskt för att i nästa val ändras till oppositionspartierna. Den andra principen är att förvaltningarna ska följa lagarna och även hålla sig till lagen när de politiskt valda vill fatta beslut som bortser från lagarna. Den tredje principen är att alla förvaltningar i Sverige ska fungera effektivt.³

Sveriges kommuner

Idag finns det 290 kommuner i Sverige. Kommunernas uppgift är bland annat att ansvara för skola, barn- och äldreomsorg. En kommun är skyldig att erbjuda sina invånare ett antal verksamheter såsom till exempel förskola, skola och räddningstjänst. Det finns även verksamheter som är frivilliga för en kommun att erbjuda såsom kultur och näringslivsutveckling.⁴ Politiska organisationer styr Sveriges kommuner med ett folkvalt fullmäktige, styrelser och nämnder.⁵ Det finns över 44 000 förtroendevalda i Sveriges kommuner, landsting och regioner. Av dessa är cirka 97 procent fritidspolitiker.⁶

Vara kommun

Vara kommuns historia sträcker sig långt tillbaka i tiden och har tusenåriga anor. Flera arkeologiska fynd har gjorts i dagens Vara kommun. På Leverne kyrkogård står Sveriges högsta runsten och i Sparlösa finns Sveriges tidigaste historiska dokument, Sparlösastenen. Vara tätort utvecklades när platsen blev en station mellan Naum och Skarstad. Stationen lockade köpmän och affärsmän som köpte havre och sålde till England. Vara by fick en stadsmässig fortsättning eftersom det hade utvecklats till att bli en betydande handelsplats mellan de större städerna Lidköping, Falköping, Alingsås och Skara.⁷ Idag är Vara Sveriges

² Bäck & Larsson, 2008:198

³ Bäck & Larsson, 2008:95

⁴ SKL "Kommuner, landsting, regioner"

⁵ Bäck & Larsson, 2008:228

⁶ SKL, 2012 Kommuner, landsting och regioner

⁷ Om Vara, Vara kommun

141 folkräkaste kommun⁸ och har 15 694 invånare utspridda på en area av 700 kvadratkilometer.⁹ Hälften av invånarna är bosatta i någon av de nio tätorterna, där Vara är huvudorten, och resten på landsbygden.¹⁰

Samhällsinformation – att ta hänsyn till vår sändare Vara kommun

En definition av samhällsinformation erbjuder Monika Kraft och Pelle Strandberg i sin bok ”*Samhällskommunikation – ny strategi för informatörer i offentlig sektor*”. Information från det offentliga Sverige har två huvuduppgifter; information som syftar till att göra medborgarna medvetna om sina rättigheter och skyldigheter samt information som syftar till att möjliggöra för medborgarna att lyfta sina intressen och åsikter i den demokratiska processen.¹¹ Författarna menar att det skett en förändring i det offentliga Sveriges syn på samhällsinformation. Tidigare låg fokus på hur sändaren, det vill säga myndigheten, skulle sprida information till medborgarna. Men från sjuttioalet och fram tills idag har det skett en samhällsutveckling som innebär att information måste målgruppsanpassas och göras mer tillgänglig för mottagaren. Fokus har alltså flyttats från spridning till tillgänglighet. Författarna menar att informatören inom den offentliga sektorn har ett stort ansvar för att demokratin ska fungera. Till sin hjälp har informatören samhällsinformationen. Samhällsinformation är därmed en av grundvalarna i den svenska förvaltningen.

Författarna menar att den offentliga sektorn inte hängt med i denna utveckling trots att nya kanaler har skapats sedan sjuttioalet, med utveckling av internet och hemsidor. Författarna påpekar att den av regeringen tillsatta utredningen ”24 timmars-delegationen”, som hade till uppgift att göra Sverige till ett informationssamhälle för alla, hade som mål att skapa myndigheter som står medborgarna till tjänst dygnet runt genom elektroniska tjänster och tillgång till information.¹² Författarna menar dock att myndigheternas kommunikation fortfarande baseras på ett statiskt sändarperspektiv trots förskjutningen i de offentliga myndigheternas uppgift, från att sprida information till att göra information tillgänglig.

Att vara eller att inte vara ett varumärke – vad är profil och image?

Enligt kommunikationsexperten Lars Palm är profilering det samma som vård av ett varumärke. Palm menar att termerna profil och varumärke är begrepp som ligger snubblande nära varandra men som har skilda betydelser. En kommuns varumärke har en lång livscykel och definieras med ord som beskriver egenskaper som kommunen vill bli förknippad med och egenskaper som beskriver målgruppens känslor inför kommunen. Varumärke betyder enligt denna definition detsamma som termen profil på det sätt som termen används i Sverige enligt Palm. Palm problematiserar dock detta med att termen varumärke också kan användas som en beskrivning av den bild som Vara kommun faktiskt lyckas förmedla av sig själv. En sådan användning av termen innebär det samma som ordet image. Ett starkt varumärke betyder enligt denna terminologi, att Vara kommuns bild av sig själv också är den bild som

⁸ Statistiska Centralbyrån, 2012b

⁹ Statistiska Centralbyrån, 2012b:1

¹⁰ Vara Kommun, Fickfakta, 2012:1

¹¹ Kraft & Strandberg, 2006:21

¹² Regeringens proposition, 1999/2000:86,

målgruppen, som enligt vårt uppdrag handlar om de nyinflyttade till Vara kommun, har av kommunen.¹³

Då termen varumärke används både för att beskriva en organisations varumärke och för att beskriva en kommersiell produkts varumärke har vi valt att fortsättningsvis använda oss av begreppen profil och image. På så vis tydliggör vi att undersökning utgår från Vara kommuns förutsättningar, som en del i det offentliga Sverige med de ramar för kommunikation som innan beskrivits. I enlighet med Palm definierar vi Vara kommuns profil som de värden som kommunen har satt upp för sin kommunikation och för sitt varumärke, det vill säga sändarens bild av sig själv. Image definieras som den bild som Vara kommun faktiskt förmedlar till de nyinflyttade till kommunen, det vill säga den bild som målgruppen har av Vara kommun. I nästa avsnitt beskrivs Vara kommuns profil mer ingående och varför denna studie kring Vara kommuns profil och image är intressant att undersöka.

Ett kommunikationsproblem för Vara kommun

Vara kommun har de senaste åren arbetat kontinuerligt med sitt varumärke och profilerat sig som en kommun som satsar på kultur och entreprenörskap. Ett exempel på detta är Vara Konserthus som stod klart 2003. Sedan 2003 har Vara kommun fått en rad utmärkelser, bland annat Årets kulturkommun 2005, Årets kommun 2006 samt Årets Nyföretagarkommun 2011.¹⁴ Förutom detta har kommunen arbetat gentemot de nyinflyttade i kommunen med bland annat de två huvudinsatserna ”Välkommen till Vara”, som är en välkomstmapp med diverse information som alla nyinflyttade får, samt ”Vara ambassadör”, ett nätverk för nyinflyttade och för etablerade invånare samt föreningar.¹⁵

En minskande befolkning

För Vara kommun har utvecklingen av befolkningsantalet från 2001 till 2011 inneburit en minskning med 401 personer. De senaste siffrorna kring inflyttning och utflyttning från kommunen gäller för 2011 och följande tabell redovisar just dessa siffror.¹⁶

Flyttningar 2011		
	Män	Kvinnor
Antal inflyttningar	391	376
från övriga kommuner i länet	275	263
från övriga län	72	69
från utlandet	44	44
Därav 18–24 år	73	111
Antal utflyttningar	388	412
till övriga kommuner i länet	275	306
till övriga län	84	85
till utlandet	29	21
Därav 18–24 år	114	141
Flyttningsnetto	3	-36

Tabell 1: Flyttningar Vara kommun 2011
Källa: SCB

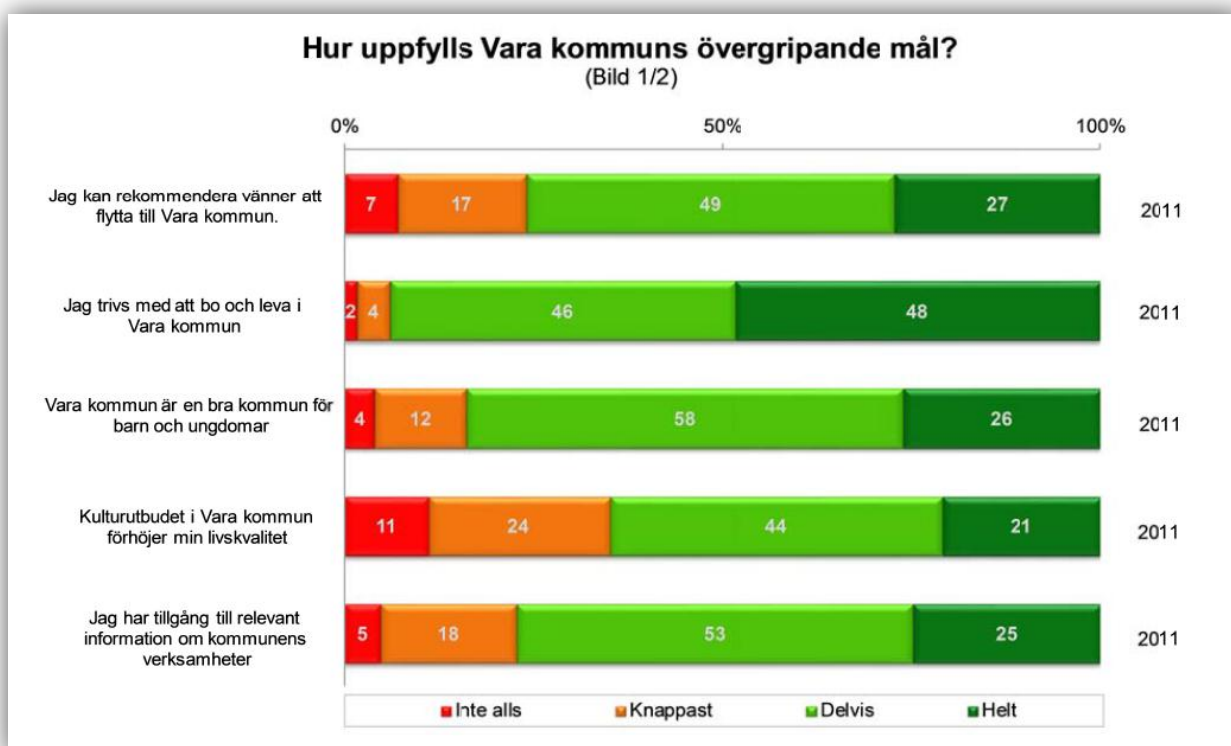
¹³ Palm, 2006:85-87

¹⁴ Vara Kommun, ”Vara i sitt esse”, 2012:2

¹⁵ Vara kommun, ”Vara Ambassadör”

¹⁶ Statistiska Centralbyrån, 2012b:1

Vara kommun har tagit fram en strategisk plan för sin verksamhet. I anslutning till denna har en rad lednings- och styrdokument fastställts, varav ett styrdokument behandlar kommunikation. I den strategiska planen som antogs av kommunfullmäktige den 20 juni 2011, och som gäller för 2012-2015, konstateras att det övergripande målet är att "Vara kommuns invånare trivs att bo och leva i kommunen". Det övergripande målet mäts genom två frågor i den invånarenkät som kommunen regelbundet genomför vartannat år. Enkäten som skickas med posten genomförs av ett utomstående konsultföretag och mäter bland annat kommuninvånarnas inställning till kommunen i sin helhet. De två frågorna i enkäten som angetts som mätindikatorer på det övergripande målet är frågorna "Jag trivs med att bo och leva i Vara kommun" samt "Jag kan rekommendera vänner att flytta hit. Den senaste invånarenkäten genomfördes under hösten 2011 av företaget Markör med ett slumpvis urval av 1 000 personer mellan 19-74 år som var mantalsskrivna i Vara kommun. Totalt besvarades enkäten av 527 personer, vilket ger en svarsfrekvens på 53 procent. Resultatet för den senaste undersökningen visar att de äldre invånarna över 65 år är mest nöjda medan de yngsta är minst nöjda med kommunen. Det finns inte heller några skillnader utifrån kön. Avseende det övergripande målet för kommunen kan konstateras att 94 procent av invånarna instämde i påståendet att de trivs med att bo och leva i Vara kommun och 76 procent uppgav att de kan rekommendera vänner att flytta till Vara kommun, vilket följande tabell illustrerar.¹⁷



*Tabell 2: Svarsfrekvens på frågan
"Hur uppfylls Vara kommuns övergripande mål"*
Källa: Markör

¹⁷ Markör, 2011:20

Vara kommun konstaterar i sitt styrdokument angående kommunikation att: ”Ett starkt varumärke är grundläggande för kommunens möjlighet att kunna profilera sig på ett effektivt sätt.”

Styrdokumentet slår fast att kommunens information ska vara ”**Korrekt** – rak, saklig och grundad på fakta. **Aktuell** – aktuell och uppdaterad. **Relevant** – dagens informationsöverflöde gör att vi noga måste se till att ge sådan information vi anser relevant och som vi tror att mottagaren efterfrågar. Vi ska undvika situationen ‘information overload’, vilken innebär att människor p.g.a. för stor informationsmängd inte klarar av att ta emot någon information alls. **Tydlig** – anpassa informationen efter mottagaren, ange alltid avsändare. **Proaktiv** – i avseende av val av informationskanaler”.¹⁸

Den offentliga sektorns kommunikationsproblem

Ett kommunikationsproblem som hela den offentliga sektorn, och så även Vara kommun står inför är att det finns ett krav på att målgruppsanpassa sin samhällsinformation samtidigt som den offentliga sektorns målgrupp är samtliga invånare i kommunen. Verksamheten inom den offentliga sektorn är skattefinansierad och därför har i princip alla rätt att ställa krav på allt inom den.¹⁹ För Vara kommuns del kan dessa motstridiga krav innebära ett kommunikationsproblem. Vara kommun står också inför kommunikationsproblemet att fler invånare flyttar från kommunen än personer som flyttar till kommunen, samtidigt som deras egna medborgarundersökningar visar att människor som bor i Vara trivs med att bo i kommunen.

Tre trender som ökar förståelsen

Enligt omvärldsbevakningsföretaget Kairos Future finns det ett antal samhällstrender i Sverige som har förändrat människors syn på sig själva vad gäller att vara medborgare och konsument i förhållande till myndigheter och företag.²⁰ Utifrån Vara kommun har vi valt ut tre av dessa samhällstrender som har betydelse utifrån den bakgrundsbeskrivning som vi gett kring Vara kommun och dess kommunikationsproblem. Ett annat skäl att ta ut just dessa tre trender är att de på sitt sätt speglar det skifte som skett i den allmänna mediekonsumtionen som massmedieforskaren Lennart Weibull menar har skett under 1990-talet och fram tills idag.²¹

Individuella val

Den första trenden är *individuella val* som handlar om att välfärden i samhället har ökat vilket innebär, enligt den psykologiprofessorn Maslow, att människors behov har kommit allt längre upp i behovstrappan.

¹⁸ Vara Kommun, Styrdokument

¹⁹ Kraft & Strandberg, 2006:21 ff

²⁰ Lindgren, 2012

²¹ Hadenius, Weibull & Wadbring, 2009:391

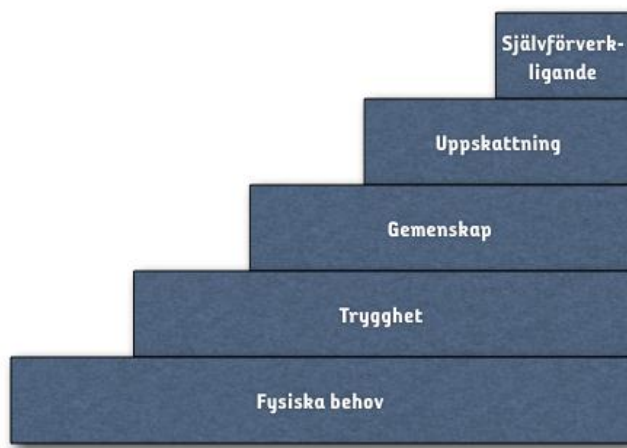


Bild 1: Maslows Behovstrappa

Ur ett medborgarperspektiv kan de mer spridda behoven medföra att personer ställer allt mer skiftande krav på informationen från myndigheter som Vara kommun. Samhällsmedborgaren efterfrågar i högre utsträckning individuellt anpassade tjänster vilket dagens mediekonsumtion också är ett exempel på. Enligt Weibull är mediekonsumtionen idag selektiv och bestämd efter människors behov, förväntningar och intressen.²² Framförallt har mediasamhället förändrats utifrån parametrarna fragmentisering och individualisering i mediekonsumtionen. Ett exempel på fragmentiseringen är att läsningen av de traditionella nyhetsmedierna (som morgonpressen) har minskat något, särskilt bland yngre och lågutbildade. Samtidigt har det tillkommit specialiserade informationskanaler via internet och satellitkanaler. Genomsnittspubliken ägnar inte mer tid åt medierna idag än på 1980-talet men varje mediekanal har fått en mindre publik på grund av att publiken fördelar sig över ett stort antal kanaler, som är ett exempel på individualisering i mediekonsumtionen.²³

Upplevelsesamhället

En annan samhällstrend är *upplevelsesamhället*. I takt med ett ökat välstånd i samhället undergrävs längtan efter att äga och istället börjar människan jaga upplevelser, som berör, engagerar eller roar oss. Upplevelser har två funktioner för människan, dels ger de oss en tillfredsställelse i stunden och dels ger de oss en historia att förmedla till andra vid ett senare tillfälle. Upplevelseindustrin är ett av Sveriges största tillväxtområden och står idag för drygt 5 procent av Sveriges BNP.²⁴

För Vara kommun är denna trend i högsta grad aktuell då de i och med införandet av ett konserthus och renovering av stationshuset till ett konstföremål, har satsat på att erbjuda människor upplevelser i tätorten. Upplevelsetrenden hänger tätt samman med Weibulls påpekande kring medietrenderna fragmentisering och individualisering på så vis att denna trend i framtiden innebär att den information och de informationskanaler som idag erbjuder masskommunikation antagligen inte kommer att efterfrågas i någon större utsträckning.

Estetisering

Den tredje trenden handlar om *estetisering* som innebär att samhället utvecklats mot ett mer varierande samhälle både vad gäller människors preferenser av design i stadsarkitektur och

²² Hadenius, Weibull & Wadbring, 2009:392

²³ Hadenius, Weibull & Wadbring, 2009:391

²⁴ Utrikesdepartementet, 2010

det personliga varumärket. Denna trend innebär ett krav på att samhället och det offentliga rummet representerar estetiseringens mångfald, så att olika estetiska uttryck kan integreras med varandra snarare än att segregeras. De kommuner och städer som lyckas med denna balansgång kommer i framtiden att vara gynnsamma både ur ett ekonomiskt och demografiskt perspektiv, enligt Karios Future. Utifrån Weibulls två huvudsakliga trender fragmentisering och individualisering i allmänhetens medieanvändning, är just dessa två ytterligare ett uttryck för att det finns krav på mångfald kring informationens typ och i vilka kanaler som den kommuniceras.

Ett utomvetenskapligt perspektiv

Många mindre kommuner i Sverige kämpar idag med problem som ett minskat befolkningsantal, minskade budgetresurser i form av skatteintäkter och utflyttning av den yngre generationen. Som ett exempel på detta är att Sveriges befolkning har ökat med 28 procent sedan 1950 samtidigt som de små kommunernas befolkning minskat med 20 procent.²⁵

En utredning som gjordes av Ansvarskommittén 2006²⁶ konstaterade att tillväxten av dels befolkning och dels ekonomi kommer att koncentreras mot större urbana regioner. Detta gör att närmare 200 små kommuner kommer att krympa ytterligare och att de politiska styrmedlen för att bekämpa denna negativa utveckling är ytterst begränsade. Däremot konstaterar utredningen att nya trender vad bland annat gäller boendet (såsom ytterligare en ”grön våg”, utflyttningar från storstäder till landsbygd) kan komma att ha en positiv inverkan. Samtidigt påpekar utredningen att för att denna trend ska kunna få fäste och ha en reell betydelse krävs det att kommunerna befinner sig i stora arbetsmarknadsregioner, som ett exempel ges en liten kommun på Västgötaslätten, vilket Vara kommun är.

Utifrån ett *utomvetenskapligt perspektiv* är det intressant att undersöka de nyinflyttades syn på Vara kommun, för att öka Vara kommuns möjlighet att uppnå sitt övergripande mål till 2015, att ”*Vara kommuns invånare trivs att bo och leva i kommunen*”.

Det är också intressant att undersöka vårt uppdrag utifrån att Vara kommun aktivt arbetar med ett varumärkesarbete. Denna undersökning erbjuder en möjlighet att utöver invånarenkäterna ta del av ett djupare resonemang från mottagarna kring aspekter på kommunens profilarbete. Dessa resonemang kan med denna undersökning lyftas till aspekter på kommunaktion från ett teoretiskt perspektiv. Detta skulle kunna ge Vara kommun ett underlag för att arbeta vidare med kommunikation som ett av styrmedlen för att på så sätt påverka den negativa trenden kring minskad befolkning och i förlängningen den prognos om minskad ekonomisk tillväxt som ansvarskommittén förutspått. Utifrån Ansvarskommitténs publikation kan undersökningen av detta uppdrag komma till andra små kommuner till gagn. På så vis kan vårt uppdrag och undersökning, med Vara kommun som exempel, ligga till grund för ett fortsatt arbete både för

²⁵ Sundström & Tingvall, 2006: 125

²⁶ Sundström & Tingvall, 2006: 125 f

Vara kommun och eventuellt för andra kommuner i Sverige som till sin storlek och demografi liknar Vara kommun.²⁷

Ett inomvetenskapligt perspektiv

Utifrån ett inomvetenskapligt perspektiv är det intressant att undersöka de nyinflyttades syn på Vara kommun och dess kommunikation samt information utifrån de tidigare studier som gjorts angående mottagare och mottagares förutsättningar.

Denna studie har dock ett något annorlunda angreppssätt än tidigare studier. Vi väljer att korsbefrukta två olika teorier för att på så sätt anlägga ett nytt angreppssätt och perspektiv på mottagarna. När vi analyserar vårt material använder vi oss av Stuart Halls teorier om kommunikationsprocessen och mottagarna som aktiva subjekt samt meningsskapare. Vi korsbefruktar Halls teorier med Brenda Dervins teori om ”the Sense-Making Method”. Dervins teori har vi valt att utgå ifrån i metoden, för att på så sätt genomföra en mottagarstudie på ett relativt outforskat sätt.

²⁷ Sundström & Tingvall, 2006: 125

KAPITEL 3

SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Vara kommun står inför problemet att fler invånare flyttar från kommunen än som flyttar till kommunen. Samtidigt visar deras egna medborgarundersökningar att människor som bor i Vara trivs med att bo i kommunen. Då kommunen själva menar att ett starkt varumärke är grundläggande för att kommunen ska kunna profilera sig på rätt sätt, har vårt syfte utgångspunkt i att söka förståelse för vilken bild, image, som personer som bor i kommunen har av Vara kommun. Då vår undersökning specifikt vill klarlägga den bild som nyinflyttade till Vara kommun har, är vårt syfte ”att beskriva vilken uppfattning nyinflyttade till Vara kommun har om kommunen samt förklara varför uppfattningarna ser ut som de gör.”. För att uppnå detta syfte har följande tre frågeställningar utformats:

- Vilken uppfattning har nyinflyttade till Vara kommun i samband med sin flytt (i faserna innan, under och efter) till kommunen?
- På vilket sätt skiljer sig de nyinflyttades bild, det vill säga image av Vara kommun, från Vara kommuns profil?
- Vilka förklaringar finns för att de nyinflyttade har den bild, alltså image, av Vara kommun som de har?

KAPITEL 4

TEORI

Att studera kommunikation och människors uppfattningar om den, är en omfattande uppgift. För att göra den möjlig krävs ett par avgränsningar. En av de avgränsningar som underlättar att studera området är att utgå från specifika teorier. I detta avsnitt presenterar vi de teorier som vi har valt att anlägga för att kunna besvara våra frågeställningar och på så sätt uppfylla vårt syfte med undersökningen.

Vad är kommunikation – tre utgångspunkter

En av de första avgränsningar som måste göras är att definiera vad som är kommunikation. Kommunikation kan i sitt vidaste begrepp ses som allmänmänsklig aktivitet som förmedlar ett budskap mellan minst två parter, som när vi pratar med varandra, ser på TV-program eller när vi använder oss av olika tonlägen och mimik.²⁸ John Fiske är en känd kommunikationsforskare och i hans bok ”*Kommunikationsteorier – en inledning*” beskriver han sin avgränsning och definition av kommunikation i sex punkter. Vi har valt att ta ut tre av dessa punkter för att integrera i vår studie, och vår avgränsning och definition av kommunikation blir därmed följande:

- Ett meddelande som består av tecken och koder (såsom meningar, tonläge, bokstäver) överförs till, eller görs tillgängligt, för andra människor. En sådan överföring, det vill säga kommunikation, är det samma som utövning av sociala relationer.
- Kommunikation har en central betydelse för ett mänskligt liv i en bestämd kultur. Utan kommunikation kan ingen form av kultur överleva. Det betyder att för att kunna studera kommunikation måste vi också ta hänsyn till den kultur som kommunikationen är grundad i.
- Dessa två avgränsningar och definitioner vilar mot en allmän bakgrund och definition av kommunikation som en social relation och samverkan mellan människor med hjälp av meddelanden.²⁹

Dessa tre punkter innebär att vår studie kommer att fokusera på kommunikation som en social relation mellan människor och som har betydelse för människors samverkan. För att kunna förstå denna scen av sociala relationer och samverkan behöver också den kulturella kulissen tas med. Det är mot denna kuliss som de sociala relationerna och samverkan sker.

Två kommunikationsmodeller att förhålla sig till

Det finns två framträdande skolor avseende kommunikationsstudier och detta kan beskrivas som två olika scener varifrån man kan betrakta kommunikationen mellan människor.

²⁸ Fiske, 1984:11

²⁹ Fiske, 1984:12

Processkolan

Den första skolan, processkolan, ser kommunikation som en överföring av meddelanden. Den riktar sig främst in på hur sändare och mottagare kodar och avkodar meddelanden. Fokus ligger på hur meddelanden transporteras mellan sändaren och mottagaren. Denna skola menar att kommunikation är en process där sändaren, med sitt meddelande, vill påverka en annan människas beteende eller sinnesstämning. Är då effekten på mottagaren annorlunda än vad sändaren ville uppnå genom att sända sitt meddelande, beskriver denna skola den uppkomna situationen som en ”misslyckad” kommunikation. Det är på grund av detta fokus på överförandet av meddelandet, som man har namngett skolan som ”processkolan”. Synen på kommunikation inom skolan framställs som en transmission och som en linjär process.³⁰ I denna linjära modell finns ett tillägg som kommer på senare tid och som benämns ”feedback”. Feedback är överföringen av mottagarens reaktion på meddelandet, tillbaka till sändaren. Dock har feedback samma syfte som övriga delar i den linjära modellen. Syftet är att göra överförandet av meddelandet effektivare, genom att med feedback kunna anpassa meddelandet till mottagarens behov och gensvar utifrån sändarens avsikt. Processkolan har fortfarande stor betydelse för vår tid och vår kulturs syn på kommunikation och är värdefullt för vår förståelse för kommunikation, särskilt som det ger oss ett jämförbart synsätt mot den andra skolan som kallas semiotikskolan.³¹

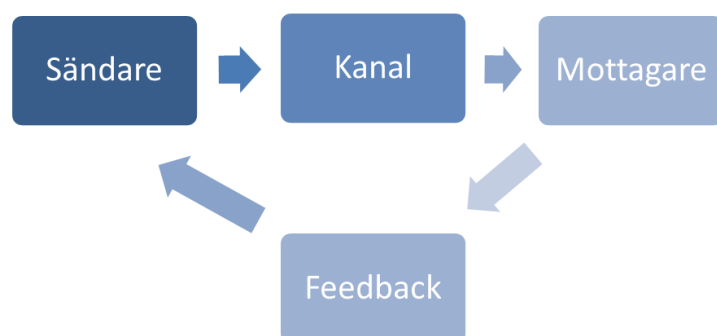


Bild 2: Linjär kommunikationsprocess med feedback

Semiotikskolan

Den andra skolan fokuserar på skapandet och utbytet av betydelser. Denna skola kallas semiotikskolan och inriktar sig på hur meddelandet samverkar med människor för att skapa betydelser. Fokus ligger således på mottagarna och deras tolkningar av ett meddelande, än på hur detta meddelande transporteras. Semiotikskolan menar att olika tolkningar av ett meddelande beror på kulturella skillnader mellan sändare och mottagare och att det inte finns något som kallas ”misslyckad” kommunikation. Till skillnad från processkolan ligger inte tyngdpunkten i denna skola på sändaren och dess sätt att överföra ett meddelande, utan på mottagaren och hur olika mottagare tolkar ett meddelande. Det innebär att olika mottagare kan tolka ett och samma meddelande olika. Därmed ser semiotikskolan kommunikation som ett skapande av betydelse, det vill säga kommunikation som meningsskapande.³² Det innebär

³⁰ Fiske, 1984:12,13

³¹ Fiske, 1984:17 ff

³² Fiske, 1984:11 ff

att ju fler gemensamma koder sändare och mottagare har desto mer kommer de olika betydelseerna som sändaren och mottagaren skapar av meddelandet närma sig varandra.

Det vi har tagit fasta på i vår studie är semiotikskolans sätt att höja mottagarens status i kommunikationen mellan människor. Mottagarens sätt att tolka ett meddelande, att skapa en betydelse av detta meddelande beror på att mottagarens kulturella erfarenheter, attityder och känslor påverkar meningsskapandet till ett meddelande.

Inverkan på vår studie

Då vi vill studera nyinflyttade till Vara kommuns uppfattningar om kommunen innebär detta att vi gör en avgränsning till att fokusera på mottagarna och sätt att skapa mening utifrån den image de har av Vara kommun. Därmed har vi i vår studie anammat synen på kommunikation som meningsskapande och följer på så vis semiotikskolans modell och begrepp för kommunikation. Dock kommer vi att ta processkolans linjära modell i beaktande då denna modell, och syn på kommunikation, fortfarande har stor genomslagskraft i vår svenska kultur. Vi kommer alltså att betrakta kommunikation från den meningsskapande scenen, men i den kulturella kulissen (som kommunikationen sker mot bakgrund av) kommer synen på kommunikation som en linjär transmission att ingå.

Mottagarstudier – att ta hänsyn till vår mottagare

För att kunna besvara vår första och andra frågeställning i denna undersökning lägger vi fortsättningsvis fokus på mottagarna, det vill säga de nyinflyttade till Vara kommun. Fokus läggs på vilken mening som de nyinflyttade skapar utifrån Vara kommuns kommunikation. Det finns inom ramen för att se kommunikation som meningsskapande en skola som kallas för Cultural studies. Cultural studies fokuserar på relationen mellan mottagaren, meddelandet och sammanhanget som kommunikationen sker inom. De, i likhet med den semiotiska skolan som tidigare nämnts, betonar mångtydigheten i tolkningen av ett meddelande som olika mottagare kan skapa. Kommunikationen ses alltså, som tidigare påpekats, som en meningsskapande process som beror på sociala, kulturella och individuella komponenter.

En av Cultural studies främsta forskare är Stuart Hall. Han menar att mottagarna i en kommunikationsprocess inte är passiva mottagare av ett meddelande utan är aktiva i den mening att de tolkar betydelsen av innebörden i meddelandet. I mötet mellan mottagare och meddelande kan utfallet bli fyra olika tolkningar:

- *den dominanta tolkningen* – mottagaren tolkar meddelandets betydelse på liknande sätt som sändaren
- *den förhandlande tolkningen* – mottagaren tolkar meddelandets betydelse delvis på det sätt som sändaren och delvis också på ett annat sätt än sändaren
- *den oppositionella tolkningen* – mottagaren gör en helt annan tolkning av meddelandets betydelse än sändaren.
- *helt ignorera det* – mottagaren tar det inte till sig meddelandet för tolkning överhuvudtaget.³³

³³ Hall, 1980:114 ff

Genom att inkludera denna teori kring mottagarens tolkningsmöjligheter i mötet med ett meddelande, kan vi få svar på vår andra frågeställning, nämligen på vilket sätt de nyinflyttades image (mottagarnas meningsskapande) av Vara kommun (meddelandet) skiljer sig åt (tolkningsmöjligheter) i jämförelse med Vara kommuns profil (sändarens syn på meddelandets mening och betydelse).

Den meningsskapande processen

Hall har även skrivit en rad artiklar som fördjupar förklaringen kring varför och hur denna meningsskapande process sker. Hall menar i artikeln ”*The rediscovery of ‘ideology’: Return of the repressed in media studies*” att det finns en vilande struktur och en kontext av handlingar. En människas handlingar avgörs delvis på grundval av vilken kontext hon befinner sig i och accepterandet av dessa handlingars resultat beror på i vilken miljö det sker.³⁴ Det vill säga att betydelsen av handlingen att flytta till Vara kommun eller att rekommendera bekanta att flytta till Vara kommun avgörs delvis i vilken kontext detta sker. Kontexten i sin tur avgörs av vilken struktur den ingår i, ett exempel på detta utifrån vårt uppdrag är att betydelsen av att flytta till Vara kommun troligen är annorlunda om individen befinner sig i en kontext av att ha ett stort eller litet socialt nätverk i Vara och definitionen av denna kontext. Definitionen av ett stort och litet socialt nätverk, kan i sin tur härledas till vilken struktur som råder, exempelvis kan definitionen av begreppen stort och litet nätverk skilja sig åt mellan en mindre tätort som Vara och en storstad som Stockholm. Hall menar att det inte finns en universal uppfattning om vilken handling och dess resultat har för mening, det finns inte en naturlig avsikt till saker. Med denna utgångspunkt fastställs att en meningsskapande process således också beror på i vilken struktur som denna sker inom.³⁵

Makten över händelsers betydelse

Hall menar att alla händelser tillskrivs en viss betydelse och att det ytterst handlar om vem som har makten att beteckna händelser, det vill säga definiera händelsernas betydelse och mening. En sändare av information kan också vara omedveten om de ramar och klassificeringar som de bygger eller reproducerar olika ideologiska inventeringar av det samhälle i vilket de befinner sig i. För att förtydliga detta jämför Hall denna ståndpunkt med att människor kan använda de grammatiska strukturerna i sitt modersmål utan att vara medvetna om eller kunna förklara hur de grammatiska reglerna och strukturerna är uppbyggda. På samma sätt kan alltså information från en sändare grundas i för sändaren ”dolda politiska val”.³⁶ I detta sammanhang ska alltså politiska val och ideologi inte ses utifrån parti- och sakpolitik, utan innefattar en bredare definition kring ett samhälle och dess uppsättningar av kulturella förståelser, vid en viss tidpunkt.³⁷

För att göra denna abstraktion tydligare kan det jämföras med att informationen som Vara kommun producerat kring sin egen kommun med största sannolikhet har sett olika ut i jämförelse mellan 1880, 1950 och 2012. Förmodligen har också synen på vilken betydelse ”att människor flyttar in i kommunen” förändrats under samma tidsspann. Något som i sin tur

³⁴ Hall, 1980:131

³⁵ Hall, 1980:134

³⁶ Hall, 1980:138

³⁷ Hall, 1980:132

kan ha sina förklaringar i kampen kring definitionsmakten om vilken betydelse nyinflyttade har för kommunen. Detta tar sig också med största sannolikhet uttryck i hur sändaren Vara kommun producerar och formulerar informationen samt att denna process och dess avtryck i informationen till stora delar sker omedvetet av sändaren. Dock finns det samtidigt en definition av en händelse som tjänar sändarens intressen. För att denna definition ska få genomslagskraft hos mottagaren krävs det att sändaren också möter olika intressen hos dessa personer.³⁸ Det innebär att informationen som Vara kommun kommunicerar utåt kring sin profil måste innehålla olika aspekter som intresserar olika människor i mottagargruppen för att dessa människor ska anamma Vara kommuns definition av kommunens profil.

Hall avslutar sin diskussion kring att det finns två huvudsakliga former av social makt; makten att konstruera mening, nöjen och sociala identiteter samt makten att konstruera ett socioekonomiskt system.³⁹ En grov och generaliserade uppdelning av vilka som besitter vilken makt, är att Vara kommun, som en myndighet i det offentliga Sverige, kan ses besitta den socioekonomiska makten i kommunen. Detta bland annat på grund av att kommunen bestämmer kring den kommunala beskattningen för medborgarna i kommunen och över fördelningen av ekonomiska resurser till olika områden som påverkar medborgarna. Den andra makten, att konstruera mening, kan sägas besittas av massmedierna i Sverige och de två tidningarna i kommunen. Detta bland annat på grund av att det är medierna i stort som förmedlar vilken mening händelser har och förmedlar sociala identiteter via sina kulturella produkter. Det finns dock inga vattentäta skott mellan dessa olika makter utan de påverkar varandra i ett samspel. Samtidigt är det viktigt att påpeka att begreppet mottagare i sig är ett koncept och en definition som är i ständig förändring. Inte minst internets framväxt och introduktionen av sociala medier har lett till en förändring kring synen och definitionen av vem som är sändare och mottagare nuförtiden. I och med de sociala medierna är numera mottagarna också själva producenter av information och är på så vis samtidigt sändare.

Individuella förklaringsfaktorer till mottagarnas tolkningar

Då vi nu redogjort för vilka tolkningar som mottagarna kan göra av denna information samt vilka komponenter som ligger till grund för den process i vilken mottagarna skapar mening av informationen, väljer vi nu att fokusera på de teoretiska perspektiv som förklarar varför människor gör olika tolkningar av samma fenomen.

För att besvara vår tredje frågeställning har vi valt att anlägga ytterligare tre teorier, kring de individuella förklaringsfaktorerna; *individens sociala förutsättningar*, *individens ideologiska ståndpunkt* samt *individens egna erfarenheter av medieanvändning*. Dessa kan på ett övergripande sätt förklara varför människor kan tolka samma fenomen på olika sätt. För vår studie innebär detta att de tre individuella förklaringsfaktorerna anläggs som förklaringsgrund för vilka uppfattningar som de nyinflyttade har kring Vara kommuns image och kan förklara om, och i så fall varför, de nyinflyttade har olika åsikter kring denna.

³⁸ Hall, 1980:152 ff

³⁹ Hall, 1980:148

Innan vi går vidare med djupare begreppsförklaringar är det viktigt att påpeka att de individuella förklaringsfaktorerna bygger på den tidigare medieforskningen inom detta ämne, och härleder oss till medieforskarna Lars Nord⁴⁰, Kent Asp⁴¹, Göran Ahrne och Åsa Nilsson.

Individens sociala förutsättningar

Den första förklaringsfaktorn gäller individens sociala förutsättningar och innebär att synen på informationen man tar del av beror på vart i liv- och familjecykeln man befinner sig. Kön, ålder, civilstånd, antal hushållsmedlemmar, antal hemmavarande barn och den rollfördelning som finns i hushållet är alla egenskaper som definierar en persons livssituation. Utifrån individens sociala och kulturella förutsättningar ser och möter människan omvärlden på olika sätt.⁴² Det är generellt genom kön och ålder som människor socialiseras in i vissa tankemönster och gör att människor antar olika förhållningssätt till medier och medieinnehåll. En annan faktor till varför människor tycker olika om information är individens sociala position i samhället. Denna position bestäms generellt utifrån individens utbildningsnivå samt arbetsfunktion.⁴³

Individens samhällssyn

Den andra förklaringsfaktorn berör individens samhällssyn och ideologiska ståndpunkt. Denna innefattar den samhällssyn som inbegriper de grundläggande ideologiska uppfattningarna som individen bär med sig när den möts av ett medieinnehåll.⁴⁴ Utifrån vår studie menar vi att det är ett rimligt antagande att den ideologiska ståndpunkten, om det är den offentliga sektorn eller individen som har en ansvarsskyldighet för individens väl och ve, har betydelse för vår undersökning. De individer som har en ideologi som tenderar att luta åt höger kan tänkas tycka att den offentliga sektorn inte ska gå in och ta ansvar för att individer känner sig välkomna i kommunen eller att myndigheten ska bidra med mer än det som är grundläggande för en kommuns ansvar, som exempelvis skola och omsorg. Dessa individer kan tänkas ha uppfattningen att de inte är i så stort behov av information från kommunen, och om ett problem uppstår så är det upp till individerna själv att finna lösningen på detta. Individer som tenderar att luta åt vänster på den politiska skalan kan tänkas tycka något annorlunda än den som lutar åt höger. De som tenderar att luta mer åt vänster kan, enligt detta synsätt, anse att den offentliga sektorn har ett större ansvar för medborgarna och nyinflyttade. På så vis kan dessa individer tänkas ställa större krav på informationen från kommunen och större krav på att kommunen är delaktig i att lösa individers uppkomna problem. Kort sagt kan individens ideologiska ståndpunkter och samhällssyn påverka uppfattningen kring Vara kommun⁴⁵ och förklara varför olika individer tolkar och skapar olika mening av samma kommun.

⁴⁰ Nord, 2008

⁴¹ Asp, 1986

⁴² Ahrne, Roman & Franzén, 2003

⁴³ Nilsson, 2006

⁴⁴ Nord, 2008

⁴⁵ Asp, 1990

Individens medieanvändning

Den tredje och sista förklaringsfaktorn är individens egna erfarenheter av fenomenet genom den egna medieanvändningen. Det är genom mediekkanaler som Vara kommun förmedlar sin information och profil. Individens förtrogenhet med dels Vara kommun (fenomenet) och dels erfarenheten av att använda de mediekkanaler vari informationen mottas, finner vi vara relevanta förklaringsfaktorer att ta med. Att vara mediebrukare i förhållande till en offentlig myndighets information innebär att både vara *konsument* av kommunens informationstjänster; *användare* av kommunens information och informationskanaler samt *utövare* av kommunens informationsspridning via förmedlingen av individens uppfattningar kring kommunen och dess image till familj, vänner och bekanta utanför kommunens gränser. Beroende på vilken roll (konsument, användare och utövare) individen anammar i vilken situation (innan, under och efter flytten) kan synen på kommunen och uppfattning om Vara kommuns image variera mellan individerna⁴⁶.

Sammanfattning av teorin

Sammanfattningsvis är vår huvudteori för denna studie Stuart Halls teorier kring mottagare som aktiva subjekt och meningsskapare i en kommunikationsprocess. För att förstå Stuart Halls syn på kommunikationsprocessen och hans teorier kring ideologi som kamp mellan olika intressen av definitionsakt över händelsers betydelser och händelsers resultat, krävs det en förståelse för Cultural studies som Halls teorier har sitt ursprung i. Därför inleddes teoriavsnittet med en introduktion kring processkolan och den semiotiska skolans olika syn på kommunikationsprocessen samt deras olika syn på mottagaren som en passiv eller aktiv mottagare av sändarens budskap.

Även Halls teorier om mottagares fyra olika tolkningsmöjligheter av texter, som i sin tur alltid bär på spår av ideologiska förtecken mer eller mindre medvetet skapade av sändaren, ingår i vårt teorikapitel. Utifrån att vårt syfte och frågeställningar fokuserar på mottagarna, det vill säga de nyinflyttade i Vara kommun, uppfattningar om Vara kommun, menar vi att Halls teorier om mottagarens tolkningsmöjligheter är av största relevans för studien. Mottagarna har fyra övergripande tolkningsmöjligheter:

- *dominant tolkning* – mottagaren tolkar meddelandets betydelse på liknande sätt som sändaren,
- *förhandlande tolkning* – mottagaren tolkar meddelandets betydelse delvis på det sätt som sändaren och delvis också på ett annat sätt än sändaren,
- *oppositionell tolkning* – mottagaren gör en helt annan tolkning av meddelandets betydelse än sändaren
- *ignorerande tolkning*, som innebär att mottagaren aktivt väljer bort meddelandet och på så vis inte tar del av meddelandet överhuvudtaget.

För att förstå vår huvudteori kring Halls fyra tolkningsmöjligheter för mottagarna har vi också

⁴⁶ Nilsson, 2006

valt att anlägga tre förklaringsfaktorer. Dessa är: sina sociala förutsättningar (som kön, ålder och social position); sin samhällsyn, ideologisk ståndpunkt (kring ansvarsfrågan för offentlig sektor individen i ett samhälle); individens egna erfarenheter av sändaren/ett visst fenomen och medieanvändning (om individen i en viss situation är konsument, användare eller utövare av sändarens information). Detta anläggs för att, utifrån dessa förklaringsfaktorer, kunna ge en djupare förståelse för varför individer gör olika tolkningar och varför samma individ kan göra olika tolkningar.

Genom dessa teorier har vi möjlighet att besvara våra frågeställningar och på så sätt uppnå syftet med vår undersökning.

KAPITEL 5

METOD

För att få en uppfattning om hur vi har gått tillväga och hur vi har behandlat den information vi har tagit del av, följer här en beskrivning av vårt metodval och genomförande. Här presenterar vi vilken metod vi har valt och varför, hur vi har gått tillväga när vi samlat in vårt material och hur vi sedan har applicerat det på studien.

Validitet och reliabilitet

Att ha en hög reliabilitet innebär att studien skall kunna göras om av någon annan och att resultaten då blir jämbördiga. Reliabilitet handlar om pålitlighet i undersökningen och att våra mätinstrument mäter på ett exakt sätt. Reliabilitet handlar även om att vi har samlat in och bearbetat data på ett systematiskt och hederligt sätt. För att en studie av detta slag ska få så hög reliabilitet som möjligt krävs till exempel att vi som intervjuare inte är partiska vid intervjutillfället eller att våra personliga erfarenheter inte ska spegla vårt resultat.⁴⁷

Att ha hög validitet betyder att man mäter vad man avser att mäta⁴⁸, vilket i vår undersökning innebär att vi i vårt metodiska tillvägagångssätt besvarar de frågeställningar vi har angivit, som i sin tur gör att vi uppnår vårt syfte med undersökningen.

I detta metodkapitel kommer vi genomgående att diskutera vad som kan ha påverkat validiteten och reliabiliteten i både negativ och positiv riktning.

Val av metod - kvalitativa samtalsintervjuer

Syftet med vår undersökning är att beskriva och förklara nyinflyttade till Vara kommuns uppfattningar om Vara kommun. För att ta reda på detta har vi valt att använda oss av en kvalitativ metod, i detta fall samtalsintervjuer. Eftersom vi vill ta reda på personernas egna intryck angående uppfattningen av Vara kommun, är våra intervjuer av respondentkaraktär. Med respondentkaraktär avser vi i detta fall de personliga upplevelserna av fenomenet. Vår strävan är att förstå situationen som intervjupersonen befann sig i som nyinflyttade och hur de själva upplevde den.⁴⁹ När det gäller kvalitativa samtalsintervjuer kännetecknas dessa ofta av att man vill få en djupare förståelse för vad människor egentligen tycker.⁵⁰ Eftersom vårt syfte är att ta reda på människors uppfattningar om Vara kommun anser vi att en kvalitativ metod är det lämpligaste tillvägagångssättet. En kvantitativ metod hade varit ett möjligt tillvägagångssätt om vi hade velat få en överblick kring den generella uppfattningen om vad människor tycker om Vara kommun. I denna undersökning vill vi dock försöka synliggöra

⁴⁷ Kvale & Brinkmann, 2009:263

⁴⁸ Esaiasson et al, 2007:61

⁴⁹ Esaiasson et al, 2007:286

⁵⁰ Ekström & Larsson, 2012:56

fenomenet Vara kommun utifrån de nyinflyttades världsbild snarare än att kartlägga och generalisera en majoritets åsikter.⁵¹

Som tidigare nämnt har Vara kommun via företaget Markör gjort medborgarundersökningar som med kvantitativa metoder kartlägger vad invånarna anser om kommunen. Därmed anser vi att en kvalitativ metod, med utgångspunkt från de frågor som ställts i de tidigare undersökningarna men med en ny systematik och ett nytt angreppssätt, bidrar till en ökad förståelse för de kvantitativa undersökningar som redan gjorts. På så vis menar vi att en kvalitativ undersökning kan generera ny kunskap. Syftet med vår undersökning är att förstå de nyinflyttades uppfattningar snarare än att presentera den bild som majoriteten av de nyinflyttade till Vara kommun har. Därmed följer vårt metodval vårt syfte.

Två olika intervjuare – två olika utgångspunkter

Reliabiliteten för denna undersökning kan komma att påverkas av det faktum att en av oss är född och uppvuxen i Vara. Då Vara är en liten kommun finns det risk att människor vi intervjuar eller kommer i kontakt med, kan ha en relation till den av oss som är därifrån. Respondenterna kan ha en uppfattning om en av oss redan innan, vilket kan påverka vilken och hur mycket information som denne delar med sig av vid intervjutillfället. Skulle detta ske har också detta konsekvenser för analysen av vårt empiriska material. Att en av oss har sina egna uppfattningar om kommunen kan också göra att det kan finnas bakomliggande tolkningar och värderingar, dels under intervjuerna och dels under tolkandet av materialet.

För att förhindra dessa eventuella problem för studiens validitet och reliabilitet, har vi valt att genomföra intervjuerna tillsammans. Satt vi tillsammans kunde den av oss som inte är från Vara kommun bryta in och be respondenten förklara som för en utomstående. Detta för att förhindra att aspekter och nyanser av kommunen går förlorade när respondenten och den av oss som är från Vara kan ha liknande referensramar och underliggande budskap kan gå förlorade då respondenten kanske inte hade varit lika förklarande och beskrivande. En annan anledning till att vi valde att genomföra intervjuerna tillsammans var att då ingen av oss tidigare har gjort intervjuer ansåg vi det bäst att båda satt med vid alla intervjuer för att kunna stötta varandra längs vägen. Vi båda ville också ha samma eller liknande översikt över vårt empiriska material. Att båda två satt med var dock något tidskrävande då vi inte kunde intervju parallellt, men vi anser ändå att detta var det bästa sättet för att undvika brister i materialet.

Sense-making method

Då vi i vårt teoretiska avsnitt fastslagit att anlägga en syn på kommunikation som meningsskapande samt en syn på mottagarna som aktiva subjekt, väljer vi nu att applicera Brenda Dervins teori ”the Sense-Making method” som metod. Detta val av metod grundar sig i att Dervin menar att kommunikation måste förstås utifrån hur människor tolkar och skapar mening i sin egen livssituation.⁵² Sense-Making tar reda på vilken kontext mottagaren lever i och vilka attityder, känslor och tankar mottagaren kan ha.⁵³ Sense-Making menar Dervin

⁵¹ Esaiasson et al, 2007:284

⁵² Dervin (Rice & Atkins) 2001:72

⁵³ Dervin (Rice & Atkins) 2001:74-75

utgår alltid från tre tidpunkter, eller horisonter, i en människas liv utifrån en given situation. Dessa är historia (erfarenheter, minnen etcetera), nutid (nuvarande förhållanden) och framtid (förhoppningar, drömmar, planer etcetera). Syftet med Sense-Making är att ta reda på mottagarnas känslor och tankar kring ett fenomen.⁵⁴ På så vis kan vi med hjälp av Stuart Halls teorier om mottagaren som meningsskapande av information tillsammans med detta metodval, besvara frågeställningen om de nyinflyttades uppfattningar om Vara kommun i samband med deras flytt till kommunen.

The Sense-Making method kan genomföras både på kvalitativa och kvantitativa studier. Vi har valt att utföra våra kvalitativa intervjuer baserad på Dervins *Micro-Moment Time-Line*. Genom denna metod ber vi intervjupersonen att beskriva den information och kommunikation som personen tog del av under ett specifikt tillfälle, i detta fall i samband med flytten till Vara kommun. Situationen beskrivs i en tidslinje där respondenten berättar vad som skedde i kronologisk ordning. Även här fokuserar vi på de tre horisonterna som Dervin talar om, i detta fall innan, under och efter flytten.

I varje steg lyfts frågor kopplade till Sense-Making, såsom ”*Upplevde du att du hade några problem under denna tid, i så fall vilka?*”, ”*Vilka känslor och tankar hade du?*”. För att ytterligare undersöka den intervjuades situation ställs frågor som bland annat behandlar vilka frågor som uppkom och anledningen till dessa, hur detta relaterade till personens liv i det tidsspännat, om personen fick svar på sina frågor och på vilket sätt, och om svaren hjälpte.⁵⁵ Vi använder oss av denna metod för att dels få en tydlig struktur på våra intervjuer men också för att man med *Micro Moment Time-line* kommer närmare respondentens personliga åsikter och vi får en insikt om varför människor tycker som de tycker.⁵⁶

Målgrupp

Vår målgrupp är nyinflyttade till Vara kommun under de senaste två åren. Att vi har valt två år beror på att om man har bott på ett ställe längre än två år finns det en risk att respondenterna inte kommer ihåg hur det var att flytta, eller vilken uppfattning de hade om kommunen innan de flyttade. Målgruppen ska ha flyttat till Vara kommun på egen hand, därmed kommer inte barn och ungdomar som flyttat med sina föräldrar att ingå i urvalet.

Vi har valt att enbart ha med människor som bor i, eller i anslutning till, Vara tätort. Detta på grund av avståndet till den plats där vi höll våra intervjuer på. Vi kunde ha gjort telefonintervjuer med de människor som bodde utanför tätorten, men vi anser att detta inte ger samma tyngd då mycket av det ”tysta språket”, såsom kroppsspråk och mimik, då går förlorat. För att få så olika perspektiv på vad nyinflyttade anser om Vara kommun har vi valt att ha en respondent från varje decennium från 1940-talet fram till 1990-tal. Eftersom den, som vi tidigare nämnt, minskade befolkningmängden i hög grad hänger samman med den minskade ekonomiska tillväxten har vi valt att avgränsa vårt urval till människor i arbetsför ålder, 20-65 år. Detta eftersom det är människor i arbete som främst bidrar med skatteintäkter till

⁵⁴ Dervin (Rice & Atkins) 2001:75

⁵⁵ Dervin (Rice & Atkins) 2001:77

⁵⁶ Dervin (Rice & Atkins) 2001:76

kommunen, samt inte belastar sjuk- och äldreomsorg i lika stor utsträckning som den äldre generationen. Vi har även strävat efter att få en jämn könsfördelning i vårt urval.

Självklart finns det fler kategorier av människor som hade varit intressant för Vara kommun att studera. Exempel på detta kan vara att studera en annan eller snävare ålderskategori, människor som är utspridda i hela kommunen eller människor som har bott här kortare än två år. Dock anser vi att den avgränsning vi har gjort är inom ramen för en C-uppsats. Vår målgrupp består alltså av respondenter som stämmer in under följande premisser: nyinflyttad som flyttade till kommunen för max två år sedan, född någon gång mellan 1940-1990 samt bosatta i Vara tätort.

Denna grupp av respondenter är en relativt heterogen grupp då samtliga är i olika åldrar, olika kön, utbildningsgrad, etnicitet etc. Vi menar dock att vår grupp av respondenter har tillräckligt homogena nämnare för att utifrån empirin kunna dra tillförlitliga slutsatser, då samtliga har en erfarenhet av att flytta till just Vara kommun, samtliga bor i Vara tätort samt att respondenterna är i arbetsför ålder.

Urval

Att finna våra respondenter

För att få tag på våra respondenter fick vi ta del av en lista från Vara kommun som innehöll alla de människor som hade flyttat till Vara kommun under 2011 och fram till september 2012. Denna lista bestod av cirka 700 namn med personnummer och adresser. En risk med att få en lista från Vara kommun kan vara att dessa har gjort ett eget urval innan vi fick se listan. Denna risk ser vi dock som relativt liten då vi på förhand visste hur många som flyttat till kommunen under denna period och listan innehåller i det närmaste samma antal.

Utifrån denna lista gjorde vi ett urval som baserades på att lotta ut olika sidor från listan och därifrån ta ut två personer med olika kön i vardera generationskategorin 1940, 1950, 1960, 1970, 1980 och 1990 för att gardera oss för eventuella avhopp. De namn som fastställdes söktes sedan på eniro.se för att få tag i kontaktuppgifter. Fanns inte personens telefonnummer på internet, ströks denne och då genomfördes urvalsproceduren ytterligare en gång.

Den första kontakten med respektive respondent togs alltså genom ett telefonsamtal där vi ringde hälften av samtalen var. Svarade inte respondenten eller tackade nej, genomförde vi urvalsprocessen ytterligare en gång till.

Den första kontakten

I den initiala kontakten med våra respondenter per telefon presenterade vi oss själva och vår studie. Ett möte bokades och vi garanterade anonymitet. Anonymitet garanterades på grund av att Vara kommun är en relativt liten kommun och många känner eller känner till varandra. Att uttrycka sina åsikter anonymt kan därmed göra det lättare för våra respondenter att verkligen säga vad de tycker utan att tänka på vad andra människor kan bilda sig för uppfattningar om dem som person. Eftersom uppsatsen blir en offentlig handling kan det vara lätt att ta reda på vilka våra respondenter är om dessa uppgifter finns med. Alla våra respondenter valde dessutom anonymitet vid förfrågan och detta respekterades. Alla namn i undersökningen är därmed fingerade.

Samtliga respondenters tankar och svar var deras egna och de talade inte i egenskap av någon annan. Ingen av dem jobbade inom kommunen och de blir därmed inte ”subjektiva” experter inom området.⁵⁷ Innan mötet skickade vi ett sms för att påminna respondenten om intervjun. De flesta potentiella respondenter ställde sig positiva till våra intervjuer och många vi ringde på första försöket ställde upp på en intervju. En person av våra tidigare tänkta respondenter föll dock bort men ersattes med kort varsel med en person ur samma generation.

Varabor sedan tidigare

Många av de nyinflyttade till Vara kommun, och flera av våra respondenter, hade tidigare bott i Varatrakten eller i grannkommunen och hade flyttat tillbaka. Detta visste vi inte när vi gjorde vårt urval men vi anser att detta inte har någon betydelse för vår studie då de respondenter som tidigare bott i Vara, har bott utanför kommunen i minst tre år.

En svaghet med att vissa respondenter tidigare bott i Vara kommun kan vara att de känner igen den av oss som har bott här tidigare. Detta kan göra att de svar vi får kan vara något återhållna. I vårt urval var det en som kände igen en av oss något till utseendet men kunde inte placera henne. En annan svaghet med detta kan också vara att respondenten och den av oss som är från Vara, utgår från samma referensramar och att underliggande signaler och betydelser kan gå förlorade under samtals gång. Detta var ännu en anledning som gjorde att vi båda satt med vid samtliga intervjutillfällen. Vi anser att detta inte har påverkat våra respondenters svar i någon betydande utsträckning.

Genomförandet

Vi har, som tidigare nämnts, valt att använda oss av en metod som grundar sig i the Sense-Making Method och kallas Micro-Moment Time-Line. Respondenten ombes att i kronologisk ordning beskriva den situation de själva har upplevt, i detta fall är det deras flytt till Vara kommun och deras upplevelser kring det.⁵⁸ För varje period, innan, under och efter flytten, lyfts frågor som hur respondenten tänkte, kände, vad som stod i vägen, varför man gjorde som man gjorde, hur det kopplar an till respondentens egna liv etcetera.

Intervjuguiden

Under intervjuer kan vi som intervjuare ibland förvänta oss att få vissa svar och att vi då styr intervjun mer än vad vi kanske borde.⁵⁹ För att värja oss mot detta använde vi oss av intervjuguiden som vi hade utformat. Denna metod resulterar i ett intervjumaterial som varierar stort beroende på vem man intervjuar. Vår intervjuguide fungerade mer som en ledstång genom våra intervjuer än ett formulär med nedskrivna frågor till punkt och pricka. Även om vi hade en intervjuguide blev intervjuerna friare än om vi hade utstakat varje fråga och det kändes som om vi kom närmare respondenten när vi inte behövde nagla oss fast vid ett papper med frågor utan kunde ställa mer naturliga följdfrågor. Även respondenterna kändes mer engagerade när de märkte att vi verkligen lyssnade på dem.

⁵⁷ Esaiasson et al, 2007:292

⁵⁸ Dervin (Rice & Atkins) 2001:77

⁵⁹ Kvale & Brinkmann, 2009:263

Intervjuguiden bestod av de olika teman som följde den kronologiska ordningen, och Dervins tre horisonter, vid en flytt; innan, under och efter. Utifrån dessa teman ställdes sedan följdfrågor som rörde respondentens egna erfarenheter, tankar och känslor. Därmed blev följdfrågorna varierande beroende på vilka erfarenheter respondenten hade. Hade vi inte ställt frågorna i kronologisk ordning med medföljande fördjupningsfrågor om tankar och känslor, utan istället bett respondenten berätta om sin flytt helt självständigt hade intervjuerna nog sett annorlunda ut. Vi hade nog inte fått det djup vi fick i våra intervjuer. Respondenterna hade nog inte heller reflekterat över likheter och skillnader över vad som var annorlunda när de flyttad in till kommunen och hur de såg på saken i nuläget.⁶⁰ Våra respondenter blev alla mer öppna ju längre intervjun pågick. Detta kan hänga samman med Dervins metod och att vi kom på djupet i respondenternas egna tankar och känslor och att de under intervjuens gång reflekterade mer över vad de faktiskt tyckte.

Intervjuerna

Vi genomförde en första pilotintervju för att säkerställa att denna metod var applicerbar på vår undersökning. Eftersom ingen av oss har någon erfarenhet av att intervjua fungerade denna intervju som en träningsomgång för oss. Denna intervju visade sig bli så bra eftersom den flöt på bra och svaren var så pass uttömmande att vi valde att inkludera den i vårt empiriska material.

Samtliga intervjuer spelades in med en diktafon för att vi som intervjuare skulle kunna fokusera fullständigt på respondenten vid intervjutillfället och kunna ställa följdfrågor som var anpassade till personen. En diktafon användes också för att vi i ett senare skede skulle kunna transkribera intervjuerna på ett tillförlitligt sätt. Hade vi enbart använt oss av egna anteckningar från intervjuerna hade detta kunnat påverka reliabiliteten i en negativ riktning, då viktiga citat och formuleringar kunde ha gått förlorade.

Samtliga intervjuer skedde på ett av Varas mer välkända caféer. Denna plats valdes då den ligger centralt i Vara och de flesta vet var det ligger. Intervjuerna genomfördes utspridda över en vecka, mellan klockan 10-15 eftersom det var det tidsintervall då respondenterna hade möjlighet att träffa oss för en intervju. En risk att hålla intervjuer på en publik plats som denna kan dels vara att man lättare kan bli störd av gäster runtomkring. En annan risk kan också vara att respondenterna känner de gäster som sitter intill eftersom Vara inte är så stort. Dock hittade vi relativt avskilda bord i ett rum bakom själva cafédelen där vi större delen av tiden fick sitta ostörda.

Intervjuerna tog mellan 25 och 60 minuter. Nedan följer en presentation av våra respondenter:

⁶⁰ Dervin 1983:6

Respondentgalleri

Namn	Ålder	Bott i Vara sedan
Anders	63 (1940-tal)	2011
Bertil	56 (1950-tal)	Slutet av 2012
Daniella	46 (1960-tal)	2011
Erik	37 (1970-tal)	2012
Fredrika	28 (1980-tal)	2011
Hanna	21 (1990-tal)	2011

Tabell 3: Respondentgalleri

Efter varje intervju satt vi kvar en stund med den vi hade intervjuat för att få ett så naturligt avslut som möjligt på samtalet istället för att bryta upp direkt efter sista frågan. När respondenten hade gått skrev vi båda ner tre ord var som sammanfattade intervjun. Detta för att hålla kvar känslan även efter intervjun och kunna använda det när vi sammanfattade resultaten. Relativt nära de genomförda intervjuerna transkriberade vi hälften av intervjuerna var för att sedan läsa igenom varandras. Efter transkriberingen strukturerade vi upp de svar vi hade fått från våra respondenter genom att ordna dessa utifrån våra frågeställningar och teman. Därefter ställde vi upp våra respondenters svar i en tabell efter våra frågeställningar och underfrågor till dessa för att få en översikt av materialet och lättare kunna se liknande drag och vad som stack ut. På detta sätt fick vi en överblick över vårt resultat och kunde sammanställa det i vårt resultatkapitel, för att sedan kunna applicera våra valda teorier och analysera resultaten.

Metodreflektion

Vi har i största möjliga mån försökt förhålla oss så objektiva som möjligt till vår undersökning för att kunna presentera ett resultat som stämmer överens med våra respondenters verklighet. Vi anser att den metod vi har använt oss av och de vägar vi har valt att gå har varit nödvändiga för vår studie. Självklart skulle andra teorier och andra tillvägagångssätt ha kunnat appliceras på vår studie, men med tanke på den utgångspunkt vi har anser vi att detta är ett tillvägagångssätt lämpligt för den här typen av studie.

Kvale och Brinkmann menar att en kvalitativ studies validitet grundas på om man mäter vad man avser att mäta, tillskillnad från en kvantitativ metod där validiteten mäts i siffror.⁶¹ Enligt Kvale och Brinkmann handlar det inte enbart om vilka metoder som har använts utan även på personerna som genomför studien för att en studie ska kunna uppnå så hög validitet som möjligt. Vi har utgått från Kvale och Brinkmanns *Valideringens sju stadier* och försökt att följa och ta hänsyn till dessa i studien. I metodkapitlet handlar det dels om att planeringen går i linje med det syfte och de frågeställningar vi har satt. Detta anser vi att metodkapitlet medför men även att studien är uppdelad i tydliga teman. Den andra delen att ta hänsyn till i metodkapitlet är intervjuerna och tillfällena när intervjuerna hölls. Vi anser att intervjuerna med våra respondenter var ingående. Vi försökte att i så stor utsträckning som möjligt att

⁶¹ Kvale & Brinkmann, 2009:264

ställa objektiva frågor. Det finns alltid en risk att våra subjektiva uppfattningar om syfte och frågeställningar avspeglar sig i hur vi ställer våra frågor. Vi hoppas dock att medvetenheten angående detta har medfört att vi har uppträtt så objektivt och neutralt som möjligt.⁶²

⁶² Kvale & Brinkmann, 2009:267

KAPITEL 6

RESULTAT OCH ANALYS

Vårt resultat är uppställt och redovisat utifrån strukturen för "the Sense-Making method" kring de tre tidsepokerna, som också vår intervjuguide med tillhörande frågeställningar grundar sig på. Strukturen för vårt resultat följer således respondenternas flytt i kronologisk ordning. I våra resultat finns också vår analys. För varje tidspek följer en analys, där empirin kopplas till teorin, utifrån studiens frågeställningar och som syftar till att besvara dessa. Det innebär att inom varje tidspek syftar resultatredovisningen att besvara vår första frågeställning, medan analysen syftar till att besvara den andra och tredje frågeställningen. För att göra vårt material mer överskådligt och underlätta för läsaren att se helheten avslutas detta kapitel med en sammanfattning av de tre delresultaten och delanalyserna från de tre tidsepokerna.

Innan flytten

Våra respondenter hade olika bild av Vara kommun innan de flyttade och hade olika anledningar till att flytta. Dock har vi kunnat se liknande huvudlinjer i några av svaren och har utifrån dessa delat upp de olika uppfattningarna i olika kategorier. Samtidigt presenteras löpande i redovisningen av resultaten de svar som också avviker från de huvudlinjer vi har kunnat skönja. Sammanfattningsvis kan sägas att det finns två huvudlinjer i de svar som respondenterna gett, vilket vi har valt att benämna som "Den som har ett tidigare nätverk och boendemöjligheter i Vara" och "Den som har ett jobb men svårt att få bostad i Vara".

Anledning till flytt – en fråga om boende och arbete

Anledningarna till att våra respondenter har flyttat är olika. Vad vi tydligt kan se är att de tre respondenterna Fredrika, Anders och Hanna, som är uppväxta i Vara kommun, alla menade att det var på grund av familjen och det sociala nätverk som de hade kvar i kommunen som gjorde att de hade möjlighet att flytta tillbaka. Detta nätverk gjorde att boendemöjligheterna i Vara kommun öppnade sig. Dessa respondenter har flyttat från kommunen till större städer för att jobba eller att studera men valde senare att återkomma just på grund av att det fanns en boendemöjlighet i Vara som passade dem i deras olika livssituationer. Denna huvudlinje är det som vi valt att sammanfatta till "Den som har ett tidigare nätverk och boendemöjligheter i Vara".

Ingen av dessa tre respondenter arbetar i Vara kommun utan hade arbeten utanför kommunen innan flytten. Ett exempel på detta är att Fredrika som är uppvuxen i Vara. Hon flyttade från Vara för att bo i en storstad, för att några år senare få arbete i en grannkommun till Vara kommun. Hon hade inte tänkt flytta tillbaka till Vara, men fick möjligheten att köpa ett hus via familjen. Att valet föll på Vara för Fredrikas del var att huset i Vara var ett drömhus som också var billigare än de hus hon och hennes sambo hade tittat på i den kommunen där de arbetar.

”Det var bara att det huset som vi ville ha låg här! Hade det legat någon annanstans hade vi flyttat dit, vi valde helt enkelt efter var huset låg och priset”

/Fredrika, född på 1980-talet.

Även för Anders del var det genom familjen som han hade möjlighet att flytta tillbaka. Anders har bott i storstäder och även utomlands och anledningen till att han flyttade berodde på att han ville tillbaka till landsbygden. Att flytten blev just till Vara kommun berodde på att han fick möjlighet att köpa föräldrahemmet då hans mamma gick bort.

”På något vis så kan jag ju se charmen även i en plöjd åker. Jag jämför det lite med havet (...). Men däremot tror jag inte att jag skulle kunna tänka mig att flytta bara tillbaka till Varatrakten och köpa en villa i Vara, det tror jag inte.”

/Anders, född på 1940-talet.

Även för Hanna berodde flytten till Vara främst på att hennes familj fanns i kommunen. Då hon började arbeta i Göteborg kunde hennes familj enkelt ordna en bostad till henne i Vara tätort, vilket var ett billigare alternativ till att bo i Göteborg.

”Min mamma bodde i Kvänum och mina släktingar bodde i Vara, så jag bodde hos dem först tills jag hade hittat en lägenhet. Mamma hittade en lägenhet efter en vecka ungefär sen jag kom hit. Så det gick fort. Så jag tog den. Det var inte den bästa lägenheten men det fick väl gå”

/Hanna, född på 1990-talet.

Hanna, tillskillnad från Fredrika och Anders, hade dock ingen önskan om att faktiskt flytta tillbaka. För Hannas del innebar det sociala nätverket som bidrog till boendemöjligheten i Vara snarare något negativt och valdes enbart i brist på andra alternativ.

Gemensamt för dem alla är att de menar att de under sin tid som boende utanför kommunen i storstäder hade tänkt att senare i livet återvända till en landsbygdort. Att valet föll på just Vara kommun berodde, som konstaterats, främst på att de hade ett socialt nätverk kvar i bygden som öppnade möjligheten för att få bostad i Vara kommun.

För Daniella och Erik, som båda kommer från större städer, berodde flytten till Vara kommun främst på att de befann sig i en livssituation innan flytten som innebar att de stod utan jobb. I Vara kommun fanns det jobb och därmed föll valet på att flytta till just Vara. Dock hade de båda två svårt att skaffa boende. De båda hade sedan tidigare heller inget socialt nätverk i kommunen. Det är denna huvudlinje som dessa två respondenter representerar som vi har sammanfattat *”Den som har ett jobb men svårt att få bostad i Vara”*. För Daniella innebar flytten till Vara att hon började arbeta med en annan typ av arbete än det hon hade jobbat med tidigare och som hon utbildats till. På 1990-talet, då Sverige gick igenom en finansiell kris, hade hon inget val annat än att flytta för att få jobb, även om hon var överkvalificerad för det arbete hon fick i Vara.

”Jag bodde först i Göteborg och sen flyttade jag hit på 90-talet, lågkonjunktur, mycket arbetslöshet i städerna och jag fick ett jobb här i Vara”

/Daniella, född på 1960-talet.

För Eriks del grundades beslutet att flytta till Vara på att han har ett eget företag och att verksamheten i området han verkade i tidigare drabbades av hård konkurrens från större företag med större ekonomiska möjligheter. Detta var något han som småföretagare inte kunde konkurrera med på den tidigare bostadsorten.

”Jag såg andra konkurrenter komma in en efter en och förstöra marknaden. Jag kollade runt omkring vart jag kunde sätta mitt företag för att det inte skulle förstöras. Och då hittade jag lilla Vara”

/Erik, född på 1970-talet.

Bertil är den person som kan sägas ingå i båda kategorierna *”Den som har ett tidigare nätverk och boendemöjligheter i Vara”* och *”Den som har ett jobb men svårt att få bostad i Vara”*.

Bertil har ett arbete utanför Vara kommun och anledningen till att han flyttade till Vara var att han skiljde sig och var tvungen att sälja sitt hus i den kommun där han bodde tidigare. Då han sedan många år är medlem i en förening som är belägen i Vara tätort föll valet på att flytta till Vara, för att komma närmare sitt sociala nätverk.

”Hade klubben exempelvis legat i Lidköping istället så hade jag ju flyttat dit.”

/Bertil, född på 1950-talet.

Men när Bertil började söka boende på egen hand i Vara kommun hade han dock mycket svårt att få tag i en lägenhet. Till slut vände han sig till sitt nätverk inom föreningen för att få hjälp med att hitta boende och då löste sig situationen på mindre än tre veckor. Bertils anledning till flytt avviker från de övriga. Då hans sociala nätverk fanns i området avgjorde detta att flytten blev till just Vara kommun. Samtidigt illustrerar Bertils svar att det sociala nätverket på orten faktiskt spelar roll, och hänger samman, med boendemöjligheten i Vara för våra respondenter. Det var först när Bertil vände sig till sitt sociala nätverk i Vara som boendesituationen löste sig. För de respondenter (Fredrika, Anders och Hanna) som sedan tidigare hade ett socialt nätverk, var anledningen till flytten snarare boendemöjligheten än det sociala nätverket. Dock var det just ett etablerat nätverk i kommunen som gjorde flytten till kommunen genomförbar i och med att bostadssituationen löste sig via det sociala nätverket. På samma sätt illustrerar svaren från de respondenter (Daniella och Erik) som flyttat till Vara på grund av försämringen av arbetsmöjligheter på den tidigare bostadsorten. Flytten försvårades då det var svårt att få tag i bostad i Vara kommun, vilket vi med bakgrund mot de övriga respondenterna drar slutstasen beror på att varken Erik eller Daniella hade något socialt nätverk i Vara kommun innan flytten.

Spelade Vara kommuns profilering någon roll för flytten?

De flesta av våra respondenter ger anledningar till flytt som inte har någon koppling till de satsningar som Vara kommun har tryckt på i sitt profileringsarbete, såsom kulturlivet och entreprenörskap. Ofta fanns det helt andra anledningar till att man hade flyttat till kommunen, såsom boendemöjlighet eller arbetstillfälle.

”Att stationshuset är blått det brydde jag mig inte om, jag ser eländet varje morgon när jag vaknar”

/Bertil, född på 1950-talet.

Den ende som står ut mot de övriga respondenterna är Erik. Han menar att eftersom Vara kommun hade fått utmärkelsen Årets företagarkommun 2011, bidrog det till att han valde att flytta sin verksamhet till Vara. Hans företag kräver även att han är på samma plats som sitt arbete och detta föranledde att både han och familjen flyttade till Vara

”Jag fick den uppfattningen att det var företagervänligt”

/Erik, född på 1970-talet.

Uppfattningen om Vara kommun innan flytten

De respondenter som hade ett socialt nätverk i kommunen innan flytten, och hade växt upp där, hade en bild av Vara kommun som följt med dem sedan uppväxttiden. Dessa respondenter uppfattar Vara kommun mer negativt än övriga respondenter. Framförallt framträder här en tydlig tendens att uppfatta Vara som bärare av en mentalitet som präglas av en slutenhet mot nya människor och mot människor som på något sätt sticker ut från mängden.

”Det är väl inte så lätt för nya folk att komma in i själva samhället, Vara är ju som det är”

/Hanna, född på 1990-talet

De som inte hade någon uppfattning om kommunen sedan innan visste heller inte så mycket om kommunen och dess verksamhet. Ofta handlade det om att man hade en uppfattning om den bransch man jobbade i eller vilka fritidsintressen man hade sen innan

”Det enda jag visste om Vara var att det är en jordbruksbygd och att det fanns ett konserthus, och att det fanns ganska många företag runt omkring som var stora och bra”

/Erik, född på 1970-talet och driver ett eget företag.

De uppfattningar som fanns hos de som inte hade någon bild sen tidigare, handlade mer om utseendet på tätorten och dess struktur. Daniella tyckte att staden såg mysig ut med alla små trädgårdar.

”När jag kom hit till Vara tyckte jag att allting var så fint, det var som att komma till paradiset”

/Daniella, född på 1960-talet.

Bertil, som tidigare bodde i en närliggande kommun, hade varit i tätorten ett par gånger innan han flyttade och menade att det han såg verkade bra.

“(...) verkade vara ett trevligt ställe”.

/Bertil, född på 1950-talet.

Förklaringar till varför respondenterna har den bild av Vara som de har - innan flytten

Vi kan se att de uppfattningar som fanns innan flytten hänger starkt samman med om våra respondenter sedan tidigare har bott, eller sedan tidigare hade ett socialt nätverk, i kommunen. Det är dessa två huvudlinjer som vi sammanfattat till *”Den som har ett tidigare nätverk och boendemöjligheter i Vara”* och *”Den som har ett jobb men svårt att få bostad i Vara”*. Som

Hall menar skapar människor mening till ett fenomen, som i detta fall uppfattningar kring Vara kommun, utifrån den kontext de befinner sig i. Denna kontext kan i vårt resultat anses vara det sociala nätverket. I denna kontext finns också, enligt Hall, en kulturell dimension. Ett tydligt exempel från resultatet som knyter an till detta är att de som tidigare bott i kommunen har en förkunskap om kulturen i kommunen och även hur man via sitt nätverk på ett praktiskt sätt går till väga för att skaffa en bostad. De respondenter som inte hade ett socialt nätverk innan, vittnar alla på samma sätt om svårigheten att få tag i en bostad. Ett tydligt exempel på vår koppling om Halls teorier om skapandet av mening hos ett aktivt subjekt, som våra respondenter är i detta fall, genom en social och kulturell kontext är Bertil. Han som inte hade någon tidigare anknytning till kommunen lyckades skaffa en bostad först när han vänt sig till sitt sociala nätverk (i sin ideella förening) inom kommunen. Dessa personer inom föreningen befann sig i en annan kontext (som boende i kommunen) än Bertil innan flytten och kan därmed ses ha haft en annan kulturell förståelse för på vilket sätt bostadsproblematiken kan lösas i kommunen.

En annan teori som ligger nära till hands att koppla till vårt resultat är att individens sociala förutsättningar och egna erfarenheter av medieanvändning kan förklara varför våra respondenter hade olika uppfattningar om kommunen innan de flyttade. Den livssituation som Daniella och Erik stod inför innebar en situation med begränsade möjligheter till jobb och försörjning för sig själva och sin familj i den kommun de tidigare bodde i. Enligt teorin om den individuella erfarenheten av medieanvändningen kan vi i Daniella och Eriks fall se hur de på egen hand sökte information om kommunen och då främst via internet. För dem fanns ingen tid eller möjlighet att få en uppfattning eller svar på frågor kring kommunen från boende i den. Detta förde också med sig problemet att de hade svårt att få tag i en bostad.

Hanna är den person som står ut i vårt resultat. Hon är en person med socialt nätverk och möjlighet till boende men som har den mest negativa uppfattningen om kommunen. Detta är återigen en koppling till teorin om individuella förklaringsfaktorer där Hannas livssituation utifrån hennes ekonomiska situation gjorde att hon uppfattade att hon hade få valmöjligheter till boende någon annanstans än i Vara.

På vilket sätt skiljer sig respondenternas bild från Vara kommuns profil - innan flytten?

För Vara kommuns del kan vi se att de ansträngningar kommunen har gjort för att få nya invånare inte har haft något större genomslag hos våra respondenter innan flytten. Vara kommun har profilerat sig som en kulturkommun men detta är inget respondenterna har lagt någon större vikt vid när val av bostadsort gjordes. Dock har utmärkelsen som Årets Företagarkommun lockat en av respondenterna, nämligen egenföretagaren Erik. För Vara kommun bör dock resultatet i sig ses som en aning problematiskt, att kommunens profilering överhuvudtaget inte nämns som bidragande faktor till uppfattningen om kommunen eller till flytten.

Under flytten

Under flytten, när man har bestämt sig att flytta och precis när man har kommit till sin nya kommun, kan vi skönja att de osäkerhetsfaktorer som påträffats främst gäller nöjes- och affärslivet. Det är också under flytten som den första kontakten med kommunen har inträffat för våra respondenter. I resultatet har vi påträffat två olika huvudlinjer i respondenternas svar och de har vi valt att sammanfatta till "Den som sköter sig själv" och "Den som vill ha kontakt med kommunen, men ger upp".

Ett välkomnande utan avtryck

Under flytten har samtliga av våra respondenter fått något slags välkomnande från kommunen. Dock minns inte alla lika tydligt vad detta välkomnande bestod av. Vissa har fått diverse erbjudanden och information om vilket utbud Vara kommun har att erbjuda och andra har fått ett välkomstbrev. Det vi kan se av de svar vi har fått från respondenterna är att de inte lagt någon större vikt vid denna information.

Bertil, Anders och Hanna är de respondenter som menar att de inte var i något större behov av information från sin nya hemkommun och att om de behövde hjälp så tog de reda på den informationen själva.

"Jag fick väl ett brev hem, Välkommen till Vara kommun, men med skolan har jag inte haft någon kontakt med kommunen. Tar man tag i det själv är det lättare att lösa"

/Hanna, född på 1990-talet

De har varit nöjda med den information som de tagit del av, även om det är just dessa respondenter som har svårast att minnas vad välkomstbrevet från kommunen innehöll för information. Ingen av dessa tre respondenter menar att de för sin privata del hade något behov av en dialog eller kommunikation med kommunen. Bertils svar på frågan om det fanns något i den information och kommunikation från Vara kommun som han saknade under flytten svarade han:

"Jag vet inte vad det skulle vara, jag har inte så stora behov direkt".

/Bertil, född på 1950-talet

Ingen av dessa tre respondenter har barn i sitt hushåll och dessa respondenter är de som tenderar att sköta sig själva.

Fredrika, Erik och Daniella är de respondenter som har barn i sitt hushåll och menar att den information de fick från kommunen var bristfällig då den inte hjälpte dem med att få svar på de frågor de hade under flytten till Vara. Ett exempel på en sådan fråga var skolgången för barnen och som Erik poängterar kommer också informationen från kommunen för sent.

"Jag fick min första information från min blivande hyresvärd. (...) Han rekommenderade mig att kontakta en rektor på en friskola för barnen".

/Erik, född på 1970-talet

Dessa respondenter har själva fått söka den information som de behövde. De menar att det egna informationssökandet bidrog till att de uppfattade kommunen som relativt ointresserade

av dem som nyinflyttade. Dessa respondenter är de som tenderar att ”*vilja ha kontakt med kommunen- men ger upp*”.

Daniella menar att den information hon fick inte kom från kommunen överhuvudtaget utan att hon själv fick gå till biblioteket för att få den mest grundläggande informationen om kommunen. Även om informationen hon fick på biblioteket var användbar menar Daniella att informationen mest var anpassad för turister, med förslag på utflyktsmål snarare än praktisk rådgivning för en nyinflyttad.

”Jag fick lite information på biblioteket om kommunen, ett par broschyrer, en pärm med lite information, lite turistkartor och så”

/Daniella, född på 1960-talet.

Fredrika påpekar att hon saknade information från kommunen som erbjöd en översikt av samhället. Hon menar att hon fick ta reda på den informationen hon behövde via sitt sociala nätverk. Dessutom påpekar hon att den information hon fick från företagen i Vara inte på något vis var bättre än kommunens information, vilket följande citat illustrerar:

”Annars var det bara motprestationserbjudanden typ ”handla för så och så mycket så får du tillbaka”. Då tycker jag att man bjuder lite med halva handen. Ska man få ett välkommen kan man väl lika gärna få ett ordentligt välkomnande”.

/Fredrika, född på 1980-talet.

Kommunkontakt – trevliga tjänstemän, otydliga politiker

De respondenter som har haft direktkontakt med kommunen i något ärende menar att de alltid har fått ett gott bemötande, och särskilt pekar våra respondenter på att bemötandet från tjänstemännen har varit bra. Dock upplever både Erik, som under flytten hade kontakt med både politiker och tjänstemän kring olika frågor som rörde hans egna företag, och Anders, som hade kontakt med politiker och tjänstemän angående frågor som rörde hans boendesituation, att politikerna i kommunen inte alltid håller vad de lovar. De menar att politikerna har varit tillmötesgående i sakfrågorna i ett första skede men när de olika ärendena har kommit till skarpt läge så har inte politikerna uppfyllt sina tidigare löften. Anders menar att:

”Det känns inte som något starkt politiskt ledarskap, utan mer som att de gömmer sig på något sätt bakom sina tjänstemän (...) Kommunen skulle helt klart kunna underlätta det, att leva på landet! De skulle kunna supporta det bättre”

/Anders, född på 1940-talet.

Erik har liknande erfarenheter. Han berättar att kommunens politiker gav löften innan och under flytten om att viktiga delar kopplade till hans företag skulle ordnas av kommunen. När han sedan hade flyttat sin verksamhet till Vara kommun och var i behov av dessa menade kommunen att detta skulle ta flera år att ordna, om det alls skulle bli så.

”Informationen som kommunen ger ut håller inte hela vägen. Jag fick några ganska ordentliga överraskningar och det har ju resulterat i extra kostnader för mig. Jag tror att jag ligger på en extra kostnad omkring 20 000 på grund av detta. Jag har klarat det hittills men...”

/Erik, född på 1970-talet.

Osäkerhetsfaktorer – få och dyra affärer

Vi har kunnat skönja vissa osäkerhetsfaktorer som uppkom under flytten. Detta rör framförallt nöjes- och affärslivet i Vara kommun. Daniella, Fredrika och Hanna påpekar alla att de inte är nöjda med utbudet i Vara och att det var omständigheter som dessa som genererade ett visst övervägande och osäkerhet under flytten som Fredrika påpekar.

”Jag kan fortfarande sakna att gå ut och äta väldigt mycket och att det finns flera valmöjligheter”.

/Fredrika, född på 1980-talet.

Dessa respondenter åker utanför kommunens gränser för att handla kläder och utnyttja nöjesutbud. De menar att de uppfattar butikerna i Vara som dyrare än på andra ställen och de saknar de stora klädkedjorna, vilket Daniella konstaterar:

”Jag åker ofta till Trollhättan, Göteborg eller Alingsås för att handla. Jag tycker att det är dyrare här.”

/Daniella, född på 1960-talet.

Fredrika och Daniella menar att det nästan är omöjligt att handla kläder till sina barn i Vara. De menar att barnen har större omsättning på kläder och att det inte är ekonomiskt möjligt att köpa den kvantitet som krävs i butikerna i Vara på grund av priserna och respondenternas ekonomi.

”Jag kan sakna lite mer affärer. Vara värnar ju om sitt lilla egna och inga kedjor, men jag saknar även någon klädaffär som är lite billigare (...) Jag kollar ibland i Vara men annars åker jag någon annanstans och handlar. För när man är mammaledig är man inte jätterik”

/Fredrika, född på 1980-talet.

Det är tydligt att våra respondenter skiljer sig åt här enligt kön. Det är de kvinnliga respondenterna som saknar nöjes- och affärslivet medan de manliga respondenterna menar att Vara kommun tillhandahåller det som de har behov av. Både Anders och Erik menar att mataffärer är det de har störst behov av. Samtidigt menar de att affärerna de emellanåt har behov finns på tillräckligt nära avstånd till Vara, och behövs således inte i tätorten.

”Affärsutbudet är tillräckligt bra tycker jag, i närområdet alltså. Lidköping och andra ställen har de där affärerna, som Claes Olsson, Rusta och Harald Nyborg”

/Anders född på 1940-talet.

Även Bertil håller med om detta:

”Det mesta finns i Trollhättan (...) så åker jag och handlar där i fall jag skulle behöva något.”

/Bertil, född på 1950-talet.

Men Bertil påpekar också att han är osäker kring nöjesutbudet i Vara. Han menar att han inte har något större behov av det och har därför inte satt sig in i vad som finns, men att han uppfattar det som något tunt och att han enbart har funnit sin klubb som tilltalande i kommunen.

”Jag har inte riktigt hittat något annat jag vill ha förutom då min klubb”

/Bertil, född på 1950-talet.

Den som skiljer ut sig starkast från mängden när det gäller osäkerhetsfaktorer är Hanna. Förutom att hon tillsammans med Fredrika och Daniella såg nöjes- och affärlivet som en osäkerhetsfaktor, är hon den enda av respondenterna som tar upp människorna som bor i Vara kommun som en osäkerhetsfaktor i samband med flytten. Hon menar att hon under flytten oroade sig för att inte kunna känna sig trygg i att vara ute ensam på kvällarna, vilket följande citat är ett tecken på:

”Både i Kvänum och här i Vara har det kommit in massor med folk som knarkar och har sig, när man är ute och går på kvällarna vill man inte gå själv. Jag går inte själv.”

/Hanna, född på 1990-talet.

Förklaringar till varför respondenterna har den bild av Vara som de har - under flytten

Som Fiske redogör för i sin introduktion till kommunikationsstudier kan vi i vårt resultat se att Vara kommun använder sig av den linjära kommunikationsmodellen, med ett standardiserat välkomstbrev, i sin kontakt med de nyinflyttade. Denna information erbjuder ingen feedbackmöjlighet för de nyinflyttade och kan enligt de teorier som Fiske refererar till, ses som att fokusera på mottagaren som en passiv informationshämtare. Men som teoriavsnittet kring Halls syn på mottagarna som aktiva skapare av mening, så visar vårt resultat att de nyinflyttade i högsta grad är aktiva mottagare av kommunens information. De mottagare som ingår i den huvudlinje som vi valt att sammanfatta som *”Den som vill ha kontakt med kommunen, men ger upp”* uppfattar inte informationen som tillfredsställande. De går vidare i sin informationssökning för att kunna skapa mening utifrån den kontext de befinner sig i, som exempelvis skolgången för barnen.

Förklaringsfaktorerna till varför vissa av respondenterna, de som representerar en huvudlinje som vi valt att sammanfatta *”Den som sköter sig själv”*, inte ser kommunens linjära information som ett problem och varför vissa är kritiska till den kan vi finna i teorierna om individens livssituation. Det är, som resultaten visar, de med hemmavarande barn som främst upplever ett problem. Detta kan förklaras med att dessa respondenter har ett mer utvidgat ansvar för andra individer i sin närhet än enbart sig själva. Därmed kan förklaringen finnas i att dessa respondenter är mindre tillfredsställda av kommunens välkomnande än de respondenter som inte har barn i sitt hushåll. Även resultatet kring osäkerhetsfaktorerna kan ses vara kopplade till förklaringsfaktorn om individens livssituation som behandlades i

teoriavsnittet. Då kvinnor tenderar att vara socialiserade i att ta ett större ansvar för hemmet och barnen, kan det tänkas att det också är kvinnorna som ansvarar för bland annat klädinköp och familjeaktiviteter. På så sätt kan vi förstå varför respondenterna tycker olika om kommunen och hur den tillfredsställer behovet av affärs- och nöjesutbudet. Det är främst våra kvinnliga respondenter som uppfattar detta utbud som otillräckligt och de manliga respondenterna som uppfattar detta utbud som tillräckligt.

På vilket sätt skiljer sig respondenternas bild från Vara kommuns profil - under flytten?

Ingen av respondenterna nämnde att de fått information kring ”Vara ambassadör” och vissa av respondenterna kunde heller inte precisera eller minnas vad välkomstmappen från Vara kommun innehöll. Att Vara kommun använder sig i det närmaste uteslutande av linjär kommunikation för att hälsa nyinflyttade välkomna kan enligt resultatet innebära att ett sådant material inte upplevs vara relevant för den enskilde nyinflyttade. Precis som det beskrevs i inledningen kring Kraft och Strandberg, krävs det att samhällsinformationen från offentliga myndigheter målgruppsanpassas. Om den inte gör det kan informationen bli alltför sändarinriktad och som vårt resultat indikerar går informationen de nyinflyttade förbi. Att de respondenter som tagit kontakt med kommunen upplever ett positivt bemötande av tjänstemännen bör Vara kommun ta i beaktande i sin fortsatta utveckling av sin information och kommunikation med nyinflyttade. På samma sätt bör kritiken som riktats till politikerna i resultatet också tas med i framtida utformning av kommunikationsriktlinjer. Det är allvarligt att respondenterna upplever att informationen de får från kommunen utifrån dess främsta företrädare (politikerna) inte går att lita på.

Efter flytten

Våra respondenter har bott i Vara kommun olika länge. Trots detta finns det i resultatet två genomgående huvudlinjer i svaren från våra respondenter kring uppfattningar om Varas estetiska utformning och Varas invånare. Dessa huvudlinjer har vi valt att sammanfatta som ”Landsbygds människan” och ”Småstadsmänniskan”.

Uppfattningar efter flytten – ett torg är ett torg och ingen parkeringsplats

Uppfattningarna om Vara kommun efter flytten är många men alla respondenter tar upp frågan om Varas utformning.

”Det är något mellanting mellan stad och landsbygd men det är varken det ena eller det andra.”

/Fredrika, född på 1980-talet.

Detta säger Fredrika och sätter fingret på det resterande respondenter förklarar men från två olika ståndpunkter. Fredrika, Daniella, Anders och Hanna menar att tätorten och centrumets utformning har allt för stort fokus på bilen.

*”Det är ju stora torget! Ingenstans i världen är ju torget en parkeringsplats. Mitt i stan!
Centralpunkten”*

/Daniella, född på 1960-talet.

Dessa respondenter menar att det finns för få ställen i centrum som erbjuder aktiviteter för olika generationer.

”Det hade varit kul om mödravårdscentralen låg i centrum, att det blev mer barn och fart på torget”

/Fredrika, född på 1980-talet.

Anders påpekar att torget inte är ett torg längre och att det finns en risk för att sammanhållningen försvinner.

”Det har förändrat sig väldigt mycket. När man gick på realen på 60-talet så var kommunhuset en del av samhället”

/Anders, född på 1940-talet.

Det är denna huvudlinje att önska att Varas centrum anpassas mer till att likna en småstad som vi har valt att benämna ”Småstadsmänniskan”

De övriga respondenterna håller förvisso med om att centrum har blivit utarmat sedan de större matbutikerna försvann från torget och placerades i utkanten av tätorten. Men till skillnad från de respondenter som vi sammanfattat som ”Småstadsmänniskan” menar Erik och Bertil att de inte har något större behov av någon annan typ av utformning av centrum, vilket är en huvudlinje som vi valt att sammanfatta som ”Landsbygdsbyggsmänniskan”.

”Jag tycker väl att det mesta finns där. Det är väldigt sällan jag är ute på sådana ärenden. Visst jag har väl köpt ett par skor och ett par byxor men det är inte mer. Och det finns ju en radioaffär och det finns systembolaget”

/Bertil, född på 1950-talet.

”Jag bor mitt i smeten och allt är lagom nära”.

/Erik, född på 1970-talet.

En annan aspekt kring bilen tas upp och det är hur central den är för det vardagliga livet i Vara. Samtliga respondenter menar att bilen är en viktig del i Varas kultur och att utan bil så är det med en mindre frihet man lever i Vara,

”Man måste ju ha bil. (...) Man ser sällan folk som är ute och går, det känns som om alla tar bilen varsomhelst även om man ska väldigt kort”

/Fredrika, född på 1980-talet.

Hanna menar att det är bra att bo på ett mindre ställe då det ger en större frihet än att bo i en storstad, förutsatt att man har bil:

”Stor frihet, men bara om man har bil är det en stor frihet”.

/Hanna, född på 1990-talet.

Samtliga respondenter förutom Hanna har bil och använder den mer eller mindre dagligen. Ingen av dem tar kollektivtrafiken när de ska till Göteborg eller andra ställen kring eller i kommunen

”Man är så bortskämd med den där bilen så det är en viss tröskel att komma över, att inte ta bilen.”

/Anders, född på 1940-talet.

Att vara eller inte vara som man är i Vara?

Under våra intervjuer med respondenterna kommer samtliga intervjupersoner in på den allmänna stämningen bland människorna i Vara och Varabornas mentalitet. Även här finns olika uppfattningar kring denna stämning som följer huvudlinjerna kring ”Småstadsmänniskan” och ”Landsbygds-människan”. De respondenter som menar att centrum har för mycket fokus på bilen och lämnar lite plats åt människorna och olika generationers aktiviteter, menar också att människorna i Vara är något isolerade från varandra och att Varaborna är reserverade inför nya människor.

”Det är lite slutet i Vara kan jag tycka, de umgås med dem och de med dem.”

/Fredrika, född på 1980-talet.

Även Daniella påtalar detta då hon menar att hon fick ändra sin klädstil och sitt kroppsspråk efter flytten till Vara för att inte bli uttittad på gatorna.

”I Göteborg får man klä sig precis hur man vill, man blir inte uttittad, men det blev man här. Jag fick klä ner mig. Färger och typ av kläder. Man får inte vara för annorlunda. Man ska passa in, man ska inte vara märkvärdig”

/Daniella, född på 1960-talet.

Hanna påpekar att klimatet i Vara gör att det är svårt att passa in om man inte följer normerna som råder. Hon menar också att människor i Vara kommun är lite avståndstagande inför människor som inte har någon koppling till trakten sedan innan.

“Man ska se ut på ett speciellt sätt och vara på ett speciellt sätt. (...) Det hade inte varit så lätt för någon utomstående att komma till Vara kommun”

/Hanna, född på 1990-talet.

De respondenter som menar att centrum är bra som det är och som vi sammanfattat som ”Landsbygds-människan” har en annan syn på stämningen i Vara,

”De [Varaborna] är lite mer positiva, lite mer öppen hjärtiga och bjuder till mer. Det märks att människor bor på landet och är lite mer beroende av varandra här. Här har man den där ”vi tar hand om varandra” – mentaliteten som jag gillar och det som är värdefullt i Vara. Där har man den största fördelen, att folk tar hand om varandra”.

/Erik, född på 1970-talet.

Bertil uttalar inte denna åsikt lika starkt som Erik men ligger mer i linje med Eriks åsikter om mentaliteten i Vara än de respondenter som ingår i huvudlinjen ”Småstadsmänniskan”.

*”Jag har känt mig välkommen här, absolut. Jag stortrivs med att bo här”
/Bertil, född på 1950-talet.*

Behov av ett kulturellt utbud

En annan aspekt av huvudlinjen kring ”Småstadsmänniskan” är synen på Vara kommuns satsning på kultur, och då främst utifrån respondenternas behov och utnyttjandet av det kulturella utbudet efter flytten till Vara. Fredrika, Daniella och Anders tar upp vikten av att Vara konserthus finns och att det bidrar positivt till deras livskvalitet som boende i Vara. Det är dessa respondenter som tidigare har bott i storstäder innan flytten till Vara. Detta kan påverka uppfattningen om kulturens betydelse efter flytten till Vara. Anders går regelbundet till konserthuset och menar att det är en viktig del i att vara stolt över att bo i Vara

*”Det tillför helt klart, det är det ingen tvekan om. Och det ger även en positiv image åt Vara och för oss som bor här tycker jag, som när man pratar med gamla kolleger från Göteborg så finns det en del av dem som varit uppe på Konserthuset i Vara, så det har ett gott renommé”
/Anders, född på 1940-talet.*

Även Fredrika menar att vikten av det kulturella utbudet också ligger i att Vara attraherar människor utifrån kommunen att komma till tätorten:

*“Jag var där förra veckan (...) Men varken jag eller min mamma som har bott här hela sitt liv kände igen någon. Det drar nog ganska mycket folk utanför Vara och det är ju bra!”
/Fredrika, född på 1980-talet.*

Någon helt egen tendens kring ”Landsbygds människan” kan inte skönjas i avseende kultur då de övriga respondenterna inte har någon direkt uppfattning om det kulturella utbudet. Därmed kan inte detta resultat peka på att det kulturella utbudet varken är betydelsefullt eller totalt oviktigt för deras uppfattning om kommunen efter flytten. Däremot är det ett resultat i sig att dessa respondenter har flyttat till Vara från mindre orter där inget större utbud av kultur har förekommit. Därmed kan de respondenter som tidigare funnits med i huvudlinjen ”Landsbygds människan”, här beskrivas som att man inte saknar eller efterfrågar något som man inte i någon större utsträckning varit i kontakt med sedan tidigare. Men att detta skulle spela in för respondenternas uppfattning om Vara kommun och dess satsning på kultur kan däremot inte resultatet fastställa.

Förklaringar till varför respondenterna har den bild av Vara som de har – efter flytten

Utifrån teorin kring individuella förklaringsfaktorer kan vi förstå de huvudlinjer ”Småstadsmänniskan” och ”Landsbygds människan” som vi funnit i respondenternas svar, och varför de olika respondenterna har olika uppfattningar om Vara kommun efter flytten till kommunen. Utifrån individens sociala och kulturella förutsättningar, som gör att de ser och möter omvärlden på olika sätt, kan vi se att detta spelar viss roll för vårt resultat. Fredrika och Daniella har båda högskoleutbildning, har tidigare bott i storstäder, är kvinnor och har barn. De två är de respondenter som genomgående utgör huvudlinjen kring ”Småstadsmänniskan” i vårt resultat. Dessa individuella faktorer spelar en avgörande roll för individens uppfattningar

enligt teorierna kring individens sociala situation, då synen på ett fenomen (som i detta fall Vara kommun) bland annat beror på var i livs- och familjecykeln man befinner sig.

På samma sätt är det Erik och Bertils svar som genomgående ingår i huvudlinjen ”*Landsbygds människan*” i resultatet. Här menar vi att resultatet speglar det teorin förklarar kring individuella förklaringsfaktorer till olika uppfattningar om ett fenomen utifrån ideologisk ståndpunkt. Svaren som sammanfattats till huvudlinjen ”*Landsbygds människan*” speglar det individuella förhållningssättet till samhället, till Vara kommun. Det är inte kommunen eller det offentliga som behöver ta mer ansvar för individens situation. Resultatet kring respondenternas uppfattningar om kommunen efter flytten visar att de är nöjda med kommunen och att de behov som eventuellt inte uppfylls inte ses som ett ansvar för kommunen att uppfylla. Här ligger också förklaringen till synen på bilen menar vi. Enligt huvudlinjen ”*Landsbygds människan*” syn är det individens frihet och ansvar att själv förflytta sig till den plats där lösningar på behoven som eventuellt inte kan tillfredställas i kommunen finns. Dessa respondenter menar att de är nöjda med det som finns i Vara, eftersom de behov som de har finns inom bilavstånd i grannkommunerna.

De respondenter som ingår i de olika huvudlinjerna i olika avsnitt, men som inte står utanför huvudlinjerna helt och hållet, är Anders och Hanna. De ingår båda i huvudlinjen ”*Småstadsmänniskan*” avseende synen på torgets utformning och mentaliteten i kommunen. Däremot skiljer de sig åt när det gäller uppfattningar om behovet av det kulturella utbudet i kommunen, där Hanna inte nämner det kulturella utbudet överhuvudtaget medan Anders framhåller vikten av det. Anders, som i likhet med respondenterna kring ”*Småstadsmänniskan*”, avseende kultur, har också bott i storstäder, har högskoleutbildning och hade en hög befattning i sitt yrkesliv. På samma sätt som för de övriga respondenterna inom denna huvudlinje kan vi se att teorierna om individens sociala och kulturella förutsättningar kan förklara hur Anders och övriga respondenter inom huvudlinjen ”*Småstadsmänniska*” uppfattar omvärlden, det vill säga i detta fall kulturutbudet och dess betydelse i Vara. Hanna ingår i de respondenter som inte har en uppfattning om kulturutbudet och som resultatet inte kan styrka handlar om en helt egen huvudlinje. Däremot är det intressant att Hanna, vars svar genomgående i resultatet följer ”*Småstadsmänniskan*” huvudlinje dock inte ingår i den sista aspekten på uppfattningen om Vara kommun. Då resultatet inte bekräftar huruvida kulturen är viktig för Hanna och de respondenter som inte uttalar sig i denna fråga, menar vi att det inte går att göra en teoretisk analys av detta som bygger på ett systematiskt tillvägagångssätt, utan skulle då behöva utgå från spekulationer, vilket vi vill undvika.

Teorin kring semiotikskolan med synen på kommunikation som meningsskapande stämmer också väl överens med vårt resultat. Semiotikskolan fokuserar på mottagarna i en kommunikationsprocess och på skapandet av betydelser hos mottagarna samt deras tolkning av ett meddelande, snarare än på sändaren och hur ett meddelande transporteras mellan sändaren och mottagaren. Resultatet indikerar i sin helhet att det inte är kommunens direkta information som spelar roll för respondenternas uppfattningar om kommunen efter flytten. Respondenterna skapar mening och betydelse från meddelanden som kommunen eventuellt inte ser sig själva som sändare av, men som trots det kommunicerar med de nyinflyttade och påverkar deras uppfattning om kommunen. Ett av de tydligaste resultaten för detta är att

samtliga respondenter tar upp Varas centrum och dess estetiska utformning. Samtliga respondenter skapar en mening utifrån torgets fysiska utseende, om än gör de olika tolkningar utifrån de två huvudlinjer vi sett i resultatet. Detta kan med teorins hjälp översättas till att respondenterna är aktiva tolkningsskapare av de meddelanden som de uppfattar som meddelanden - snarare än passiva mottagare som väntar på att reagera på ett meddelande från en sändare.

På vilket sätt skiljer sig respondenternas bild från Vara kommuns profil - efter flytten?

Resultatet påtalar att någon specifik relation mellan respondenterna och kommunen inte finns efter flytten till Vara. Den image som respondenterna har av kommunen relaterar inte till kommunen specifikt. En del av imagen som dock motsäger detta är satsningen på kultur i Vara med Konserthuset och ombyggnationen av tågstationen. Konserthuset spelar roll för den tendens kring ”Småstadsmänniskan” som resultatet visar. Samtidigt så visar resultatet att ”Småstadsmänniskan” inte får de behov som påtalas, tillfredsställda efter sin flytt till Vara kommun. Efter flytten till kommunen är det snarare ”Landsbygdsbyggsmänniskan” som i större utsträckning är nöjd och trivs. Här visar resultatet att det som Vara kommun har satsat på i sin profilering som en kulturkommun, utifrån satsning och marknadsföring av konserthuset, delvis är den imagen som respondenterna har. Men det uppstår sprickor i helhetsbilden mellan profil och image då tendensen ”Småstadsmänniskan” inte enbart ser ett konserthus som tillfredsställande nog för att uppfatta Vara kommun som en kommun som satsar på kultur i en vidare mening.

Sammanfattning av resultat, analys och svar på frågeställningarna

Resultaten har hittills redovisats efter de tre olika tidsepokerna innan, under och efter flytten. Genomgående i varje tidsepok har studiens frågeställningar besvarats. För att kunna tydliggöra de svar som framkommit presenteras här en sammanfattning av delresultaten, som fokuserar på helheten i resultaten och även på helheten i svaren på studiens frågeställningar.

Vilken uppfattning har nyinflyttade till Vara kommun i samband med sin flytt (innan, under och efter flytten) till kommunen?

Under de olika tidsepokerna har vi utifrån respondenternas svar kunnat finna olika huvudlinjer. För att få en helhetsbild över vilka respondenter som ingick inom vilken huvudlinje under en specifik tidsepok, presenteras här en sammanfattande tabell:

Respondent	Fas	Typ
Anders	Innan	Socialt nätverk och boendemöjlighet
	Under	Sköter sig själv
	Efter	Småstadsmänniska
Bertil	Innan	Socialt nätverk MEN svårt med boende
	Under	Sköter sig själv
	Efter	Landsbygds människa
Daniella	Innan	Har ett jobb men svårt med boende
	Under	Vill ha kommunkontakt, ger upp
	Efter	Småstadsmänniska
Erik	Innan	Har ett jobb men svårt med boende
	Under	Vill ha kommunkontakt, ger upp
	Efter	Landsbygds människa
Fredrika	Innan	Socialt nätverk och boendemöjlighet
	Under	Vill ha kommunkontakt, ger upp
	Efter	Småstadsmänniska
Hanna	Innan	Socialt nätverk och boendemöjlighet
	Under	Sköter sig själv
	Efter	Småstadsmänniska

Tabell 4: Respondent, fas och typ.

Resultaten visar att uppfattningarna om Vara kommun, innan, under och efter flytten, främst beror på i vilken fas av flytten man befinner sig. Detta ligger i linje ”The Sense Making method” som menar att människors uppfattningar bygger på olika faser i livet och kommunikationens förmåga eller oförmåga att hjälpa individen att lösa de problem som individen ställs inför i de olika faserna. Det finns således inget samband mellan att ha växt upp i kommunen och de kategorier som skulle kunna tänkas höra samman med detta, såsom att vara en landsbygds människa och att sköta sig själv, vilket respondenterna Fredrika och Anders är exempel på. Precis tvärtom indikerar resultaten att det är Erik och Bertil, som ingen av dem hade koppling till Vara kommun innan de flyttade dit, som ingår i huvudlinjen ”landsbygds människa” och som inte upplever att de har något behov utöver det som finns i kommunen idag. Snarare indikerar resultaten av uppfattningarna kring kommunen att det handlar om individuella förklaringsfaktorer och i vilken livsfas man befinner sig i, vilket huvudlinjen kring ”den som sköter sig själv” är ett exempel på. Där ingår både personer som

växt upp i Vara och de som inte har det samt personer som ingår i huvudlinjerna ”landsbygds människa” och ”småstadsmänniska”. Snarare indikerar resultatet att de som ingår i huvudlinjen kring ”sköter sig själv” är de personer som inte har hemmaboende barn i hushållet.

Resultatet visar att de personer som genomgående för de olika tidsepokerna ingår i samma huvudlinje är Anders och Hanna. Dock särskiljer sig Hanna något från Anders vad gäller synen på kulturutbudet. Hanna inte tar upp frågan kring kultur överhuvudtaget medan Anders framhåller vikten av den, både för det personliga behovet och för Vara kommuns behov av positiv marknadsföring. Fredrika och Daniella är de respondenter som förutom Anders påpekar vikten av kulturutbudet, och dessa två respondenter liknar varandra förutom i den första huvudlinjen, som behandlade det sociala nätverket och bostaden innan flytten.

Ett annat exempel på att respondenterna uppfattar kommunen olika beroende på i vilken fas respondenterna befinner sig i, är att Eriks uppfattning om kommunen som företagervänlig förändrades mellan innan och under flytten. Tydligt är att personer som har ett socialt nätverk i Vara innan flytten också hade lätt att få bostad. De respondenter som under flytten inte har ett behov av få en kontakt med, eller information från, kommunen har en positivare bild av Vara kommun än de personer som söker kontakt men ger upp. Dessutom trivs personer som ingår i huvudlinjen ”landsbygds människa” bättre i Vara efter flytten än de som ingår i huvudlinjen ”småstadsmänniska”, då respondenterna inom huvudlinjen ”landsbygds människa” anser att kommunen tillgodoser de behov som respondenterna har. Dock menar de personer som ingår i huvudlinjen ”småstadsmänniskan” att kulturutbudet är viktigt och uppfattas som positivt, men att kulturutbud inte i tillräcklig utsträckning tillfredsställer deras behov.

Sammanfattningsvis kan det sägas att de olika huvudlinjerna som vi kunnat finna i svaren är en del av uppfattningen kring kommunen. Detta visar att uppfattningar kan skifta beroende på i vilken fas i flytten och i vilken livssituation som respondenterna befinner sig i. Däremot kan inga samband i uppfattningarna mellan en fas dras med en annan. Dock finns ett samband mellan våra respondenter, som går utanför att Hanna och Anders ingår i samma huvudlinjer genom alla faser, och det är ämnesrubrikerna under de olika tidsepokerna. Då intervjuguiden strukturerats utifrån tidsepokerna är det respondenterna själva som tagit upp de flesta av ämnena som behandlats i intervjuerna. Därmed är det intressant att se att samtliga respondenter har tagit upp samma ämnen och aspekter, även om uppfattningarna kring dem skiljer sig åt respondenterna emellan. För att förstå vilka uppfattningar som respondenterna har om kommunen är det således viktigt att dels titta på i vilken fas, utifrån huvudlinjerna inom dessa tidsepoker, och dels att titta på de ämnen och rubriker som respondenterna tar upp.

Det är således ämnena, vilka i resultatets redovisning ställts upp som underrubriker, som visar på en sammanfattande helhet av uppfattningarna kring Vara kommun genom alla tidsepoker av flytten. Dessa är:

- *Anledning till flytt – en fråga om boende och arbete*
- *Spelade Vara kommuns profilering någon roll för flytten?*

- *Uppfattningen om Vara kommun innan flytten*
- *Ett välkomnande utan avtryck*
- *Kommunkontakt – trevliga tjänstemän men otydliga politiker*
- *Osäkerhetsfaktorer – få och dyra affärer*
- *Uppfattningar efter flytten – ett torg är ett torg och ingen parkeringsplats*
- *Att vara eller inte vara som man är i Vara?*
- *Behov av ett kulturellt utbud*

Genomgående kan vi se att det är mentaliteten, kontakten med kommunen, olika delar av kommunen profileringsarbete (såsom kultur och entreprenörskap) samt Vara tätorts utbud och utformning som samtliga respondenter på något sätt tar upp och har en uppfattning kring. De olika uppfattningarna har redovisats i de olika huvudlinjerna och resultatet pekar på att det beror på i vilken fas av flytten som spelar roll för om respondenterna har en positiv, neutral eller negativ uppfattning om Vara kommun.

På vilket sätt skiljer sig de nyinflyttades bild, det vill säga image av Vara kommun, från Vara kommuns profil?

Denna frågeställning har under de olika delanalyserna besvarats under rubriken ”*På vilket sätt skiljer sig respondenternas bild från Vara kommuns profil?*”. Sammanfattningsvis kan det sägas att samtliga respondenter gör en förhandlande imagetolkning av Vara kommuns profil. Utifrån delresultaten kan konstateras att det finns en diskrepans mellan Vara kommuns profil och den image som respondenterna har av kommunen.

Vara kommuns profil är, som konstaterades i inledningen, att vara en kommun som satsar på kultur och det övergripande målet för kommunen är att ”Vara kommuns invånare trivs att bo och leva i kommunen”. Det är de respondenter som ingår i huvudlinjerna ”*Den som sköter sig själv*” och ”*Landsbygdsmänniskan*” som har en positiv uppfattning om Vara kommun och som i störst utsträckning trivs med att bo och leva i kommunen. På så vis stämmer Vara kommuns profil överens med respondenterna inom dessa två huvudlinjers uppfattning och bild av kommunen. Dock stämmer inte dessa respondenters bild överens med Vara kommuns profil då dessa respondenter varken tar upp frågan om kultur eller entreprenörskap överhuvudtaget som faktorer som inverkar på uppfattningen kring kommunen under och efter flytten. Endast en av respondenterna tar upp frågan om entreprenörskap som en positiv faktor innan flytten, men den positiva uppfattningen förändras under flytten till en negativ uppfattning för att efter flytten inte tas upp som en faktor överhuvudtaget.

De respondenter som ingår i huvudlinjerna ”*Den som söker kontakt – men ger upp*” och ”*Småstadsmänniskan*” har en negativ uppfattning om Vara kommun överlag och det finns en diskrepans mellan kommunens profilering som en kommun där invånarna trivs att leva och bo. Dessutom nämner inte heller dessa respondenter något om entreprenörskap och därmed finns även här en diskrepans mellan kommunens profil och de nyinflyttades image av

kommunen. Däremot stämmer respondenternas bild av kommunen som en kommun som satsar på kultur överens med den profil som Vara kommun har kring detta.

Delresultaten har således indikerat att de nyinflyttade till vissa delar anammar Vara kommuns profil och i vissa delar avstår från att uppfatta Vara kommun utifrån den bild, den profil som kommunen eftersträvar. I delanalyserna tas olika teorier upp varav Stuart Hall är av vikt vid denna frågeställning utifrån Halls teori kring att mottagarna i en kommunikationsprocess (att de inte är passiva mottagare av ett meddelande utan aktiva utifrån att de tolkar betydelsen av ett meddelande) kan göra fyra olika tolkningar i sitt möte med ett meddelande. Dessa tolkningsmöjligheter beskrevs i teorikapitlet och är:

- *dominant tolkning* – mottagaren tolkar meddelandets betydelse på liknande sätt som sändaren,
- *förhandlande tolkning* – mottagaren tolkar meddelandets betydelse delvis på det sätt som sändaren och delvis också på ett annat sätt än sändaren,
- *oppositionell tolkning* – mottagaren gör en helt annan tolkning av meddelandets betydelse än sändaren
- *ignorerande tolkning*, som innebär att mottagaren aktivt väljer bort meddelandet och på så vis inte tar del av meddelandet överhuvudtaget.

Förklaringen till att de nyinflyttade tolkar Vara kommuns image delvis på samma sätt som Vara kommuns profil och delvis tolkar Vara kommuns image på ett annat sätt än det Vara kommun vill uppnå med sitt profileringsarbete, ligger i att respondenterna gör en förhandlande imagetolkning av Vara kommuns profil. Detta i sin tur förklarar varför vissa av respondenterna uppfattar Vara kommun som en kommun som satsar på kultur samt som en kommun där man trivs att bo och leva men att ingen av respondenterna uppfattar Vara kommun som en kommun som satsar på entreprenörskap.

Vilka förklaringar finns till att de nyinflyttade har den bild, alltså image, av Vara kommun som de har?

Denna frågeställning har under de olika delanalyserna besvarats under rubriken ”Förklaringar till varför respondenterna har den bild av Vara som de har”. De olika delanalysernas svar kan sammanfattas till ett helhetssvar utifrån att beroende på i vilken fas i flytten individen befinner sig får de individuella förklaringsfaktorerna genomslag för individens uppfattningar om kommunen. Denna frågeställning hänger således tätt samman med den första frågeställningen. De individuella förklaringsfaktorer som beskrevs i teorikapitlet och som behandlades i de olika delanalyserna är individens sociala förutsättningar, individens samhällssyn och individens medieanvändning.

Som tabellen, som återfinns under den första frågeställningen, visar finns olika respondenters svar sammanfattade under olika huvudlinjer. I den första huvudlinjen kan vi se att de som inte hade något socialt nätverk sedan innan i kommunen hade svårt att få en bostad. Detta ledde även till att dessa personer fick söka information om kommunen på egen hand. Individens medieanvändning och individens sociala förutsättningar, då de respondenter som inte hade ett socialt nätverk sedan innan flyttade till kommunen på grund av arbetssvårigheter på den

tidigare bostadsorten, spelade således roll för dessa respondenters uppfattning om kommunen innan flytten. På samma sätt spelade individens sociala förutsättningar roll för de respondenter som hade ett socialt nätverk inom kommunen innan flytten, då samtliga av dessa respondenter hade växt upp i Vara kommun och hade en negativ uppfattning om mentaliteten på orten. Den av respondenterna som går något utanför denna ram är Bertil, som hade ett socialt nätverk inom kommunen som han efter en tid i sitt eget bostadssökande vände sig till för att få hjälp. Bertil hade inte den negativa uppfattning om mentaliteten som de personer som hade växt upp i kommunen.

Vidare är det de personer vars svar sammanfattats till ”*Den som sköter sig själv*” som uppfattar kommunens linjära kommunikation, med välkomstmappen och indirekt kontakt med kommunen, som oproblematiserad under flytten. De personer vars svar sammanfattats som ”*Den som söker kontakt, men ger upp*” uppfattar detta som problematiskt. I delanalysen presenteras en förklaring till denna uppfattning utifrån att den individuella förklaringsfaktor individens sociala förutsättningar utifrån livssituation. Det är respondenter som har hemmavarande barn som främst är kritiska till kommunens linjära kommunikation och uppfattar detta som ett problem under flytten. På samma sätt är det två av dessa tre respondenter (inom ”*Den som söker kontakt, men ger upp*”) som också vidare uppfattar affärs- och nöjesutbudet som otillräckligt och som osäkerhetsfaktorer under flytten, vilket delanalysen förklarar med att dessa två respondenter är kvinnor och kan tänkas utifrån individens sociala förutsättningar, förklaras med att det till största del är mammor som tar ett huvudansvar för klädinköp till familjen och planering av familjeaktiviteter.

Respondenternas svar angående uppfattningar om kommunen efter flytten har sammanfattats i de två huvudlinjerna ”*Landsbygds människan*” och ”*Småstadsmänniskan*”. Även här ses att beroende på fasen som de nyinflyttade befinner sig i så får de individuella förklaringsfaktorerna genomslag för de nyinflyttades uppfattningar. De personer vars svar sammanfattats till ”*Småstadsmänniskan*” och som har de sociala förutsättningarna att ha högskoleutbildning och höga positioner i arbetslivet också uppfattar det positivt att kommunen har satsat på kultur med konserthusets verksamhet och påtalar ett behov av ett ännu större kulturellt utbud i kommunen. Resultatet påvisar att de respondenter vars svar sammanfattats till huvudlinjen ”*Landsbygds människan*” trivs med att leva och bo i kommunen då de uppfattar att kommunen tillhandahåller det som behövs. Dessa personers uppfattningar efter flytten har i resultatet förklarats med individens samhällssyn, utifrån att dessa individer har den ideologiska ståndpunkten att det är individens ansvar, snarare än kommunens, att se till att finna lösningar på de behov (utanför basbehoven) som individen har.

Summering av studiens frågeställningar

De svar som studien har fått på sina frågeställningar är att individens uppfattning om Vara kommun (innan, under och efter flytten) främst beror på i vilken fas av flytten som individen befinner sig. Detta ligger i linje med ”*The Sense Making method*” som menar att människors uppfattningar bygger på olika faser i livet och kommunikationens förmåga eller oförmåga att hjälpa individen att lösa de problem som individen ställs inför i de olika faserna. Beroende på i vilken fas i flytten individen befinner sig får också individuella förklaringsfaktorer genomslag för, och förklarar varför, individens uppfattningar om kommunen, såsom

individens sociala förutsättningar, individens samhällssyn och individens medieanvändning. På så vis kan resultatet konstatera att den första och tredje frågeställningen hänger tätt samman med varandra och får effekt för svaret på den andra frågeställningen. Resultatet kring den andra frågeställningen visar att samtliga respondenter gör en förhandlande imagetolkning av Vara kommuns profil. Respondenternas uppfattningar, utifrån fas i flytten och individuella förklaringsfaktorer, om Vara kommun skiljer sig åt främst i uppfattningen kring att kommunen är en kommun som man trivs att leva och bo i samt uppfattningen om att satsningen på kulturen är viktigt för kommunen och dess invånare. Ingen av respondenterna uppfattar Vara kommun som en kommun som satsar på entreprenörskap, vilket är en del av Vara kommuns profilarbete. Utifrån resultaten kan således studiens andra frågeställning besvaras med konstaterandet att det finns en diskrepans mellan Vara kommuns profil och den image som respondenterna har av kommunen.

KAPITEL 7

SLUTSATSER OCH REKOMMENDATIONER

Våra intervjuer har gett en bild av de uppfattningar som finns kring Vara kommun utifrån mottagarnas perspektiv, som innebär att beroende på i vilken fas av flytten individer befinner sig uppfattar individer Vara kommun på olika sätt. Dessa olika uppfattningar kan förklaras utifrån individers sociala förutsättningar, samhällssyn och individers medieanvändning. Som konstaterades i förra kapitlet finns det en diskrepans mellan de nyinflyttades bild av Vara kommun och Vara kommuns profil. I detta kapitel kommer den första delen presentera de slutsatser som kunnat dras utifrån den insamlade empirin och tillhörande analys, som presenterades i föregående kapitel. I nästa del av detta kapitel presenterar vi rekommendationer till Vara kommun. Rekommendationerna syftar till att ge förslag på hur Vara kommun kan stärka sitt profilerarbete och använda proaktiv kommunikation som ett styrmedel i arbetet med sitt varumärke.

Slutsatser

I den övergripande analysen kunde vi konstatera att det finns en diskrepans mellan Vara kommuns profil och den image som nyinflyttade har av kommunen. I detta avsnitt kommer slutsatser och resonemang kring resultatet och analysen att presenteras.

Från våra intervjuer har vi kunnat urskilja liknande mönster bland de ämnen som respondenterna tagit upp, som i resultatdelen presenterades som underrubriker i kronologisk ordning. I denna del presenteras dessa ämnesrubriker utifrån att de speglar varandra och berör samma typ av ämne, vilket har gett oss en uppsättning av tre olika huvudkategorier som följer:

- **Person** (*"Spelade Vara kommuns profilering någon roll för flytten?", "Ett välkommande utan avtryck" och "Behov av ett kulturellt utbud"*)
- **Relation** (*"Anledning till flytt – en fråga om boende och arbete", "Kommunkontakt – trevliga tjänstemän men otydliga politiker" och "Att vara eller inte vara som man är i Vara?"*)
- **Situation** (*"Uppfattningen om Vara kommun innan flytten", "Osäkerhetsfaktorer – få och dyra affärer" och "Uppfattningar efter flytten – ett torg är ett torg och ingen parkeringsplats"*)

Person

Som vi inledningen av uppsatsen beskrev finns det en samhällstrend utifrån Kairos Futures omvärldsbevakning som behandlar individuella val. De mer spridda behoven bland

medborgarna kan ur detta perspektiv medföra att personer ställer allt mer skiftande krav på information från myndigheter som Vara kommun. Som vi ser i resultatet så uppfattar respondenterna Vara kommuns profil och Vara kommuns information innan, under och efter flytten på högst olika sätt. Utifrån Weibulls trender i medieanvändning vad gäller fragmentisering och individualisering ger resultatet oss en förståelse för att de nyinflyttade till Vara kommun delvis har ett krav på att kunna ta ett individuellt val kring vilken information och i vilken informationskanal de vill ta del av information kring Vara kommun. Detta menar vi speglas av det faktum att så få av respondenterna kunde minnas den information de fick i välkomstmappen ”Välkommen till Vara”, men kunde återberätta mer detaljerat kring den information som de själva hade sökt upp när de upplevde ett behov. Anledningen till detta är att medielandskapet har förändrats på ett radikalt sätt, och därmed kan det tänkas att ett standardiserat brev och massinformation inte uppfattas som tilltalande. Idag krävs ett personligt tilltal för att mottagaren överhuvudtaget ska uppmärksamma ett meddelande.

Relation

Den andra samhällstrenden som Kairos Futures omvärldsbevakning beskriver upplevelsesamhället. Människor vill ha upplevelser som berör eller engagerar på ett ovanligt sätt. All information och kommunikation från en myndighet som Vara kommun kommer, enligt upplevelsetrenden, och med stöd för utvecklingen av medieanvändningen bland Sveriges befolkning, innebära att allmänheten har ett lägsta krav på att informationen ska vara anpassad efter dem och innehålla ett budskap som berör dem personligen. Det är därmed troligt att en tvåvägskommunikation med mottagaren i framtiden även det kommer att vara ett lägsta krav från allmänheten. Detta konstaterande ligger nära det som vi tidigare diskuterat kring den offentliga sektorns problem att hänga med utvecklingen kring samhällskommunikation som Kraft och Strandberg påpekade.

Vår empiri har visat att respondenternas behov av information ser olika ut beroende på var i flytten man befinner sig. Genom att anpassa sin kommunikation utifrån var i flyttprocessen individen befinner sig och anpassa budskapet efter mediekanal kan man bättre fånga upp individernas behov och visa upp den bild av Vara man egentligen vill förmedla. Resultatet av våra intervjuer indikerar också att respondenterna uppfattar relationen till kommunen som tydlig och konkret först när de har haft direktkontakt med kommunens tjänstemän. Vi menar att detta ger ytterligare stöd för slutsatsen att det är upplevelsen av att ha en personlig relation till en mänsklig myndighet som bidrar till en positiv upplevelse.

Samtidigt visar resultatet på att den relation som de nyinflyttade har till Vara kommun utefter dess mentalitet i allra högsta grad är negativ. Detta menar vi beror på att det finns en tydlig ”vi och dem – känsla” hos våra respondenter mellan de ”etablerade” Varaborna och de nyinflyttade Varaborna. En allmän mentalitet kan tänkas gå utanför ansvaret för kommunens profilarbete, men vi menar att upplevelsen av mentaliteten starkt bidrar till den image som respondenterna har av Vara kommun. Detta gör nämligen att målet för Vara kommun kring ”*Vara kommuns invånare trivs att bo och leva i kommunen*” kommer att försvåras avsevärt att på riktigt uppnås till 2015. Därför är denna image och problematik kring mentaliteten viktig att ta i beaktande. Dessutom är det problematiskt att den image som våra respondenter har av

Varaborna, som avigt inställda till nya människor, också med största sannolikhet förmedlas till respondenternas vänner och bekanta, vilka kan vara potentiella kommuninvånare. På så vis finns också risken att befolkningsantalet fortsatt kommer att visa en negativ utveckling vad gäller inflyttningar och utflyttningar i framtiden oavsett hur mycket Vara kommun marknadsför sin profilering som en kommun som satsar på kultur och entreprenörskap.

Situation

Den tredje trenden som Karios Future behandlar i sin omvärldsbevakning är den om estetisering. Det innebär att samhället utvecklats mot ett mer varierande samhälle både vad gäller människors preferenser av design i stadsarkitektur och det personliga varumärket. Utifrån Weibulls två huvudsakliga trender fragmentisering och individualisering i allmänhetens medieanvändning är just dessa två ytterligare uttryck för att det finns en mångfald kring vilken information och på vilket sätt människor tar del av information. Det finns således utifrån estetiseringstrenden och medieanvändningstrenderna en poäng att för offentliga myndigheter att integrera flera kommunikationsmöjligheter i sitt arbetssätt, snarare än att separera dem som olika kanaler men där samma information förmedlas. Detta är något Kraft och Strandberg konstaterar är ett tankesätt som i mångt och mycket saknas hos offentliga informatörer idag.

En slutsats vi kan dra utifrån vår empiri är att stadsarkitekturen och det estetiska i Vara bidrar till de nyinflyttades uppfattningar om Vara kommun. Framförallt påpekar respondenterna avsaknaden av affärer som speglar deras behov utifrån deras livssituation. Det menar vi bidrar till slutsatsen om att även det estetiska sänder budskap till de nyinflyttade och är därmed en av budskapskanalerna som måste tas i beaktande av kommunen. Det handlar således för Vara kommun att tänka utanför ramen vad gäller de traditionella mediekanalerna, då upplevelsetrenden visar att det idag finns en större medvetenhet och större krav på mångfald av budskapskanaler hos medborgarna. Vara kommun har till viss del påbörjat sin profilering via stadsarkitektur genom byggandet av konserthuset och det nya stationshuset. Dock är det mest centrala i Vara tätort, torget, eftersatt. Kommunhuset är den största byggnaden och denna omges av en stor parkeringsplats. Bilen är en central faktor för våra respondenters liv som boende i Vara kommun. Även om respondenterna inte uppfattar detta som negativt per se är dock en slutsats att fokuseringen på bilen, utifrån att torget idag främst fungerar som en parkeringsplats, bidrar till uppfattningen om att det inte är medborgaren som står i centrum i Vara kommun. Detta är en slutsats som stärks av de önskemål som vissa av respondenterna har kring att deras behov utifrån livssituation skulle få plats i centrum, som bland annat mödravårdscentral och restauranger.

En annan slutsats som vi drar utifrån resonemanget att bilen står i centrum både bokstavligt och bildligt talat i Vara kommun, är att detta hänger samman med den uppfattning som respondenterna gav i det tidigare avsnittet vad gäller den negativa mentaliteten i Vara. Då det främst är parkeringsplatsen och bilvägarna som stadsarkitekturen tar fasta på, och inte medborgarnas möjlighet till att möta varandra eller att promenera runt i centrum, bidrar det till att människor avskiljs från varandra. Detta kan tänkas vara en av anledningarna till att våra respondenter uppfattar att det finns en obetydlig gemenskap mellan ”nya” och ”gamla”

Varabor. Dessa slutsatser kring respondenters behov utifrån deras livssituation samt avsaknaden av speglingen av dessa i det estetiska uttrycket i Vara, anser vi är viktiga aspekter av respondenternas uppfattning av Vara kommun. Det menar vi bidrar till den diskrepans som återfunnits i resultatet kring Vara kommuns profil och de nyinflyttades image.

Rekommendationer

Utifrån våra analyser och slutsatser kan vi konstatera att Vara kommuns profil inte helt stämmer överens med den image nyinflyttade har av kommunen. Nedan följer våra rekommendationer till Vara kommun, som underbyggs av undersökningens resultat, analys och slutsatser, om vad Vara kommun bör ta i beaktande i sitt fortsatta profilarbete.

I Vara kommuns styrdokument angående kommunikation återfinns följande rubriker: *korrekt, aktuell, relevant, tydlig* samt *proaktiv*. Utifrån dessa rubriker har vi valt att presentera våra rekommendationer. På så vis blir det enklare för läsaren, och Vara kommun, att se skillnaden mellan det innehåll som finns i det nuvarande styrdokumentet (som till viss del har ett sändarfokus) och det innehåll som våra rekommendationer omfattar (som har ett tydligare mottagarfokus).

Korrekt utifrån mottagarna

Vara kommuns övergripande mål är att ”*Vara kommuns invånare trivs att bo och leva i kommunen*”. Vartannat år görs kvantitativa invånarenkäter för att ta reda på hur invånarna trivs. Detta är en bra början för Vara kommun att uppfylla målet. Dock rekommenderar vi att denna undersökning kompletteras med en kvalitativ undersökning. Detta för att generera en större förståelse om varför människor trivs eller inte trivs i kommunen.

Aktuell utifrån mottagarna

Vara kommun har i nuläget ett program som kallas ”Vara Ambassadör”. Detta är tänkt att föra samman gamla och nya Varabor i gemensamma, sociala intressen. Vår rekommendation till Vara kommun är att istället för att erbjuda denna tjänst, anpassa kommunen till att bli en naturlig mötesplats för invånarna genom att skapa förutsättningar för detta i hjärtat av Vara – nämligen torget.

Även informationen till de nyinflyttade kan uppdateras och bli mer aktuell och målgruppsanpassas utifrån mottagarnas behov och livssituation. Anpassas innehållet till var i livet man befinner sig, är det lättare att ta åt sig informationen. En småbarnsförälder och en pensionär är inte i behov av samma information när de flyttar till en ny kommun, utan dessa målgrupper har relativt skilda behov.

Relevant utifrån mottagarna

I nuläget använder Vara kommun ofta linjär kommunikation när man kommunicerar med nyinflyttade, som när man skickar ut en välkomstmapp. Skickas en standardmapp med enbart allmän information är det stor risk att den nyinflyttade inte tar del av materialet överhuvudtaget.

Kommunens hemsida erbjuder tyvärr inte mycket för den som är ny i kommunen. Vår rekommendation är att förändra denna linjära process till att fokusera på mottagarna och istället anpassa informationen och möjliggöra en personlig kontakt med de nyinflyttade. Vi föreslår också att kommunen skapar en egen sektion på hemsidan som specifikt vänder sig till nyinflyttade. En rekommendation är att uppdatera denna sida med tydliga länkar till den information som ligger i den nyinflyttades intresse, som exempelvis pendlingsmöjligheter, aktiviteter för barn, föreningar och så vidare.

Tydlig utifrån mottagarna

När det gäller att vara tydlig i sin kommunikation rekommenderar vi Vara kommun att se över sina kanaler och innehållet i dessa. Den information som bland annat finns i välkomstmappen, på hemsidan och på biblioteket innehåller i stort sett samma tilltal och typ av information. För att ytterligare öka sin tydlighet i kommunikationen med mottagarna behöver Vara kommun anpassa sin kommunikation efter kanal, för att på så sätt ytterligare målgruppsanpassa sin information.

Proaktiv utifrån mottagarna

För Vara kommun handlar proaktiv kommunikation om att bestämma sig för vad man är och i vilka avseenden; en småstad eller en landsbygd. Denna inriktning behöver tydliggöras och formuleras vid nästa revidering av styrdokumentet för kommunikation. Detta skulle bidra till att kommunen aktivt kan arbeta med sin profilering utifrån sin definiering av Vara kommun som småstad eller landsbygd. Vi menar att en kommunikation som är personlig och behovsanpassad (utifrån mottagarens situation) samt relationsskapande skulle möjliggöra för kommunen att använda en proaktiv kommunikation som ett styrmedel i sin verksamhet. På så vis kan också Madicken-bilden man får av Vara kommun när man kliver av tåget vid stationen, bli till verklighet även utanför tågfönstret.

Förslag till vidare forskning

Eftersom vår uppsats har utgått från ett mottagarperspektiv hade det varit intressant att studera detta fenomen utifrån andra utgångspunkter. Att studera Vara kommun utifrån sändarens perspektiv skulle kunna ge en bredare bild av varför Vara kommun kommunicerar på det vis de gör i nuläget. Ett tillskott som detta skulle kunna ses som ett komplement till denna uppsats men också skapa en intressant jämförelse mellan sändare och mottagare.

Andra vägar att gå för att studera vidare inom detta ämne skulle kunna vara att undersöka andra mottagargrupper än just nyinflyttade. Exempel på detta skulle kunna vara människor som bott i Vara under en lång tid eller studera varför människor flyttar från kommunen. Detta för att på ett proaktivt sätt förebygga den väntade avfolkningen på landsbygden i framtiden.

KÄLLFÖRTECKNING

- Ahrne, Göran, Roman, Christine & Franzén, Mats (2003), *Det sociala landskapet: en sociologisk beskrivning av Sverige från 1950-talet till början av 2000-talet*, Korpen, Göteborg
- Asp, Kent (1986), *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm, Akademi litteratur
- Asp, Kent (1990), *Medialisering, medielogik, mediekraft*, Ur *Nordicom Information*, nr 4, Göteborgs Universitet, Nordicom, Göteborg
- Bäck, Henry & Larsson, Torbjörn (2008), *Den svenska politiken – struktur, processer och resultat*, Liber AB, Malmö
- Dervin, Brenda (1983), *An overview of sense-making research: concepts, methods, and results to date*, visad 22 november 2012, via:
<http://faculty.washington.edu/wpratt/MEBI598/Methods/An%20Overview%20of%20Sense-Making%20Research%201983a.htm>
- Dervin, Brenda (1989), *Audience as a listener and learner, teacher and confident: The sense-making approach*, ur Rice, Ronald E & Atkins, Charles K (kap.4) (2001) *Public communication campaigns*, SAGE, Newbury Park
- Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (2010), *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Studentlitteratur AB, Lund
- Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik & Wängnerud, Lena (2007) *Metodpraktikan – konsten att studera samhälle, individ och marknad*, Norstedts Juridik AB, Stockholm
- Fiske, John (1984), *Kommunikationsteorier: en introduktion*, Wahlström & Widstrand, Stockholm
- Hadenius, Stig, Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela (2009), *Massmedier*, Scandbook, Falun
- Hall, Stuart (1980), *Culture, Media, Language - Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, Routledge, London
- Hall, Stuart (1997), *The rediscovery of 'ideology': Return of the repressed in media studies*. In O. Boyd-Barrett & C. Newbold (Eds.), *Approaches to Media* (pp. 354-364). London, St. Martin's Press

- Kraft, Monika & Strandberg, Pelle (2007), *Samhällskommunikation – ny strategi för informatörer i offentlig miljö*, Norstedts Akademiska Förlag, Stockholm
- Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2009), *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Studentlitteratur AB, Lund
- Kärrsten, Ingmar & Tegenfeldt, Lena (2009), *Kommunkompassen – analys av Vara kommun*, Sveriges Kommuner och Landsting, Sektionen för Demokrati och Styrning, Stockholm, visad 19 november 2012, via:
<http://www.vara.se/download/18.28e9b49211eee0df41f80004176/Kommunkompassen+Rapport+Vara.pdf>
- Lindgren, Mats (2012), *2013: Omprövningens, synvändornas och pusslandets år*, Kairos Future, Stockholm
- Markör (2011), *Vara kommun – Invånarenkät*, visad 12 november 2012, via:
<http://www.vara.se/download/18.6382acae1333ec109548000541/Rapport+Vara+Kommuninv%C3%A5narenk%C3%A4t+2011.pdf>
- Nilsson, Åsa (2006), *Den nationella SOM-undersökningen 2006*, Ur Weibull, Lennart, S, Holmberg, *Det nya Sverige*, SOM-rapport 41, SOM-institutet, Göteborg
- Nord, Lars (2008), *Medier utan politik : en studie av de svenska riksdagspartiernas syn på press, radio och TV*, Santérus, Stockholm
- Palm, Lars (2006), *Kommunikationsplanering- En handbok på vetenskaplig grund*, Studentlitteratur AB, Lund
- Regeringens proposition 1999/2000:86, (2000), *Ett informationssamhälle för alla*, hämtad 5 november 2012 via:
<http://www.regeringen.se/content/1/c4/21/80/bf3285d6.pdf>
- Statistiska Centralbyrån (2012a), *Befolkningsstatistik*, visad 20 november 2012 via:
http://www.scb.se/Pages/TableAndChart____252874.aspx
- Statistiska Centralbyrån (2012b), *Kommunfakta Vara 2012*
- Sundström, Björn & Tingvall, Lennart (2006), *Färre kommuner? – om små kommuners problem och utmaningar*, Ansvarskommitténs skriftserie ISSN 1653-5502, visad 15 november 2012, via:
http://www.sou.gov.se/pdf/Blandat/pdf_avslut_utr/F%C3%A4rre%20kommuner.pdf

- Sveriges Kommuner och Landsting (2012), *Kommuner, landsting och regioner*, visad 1 december 2012 via: http://www.skl.se/kommuner_och_landsting
- Thompson, B, John (2001), *Medierna och moderniteten*, Daidalos AB, Göteborg
- Utrikesdepartementet (2010), *Musik och mode ska sätta Sverige på världskartan - regeringen anslår 1 mkr till främjandeinsatser*, Pressmeddelande 30 augusti 2010
Vara kommun (2012) *Om Vara*, visad 15 november 2012, via:
<http://www.vara.se/kommunpolitik/omvara.4.16e985f5111e988438180001037.html>
- Vara kommun (2012), *Styrdokument för kommunikation*
- Vara kommun (2012), *Vara Ambassadör*, visad 25 november 2012, via:
<http://www.vara.se/kommunpolitik/varaambassador.4.28e9b49211eee0df41f80008364.html>
- Vara kommun, Tillväxt- och utvecklingsavdelningen (2012), *Fickfakta 2012* [Broschyr till nyinflyttade]
- Vara kommun, Tillväxt- och utvecklingsavdelningen (2012), *Vara i sitt esse* [Broschyr till nyinflyttade]
- Vara kommun (2012), *Om Vara*, visad 10 november 2012, via www.vara.se/omvara

BILAGA 1 - INTERVJUGUIDEN

Intervjuguide

Teman: Innan, Under, Efter flytten

Inledning

Berätta vem du är och att vi är två som skriver. Förklara hur intervjun kommer att gå till, poängtera att personen kommer att vara anonym, men att uppsatsen kommer att bli en offentlig handling när vi lämnar in den.

Berätta hur det var när du flyttade!

Tema 1: Innan flytten

- Varför flyttade du till Vara kommun?
- Vad hade du för uppfattningar om kommunen innan du flyttade?
- När bestämde du dig för att flytta till Vara kommun?
- Vilka tankar hade du innan du flyttade?
- Vilka känslor hade du inför flytten?
- Hade du några frågor du innan du flyttade? Isåfall vilka?
- Hade du några frågor speciellt till kommunen?
- Kände du att du fick svar på dessa frågor?
- Hur mottogs dina frågor av kommunen? Vilka svar fick du och på vilket sätt svarade kommunen?
- Vilken information fick du innan flytten?
- Fanns det några/någon faktor som gjorde dig osäker på att flytta till Vara kommun?

Tema 2: Under flytten

- Hur gick du tillväga när du flyttade? Husköp, lägenhet, skola, jobb etc.?
- Hur kändes det under flytten?
- Vart vände du dig? Hur tog du reda på information? Kommunen, vänner etc.
- I vilket avseende tog du kontakt med denne?
- Vad tyckte du om informationen du hittade/fick?
- Hur hade du velat ha den istället?

Tema 3: Efter flytten

- Hur kändes det när du väl hade flyttat? Trivdes du?
- Stämde den bild du hade av Vara kommun överrens med den bild du har av kommunen nu? Vad skiljer?
- Vad har varit svårast med att flytta till Vara kommun?
- Vad har varit lättast?
- Har du känt dig väl mottagen?
- Om du skulle flytta någon annan gång, hade du då gjort något annorlunda än vad du gjorde den här gången?

- Vart vänder du dig om du vill ha svar på en fråga angående ditt liv i Vara kommun? Varför?
- Vad tycker du om den information du har fått från Vara kommun?
- På vilket sätt tycker du att du har blivit bemött av Varaborna? Av Vara kommun?
- Hur känns det att bo i Vara kommun? Känner du dig som en Varabo?

Avslutningsvis

- Tycker du att information kring din flytt till Vara har varit lätt att hitta?
- Är informationen lättbegriplig och finns den på rätt plats? Är verktygen Vara kommun använder för att ge information lätta att förstå och ta del av?
- Vad kunde ha varit bättre?
- I vilken form hade du velat ha informationen på? I vilken kanal?

Har du något mer du vill lägga till eller kommentera?

Går det bra om vi kontaktar dig om vi har fler frågor?

Tack för din medverkan!