

Högskolan Väst
Institutionen för ekonomi och informatik

Strategisk Kommunikation, 140p

Media och kommunikationsvetenskap med inriktning
mot Communication Management



Kollektivtrafik för alla

- en studie av dialogens dimensioner

Jeanette Borgh och Karolina Colliander
Examensarbete, 10p

Fördjupningskurs, Uddevalla 13 januari 2006
Handledare: Christopher Kullenberg
Examinator: Jesper Falkheimer

ABSTRACT

- TITEL:** Kollektivtrafik för alla - en studie av dialogens dimensioner
- FÖRFATTARE:** Jeanette Borgh och Karolina Colliander
- HANDLEDARE:** Christopher Kullenberg
- KURS:** Medie och kommunikationsvetenskap, fortsättningskurs med inriktning mot communication management
- TERMIN:** Höstterminen 2005, Uddevalla 13 januari 2006
- BAKGRUND:** *Kolla*, ”Kollektivtrafik för alla” är ett samarbetsprojekt i Göteborg mellan Färdtjänst, Trafikkontoret och Västrafik. Målet är att till 2010 göra kollektivtrafiken tillgänglig för fler funktionshindrade. Inom projektet finns ett nära samarbete med representanter för handikapp- och pensionärsorganisationer. Denna samverkan är föremål för studien.
- TEORI:** Teoretisk utgångspunkt är Habermas filosofi om *det kommunikativa handlandet* och Grunigs ideala PR-modell av *symmetrisk tvåvägskommunikation*. Vi har även involverat Bubers dialogsyn, Thunbergs samverkansspiral och Isaacs tankar om lyssnande. Utifrån detta har vi formulerat sex punkter om dialogens dimensioner: Kommunikationens struktur, målet, lyssnandet, förståelsen, jämlikheten och delaktigheten.
- SYFTE:** Vårt syfte med uppsatsen är att undersöka dialogens dimensioner inom public relations, PR, i en fallstudie tillsammans med *Kolla* organisationen. Vi vill generera mer kunskap om hur denna kommunikation kan se ut genom att studera hur olika aktörer i samhället samverkar för att lösa gemensamma problem.
- METOD:** Kvalitativ, Fokusgruppsintervjuer
- MATERIAL:** Tre fokusgrupper, tre intervjuer och två observationer
- HUVUDRESULTAT:** Dialog i PR-sammanhang handlar om att skifta fokus från att informera till att skapa delaktighet. Att sträva mot dialogidealet ger nya möjligheter, men kräver att organisationen breddar perspektivet. Vår studie visar på en tydlig positiv attityd, goda intentioner och engagemang hos alla medverkande i *Kollas* referensgrupp. I vissa avseenden är samarbetet en dialog, i andra inte. Den ogenomtänkta kommunikationsstrukturen begränsar samarbetet och får oönskade följder för delaktighet, lyssnande och förståelse mellan och inom grupperna. Trots informell och fri mötesform får brukarna svårigheter att kommunicera. Istället för samverkan och gemensamma överenskommelser infinner sig rapportering och upprepningar. Konsekvenser är minskat förtroende och förvirring hos brukarna. Det finns alltså god vilja i *Kollas* ledning för dialog, men det krävs mer medvetenhet i kommunikationsarbetet för att komma närmare dialogidealet.

Förord

Många personer har medverkat och bidragit till vår uppsats och vi vill speciellt tacka alla som ställt upp i intervjuer och observationer. Genom sin välvilja och engagemang har de gjort denna studie möjlig. Kunniga och entusiastiska personer inom *Kolla*projektet har stöttat oss och alltid ställt upp för att räta ut frågetecken.

Vi är också tacksamma mot vår handledare Christopher Kullenberg. Under våra möten uppstod givande diskussioner och inspirerande dialog.

Göteborg den 13 januari 2006

Trevlig läsning!

Jeanette Borgh & Karolina Colliander

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1 INLEDNING	7
2 BAKGRUND	8
2.1 Politisk bakgrund: Från patient till medborgare	8
2.1.1 Att kunna ta sig dit man vill	8
2.2 Aktörer i Kolla	9
2.2.1 Färdtjänstförvaltningen, Göteborgs Stad	9
2.2.2 Trafikkontoret, Göteborgs Stad	9
2.2.3 Västtrafik AB	10
2.2.4 Handikapp- och pensionärsorganisationer	10
2.3 Arenan: Kollaprojektet	11
2.4 Dialogens plats i kommunikationsplanen	12
2.4.1 Kollas kommunikationsplan	12
2.4.2 Ett aktivt samråd	12
3 TEORETISK RAM	14
3.1 Inledning: Är dialog PR?	14
3.2 En organisation och dess omvärld	14
3.3 Envägs- eller tvåvägskommunikation?	15
3.4 Övertyga eller samarbeta?	17
3.4.1 Två olika sätt att agera	17
3.4.2 Det strategiska handlandet	19
3.4.3 Det kommunikativa handlandet	19
3.5 Från symmetri till dialog	20
3.5.1 Vändning inom PR	20
3.5.2 Dialog är relationscentrerat	21
3.6 Sammanfattande överblick två handlingsätt	22
3.7 Omvärldens handlande	23
3.7.1 'Active publics'	23
3.7.2 Samspel med publics	24
3.8 Dialogen i praktiken	24
3.8.1 Dialog; en skapande process	24
3.8.2 Initiativtagarens roll i dialogen	25
3.9 Gruppdynamik	26
3.9.1 Gruppens storlek påverkar kommunikationen	26
3.9.2 Olika kommunikationspotential	27
3.9.3 Att vara medveten om sin maktposition	27
3.9.4 Dialog vs diskussion och debatt	28
3.9.5 Lyssnande och respekt	29
4 RESUMÉ: DIALOGENS DIMENSIONER	31
5 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING	33

6 METOD	34
6.1 Inledning	34
6.2 Val av metoder	34
6.2.1 Observationer	34
6.2.2 Fokusgrupper.....	35
6.2.3 Intervju	35
6.3 Urval.....	35
6.4 Samtalsguide för fokusgruppsintervjuer	37
6.5 Tillvägagångssätt och bearbetning	37
6.5.1 Två fokusgruppsintervjuer med intressegruppen	38
6.5.2 Fokusgruppsintervju med Kollatjänstemän.....	38
6.5.3 Hantering av materialet	38
6.6 Sammanfattning och utvärdering	39
6.6.1 Reliabilitet.....	39
6.6.2 Validitet	40
7 ANALYS	42
7.1 Kommunikationens struktur och form	42
7.1.1 Inledning	42
7.1.2 Referensgruppsmöte.....	43
7.1.3 Struktur på referensgruppens möten.....	43
7.1.4 Mötets innehåll och uppföljning	44
7.1.5 Sammansättningen och storleken av intressegruppen.....	45
7.1.6 Fokusgruppsmöten	46
7.1.7 Stormöten och konferenser	46
7.1.8 Brukartester.....	46
7.1.9 Sammanfattning kommunikationsstruktur	47
7.2 Mål.....	48
7.2.1 Projektets mål	48
7.2.2 Målet med träffarna	48
7.3 Lyssnandet	48
7.3.1 Lyssnar ledningen?	48
7.3.2 Känner brukarna sig lyssnade till?.....	49
7.4 Förståelsen och respekt mellan grupperna	51
7.4.1 Förstår Kolla intressegruppen?	52
7.4.2 Brukarnas förståelse för projektet och ledningen.....	52
7.4.3 Inbördes förståelse.....	53
7.4.4 För allmänheten.....	53
7.5 Jämlikheten	53
7.5.1 Makt och ansvar	53
7.5.2 Förutsättningar för att delta aktivt.....	54
7.5.3 Konkurrens och intressekonflikter	55
7.5.4 Sammanfattning.....	55
7.6 Delaktigheten.....	56
7.6.1 Utformning av projektet	56
7.6.2. Oro och tron på Kollaprojektet	57
7.6.3 Roller och Förväntningar	59
7.7 Sammanfattande bild.....	60

8 SLUTDISKUSSION	61
8.1 Företeelser som gynnar dialogen.....	62
8.2 Företeelser som hämmar dialog	62
8.3 Förslag på förändringar	63
9 SAMMANFATTNING.....	65
10 REFERENSER.....	67
10.1 Offentliga handlingar och handlingsplaner.....	67
10.2 Litteratur.....	67
10.3 Artiklar och tidningar	68
10.4 Webbssidor.....	68
10.5 Intervjuer och möten/observationer (i kronologisk ordning).....	69
10.7 FOTO	69
11 BILAGOR.....	70
11.1 Bilaga 1- Frågeguide, Intressegruppen 21/11.....	70
11.2 Bilaga 2- Frågeguide, Kollatjänstemän 29/11.....	71
11.3 Bilaga 3- Sammanställning över möten mellan intressegruppen och Kolla 2005	72
11.4 Bilaga 4- Noter: Buber, Grunig, Habermas och Isaacs	73

FIGURFÖRTECKNING

Figur 1: Handikapps och pensionärsorganisationerna som deltar i Kollaprojektet.....	11
Figur 2: 1) ('One-way') 'Publicity': Publicitetsmodellen & 2) ('One-way') 'Public information': Publicitetsmodellen.....	16
Figur 3: 3) 'Two-way assymetrical': Tvåvägs asymmetrisk kommunikation	16
Figur 4: 4) 'Two-way symmetrical': Tvåvägs symmetrisk kommunikation	17
Figur 5: Det kommunikativa- respektive det strategiska handlandet.	18
Figur 6: Jämlikt kommunikationsmönster.....	19
Figur 7: Överblick två handlingssätt; Strategiskt och Kommunikativt Handlande	22
Figur 8: Kommunikation som skapande process.....	25
Figur 9: Struktur och kontaktvägar påverkar kommunikationen.....	26
Figur 10: Lyssna: vägen till dialog	29
Figur 11: En sammanställning av vårt urval.....	36
Figur 12: Kommunikationens struktur och form kan härledas till öppet strategiskt handlande.....	47
Figur 13: Lyssnandet i Kolla	51
Figur 14: Bild av kommunikationen i referensgruppen.....	56
Figur 15: Hur handlar Kolla?.....	60
Figur 16: Dialogens dimensioner samverkar.....	61

1 Inledning

Kommunikation och dialog är ord som hörs ofta nu för tiden. Uttrycken används flitigt i alla möjliga sammanhang. De hörs i medierna, inom politiken, i näringslivet, mellan generationer och olika grupper i samhället, i kulturella och religiösa kretsar. Viljan att kommunicera och eftersträva dialog verkar vara stor, inte bara individer emellan, men även för många organisationer. Att ha en dialog ger signaler om att vara en öppen och demokratisk organisation, genuint intresserad av människor och omvärlden.

Men vad står dialog¹ egentligen för? Hur många människor kan ett företag ha en dialog med? Vad skiljer en inbjudan till dialog från en kallelse till ett möte? Och vad skiljer en dialog från en diskussion? Är dialogen något som automatiskt uppstår när ett antal människor samlas? Är intentionen huvudsaken?

Vi studerar strategisk kommunikation och denna uppsats är vårt examensarbete. Under tre och ett halvt år har vi satt oss in i olika teorier om public relations (PR)² och läst om informationsprofessionen. Vi vill med detta arbete applicera teorier i verkligheten.

Att kommunicera med en mottagare eller en målgrupp har visat sig vara mer komplext än att bara skicka ut ett välformulerat budskap och hoppas att det går fram. Inom PR har därför ”tvåvägskommunikation” blivit ett mantra och vi kommer i teorikapitlet gå in närmare på detta. I praktiken verkar det dock oklart vad denna tvåvägskommunikation egentligen är, och många undrar om det är något konkret alls. Samtidigt talas det i akademiska kretsar om ett skifte där kommunikation används som redskap för relationer snarare än färdiga budskap.

Vi kom under våren 2005 i kontakt med ett projekt som kunde vara en utgångspunkt för att undersöka det som vi ovan beskriver. Projektet heter *Kolla* -Kollektivtrafik för alla, och har flera ingredienser som är intressanta ur ett PR-perspektiv: många olika aktörer och intressen är inblandade, liksom pengar och politisk prestige. Det är ett projekt som pågår i över fem år och kommer att påverka många människor i Göteborg. När vi kom i kontakt med *Kolla* var det relativt nystartat. Det fanns bland ledarna en uttalad vilja och ett behov av att föra en nära dialog med den grupp människor som står i centrum för projektet. Ja, de påstod att utan denna samverkan kunde projektet vara svårt för dem att genomföra. I centrum för projektet står en grupp människor som ibland betraktas som perifer. Det handlar om människor som levt i en parallell värld eftersom de på grund av olika funktionshinder³ förpassats till särbehandling.

Underliggande syfte har alltså varit att fördjupa kunskapen om dialog i PR. Finns det i dialogen dimensioner som är intressanta för organisationer i informationssammanhang?

När vi gick in i arbetet visste vi inte till vilken grad *Kolla* verkligen vill ha en dialog, eller hur långt det är möjligt inom dess ramar. Vårt arbete är därför inte tänkt som en utvärdering utan snarare som en upptäcktsfärd i vad dialog kan innebära. Vår inställning är dock att dialog har positiva följder, även om utopin inte kan nås fullt ut. Det har funnits en önskan från *Kolla* att denna undersökning ska visa hur deltagarna uppfattar samarbetet och hjälpa till att förbättra kommunikationen i gruppen. Därför har vi i slutet av vår analys sammanställt några förslag till hur *Kolla* skulle kunna gå vidare.

¹ Nationalencyklopedins definition av dialog se bilaga 4

² Nationalencyklopedins definition av PR se bilaga 4

³ Funktionshinder uppkommer i mötet mellan en funktionsnedsättning och en brist eller ofullkomlighet i miljön eller i en organiserad verksamhet. <http://www.ne.se> (2006-01-04)

I detta kapitel ska vi introducera bakgrunden till uppsatsen: lagstiftning, aktörer, arenan som dessa aktörer agerar på; Kollaprojektet, dess handlingsplan, mål och syfte samt kommunikationsplanen och dialogens plats.

2 BAKGRUND

2.1 Politisk bakgrund: Från patient till medborgare

För drygt fem år sedan, i maj 2000, antog Riksdagen propositionen ”Från patient till medborgare –en nationell handlingsplan för handikappolitiken”. Inom en tioårsperiod ska samhället anpassas och göras mer tillgängligt för alla. Anpassningen berör infrastruktur, boende och transportsystem och med tillgänglighet menas att omgivningen ska anpassas även efter funktionshindrades olika behov. Handlingsplanens huvudmål kretsar kring ”att samhället anpassas så att människor med funktionshinder i alla åldrar blir fullt delaktiga i samhällslivet... Att ge barn, ungdomar och vuxna med funktionshinder förutsättningar för självständighet och självbestämmande.”⁴

Dåvarande socialminister Lars Engqvist uttryckte det såhär:

”Handikappolitik handlar om allas rätt att vara medborgare. Att kunna vara delaktig, att få komma in genom samma dörr som andra, att inte vara hänvisad till ingången genom lagret, att kunna välja hur många gånger jag vill träffa min älskade utan att vara styrd av hur många färdtjänstresor som tillåts för min fritid eller att jag ska våga ta bussen”⁵.

Det finns även tidigare lagstiftning om anpassningar av kollektivtrafik till funktionshindrade, en lag från 1979⁶. Kritiker menar att det under de senaste 25 åren inte har hänt så mycket på området.⁷ I takt med att antalet äldre i befolkningen stiger utökas antalet människor med funktionshinder och därmed kostnaderna för gruppens resande, i alla fall om det ska ske med det nuvarande systemet med färdtjänst. Det finns alltså flera anledningar till handikappsanpassningen; för även om den kostar stora summor så är förhoppningen att den ska leda till besparingar.

2.1.1 Att kunna ta sig dit man vill

En viktig del i ett självständigt liv är att kunna ta sig dit man behöver och vill åka. Idag är många funktionshindrades enda alternativ till transport att nyttja färdtjänst. Färdtjänst kan tyckas vara bekvämt, men det har sina begränsningar. Beställning ska ske i förväg, tillgången är begränsad och många klagar över långa omvägar och förseningar. Färdtjänsten kostar också samhället mycket pengar. En resa med färdtjänst är fjorton gånger dyrare för kommunen jämfört med kollektivtrafiken.⁸ Att anpassa kollektivtrafiken för att så många som möjligt ska kunna använda den istället för färdtjänst ligger därför i många intresse. För även om det

⁴ ”Från patient till medborgare” 2000: sid 4

⁵ ”Från patient till medborgare” 2000: sid 4

⁶ Från DHRs hemsida <<http://www.dhr.se/start.asp?sida=>> (2006-01-01)

⁷ Inslag om www.vasttragik.se på <http://tv4goteborg.se/visa/?ID=302846> (2005-10-03)

⁸ Folder Kort beskrivning av trafikförsörjningsplan 2005-2010

kostar många miljoner att anpassa kollektivtrafik och infrastruktur, så kan besparingarna på sikt bli stora.⁹ Ja, en förändring av färdtjänst och kollektivtrafik är helt nödvändig enligt den utredning som ligger till grund för *Kolla*, eftersom resurserna annars inte kommer att räcka till i framtiden.¹⁰

Färdtjänstförvaltningens Trafikförsörjningsplan 2005-2010 var startskottet till samarbetsprojektet med Västtrafik och Trafikkontoret i Göteborg. Projektet går under namnet *Kolla* - kollektivtrafik för alla. Målet är att anpassa kollektivtrafiken i Göteborg till 2010. Nedan får du en kort presentation av de olika aktörerna i projektet.

2.2 Aktörer i Kolla

2.2.1 Färdtjänstförvaltningen, Göteborgs Stad

Färdtjänsten är en kommunal förvaltning som hanterar särskild form av kollektivtrafik för personer med funktionshinder. År 2004 gjorde 22 800 personer 1,6 miljoner resor med färdtjänst i Göteborgsområdet¹¹. Färdtjänstförvaltningen styrs av en politiskt vald nämnd och tjänstemän utför arbetet. Personer som anser sig behöva färdtjänst ansöker om särskilt tillstånd för att få nyttja tjänsterna. Förvaltningen beslutar och utfärdar sedan färdtjänstillstånd enligt vissa regler. På färdtjänstens kontor finns en central där beställningar på resor tas emot och hanteras. Färdtjänst upphandlar entreprenörer för körningarna. Chef i förvaltningen är färdtjänstdirektören och förvaltningen har i uppgift att:

”... bidra till att de funktionshindrade ges samma möjligheter som övriga medborgare att bo kvar i sina hem, att förflytta sig inom eller mellan olika platser och orter, att besöka olika privata eller offentliga byggnader eller inrättningar, att behålla sina sociala nätverk, att ta del i samhället i stort samt att i övrigt utveckla ett aktivt medborgarskap...”¹²

Färdtjänsten i Göteborg har funnits i kommunal regi sedan 1960-talet, och har gått igenom flera organisationsförändringar.

Färdtjänsten är den organisation som tog fram den första handlingsplanen och hade ursprungskontakten med den grupp som ingår i samtalet vi har för avsikt att undersöka i detta arbete. Färdtjänsten har sedan många år tillbaka ett brukarråd¹³ där representanter för personer som nyttjar verksamheten träffar tjänstemännen och har möjlighet att komma med synpunkter.

Den huvudprojektledare som driver *Kolla* har sin arbetsplats på Färdtjänstens kontor, men arbetar i nära samarbete med de övriga aktörer som vi nu ska introducera närmare.

2.2.2 Trafikkontoret, Göteborgs Stad

Trafikkontoret har det övergripande ansvaret för trafiken i Göteborg. Trafikkontoret ska ”tillgodose medborgarnas och näringslivets transportbehov”¹⁴ och dess organisation är unik för Sverige, sedan 1991 då allt transportansvar samlades under en institution. Trafikkontorets uppgift är att utveckla trafiksystemet så att störningar minskar, att verka för en säkrare trafikmiljö och hitta hållbara lösningar. Trafikkontoret styrs av politiker och trafikdirektören

⁹ 150 Mkr/år i Göteborgsregionen enligt handlingsplan Ökad tillgänglighet 2004

¹⁰ Trafikförsörjningsplanen, kortversion på <http://www.fardtjansten.goteborg.se> (2006-01-02)

¹¹ <http://www.fardtjansten.goteborg.se> (2006-01-02)

¹² <http://www.fardtjansten.goteborg.se> (2006-01-02)

¹³ **Brukarråd** är sedan några år tillbaka en vanlig företeelse inom omsorg, skola och annan kommunal verksamhet. Brukarråd finns inom många verksamheter för att engagera medborgare som använder tjänsterna för att fånga upp synpunkter och önskemål.

¹⁴ <http://www.trafikkontoret.goteborg.se> (2005-11-08)

ansvarar på tjänstesidan. Trafikkontorets inblandning i *Kolla* avser främst anpassningen av hållplatser, gångvägar och övergångar.

2.2.3 Västtrafik AB

Västtrafik AB bildades 1999, genom en sammanslagning av fyra trafikbolag. Västtrafik AB ägs av Västra Götalandsregionen och samtliga kommuner inom Västra Götalands län (49st). Västtrafik AB består av ett moderbolag som ligger i Skövde samt fyra dotterbolag; Göteborg, Sjuhärads, Fyrbodals och Skaraborg. I hela företaget finns ungefär 200 anställda, vilket visar på att Västtrafik varken äger eller kör i egen regi. Istället anlitas ca 90 entreprenörsföretag, som utför de tjänster som Västtrafik administrerar och organiserar.

”På uppdrag av våra ägare organiserar och utvecklar vi kollektivtrafiken i Västra Götaland. Det gör vi genom att ta reda på resenärernas behov och köpa den trafik som behövs. Verksamheten finansieras genom biljettintäkter och ersättning från ägarna”¹⁵

Västtrafik anlitar förare genom upphandlingar. Göteborgs Spårvägar är här en nära och viktig samarbetspart eftersom de har kontakten med förarna och ansvarar för inköp av nya fordon. I *Kolla*projektet samarbetar Västtrafik och Spårvägen i utbildningen av förare och särskilda ledsagare. För att funktionshindrade ska kunna och våga ge sig ut i trafiken krävs många justeringar i det system som byggts upp under många år. I Göteborg finns till exempel 1 600 buss- och spårvagnsförare som ska utbildas för att kunna hjälpa de nya resenärerna i kollektivtrafiken. Utbildningen ska ge insikt i hur det är att vara funktionshindrad och instruera förarna i nya arbetsuppgifter och särskild hänsyn som de behöver ta.

2.2.4 Handikapp- och pensionärsorganisationer

Det finns 1,2 miljoner människor¹⁶ i Sverige som har någon form av permanent funktionsnedsättning som inte beror på normalt åldrande. I Västra Götaland finns drygt 200 000 personer med varaktiga funktionshinder.¹⁷ Denna grupp utgör 13 procent av befolkningen i yrkesverksam ålder.

Även om hög ålder inte automatiskt medför funktionshinder så har äldre personer svårare att klara sig i trafiken. Andelen äldre ökar i samhället och år 2010 tros det finnas ca 300 000 personer över 65 år och ca 86 000 personer över 80 år i Västra Götalands län¹⁸. Den 31 december 2004 fanns det 177 600 personer över 65 år och 81 000 över 80 år.¹⁹

Knutet till *Kolla*projektet finns en referensgrupp av representanter från olika handikapp- och pensionärsorganisationer. De flesta av dessa personer har under några år funnits med i ett brukarråd²⁰ hos Färdtjänsten. När *Kolla*projektet startades fick brukarrådet en utökad roll som referensgrupp till *Kolla*. Brukarrådet har en rådgivande roll och fungerar även som en kanal gentemot handikapp- och pensionärsrörelsens alla medlemmar. Tanken finns att de blir ”ambassadörer”.²¹

Vi har i denna uppsats valt att kalla denna grupp för ”intressegruppen” alternativt ”brukare”. Den består av fjorton representanter från många olika organisationer. Nedan finns en översikt och kort presentation av organisationerna. Flertalet av personerna i intressegruppen är

¹⁵ <http://www.vasttrafik.se> (Affärsidé) (2006-01-02)

¹⁶ <http://www.scb.se/statistik/AM/AA9999/2000I02/AM78ST0103.pdf> (2006-01-02)

¹⁷ Västra Götalandsregionen, underlagsrapport i Handlingsplan Ökad tillgänglighet 2004: sid 6

¹⁸ Västra Götalandsregionen, underlagsrapport i Handlingsplan Ökad tillgänglighet 2004: sid 6

¹⁹ <http://www.goteborg.se/statistikarsbok> (2006-01-02)

²⁰ Brukare= Representanter i referensgruppen från handikapps- och pensionärsrörelsen i brukarrådet

²¹ Kommunikationsplan Enklare Resa (2004): sid 11

anställda och avlönade av sin organisation och deras medverkan i *Kolla*projektet är en del av deras arbete. Några är valda som ombud från sin organisation och de arbetar ideellt.

Figur 1: Handikapps och pensionärsorganisationerna som deltar i Kollaprojektet

<p>DHR –De Handikappades Riksförbund "För människor med rörelsehinder"</p> <p>Antal medlemmar: 21 000 I Gbg: 1 100</p>	<p>SRF –Synskadades Riksförbund</p> <p>Antal medlemmar: 15 000 I Gbg: 900</p>
<p>UR -Unga Rörelsehindrade Unga rörelsehindrade är till för alla upp till 30 år och är ungdomssektion till DHR.</p>	<p>US -Unga synskadade SRF: s ungdoms sektion som är till för alla mellan 12 och 31 år</p>
<p>HSO –Handikappades Samorganisation En övergripande samorganisation för flera olika handikappsförbund; som har 43 olika medlemsorganisationer. (DHR och Unga Rörelsehindrade ingår här)</p>	<p>SPF –Sveriges Pensionärsförbund</p> <p>Antal medlemmar: 234 500 I Gbg: 7 600</p>
<p>PRO –Pensionärernas Riksorganisation</p> <p>Antal medlemmar: 396 270 I Gbg: 14 000</p>	

Källa: Informationen är tagen från respektive hemsida(se referenslista) och eller genom mailkontakt med deras respektive kansli

2.3 Arenan: Kollaprojektet

De tre nämnda organisationerna Färdtjänsten, Västrafik och Trafikkontoret lade 2004 fram en handlingsplan som föregicks av en stor utredning. Den ansats som Göteborg gör är unik i Sverige. Fram till år 2010²² är det mycket som ska genomföras: byggnation och anpassning av hållplatser och gångstråk till hållplatser²³, inköp av nya fordon²⁴, utbildning av förare och annan personal²⁵, utformning av ny service till exempel ledsagarservice²⁶ och resträning för ovana resenärer.

²² Planen var att hinna till 2010, men i revideringar talas nu om att det är 2012 som gäller. Projektledare Roland Jensen i Göteborgs-Posten 19/12-2005.

²³ **Hållplatser och gångstråk** ska anpassas inom en radie av 200m runt hållplatsen. Bland annat så gör man ledstråk för synskadade, rullstolsanpassning, sätter upp ledstänger, tydliga displayer, högtalarutrop och jämnar marken.

²⁴ **Fordon.** Alla spårvagnar ska ha minst en rullstolsplats, rullstolsramp, läggolv. Tydliga hållplatsutrop och hållplatsskyltar är också något man jobbar med.

²⁵ **Insiktsutbildning** ska ge förare och övriga medarbetare insikt i hur det kan kännas att ha olika handikapp och ta sig fram med hjälp av kollektivtrafiken. Förarna ska få kunskap hur man bemöter olika handikapp och hur man hjälper dem bäst. Det finns ca 1600 buss- och spårvagnsförare och 500 personal som ska utbildas.

²⁶ **Ledsagare** vid knutpunkter är till för att hjälpa människor med alla möjliga och omöjliga förehanden; hitta rätt anslutning, bära väskor, ge stöd i form av att läsa skyltar, av och på med rullstol med mera.

Visionen för resandet år 2010 låter:

”Alla göteborgare ska kunna resa dit de vill med hjälp av kollektivtrafiken. Resan får inte vara det som hindrar någon från att bo kvar i sitt hem eller delta i aktiviteter. I den framtid vi tänker oss är gränsen mellan det som idag kallas färdtjänst... och den tidtabellstyrda kollektivtrafiken utsuddad. Istället erbjuds alla göteborgare de resor de behöver.”²⁷

Kolla är ett projekt där samhället investerar miljonbelopp i infrastruktur för framtiden. För att ge en känsla för storleken på projektet kan nämnas att de uppskattade merkostnaderna för att anpassa trafiken är ca 140 Mkr. Att anpassa hållplatser beräknas kosta mellan 300 Mkr – 4.000 Mkr.²⁸

*Kolla*projektet har en styrgrupp och en ledning bestående av förvaltnings- och organisations direktörer, tjänstemän och projektledare från Västtrafik, Trafikkontoret och Färdtjänst.

Även om handlingsplan och budget är lagd ligger det ett stort arbete framför alla de parter som gått in i projektet. Många diskussioner ska hållas och detaljbeslut fattas. Förväntningarna liksom farhågorna inför anpassningen är stora. Vad händer med färdtjänsten som den ser ut idag? Kommer den nya kollektivtrafiken fungera för ”alla”? Vad händer med dem som fortfarande inte kan eller vågar ta sig ut i trafiken?

Å andra sidan finns det funktionshindrade som länge känt sig diskriminerade eftersom det till exempel inte varit tillåtet för rullstolsburna att färdas på spårvagn. Utspel i pressen har utpekat Västtrafik för diskriminering och stämningsprocesser har figurerat.²⁹

Kommunikationsbehovet i samband med *Kolla* är alltså omfattande. Vi går nu in på detta.

2.4 Dialogens plats i kommunikationsplanen

2.4.1 Kollas kommunikationsplan

Kolla har en kommunikationsgrupp som består av de informationsansvariga från Färdtjänst, Trafikkontoret och Västtrafik. Den centrala kommunikationsplan som man nu arbetar efter presenterades i november 2004 i ett sjutton sidor långt dokument. Många traditionella PR-satsningar planeras, till exempel tryckta broschyrer, riktat presentationsmaterial, annonser, happening, särskilt producerade filmer, webbsidor. Detta material innefattas inte i denna studie. Vi har valt att undersöka det samarbete *Kolla* har initierat med gruppen representanter för handikappörelsen och pensionärsorganisationerna, av oss kallad intressegruppen alternativ brukare. Vi presenterar det samarbetet kort nedan för att ge en inblick. I vår analys finns mer detaljer om hur det går till.

2.4.2 Ett aktivt samråd

I handlingsplanen för *Kolla* står uttalat att *Kolla*projektet ska samverka och ”samråda med berörda organisationer som en naturlig del i det ordinarie arbetet.”³⁰ I kommunikationsplanen betonas vikten av att lyssna till de förhoppningar och farhågor som finns. Informationsinsatser

²⁷ <http://www.kolla.goteborg.se> (2006-01-02)

²⁸ Att anpassa alla 22.000 hållplatser inom regionen beräknas till 4.000 Mkr. Att endast anpassa de mest använda hållplatserna och knutpunkterna beräknas till 500Mkr. Drift och underhåll ej inkluderat. Handlingsplan Ökad tillgänglighet: sid 30

²⁹ DN 2004-02-21

³⁰ Handlingsplan Ökad tillgänglighet: 2004: sid 7

hoppas kunna ”förhindra oro och felaktiga slutsatser hos dem som berörs och för att deras förhoppningar på slutresultatet ska vara realistiska.”³¹

Den nationella handlingsplanen visar på en medvetenhet om vinsten med att engagera brukarna tidigt:

”Handikapporganisationerna bör vara en aktiv samrådspart när programmen utarbetas och följs upp. Det är också viktigt att förbättra möjligheterna för lokala handikapporganisationer att påverka därigenom skulle många fel och brister kunna förebyggas. Handikapporganisationerna framhåller att de ofta kommer in för sent i processen, det vill säga när besluten redan är fattade.”³²

Intressegruppen finns med i *Kolla*projektet genom deltagande i referensgrupp, brukartester, stormöten med medlemmar från många handikapporganisationer och andra arrangemang³³. De blir inbjudna att medverka och ha synpunkter på hur arbetet fortskrider. Även om en handlingsplan är formulerad finns det mycket som inte är detaljbestämt i projektets utförande. Deras kompetens och åsikter efterfrågas i upplägg av utbildningar och introduktion av ny service. De finns med och granskar ombyggnationer och prövar fordon och tekniska lösningar i tillgänglighetsarbetet. De är också tänkta att fungera som en kanal mot sina medlemmar, vilka är de nya resenärerna i den anpassade kollektivtrafiken. (En utförlig beskrivning av arbetet med intressegruppen följer i kapitel 5. I bilaga 3 finns också en översikt över de möten som hållits med gruppen.)

Kolla är alltså ett komplext projekt. Det finns en målsättning och behov av att kommunicera och samverka. Inbjudan har gjorts till intressegruppen och möten har börjat hållas. Men är det så enkelt? Goda intentioner är en bra början, men hur kan vi bedöma om det blir ett verkligt samarbete? Hur ser kommunikationen ut mellan *Kolla* och brukarna i referensgruppen? Hur vet vi om det är en dialog, och spelar det någon roll om det är det? Innan vi kan undersöka detta måste vi föra en teoretisk diskussion om vad ett kommunikationsarbete kan innefatta och definiera begrepp som vi kan använda när vi gör undersökningen.

³¹ Kommunikationsplan Enklare Resa, (2004) sid 8- 9

³² Nationella handlingsplanen ”Från patient till medborgare” (2000) sid 12

³³ Mer information om de olika mötena återfinns under rubrikerna 7.1.6-7.1.8

I detta kapitel ska vi :

- Lägga en god teoretisk plattform till vårt arbete genom att presentera kunskap inom området och tidigare forskning.
- Definiera vad en dialog är och hur begreppet används inom PR.
- Ge teoretisk bakgrund till den undersökning vi gör.
- Förankra begrepp som används i analysen.

3 TEORETISK RAM

3.1 Inledning: Är dialog PR?

Vår uppsats riktar in sig på en relativt sällsynt PR- och informationsaktivitet; dialogsamtal. Med PR-satsningar brukar vanligtvis avses strategier, kampanjer och en mängd olika typer av informationsmaterial, inte samtalsgrupper. Att vi ser detta dialogarbete som en del av PR-satsningen i *Kolla* kanske överraskar några. Vissa tjänstemän ser det nog snarare som en integrerad del av arbetet med *Kolla*, vilket det också helt riktigt är. Vi menar dock att det helt klart är en del av informationsarbetet kring *Kolla*. Samverkan är initierad och planerad. Den är riktad mot en extern grupp som anses viktig att kommunicera med i projektet. Den är avsedd att ge någon slags effekt. Det satsas mycket tid, pengar och resurser i möten och samtal. Intentionen är att få den här gruppen av nyckelpersoner delaktig och positiv till projektet. Skall projektet kunna genomföras och kollektivtrafiken användas av denna grupp i framtiden är det nödvändigt att kommunicera med denna grupp.

I detta kapitel presenterar vi kort några viktiga teorier som belyser organisationers sätt att kommunicera med sin omvärld. Vi utgår från övergripande PR- och filosofiska teorier, berör gruppodynamik och kommunikationsmönster för att landa i vad som konkret kännetecknar en dialog. De idéer vi tar upp är hämtade från flera olika håll. Även om PR-området kan sägas ha amerikanska rötter, finns en rik filosofisk tradition i Europa som särskilt på senare år har kommit att utveckla teorierna kring PR. Den PR-genre som startade i USA under 1900-talet har rykte om att använda list och manipulation för att skapa uppmärksamhet och försäljning. Branschen har haft svårt att skapa acceptans och trovärdighet, särskilt i Europa där det finns ett annat öppenhetsideal än i USA. Skillnaden mellan det amerikanska och europeiska synsättet kan illustreras med tyskarnas begrepp för PR: *Öffentlichkeitsarbeit* (på svenska: ”offentlighetsarbete”). Detta begrepp betonar öppenhet, ärlighet och organisationens samhällsansvar.³⁴

3.2 En organisation och dess omvärld

Den relation och kommunikation en organisation väljer att ha med sin omgivning beror i stor utsträckning på hur den betraktar sig själv och sitt eget existensberättigande. Gemensamt för organisationer är att de har en struktur som ska upprätthålla den verksamhet de sysslar med och reproducera de värden den står för. De befinner sig samtidigt i en omvärld som de är beroende av. Det gäller vare sig det handlar om företag som producerar varor eller tjänster, eller om inrättningar som tillhandahåller tjänster som exempelvis sjukvård eller infrastruktur.

³⁴ Larsson 2002: sid 8

Grundvärdena i organisationer formar olika sätt att kommunicera och detta bottnar i hur omvärlden betraktas.³⁵ Är den ett hot, en förutsättning eller en resurs?

De teorier som ligger till grund för de mest inflytelserika PR teorierna från USA, har i mycket utgått från organisationen som en organism i ett större system³⁶:

”Vi föreställer oss organisationen som levande system, vilka existerar i en vidare omgivning där de är beroende av att få sina olika behov tillfredställda.”³⁷

Den tongivande PR-forskaren James Grunigs³⁸ idéer om ”excellent public relations” utgår främst från detta systemtänkande system när han beskriver organisationers kommunikation. Han menar att organisationer antingen försöker kontrollera sin omgivning eller anpassa sig efter den.³⁹ Grunig använder sig även av bilden av ett politiskt system för att förklara hur olika intressen och grupperingar verkar mot varandra i kampen om begränsade resurser.⁴⁰ Vi kommer nu närmare presentera Grunigs teorier.

3.3 Envägs- eller tvåvägskommunikation?

James Grunig och ett team forskare har under flera decennier forskat kring PR och bedrivit omfattande studier på området.⁴¹ Deras undersökning som presenterades 1991 grundar sig på hur över 200 företag och organisationer i USA, Canada och Storbritannien bedriver PR.⁴² Senare har arbetet breddats till fler europeiska och asiatiska länder.⁴³ Dessa studier har haft starkt inflytande även på svensk PR-verksamhet och får anses utgöra grundbulten i PR-professionen.⁴⁴ Grunigs mål har varit att kartlägga vad som kännetecknar ”excellent public relations”, det vill säga för organisationer framgångsrik och effektiv PR. Grunigs infallsvinkel och perspektiv är organisationens, och att den är sändare och initiativtagare av kommunikationen. Grunig menar samtidigt att omgivningen påverkar organisationen på ett sätt som gör att den inte i längden kan hantera omgivningen hur som helst. Grunigs mest excellenta modell är den som är både etisk *och* effektiv.⁴⁵

Grunig har beskrivit organisationers sätt att driva kommunikationsarbete i fyra modeller. Den första är de manipulativa metoder som utvecklades i USA i mitten av 1800-talet och kallas ”*Press agent*” eller ”*publicity*” modellen. Dessa metoder refereras till som ”the era of ’the public be fooled’”.⁴⁶ Målet med publicitet var att styra människors tankar och handlande utifrån organisationens intressen. Ofta handlade det om att öka försäljning, och informationen spreds via medierna.⁴⁷ De modeller som sedan följer i tid är reaktioner på den första. I Grunigs teorier är den fjärde den som anses mest ”excellent”.⁴⁸

³⁵ Miller 2003: sid 1f

³⁶ Larsson 2002: sid 39

³⁷ Morgan 1999: sid 42

³⁸ För presentation av James Grunig se bilaga 4

³⁹ Eriksson i Larsson 2002: sid 40

⁴⁰ Morgan 1999: sid 187

⁴¹ Larsson 2002: sid 35f

⁴² Excellence in Public Relations, Initial report 1991: sid 1

⁴³ Excellence in Public Relations, Initial report 1991: sid 1

⁴⁴ Eriksson i Larsson 2002: sid 35

⁴⁵ Grunig 1992: sid 285

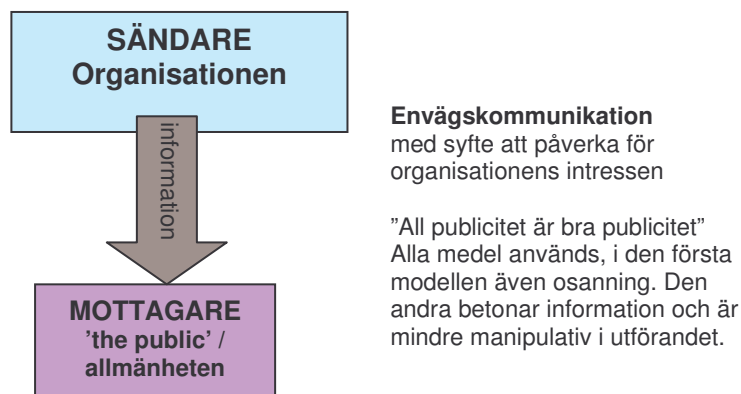
⁴⁶ Grunig 1992: sid 287

⁴⁷ Eriksson i Larsson 2002: sid 11

⁴⁸ Grunig 1992: sid 288ff

Vi ska mycket kort illustrera modellerna nedan. De två första modellerna är envägskommunikation. En sändare informerar en mottagare utifrån sina intressen.⁴⁹ Vi nöjer oss med att illustrera båda dessa i *en* egen förenklad figur.

Figur 2: 1) ('One-way') 'Publicity': Publicitetsmodellen & 2) ('One-way') 'Public information': Publicitetsmodellen

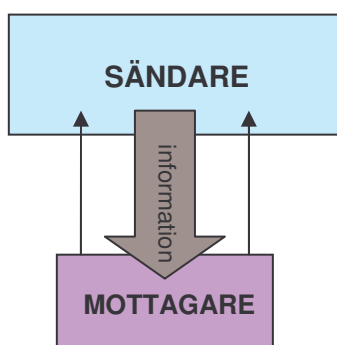


Källa: Ritad fritt efter Grunig och Thunberg

I Grunigs tredje model, 'two-way asymmetrical', börjar PR-praktiken efterfråga information även *från* och om mottagaren.⁵⁰ Informationsflödet domineras dock av sändaren.

Figur 3: 3) 'Two-way asymmetrical': Tvåvägs asymmetrisk kommunikation

Tvåvägskommunikation
med syfte att påverka för organisationens intressen men utan att bortse från omgivningens intressen.



Källa: Ritad fritt efter Grunig och Thunberg

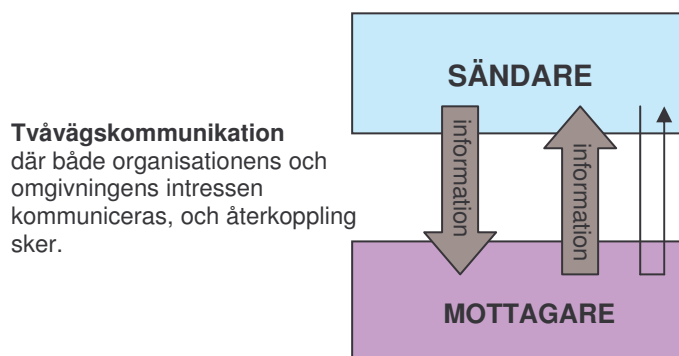
Slutligen, I den fjärde modellen, tas mottagarens perspektiv in ytterligare. Denna kommunikation innefattar ett större perspektiv än organisationens: "these assumptions included 'telling the truth', 'interpreting the client and the public to each other' and

⁴⁹ Grunig 1992: sid 288

⁵⁰ Grunig 1992: sid 288

'management understanding the viewpoints of employees and neighbours as well as employees and neighbours understanding the viewpoints of management'⁵¹.

Figur 4: 4) 'Two-way symmetrical': Tvåvägs symmetrisk kommunikation



Källa: Ritad fritt efter Grunig och Thunberg

Eftersom modellerna presenteras i historisk ordning kan skenet ges att det är den fjärde modellen som används idag. Men Grunig menar att alla fyra modeller praktiseras även nu.⁵² De två första modellerna kännetecknas av kontroll och envägskommunikation, och de används främst av konservativa organisationer som ser sig själva som autentiska maskinliknande företag.⁵³ Organisationen tar initiativ till kommunikationen utifrån sina behov. De kommunicerar med omvärlden på egna villkor i en anda av övertalning och kommunikationen beskrivs traditionellt i perspektivet sändare och mottagare. Dessa parter har ett asymmetriskt förhållande där sändaren är den aktiva parten.

I tvåvägsmodellerna (Figur 3 och 4) får omgivningen komma till tals och det sker en slags återkoppling, även om det är organisationen som initierar kommunikationen. Dessa modeller har dialog som ideal.⁵⁴ De båda parterna är i den symmetriska modellen (4) mer jämställda än i någon av de andra modellerna.

En person som inspirerat Grunig är Jürgen Habermas.⁵⁵ Vi ska nu gå in på Habermas filosofi om det kommunikativa handlandet och hur det kan appliceras på PR. Först följer en introduktion av Habermas idéer.

3.4 Övertyga eller samarbeta?

3.4.1 Två olika sätt att agera

Den tyske filosofen och sociologen Jürgen Habermas har påverkat synen på PR med sina tankar om strategiskt kontra kommunikativt handlande. Dessa teorier bottnar i att all sann

⁵¹ Grunig 1992: sid 289

⁵² Grunig 1992: sid 289

⁵³ Eriksson i Larsson 2002: sid 40

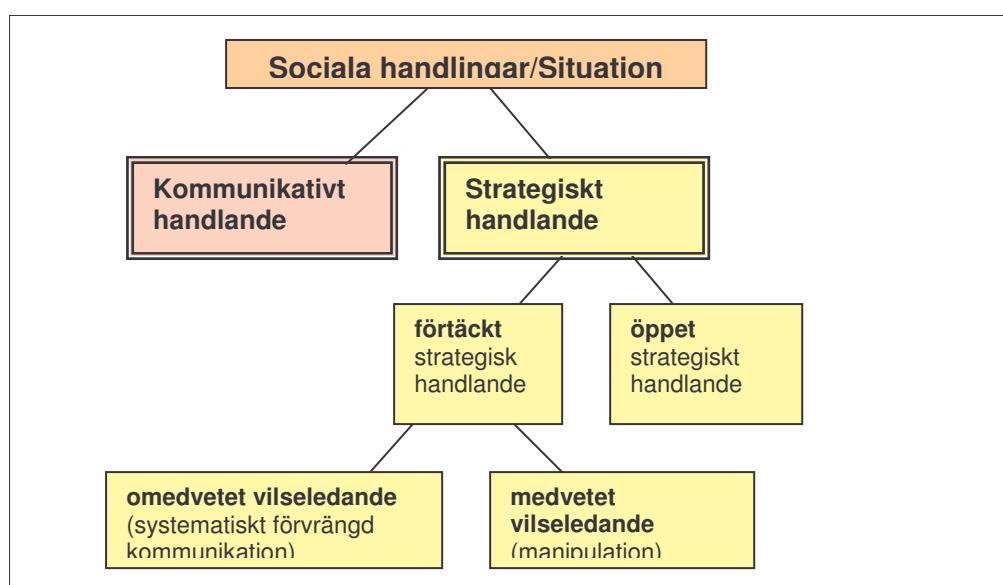
⁵⁴ Eriksson i Larsson 2002: sid 47

⁵⁵ Grunig 1992: 58 Se bilaga 4 för närmare presentation av Habermas

kommunikation bygger på ömsesidig förståelse. Habermas har satt sin prägel på samhällsvetenskapen och presenterat en ny syn på det mänskliga samhället; teorin om det kommunikativa handlandet.⁵⁶

Centralt i Habermas tänkande är distinktionen mellan strategiskt och kommunikativt handlande. I en given situation menar Habermas att ett val alltid görs kring hur omgivningen ska hanteras. Valet sker mellan att handla strategiskt eller kommunikativt. Dessa två motpoler har enligt Habermas olika syften och natur.⁵⁷ Habermas menar att det strategiska handlandet är framgångsorienterat, medan det kommunikativa är förståelseorienterat.⁵⁸ Dessa grundmotiv menar Habermas får olika konsekvenser i leden som följer. I PR utgår det strategiska handlandet från en organisations särskilda mål och medel, och kommunikationen kommer att reproducera just dessa intressen.⁵⁹ Se nedan figur över det kommunikativa respektive strategiska handlandet.⁶⁰

Figur 5: Det kommunikativa respektive det strategiska handlandet.



Källa: Habermas 1995:101

Vi ska nu titta närmare på vad som utmärker de två perspektiven. Vi har här hämtat Habermas idéer applicerade på just organisationers handlande, tagna ur Christopher Spicers bok *Organizational Public Relations*.⁶¹ Betonas bör att Habermas modeller är två ytterligheter som ställs mot varandra.

⁵⁶ <http://www.daidalos.se/habermas.html> (2005-12-18)

⁵⁷ Spicer 1997: 209ff

⁵⁸ Habermas 1995: sid 99f

⁵⁹ Sandberg 2002: sid 119

⁶⁰ Habermas 1995: sid 101

⁶¹ Spicer 1997: sid 209-212

3.4.2 Det strategiska handlandet

Målet med det strategiska handlandet är att påverka omvärlden. Genom övertalningsstrategier och argumentation försöker en part kontrollera eller förutse beteende och reaktioner hos den andre. I centrum för det strategiska handlandet står resultatet eller effektiviteten, och den som vill påverka bestämmer infallsvinkeln utifrån det önskade resultatet. Omgivningen betraktas som problem som kan stå i vägen för organisationen, och intressenter objektiveras. Det finns en arrogans i det strategiska handlandet som ofta leder till konflikter med omgivningen.⁶²

En organisation som handlar strategiskt uttrycker sig i termer av att ”sprida budskapet” och ”nä fram”. Kommunikationsarbetet kring en fråga initieras mot slutet av en process och målet är att presentera en redan given utgång. En av organisationen definierad målgrupp står som mottagare av de budskap som sänds ut. Organisationen vill gärna i sin strävan efter effektivitet kunna mäta sina insatser och försök att mäta kommunikationsinsatser i siffror är vanligt.

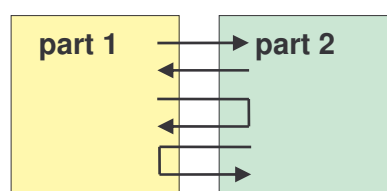
Nu kan det låta som om det strategiska handlandet är manipulativt, men Habermas menar att det kan ske både öppet eller dolt.⁶³

3.4.3 Det kommunikativa handlandet

Som motsats till det strategiska handlandet ställer Habermas det kommunikativa. Centrum i det kommunikativa handlandet är en process av samarbete. Målet är inte övertalning för att resultat ska accepteras utan delaktighet i processen. Kännetecknen på detta handlande är öppenhet och en strävan att förstå och mötas. Kommunikation blir här ett verktyg som används för att gemensamt skapa mening. I motsats till det strategiska handlandet är det kommunikativa ett samtal med utbyte på allas villkor. Tillräckliga förutsättningar och förkunskaper måste ges till alla för att kunna delta. Här handlar det om att acceptera tvetydighet och att vara öppen för flera lösningar. Effektiviteten bedöms efter hur pass parterna utforskar situationen och samarbetar. Det är viktigt att gruppen i sitt samtal når konsensus, det vill säga blir överens.⁶⁴

Om vi tar in Habermas ideal av jämlik kommunikation på allas villkor utvecklar vi den figur vi påbörjade förut. Parterna får ett mer jämlikt förhållande till varandra. Kommunikationen sker horisontellt (på samma nivå) snarare än vertikalt (uppifrån och ner). Kommunikationens funktion är inte bara i form av information från en part till den andre, utan också i form av återkoppling. Konceptet återkoppling kommer från William Isaacs och den illustrativa svängda pilen hämtar vi ur Anne Thunbergs bok *Samverkansspiralen*.⁶⁵ Vi kommer att fördjupa oss i dessa senare.

Figur 6: Jämlikt kommunikationsmönster



Källa: Thunberg et al 1978: sid 81

⁶² Spicer 1997: sid 209f

⁶³ Habermas 1995: sid 101

⁶⁴ Spicer 1997: sid 209f

⁶⁵ Thunberg et al 1978: sid 81

3.5 Från symmetri till dialog

Vi ser att Grunigs ”excellenta modell” tvåvägs symmetriska kommunikation liknar Habermas beskrivning av det kommunikativa handlandet. Vi kan samtidigt konstatera att PR ofta har strategiskt handlande till grund.⁶⁶ Perspektivet i Grunigs modeller är alltid organisationens bästa, även om Grunig menar att det är smart av den att ta in omvärldens åsikter. Målet med PR blir att på effektivaste sätt presentera en färdig lösning på ett problem definierat av organisationen själv. Detta är PR och informationsverksamhet som vi känner igen den. Lars Palm uttrycker att ”kommunikatörens uppgift är att åstadkomma maximal mediemix och att formulera budskap så pregnant och ändamålsenligt som möjlig.”⁶⁷ PR blir att strategiskt reproducera synen på världen utifrån organisationens bästa. Det handlar om: ”strategic reproduction of meaning rather than production of understanding” som Deetz uttrycker det⁶⁸. För att återknytta till Habermas; framgång för organisationen i öppet strategiska handlande.

Få PR-satsningar är kända för att aktivt söka andra parter förståelse och samarbete. Men akademiker inom PR-området menar att en förändring pågår.

3.5.1 Vändning inom PR

Michael Kent och Maureen Taylor skrev 2002 en artikel med titeln ”Toward a dialogic theory of public relations” i tidskriften *Public Relations Review*.⁶⁹ I artikeln nämner de att

”(a) theoretical shift – from public relations reflecting an emphasis on managing communication to an emphasis on communication as a tool for negotiating relationships has been taking place for a while.”⁷⁰

De menar vidare att Grunigs idéer inte räcker för att skapa den tvåvägskommunikation som föreslås i hans teorier. Det behövs mer modern forskning för att fördjupa ett mer ”dialogiskt system” för PR-området. Själva refererar de till det ursprung som dialogbegreppet har inom filosofi och relations-kommunikation.⁷¹ De nämner bland annat Martin Buber⁷², och honom kommer vi att presentera senare i detta kapitel. De menar också att man inom PR praktiken ofta ”slarvar” när man talar om dialog. Som exempel ges att Grunig & White använder ordet ”dialog” när de refererar till en debatt mellan tobaksindustrin och non-smoking grupper.⁷³ Istället menar Kent & Taylor att PR som dialog aldrig kan betrakta utomstående grupper som hot, utan ”public relations should be public *centered*” (vår kursivering).⁷⁴ Denna annorlunda syn på omvärlden är det som utmärker dialog som PR och det får konsekvenser för hur det bedrivs. Enligt Larsåke Larsson leder även utvecklingen i Sverige mot mer dialog inom PR och att mer individuella och gruppinriktade metoder används istället för traditionella massmetoder.⁷⁵

⁶⁶ Spicer 1997: sid 211

⁶⁷ Palm i Larsson 2002: sid 254

⁶⁸ Spicer 1997: sid 211

⁶⁹ *Public Relations Review* 2002: 28:1

⁷⁰ Kent & Taylor 2002: sid 23

⁷¹ Kent & Taylor 2002: sid 22

⁷² För närmare presentation av Buber se bilaga 4

⁷³ Kent & Taylor 2002: sid 21

⁷⁴ Kent & Taylor 2002: sid 32

⁷⁵ Larsson 2001: sid 17f

Så här formuleras tydligt skillnaden mellan traditionell PR och dialogtänkandet i en studie som gjorts kring ett dialogarbete i Vägverket:

"I vilka termer tänker informatören inför en informationsinsats? Om det är i termer av sändare och mottagare, färdigformulerade budskap, målgrupp, medium och brus är det kännetecknen för den typiska monologen. I en dialogsituation är sändare och mottagare inte åtskilda. Det går inte att planera målet i förväg eftersom det utformas i samspel med någon/några och vi måste gå in i en dialog med relativt vaga avsikter, som ska bli tydligare under dialogen. Att det blir en dialog kan heller aldrig vara en parts ansvar utan alla samtalspartner måste övas i tekniken."⁷⁶

3.5.2 Dialog är relationscentrerat

Falkheimer & Heide säger att det var i början på 1990-talet som denna vändpunkt inom PR startade. Kommunikationens och kommunikatörens uppgift utökades till att förbättra och fördjupa organisationers relationer:⁷⁷

"Mer och mer diskuterades värdet av ömsesidig förståelse och långsiktiga relationer mellan en organisation och dess omgivning. Kommunikation kom istället att ses som ett verktyg för att utveckla, förbättra och stärka viktiga relationer... Med andra ord en övergång till en meningsskapande syn på kommunikation."⁷⁸

Larsåke Larsson stämmer in i detta i sin bok om utvecklingen av PR och information i Sverige. Han pekar emellertid på att man inom fackliga, politiska och ideella organisationer ägnat sig åt relationer i sitt informationsarbete längre än inom näringslivet.⁷⁹

Även om dialogkommunikationen är ett mer demokratiskt sätt att kommunicera är det inte en garanti för etiska beslut, menar Falkheimer & Heide. Dialog är inte heller något man åstadkommer genom ett antal punkter som prickas av, utan det är snarare ett resultat av öppen kommunikation och relationer.⁸⁰

⁷⁶ Sandberg i Larsson 2002: sid 210

⁷⁷ Falkheimer & Heide 2003: sid 81

⁷⁸ Falkheimer & Heide 2003: sid 81

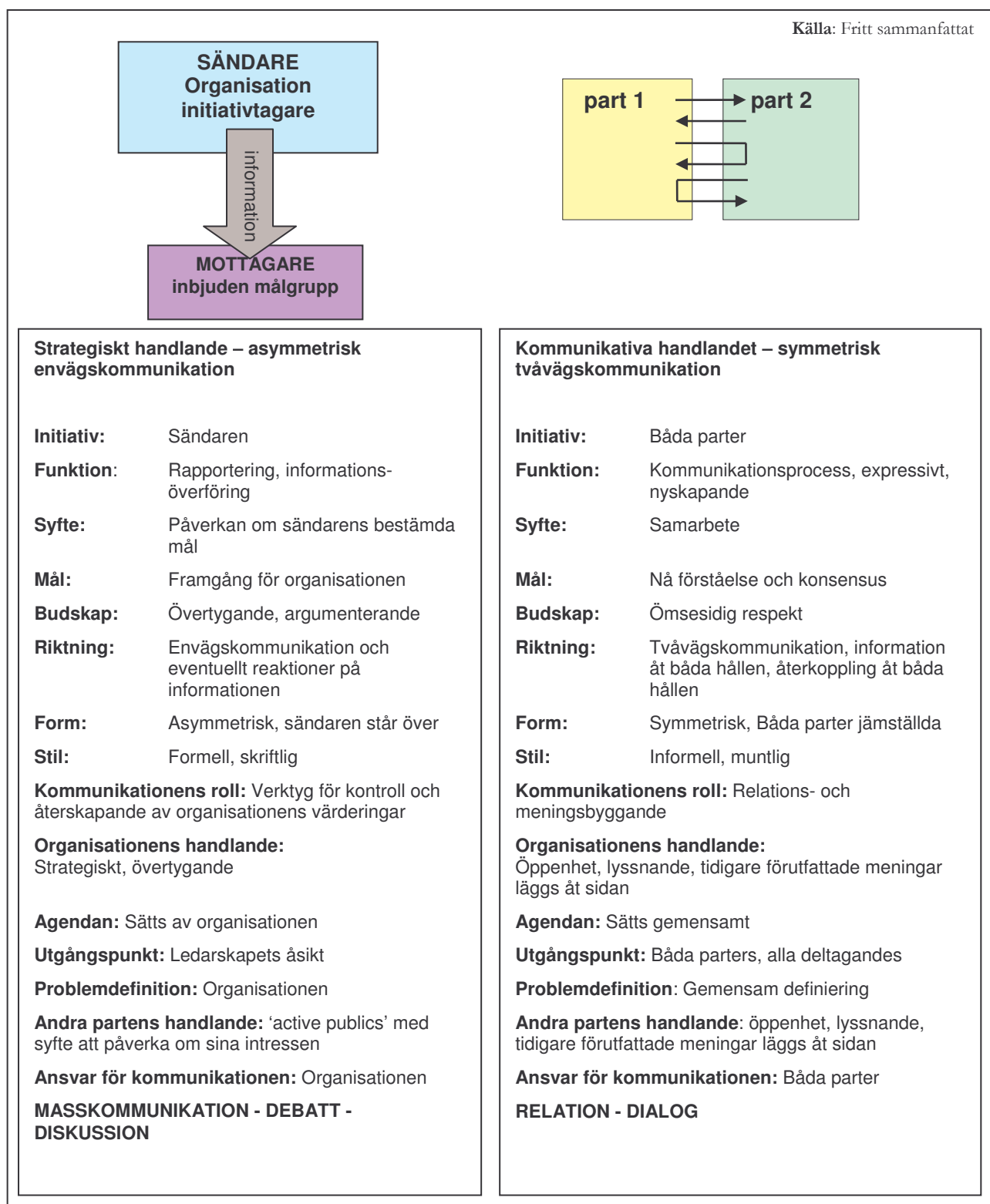
⁷⁹ Larsson 2005 sid 156

⁸⁰ Falkheimer & Heide 2003: sid 82

3.6 Sammanfattande överblick två handlingsätt

För att sammanfatta och förtydliga de gemensamma dragen i de olika modeller vi tagit upp presenteras en figur. De två handlingsätten och modellerna ställs mot varandra som två motpoler. Denna figur kommer vi sedan att utgå från när vi gör vår undersökning av kommunikationen i *Kolla*.

Figur 7: Överblick två handlingsätt; Strategiskt och Kommunikativt Handlande



3.7 Omvärldens handlande

Vi har resonerat kring organisationers olika sätt att relatera och kommunicera med sin omvärld. Men även omvärlden, de som står som mottagare för information, visar olika beteende i förhållande till sändaren. Detta beror naturligtvis på vilken relation mottagaren har med organisationen. Vi kommer här bara gå in på teorier kring särskilda externa målgrupper eftersom intressegruppen har en speciell relation i ett projekt som *Kolla*.

Grunig & Hunt har på djupet beskrivit hur missnöjesgrupper utanför organisationer uppstår, hur de uttrycker sig och hur organisationer förhåller sig till dem. Anledningen att vi tar upp denna teori är för att den intressegrupp vi undersöker har en liknande historia som dessa grupper och därmed kanske visar ett liknande kommunikationsmönster.

3.7.1 'Active publics'

Tillsammans med kollegan Todd Hunt beskrev Grunig på 1980-talet utomstående gruppers beteende gentemot organisationer. I detta sammanhang handlar det inte om grupper som har en professionell relation till organisationen, utan grupper som bildas utifrån problem som organisationen orsakar för dem.⁸¹ Det kan handla om till exempel politiska frågor, miljöfrågor eller direkt inverkan som organisationen i fråga har på människors liv. Grunig särskiljde fyra grupper utifrån vilken problemupplevelse och engagemang de visar.⁸² Det är grupp 4; Active publics vi fokuserar på.

- 1) **Non-public** - En "icke-grupp" av personer som inte berörs av ett visst problem och därmed har de ingen uppfattning och inget engagemang.
- 2) **Latent public** – Människor som kan ha en hög problemupplevelse, men inget engagemang över det. Tror sig inte kunna göra något åt saken.
- 3) **Aware public** – Här befinner sig de som har hög problemupplevelse, och som kanske engagerar sig. Förhoppningen om det går att påverka varierar dock.
- 4) **Active publics** – Denna grupp består av personer som oftast påverkas direkt av problemet, och i högsta grad engagerar sig. De har organiserat sig och diskuterar inom sig vad de kan göra åt problemet och hur de kan närma sig den ansvariga organisationen.

Grunig & Hunt påstår att en 'active public' uppstår för att den blivit ignorerad, och när den väl uppkommit kommer organisationen ha svårt att kommunicera med den.⁸³ Grunig & Hunt menar vidare att organisationen måste kommunicera med den, för om den negligeras ytterligare kan konsekvenserna bli allvarliga för organisationen. En 'active public' är beredd att gå långt för att få organisationens uppmärksamhet eller sin röst hörd. Metoder kan vara allt från mediedrev till aktivistdåd.⁸⁴

Grunig & Hunt påstår att organisationer ständigt behöver kommunicera med sin omvärld, framför allt innan det bildas 'active publics'. Bästa sättet att närma sig är enligt Grunig att ta till sig utifrån kritiken. Om det finns felaktiga beslut gör organisationen bäst i att erkänna dessa, menar Grunig & Hunt. I detta fall är det alltså en utomstående som definierar problemet och inte organisationen.

⁸¹ Grunig & Hunt 1984: sid 144f

⁸² Grunig & Hunt 1984: sid 145- 153

⁸³ Grunig & Hunt 1984: sid 145- 153

⁸⁴ Grunig & Hunt 1984: sid 145

En 'active publics' är alltså en maktfaktor. Stephen P. Banks beskriver i sin bok "Multicultural public relations" en sådan grupp så här:

"They (the activist) knock on the management's door usually without invitation and often with the prior involvement of government agencies or the mass media."⁸⁵

Banks menar dock att en organisation inte måste måla upp aktivisterna som motståndare. Han pekar på att om interaktionen är välgjord och balanserad kan den ge positiva synergieffekter för båda parter.⁸⁶

3.7.2 Samspel med publics

Som vi tidigare nämnt, betraktar Grunig & Hunt kommunikationen med publics främst utifrån organisationens perspektiv. De beskriver därför naturligtvis inte hur en public ska göra för att få bästa genomslag för sina idéer. Men underförstått är att de kommer använda vilka metoder som helst, eftersom de är just en 'active publics' och gör allt för att påverka. Detta leder således till att gruppen har samma perspektiv som organisationen i det att den betraktar den som sin "fiende" och inte är inställd på att skapa samarbete eller dialog. Därför drar vi slutsatsen att en public inte är "mer moralisk" i sin strävan att få fram sina budskap. Det handlar bara om andra budskap.⁸⁷

Men om en public blir inbjuden att möta organisationen kring samma bord och det finns en vilja att samarbeta och söka gemensamma lösningar på situationen, hur kan då detta gestalta sig?

3.8 Dialogen i praktiken

Flera PR teoretiker använder sig av Habermas och Bubers idéer för att dra slutsatser och sätta upp kriterier för dialogisk kommunikation. Vi vill ta hjälp av alla dessa för att när vi går in på hur en dialog kan se ut i praktiken.

3.8.1 Dialog; en skapande process

Teologen och filosofen Martin Buber anses av många vara "dialogens fader" och han ägnade stor del av sitt författande kring det personliga och mellanmänniska samtalet. Eftersom kommunikationen vi undersöker får sitt uttryck i gruppsamtal är detta viktigt för oss. Genom att tala med representanter avser en organisation att kommunicera med den större gruppen som de representerar.

Buber menade att dialog handlar om att se värdet av varandras erfarenheter, att se den andre parten i dialogen som en människa och inte som ett objekt.⁸⁸ Om dialogen ska utgå från människors erfarenhetsvärld inte organisationens strategiska mål måste detta värderas och alla ges samma möjlighet att delta. Om motivet är allas väl måste alla parter ha tillgång till nödvändig kunskap. Annars blir dialogen bara teoretisk. I praktiken har den ena parten egentligen inget inflytande om den inte har samma grundförutsättningar. Om en organisation

⁸⁵ Banks 2000: sid 72

⁸⁶ Banks 2000: sid 73

⁸⁷ Grunig & Hunt 1984: sid 145-160

⁸⁸ Falkheimer & Heide 2003: sid 82

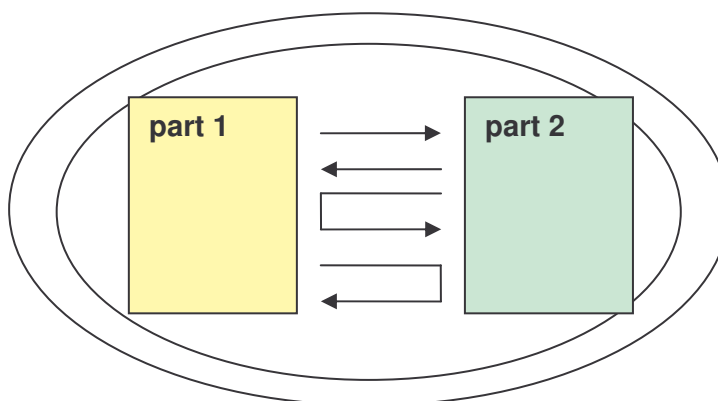
vill skapa en dialog måste den alltså noga tänka över hur den kan ske på ett så jämnt sätt som möjligt.

En annan viktig tanke som Buber förde fram är att dialogen är en skapande process. Om den infinner sig ställs nya frågor och skapas nya lösningar. Han uttryckte det såhär:

“Dialogue is a process that by definition brings out something new between the participants, invites the creation of a text that would not exist but for the genuine openness of the parties.”⁸⁹

Figur 8: Kommunikation som skapande process

Efter Bubers senaste bidrag kan vi addera en dimension till vår bild över kommunikationen. I en dialog informeras inte bara om redan klara faktum utan det bildas nya lösningar. Vi lägger till detta som ”ringar på vattnet” i vår illustration.



Källa: Thunberg 1978:81 och fritt från Buber

3.8.2 Initiativtagarens roll i dialogen

Martin Buber menade att det är viktigt att de roller som redan finns i en relation fortsätter vara tydliga, även när en dialog inleds. Han ger exempel på en lärare och en överordnad som måste fortsätta att vara

“faithful to the structural requirements of the relationship, or else there won’t be a basis for their contact in the first place.”⁹⁰

Själva dialogförfarandet kräver ett stort mått av mod från ledarna i en organisation. Dialogen innebär att släppa kontrollen över olika frågor och de reaktioner och konsekvenser som kan följa. För att återknyta till Kent och Taylor så säger de att det alltid finns risker med genuin dialog. Den kan inte kontrolleras och ”has the potential to produce unpredictable (and dangerous) outcomes”.⁹¹

Ronald Arnett ger fyra råd för ledare som vill skapa dialog i PR-arbetet.⁹² Först och främst måste de vara medvetna om sin makt eftersom de är representanter för mäktiga organisationer

⁸⁹ Buber 1965: sid 178

⁹⁰ Buber 1965: sid 179

⁹¹ Public Relations Review 2002: sid 28

⁹² Arnett i Banks 2000: sid 67

eller institutioner, (särskilt i jämförelse med den position som till exempel utomstående har). Att vara i en ekonomisk och ideologisk överlägsen position kan lätt förleda en människa att tro att den automatiskt sitter på de rätta lösningarna eller borde kontrollera processen mot beslutstagande.

Arnetts andra råd är att ledare bör akta sig för att vara för manipulerande i sin ledarstil. Även om personen i fråga inte brukar styra hårdhänt bör han eller hon vara medveten att PR och kommunikation anses vara manipulerande. För det tredje, gäller det att vara öppen för förändring. Slutligen ger Arnett rådet att ledarna behöver ha ett perspektiv som sträcker sig över längre tid.⁹³

En anställd vid en skola i USA uttrycker detta på ett tänkvärt sätt:

"This process is much more time-consuming than the old manipulative techniques of thinking of a clever way to reach the audience, getting them to do what you want, and forgetting about them until you need them. It requires a belief that all of us are smarter than one of us alone. It requires the belief in the people we serve. It requires a willingness to contribute our expertise to planning the process, nurturing it, and strategizing the best way to get the job done."⁹⁴

Hittills har vi rört oss från en abstrakt nivå där vi talat om teorier om kommunikation och strategi. Nästa steg var att vara medveten om villkoren. Hur skapas då en bra gruppdynamik i praktiken? I vårt fall handlar dialogen om möten med många aktörer och personer inblandade. Vad måste då särskilt tänkas på?

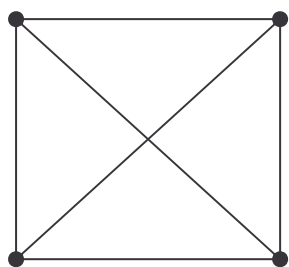
För att närma oss verklighetens möten och samtal går vi slutligen in på några modeller omkring gruppdynamik.

3.9 Gruppdynamik

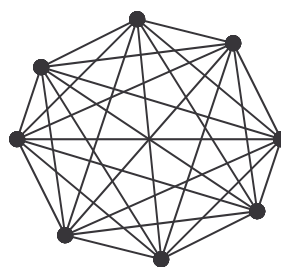
3.9.1 Gruppens storlek påverkar kommunikationen

I en mindre grupp kan alla deltagare kommunicera med alla. Allt eftersom antalet deltagare ökar, ökar även antalet kontaktvägar drastiskt. Låt oss jämföra gruppen med fyra, åtta och tjugofem deltagare.

Figur 9: Struktur och kontaktvägar påverkar kommunikationen



Fyra deltagare: sex kontaktvägar



Åtta deltagare: 28 kontaktvägar

Källa: Thunberg 1978:62

⁹³ Banks 2000: sid 67f

⁹⁴ Spicer 1997: sid 223

Utan att gå in på formler och matematik ser vi att gruppens storlek påverkar antalet kontakt-möjligheter exponentiellt. Vid 25 deltagare är antalet kontaktvägar 300. Vid 35 deltagare 595. Det blir tydligt att ju större gruppen är desto svårare är det för var och en att få kontakt med alla, och även för var och en att yttra sig.⁹⁵ Kommunikationsmönstret påverkas av antalet deltagare och redan i en grupp på tio personer ordnas kommunikationen på ett mer eller mindre hierarkiskt sätt. Thunberg skriver i sin bok "Samverkansspiralen":

"I alla större grupper måste det alltid finnas en ojämlikhet som utgår från dessa kommunikationsförutsättningar. (Även i mycket små grupper är det ovanligt att alla gruppmedlemmar har samma position i gruppens kommunikationsstruktur.) Man måste inse nödvändigheten av en ojämlik kommunikationsstruktur för att kunna motverka den och minska den så långt det är möjligt och meningsfullt."⁹⁶

3.9.2 Olika kommunikationspotential

Strukturen i större grupper gör att olika individer får olika möjligheter att kommunicera och delta. Thunberg menar att olika människor får olika kommunikationspotential.⁹⁷ En individs kommunikationspotential beror på vilken position hon har i strukturen och hennes personliga egenskaper. Högre position i organisationen ger fler kommunikativa rättigheter. Som exempel har en lärare fler kommunikativa rättigheter än en elev, en ordförande fler än en deltagare i ett möte och en domare fler än någon annan i rättsalen. Thunberg sammanfattar detta:

"...(Samhälls)struktur och kommunikationsstruktur är inbördes beroende. Den som har rätten att bestämma över andra har också större kommunikativa rättigheter. Position och kommunikationspotential hänger nära samman."⁹⁸

Individens sociala kompetens och förmåga att uttrycka sig har också stor betydelse för kommunikationspotentialen. Här infinner sig dock en viss rundgång eftersom personer som är duktiga på kommunikation har lättare att nå positioner med fler kommunikativa rättigheter. Typexempel på sambandet är när en organisation efterfrågar synpunkter i skriftlig form och därmed utesluter åsikter från de som inte har lätt att uttrycka sig i skrift.

Anders Engquist skriver i sin bok "Kommunikation på arbetsplatsen" om *metakommunikation*, det vill säga kommunikation om kommunikationen. Han menar att det är mycket viktigt för utvecklingen i grupper att just prata om hur de samtalar. Mål, värderingar och meningen med arbetet och samtalen behöver pratas igenom för att kunna komma vidare till de konkreta nivåerna.⁹⁹ Annars tenderar samtalen att spåra ut i duster om detaljer och sakfrågor, eftersom det är mer konkret att dividera om detta. Om gruppen är ense om varför de träffas och hur de ska samtala är chansen större att det blir mindre kamp och mer utvecklande samtal som följer.

3.9.3 Att vara medveten om sin maktposition

Thunberg menar att den som är medveten om sin maktposition kan skapa strukturer och förutsättningar som ökar jämlikheten i kommunikationen i en grupp. För att öka grupper eller individers kommunikationspotential måste man alltså ta hänsyn till många faktorer. Framför allt behöver strukturer ses över och formell kommunikation förändras på ett sätt som skapar förutsättningar för kommunikation på mer jämlika villkor.¹⁰⁰

⁹⁵ Thunberg 1978: sid 63

⁹⁶ Thunberg 1978: sid 63

⁹⁷ Thunberg 1978: sid 74

⁹⁸ Thunberg 1978: sid 75

⁹⁹ Engquist 1994: sid 47f

¹⁰⁰ Thunberg 1978: sid 82

För att förstärka sin position måste människor i underläge få tillfälle att delta i kommunikation där de kan och får uttrycka sig själva, skaffa sig information samt påverka sin omgivning. Thunberg menar också att social gemenskap är viktig för att nå denna samverkansspirals. Kan dessa områden samspela blir individen människa, gruppen hålls ihop och kommunikationspotentialen ökar.¹⁰¹

”Samverkansspiralen kan göra en samling isolerade individer till en grupp, vars medlemmar samverkar för att uppnå för dem gemensamma mål.”¹⁰²

Att ena en grupp verkar alltså bidra till ett bättre samarbete för alla. I det kommunikativa handlandet kan inte den ena gruppens svårigheter att samarbeta inbördes accepteras. William Isaacs¹⁰³ säger att fastän det kan verka vansinnigt att stödja någon som utmanar en, är det avgörande att ge dessa röster möjlighet att integreras med helheten, annars kommer de att störa eller till och med förstöra samtalet.¹⁰⁴ Både Thunberg och Isaacs är överens att ansvaret för detta ligger på den som initierat och inbjudit till dialogen, även om det naturligtvis ligger i bådass intresse.

Vi kan nu sammanfoga Thunbergs modeller för kommunikationsmönster med Grunigs idéer om symmetrisk tvåvägskommunikation och applicerar dem på kommunikation i mindre grupper.

3.9.4 Dialog vs diskussion och debatt

Vi har pratat om nödvändigheten att öka delaktigheten i gruppkommunikation. Vi har nämnt former och struktur som nycklar till denna delaktighet. Men låt oss utveckla de möjligheter som finns att samverka i grupper genom att jämföra med olika typer av samtal. William Isaacs kartlägger i sin bok *Dialogen och konsten att tänka tillsammans* olika sätt att samtala. Han menar att kunskapen att samverka i samtal i mycket gått förlorad i den västerländska kulturen. Våra samtal och möten blir ofta debatter, diskussioner eller försvarstal. Dessa företeelser har förvisso också sin plats, menar Isaacs, men påpekar att:

”(Diskussionen) är nödvändig i många av de situationer vi möter. Men den är begränsad för många av våra mest motspänstliga problem, särskilt där människor har helt olika uppfattningar, där mycket står på spel och där parterna bara kan acceptera ett avslut som helt överensstämmer med vad de själva vill ha.”¹⁰⁵

Isaacs presenterar en bild som visar hur ett samtal utvecklas i olika riktningar.¹⁰⁶ Det är lyssnandet som avgör vilken riktning. Sker lyssnandet utan försvar eller undvikande kan dialogen utvecklas. I Isaacs modell blir den genererande dialogen idealet. Där sker nyskapandet som Buber talade om.

¹⁰¹ Thunberg 1978: sid 84

¹⁰² Thunberg 1978: sid 84

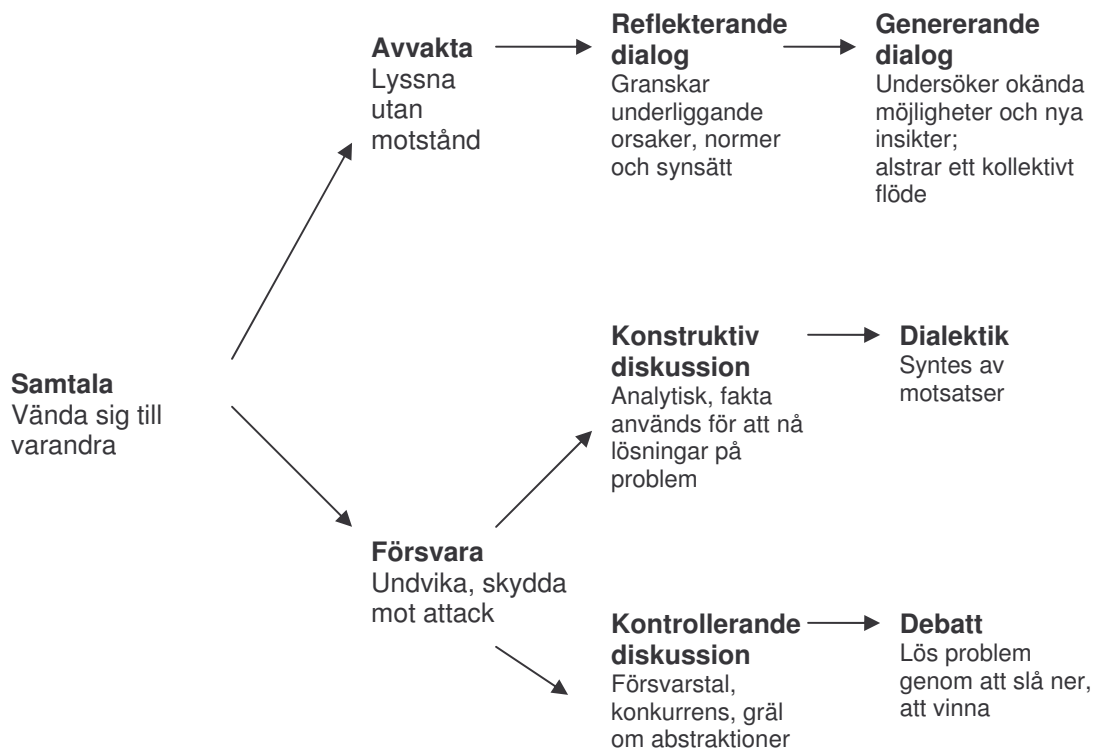
¹⁰³ För närmare presentation av Isaacs se bilaga 4

¹⁰⁴ Isaacs 1999: sid 135

¹⁰⁵ Isaacs 1999: sid 63

¹⁰⁶ Isaacs 1999: sid 59

Figur 10: Lyssna: vägen till dialog



Källa: Isaacs 1999:59

3.9.5 Lyssnande och respekt

Isaacs har varit rådgivare till många stora företag och organisationer världen över. Hans erfarenhet är att oförmågan att lyssna leder till att många möten avslutas i frustration och utan bestående resultat. Istället för att lyssna sitter de flesta människor och funderar ut hur de ska bemöta det som sägs. Att tidigt hamna i försvarsställning gör att samtalet får en helt annan utveckling än om lyssnandet fått mer utrymme. Att lyssna aktivt är att avvakta och inte vara för snabb att döma ut någons uttalande eller åsikt.

”Dialogens kärna är en enkel, men genuin förmåga att lyssna. Att lyssna är inte bara att höra orden, man behöver också acceptera och gradvis släppa taget om sina egna inre protester.”¹⁰⁷

Isaacs menar att vi människor ofta inte är medvetna om hur olika vi tolkar varandras uttalanden.¹⁰⁸ Vi projicerar egna åsikter eller förvränger utan att inse vad som händer.¹⁰⁹ Vi går in i samtal med förutfattade meningar som påverkar lyssnandet. Lyssnandets konst ligger nära den respekt vi visar varandra i ett samtal. När vi lyssnar utan att formulera vårt eget försvar utvecklar vi den empati som krävs för att kunna tänka oss in i en annan människas situation. Genom att respektera varandra lär vi oss ta tillvara olika erfarenheter. Balansgången i en dialog är enligt Isaacs att kunna lyssna samtidigt som man behåller sitt eget perspektiv.¹¹⁰

¹⁰⁷ Isaacs 1999: sid 97

¹⁰⁸ Isaacs 1999: sid 68

¹⁰⁹ Isaacs 1999: sid 111

¹¹⁰ Isaacs 1999: sid 113

”Dialog är ett samtal med centrum och inte med marginalen. Energin i våra motsättningar ska kanaliseras mot något som inte finns- ännu. Dialogen lyfter oss ur polariseringen till en större gemensam upplevelse och blir ett medel för ökad intelligens och samordnad kraft.”¹¹¹

För att knyta ihop jämförelsen mellan dialog och andra typer av samtal kan vi säga att diskussion och förhandlingar syftar till att parter med olika uppfattningar ska komma överens genom att kompromissa. Dialogens mål är att nå förståelse och skapa ny gemensam grund och därmed nya tankar och lösningar.

Med denna teoretiska grund kommer vi i nästa kapitel göra en syntes och resumé som vi kallar dialogens dimensioner.

¹¹¹ Isaacs 1999: sid 40

Här vill vi utifrån teorierna i kapitel 3 göra vår egna sammanfattande byggstenar för dialogbegreppet. Det är detta som ligger till grund för vad vi sedan undersöker; vår intervjuguide och analys.

4 RESUMÉ: DIALOGENS DIMENSIONER

Vi har återgett några insatta personers perspektiv på tvåvägskommunikation och dialogens dimensioner i PR-sammanhang. Utifrån dessa gör vi en egen analysmanual för att använda i undersökningen om *Kolla*. I sex punkter sammanfattar vi det ideal utifrån vilket vi sedan jämför kommunikationen i *Kollas* fall.

- **1 - Kommunikationens struktur är grunden**

Ansvar för kommunikationens form och struktur¹¹² finns hos initiativtagaren. Dess medvetna eller omedvetna kommunikationsstrategi (strategiskt eller kommunikativt handlande) påverkar formen och får konsekvenser för hela samarbetet.

Kommunikation i dialogform är process snarare än informationsöverföring, och sker muntligt hellre än skriftligt. I centrum står att dela erfarenheter snarare än att övertala. Det gäller att skapa symmetri som inkluderar så många som möjligt. Att samtala *om* kommunikationen är viktigt. Samtalsteknik måste utformas och övas.

Hänsyn till gruppens storlek måste tas. Är det över åtta deltagare måste man aktivt tänka in hur alla kan ges möjlighet att yttra sig.

Dialogen kan ge positiva synergieffekter och förebygga uppkomsten av ”active publics”, missnöjesgrupper. Dialog kan utveckla och förbättra organisationens viktiga relationer med omvärlden i ett längre perspektiv. Att skifta fokus från att informera till att skapa delaktighet är nödvändigt.

- **2 - Målet är samarbete och nya lösningar**

Målet med en dialog är samarbete och allas väl, inte bara den egna organisationens, gruppen eller personens. Målet kan inte vara förutbestämt av någon av parterna, utan målet är det nya som uppstår i samarbetet. Dialogen ska leda till konsensus/överenskommelse för praktiskt handlande. Dialog är ett långsiktigt arbete som måste få ta tid. Kommunikationen blir ett verktyg för att skapa gemensam mening och mål. Den genererande dialogen skapar nya frågeställningar och svar, som inte uppkommit genom diskussioner eller dialektik.

- **3 - Lyssnandet är vägen**

Förmågan att lyssna avgör om ett samtal kan utvecklas till en genererande dialog. Aktivt lyssnande är att undvika försvar och gå in i samtalet med öppenhet och utan förutfattade meningar. Att lyssna är att respektera och bekräfta den som talar och ge återkoppling ur sitt eget perspektiv. Tvåvägskommunikation är både att föra fram egna åsikter, få feedback och ta emot och ge detsamma.

¹¹² ramar, vanor och villkor som påverkar handlandet

- **4 - Förståelse och respekt är nödvändigt**

I en dialog måste parterna visa ömsesidig förståelse för varandra och se olikheter som en tillgång. En attityd av förståelse och respekt för andra är helt avgörande för om ett samarbete ska utvecklas till en dialog. Att respektera andra i en dialog är att se att de har något att tillföra. Förutfattade meningar behöver läggas åtsidan och istället ska det gemensamma eftersträvas. I gruppen betraktas varje människa som en individ och inte som ett objekt. Dialogen utgår från människors erfarenhetsvärld, inte från de strategiska målen.

Den personliga kontakten och relationerna är viktiga byggstenar i dialogen som underlättar detta.

Organisationen förstår sitt beroende av omvärlden.

- **5 - Jämlikheten är en förutsättning**

Det är viktigt att noga organisera dialogarbetet så att maktförhållanden kompenseras. Ledarskapet bör vara medvetet om att deras kommunikation kan vara manipulerande även om avsikten är god. Det är initiativtagarens ansvar att kommunikationen kan ske på alla villkor. Tillräckliga förkunskaper och förutsättningar för att förstå och delta måste ges till dem som bjuds in. Denna horisontella symmetri ökar möjligheterna att kommunicera och skapa verklig dialog istället för polemik. Det är fördelaktigt att båda parter diskuterar syfte, mål och arbetsform för dialogen.

- **6 - Delaktigheten leder till konsensus**

Delaktigheten och konsensus är målet med en dialog. Delaktigheten skapar nya lösningar som annars inte hade uppstått. Dialogen kan ge oväntade följder som inte kan förutsägas och kontrolleras. För att vara delaktiga måste alla parter ha relevant erfarenhet för sammanhanget och tydliga roller. I en spiral av samverkan utvecklar parterna tillsammans arbetet mot gemensamma mål.

Det kan heller inte alltid avkrävas svar av de inblandade. Alla närvarande på mötet ska kunna uttrycka vad de känner. I en dialog är det accepterat och till och med fördelaktigt att ta upp frågor som inte är lösta. Tålmodighet med tvetydlighet är viktigt.

Nedan formuleras syftet med vår studie och vilka frågeställningar som vi grundar undersökningen på. Svaren på frågeställningarna hittas senare i analysen (kapitel 7) och sammanfattningen (kapitel 9).

5 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING

Nu är den teoretiska grunden till vår studie lagd. Vi har beskrivit dialogens dimensioner och möjligheter inom PR-området. Vi har presenterat *Kolla*projektet som det ser ut nu. Innan vi går vidare med att presentera hur vi gjort undersökningen och vilka slutsatser vi kan dra av den, ska vi förtydliga vårt syfte och frågeställningar.

Syfte:

Vårt syfte med uppsatsen är att undersöka dialogens dimensioner inom public relations. Vi vill generera mer kunskap om hur denna kommunikation kan se ut i verkligheten. Hur kan flera aktörer i samhället samverka för att lösa gemensamma problem?

Detta vill vi göra i en fallstudie tillsammans med *Kolla*-organisationen. Projektet har pågått i ett år nu och ledningen efterfrågar en första indikation på hur intressegruppen upplever samarbetet. Projektet planeras fortsätta i minst fyra år till, och då finns möjligheter att förändra kommunikationsarbetet. Genom att studera kommunikationen mellan parterna i *Kollas* referensgrupp vill vi utforska dialogens möjligheter. Hur långt mot dialogidealet har de kommit och hur långt kan de nå?

Frågeställningar:

Hur påverkar kommunikationsstrukturen och mötesformen dialogen? Har parterna i *Kolla* gemensamma mål? Lyssnar tjänstemännen i *Kolla* på brukarna? Har aktörerna ömsesidig förståelse och respekt för varandra? Ges förutsättningar för att verklig dialog kan skapas? Hur upplever intressegruppen sin delaktighet i projektet? Vad kan dialogarbetet tillföra projektet?

Här berättar vi om hur vi genomfört undersökningen. Vi börjar med att beskriva de olika metoderna som vi har använt och argumenterar varför. Vi presenterar vårt urval och de bortfall vi har. Sedan går vi in på hur vi gått tillväga och hur vi har bearbetat vårt material, för att slutligen diskutera undersökningen svagheter och giltighet

6 METOD

6.1 Inledning

Vårt mål med denna uppsats är få en bild av kommunikationen och dialogen i *Kolla* projektet, mellan intressegruppen och *Kollatjänstemännen*.

När vi nu går in på att beskriva de metoder vi använt i vårt arbete kommer vi att nämna alla intervjuer och observationer vi gjort. Till en början gjordes ett par intervjuer för att få en överblick över projektet. Senare gjordes observationer av tre olika möten i syfte att få en egen upplevelse av det som vi sedan skulle undersöka. Huvudmaterialet i vår undersökning är sedan de kvalitativa fokusgruppsintervjuerna, och det är dessa vi analyserar i kapitel 7.

6.2 Val av metoder

Vi kom att använda oss av olika kvalitativa metoder i studien av dialogen i *Kolla*. Till en början hade vi tänkt att grunda vår undersökning på enskilda samtalsintervjuer med brukare. Allt eftersom tiden gick fann vi att det var nödvändigt att få ett lika djupt material med *Kollatjänstemännens* bild av kommunikationen. En dialog har minst två parter och vi ville studera dialogen utifrån båda parterna, inte från den ena eller andras perspektiv. I början tänkte vi det skulle räcka med tryckt material och någon enstaka intervju med *Kollas* ledning för att få reda på deras bild av kommunikationen. Det materialet var viktigt för att få information om projektet, men inte djupa nog att duga som analysmaterial. Vi betraktar dem därför som bakgrundsmaterial.

För att bättre lära känna projektet och människorna i det deltog vi i olika möten som hölls. Det första blev en introduktion till sammanhanget, men de två som följde ville vi observera metodiskt.

6.2.1 Observationer

Direktobservationer är ett sätt att iaktta något som händer utan att delta aktivt själv. För oss var det viktigt att delta i några av de möten vi senare skulle prata om under intervjuerna. Vi ville även spela in mötena på video så vi kunde gå tillbaka och titta igen efter intervjuerna. I Metodpraktikan står att direktobservationer är ett sätt att fånga helheten, det vill säga även det icke-verbala samspelet i en grupp, inte bara det som sägs utan även hur folk betar sig.¹¹³ Att sitta passivt och observera kan också ge kunskaper om en företeelse som de som är med i den inte själva ser.¹¹⁴

¹¹³ Esaiasson m fl: 2004: sid 333

¹¹⁴ Esaiasson m fl: 2004: sid 333

6.2.2 Fokusgrupper

Till en början tänkte vi bygga vår studie på enskilda intervjuer med alla de som ingick i intressegruppen. Vi ändrade oss sedan till att istället välja att använda fokusgrupps-intervjuer. I fokusgrupper framträder de gruppdynamiska aspekterna tydligt och en bredare skala av idéer kommer fram än i enskilda samtalsintervjuer.¹¹⁵ Intervjuer i fokusgruppsform ger också möjlighet att studera grupper sociala samspel och detta var viktigt för oss.¹¹⁶ Gruppdynamiken gör att impulser och reflektioner blir extra tydliga.¹¹⁷

”De data man får fram vid en fokusgrupp visar hur deltagarna tillsammans tänker kring ett visst fenomen. Syftet är ofta att blottlägga mer djupt liggande värderingar eller kulturellt förankrade föreställningar hos en grupp.”¹¹⁸

Vilket vi ansåg passande för vår studie eftersom intressegruppen består av representanter som ingår i gruppen för att driva just sin organisations frågor. De är visserligen personligt involverade, men på ett professionellt och ideologiskt plan snarare än privat. Det handlar inte om att undersöka var och ens livsvärld. I Wibecks bok om fokusgrupper nämns olika sammanhang när fokusgrupper fungerar bra, som till exempel när olikheter ska förstås och grupper handlande och motivation ska undersökas.¹¹⁹ De frågor som gruppen ställer till sig själv blir också ovärderliga insikter när det gäller komplexa fenomen, enligt Wibeck.¹²⁰

För att materialet ska kunna användas och analyseras i vetenskapligt syfte bör det spelas in för dokumentation. Detta har vi gjort under observationer, i alla tre fokusgruppsintervjuer (video) och den enskilda samtalsintervjun (audio).

6.2.3 Intervju

De enskilda intervjuerna som vi gjort, har utförts som ett komplement till vår huvudmetod; fokusgrupper. En enskild samtalsintervju gjordes med en person ur intressegruppen som inte hade möjlighet att komma till gruppintervjun. Vi gjorde också två inledande intervjuer med ansvariga i kommunikationsgruppen.

6.3 Urval

Till fokusgrupperna med intressegruppen valde vi att kontakta alla fjorton personer som finns på *Kollas* kontaktlista över referensgruppen. (Denna lista använder *Kolla* när de kallar till möten och träffar, från de flesta organisationer finns två representanter.) Vi tyckte att det var viktigt att alla kontaktades för att öka chansen att få med alla intresseorganisationer. Dessutom var vi noga med att ingen skulle känna sig förbisedd. Av fjorton inbjudna kom tio till våra intervjuer, varav en person intervjuades enskilt.

Den enskilda intervjun gjordes på grund av att personen i fråga inte hade möjlighet att medverka vid mötet med fokusgrupperna samt att vi upplevde att personen inte kände sig bekväm i den formen. Personen ifråga representerar också ett fyrtiotal organisationer så vi ansåg att det kunde vara av stort värde att fånga upp dennes tankar och åsikter.

¹¹⁵ Wibeck 2000: sid 39

¹¹⁶ Kvale 1997: sid 263

¹¹⁷ Esaiasson et al: 2004: 346

¹¹⁸ Esaiasson et al 2004: sid 346

¹¹⁹ Wibeck 2000: sid 40

¹²⁰ Wibeck 2000: sid 41

Vi hade som sagt ett bortfall på fyra personer ur intressegruppen. Två representanter från en och samma pensionärsorganisation¹²¹ hade ingen möjlighet att närvara, och en person valde ett par dagar innan intervjun att inte delta på grund av videoinspelningen. Den fjärde personen fick samma dag förhinder. Bortfallet av den ena pensionärsorganisationen var inte bra för vår undersökning eftersom de till antalet representerar flest. Visserligen hade vi två intervjuade från en annan pensionärsorganisation, men det kan vara en nackdel både för studien och för *Kolla* att denna stora grupp inte finns representerad fullt ut. Pensionärsorganisationerna har stort antal medlemmar, betydligt fler än handikappsorganisationerna. De spelar en viktig roll i *Kolla*projektet.

Eftersom vår avsikt var att undersöka dialogen mellan grupperna ville vi göra en fokusgruppsintervju även med representanter för samarbetsorganisationerna bakom *Kolla*. Insikten infann sig efter vi bjudit in intressegruppen, men innan vi genomfört intervjuerna. Vi beslutade att göra ett urval av personer i ledningen för *Kolla* och det viktiga var att Västtrafik, Färdtjänst och Trafikkontoret hade minst en, helst två representanter. Personerna ifråga skulle ha *Kolla* som arbetsuppgift och ha närvarat vid många möten med intressegruppen. Till hjälp för urvalet tog vi kommunikationsgruppen. Detta eftersom vi tidigt i projektet gått ut med att vi endast skulle intervjua intressegrupperna. Vi tror inte att urvalet blivit annorlunda om vi frågat innan, men det kan vi inte veta. Utfallet blev i alla fall att till fokusgruppsintervjun med *Kolla* kom två tjänstemän från Färdtjänst och Trafikkontoret och en från Västtrafik. Alla arbetar med *Kolla* och flera av dem ingår i lednings- och styrgruppen. Om vi hade fått välja i efterhand, hade det varit bra om projektledaren för *Kolla* och färdtjänstdirektören också hade deltagit. Men eftersom vi hade med två personer som arbetar mycket nära dessa personer tror vi att vi inte missat avgörande synpunkter. En av de femton personer som vi intervjuade sitter med i kommunikationsgruppen för *Kolla*.

Vi är nöjda med antalet och fördelningen av deltagare i fokusgrupperna och att vi fångade upp den person som representerar en stor mängd organisationer för en enskild intervju. Alla organisationer i intressegruppen utom en pensionärsorganisation finns med. Detta kompenseras lite av att den andra pensionärsorganisationen fanns med i två deltagare, en i varje fokusgrupp. Alla organisationer i *Kolla* fanns med. I efterhand kunde vi kanske även bjudit in deltagare från Spårvägen. Men de sitter inte alltid med på referensgruppens möten, och medverkar inte i samma grad och vi var tvungna att avgränsa oss.

Figur 11: En sammanställning av vårt urval

<p>KOLLA:</p> <ul style="list-style-type: none">• 5 personer intervjuades vid ett fokusgrupps tillfälle• 3 av 3 organisationer medverkade <p>INTRESSEGRUPPEN:</p> <ul style="list-style-type: none">• 10 av 14 personer intervjuades vid tre intervjutillfällen• 6 av 7 organisationer medverkade

¹²¹ Sveriges Pensionärs Förbund

6.4 Samtalsguide för fokusgruppsintervjuer

Utifrån punkterna i kapitel 4 författade vi en samtalsguide för fokusgruppsintervjun med intressegruppen. Vi utgick från den och gjorde några justeringar inför mötet med *Kolla*. Guiderna finns återgivna i bilaga 1 och 2. Inom den kvalitativa forskningen brukar man skilja mellan strukturerade och ickestrukturerade fokusgruppsintervjuer.¹²² I strukturerade intervjuer styr moderatorn samtalet mer aktivt och det lämpar sig bäst i till exempel känsliga frågor. Ostrukturerade intervjuer ger deltagarna mer spelrum att agera som grupp och detta tyckte vi var bra i vårt fall eftersom respondenterna finns med i projektet som grupper.

Vi skrev huvudfrågor och delfrågor med förhoppningen att gruppen skulle prata så fritt som möjligt utifrån huvudfrågorna. Om gruppen hade svårt att förstå och få igång samtalet planerade vi ta till delfrågorna. Till den enskilda samtalsintervjun använde vi samma samtalsguide som till fokusgruppen för intressegruppen.

6.5 Tillvägagångssätt och bearbetning

Vår första kontakt med *Kolla*projektet var under Jeanettes praktikperiod på Västtrafik våren 2005. Jeanette hörde talas om *Kolla* och fick viss kunskap om det redan då. När vi senare under våren funderade på lämpliga ämnen för vår C-uppsats började vi söka mer information om *Kolla*. Vi försökte samla på oss allt som gav oss större insikt i *Kolla*projektet; tryckt informationsmaterial, hemsidor, kommunikationsplan, handlingsplan och budgetar. Vi har också tagit del av artiklar i tidningar, en informationsfilm och gått igenom alla inblandade organisationers hemsidor. Parallellt med att vi sökt information om *Kolla* och dess bakomliggande organisationer har vi också tagit del av relevant teori. Eftersom delar av vår bakgrund baseras på filosofiska och abstrakta texter har vi valt att använda oss av tolkningar av dessa. Dels på grund av tidsaspekten och dels för att underlätta applicerandet på *Kolla*. Vi har valt att ta hjälp av forskare som tidigare har applicerat dessa filosofiska idéer på just PR.

Vid arbetets början träffade vi två personer ur *Kollas* kommunikationsgrupp för att diskutera projektet och infallsvinklar för uppsatsen. De två personerna gav oss uppgifter om när möten med intressegruppen skulle hållas och vi bestämde oss för att delta på en konferens som skulle hållas på Dalheimers hus i september och ett referensgruppsmöte i oktober. För oss var det bra att tidigt i vårt arbete få direktkontakt med många inblandade. I konferensen satt vi med som deltagare även i gruppamtalen, vilket var givande och en god början.

Vid referensgruppsmötet i oktober satt vi med som observatörer och vi spelade in mötet på video. Att få tillåtelse att spela in var inte helt enkelt, då de ansvariga först inte tyckte det var lämpligt. Efter en presentation av oss själva och vårt projekt fick vi tillåtelse och vi tror inte att inspelningen hade någon inverkan på mötet.

På referensgruppsmötet fick vi reda på att ett fokusgruppsmöte skulle hållas bara ett par dagar senare. Endast en av oss hade möjlighet att delta på så kort varsel. Detta möte kallades fokusgruppsmöte, men hade mer karaktär av stormöte med cirka 30 deltagare. Det berörde ett känsligt ämne och vi beslutade oss för att inte göra för mycket väsen av oss i respekt för mötet. Därför spelades detta möte inte in på video. Minnesanteckningar fördes och efter mötet skrevs reflektioner ner. I efterhand var det mycket värdefullt att ha deltagit på alla dessa möten eftersom respondenterna ofta refererade till dem.

¹²² Wibeck 2000: sid 45

6.5.1 Två fokusgruppsintervjuer med intressegruppen

Platsen för fokusgruppsintervjuerna med intressegruppen planerade vi till Dalheimers hus. Vi ville inte vara i Färdtjänstens lokaler där referensgruppen vanligtvis träffas, utan på en plats känd för intressegruppen.

Till första gruppen kom fem respondenter från fem organisationer. Till andra gruppen kom fyra respondenter från tre organisationer. Båda intervjuer startade med informellt prat och kaffe och höll på cirka två timmar. När fokusgruppsmötet satte igång startade vi lite mer formellt med att alla berättade om hur de kommit med i *Kollas* referensgrupp. Idén var att få var och en att säga något om sig själv i början med förhoppningen att alla skulle delta aktivt. Det var inga problem att få brukarna att prata, utan samtalen i båda grupperna var mycket livliga och innehållsrika. Alla inbjudna yttrade sig under intervjun även om det var någon i varje grupp som talade mer än andra.

6.5.2 Fokusgruppsintervju med Kollatjänstemän

Till fokusgruppsmötet med *Kollatjänstemännen* kom sex personer. Detta möte hölls i Trafikkontorets lokaler. Representanterna från Färdtjänst blev lite sena till mötet, cirka 30 minuter och vi nämner det eftersom det ledde till att vi hoppade lite i samtalsguiden och fokusgruppsintervjun blev lite rörig. En fördel med förseningen kunde dock vara att vi fick närmare kontakt med Trafikkontoret och Västtrafik vilka vi bara snabbt hälsat på tidigare.

Vi hade samma upplägg i fokusgruppen med *Kolla* och gick varvet runt så att alla fick presentera sig. Även tjänstemännen deltog aktivt och livligt i samtalet. Vår känsla är dock att de var mer försiktiga och noggranna i sina uttalanden i jämförelse med intressegruppen.

Generellt kan sägas att i alla tre fokusgrupperna kom alla deltagare till tals. Det fanns naturligtvis de som sa mindre än andra, men när vi ledde grupperna ansträngde vi oss för att involvera alla. Första frågan ställdes till varje deltagare personligt och vår tanke med det var att alla tidigt i intervjun skulle komma igång och prata. Vår upplevelse av samtalen var positiv, det vill säga samtalen var livliga, sakliga och personerna refererade ofta till konkreta erfarenheter de själva eller gruppen gjort. Förmodligen hade många av dessa reflektioner inte kommit fram om vi intervjuat enskilt. Samspelet kändes viktigt och kommentarer som ”Det har du rätt i!” var vanliga. Många gånger ställde gruppen frågor till sig själv som de sedan gemensamt kommenterade. Intervjuerna verkade också fungera som samtal om vad *Kolla* är. Upprepade gånger under intervjun sades saker som till exempel ”Det *här* har vi ju aldrig pratat om, men det är ju jätteviktigt!” och ”Nu när vi pratar om ... så förstår jag att ...”

Vi var båda närvarande vid alla tre fokusgruppsintervjuerna och en av oss var moderator och den andre tog anteckningar och var teknisk support med videoinspelningen. Vi behöll samma roller vid alla tre intervjuer för att få så lika förutsättningar som möjligt.

Alla tre fokusgruppsintervjuerna spelades in på video. Vi skrev ett sekretessavtal med deltagarna där vi lovade att inte lämna ut band till någon utomstående samt ta bort personnamn i transkriptioner och referenser i analyser. Samtalsintervjun som hölls med personen ur intressegruppen som inte kunde delta i fokusgruppen spelades in på diktafon.

6.5.3 Hantering av materialet

När vi hade allt material från de tre fokusgruppsintervjuerna och den enskilda intervjun tittade vi på inspelningarna tillsammans och transkriberade dem till skrift. Wibeck nämner i sin bok olika nivåer av transkriptioner, I- III. Den första är ordagrann och tar med uttrycks sätt och ickeverbal kommunikation. Den tredje är en skriftspråksnormerad variant och noggrann återgivning av det huvudsakliga innehållet.¹²³ Vi bedömer att vi gjorde en variant III. Vi gjorde transkriberingen själva och skrev ut de olika grupperna i olika färger. Sedan gick vi igenom

¹²³ Wibeck 2000: sid 85

materialet och kategoriserade, genom att skriva vilken kategori ett visst uttalande handlade om. Vi utgick från de kriterier vi gjort upp i kap 4; ”Dialogens dimensioner” gjorde vi huvudkategorier. Sedan klippte vi ut alla olika kategorier och förde samman alla klipp i sin respektive kategori som blev underkategorier. Det är med andra ord ämnen som kommit fram ur intervjuerna som har bestämt de övergripande kategoriernas innehåll och inte tvärt om. Vi gjorde analysen efter den modell som Wibeck benämner som ”etiketter”.¹²⁴ Vi etiketterade allt material till respektive kategori och behandlade sedan dem separat. Vi försökte ta hänsyn till hur ofta de olika ämnena togs upp och på vilket sätt. Wibeck kallar detta för frekvens, omfattning och intensitet.¹²⁵ När vi författade analyskapitlet var det viktigt för oss att diskutera samtliga kategorier och delta båda två. Här vägde vi in våra olika tolkningar av det som sades och var noga med att endast ta med material som vi tolkade på samma sätt. Det fanns vissa uttalanden som var starka, och under intervjuerna bröt vi ibland in för att återberätta så vi uppfattat rätt. Detta hände flera gånger under intervjuerna och det kändes viktigt att ha ställt frågor som: ”Det låter som om du tycker att ...?” och ”Är det rätt uppfattat?” Detta kommer vi att återkomma till i analyskapitlet (kapitel 7).

6.6 Sammanfattning och utvärdering

6.6.1 Reliabilitet

Eftersom vi deltagit personligen i flera möten som deltagarna pratade om i intervjuer kunde vi relatera till de situationer som diskuterades. Det var värdefullt både vid intervjutillfällena och för det material vi fick med oss från dem. Vi hade också fått en relation till flera respondenter och detta ser vi som positivt. Det var inte svårt att få deltagare till intervjuerna och de gick även med på att spelas in på video. (Den enda person som hoppade av medverkan i fokusgruppen var en person vi inte tidigare träffat personligen vid tidigare möten i *Kolla*.) Vi tror inte att videoinspelningarna påverkade samtalen i grupperna och forskningsmaterialet, men det kan vi aldrig veta.

Eftersom fokusgrupperna videoinspelades minskas risken för missuppfattningar och feltolkningar i efterhand. Våra citat är direkta avspeglningar på vad som faktiskt sägs och sammanhang och kroppsspråk finns också med på banden. Vi har gått tillbaka till banden flera gånger när vi gjort analysen.

De intervjuer som gjordes i början av projektet spelades inte in och det kan ses som en brist. Men eftersom vi endast såg dessa som en metod för att skaffa oss kunskap kring projektets utformning så såg vi inte det som nödvändigt. Vi ville heller inte att det skulle bli en intervju utan snarare ett samtal där man undersöker och lär känna varandras avsikter och syften. Vi använder inte de första intervjuerna som huvudmaterial.

Vi inser att eftersom vi inte har tagit del av material som sträcker sig över hela 2005 så har vi en begränsad inblick i *Kolla*projektet.

Allt eftersom vår kontakt med *Kolla* utvecklats har fler förslag uppkommit på till exempel intervju personer och informationsvägar. I efterhand är det synd att vi inte djupare intervjuat den person som är ansvarig projektledare för *Kolla*. I början av arbetet såg vi kommunikationsgruppen som förgrundsgestalt i vårt arbete, men så här i efterhand hade vi vunnit på att intervju projektledaren. Tidspressen i detta arbete har ibland tvingat oss avgränsa våra ambitioner.

Platsen för fokusgruppen valde vi medvetet. Både intressegruppen och *Kollaledningen*¹²⁶ fick träffas på ”hemmaplan”. Detta kändes viktigt för att de skulle känna sig avslappnade och

¹²⁴ Wibeck 2000: sid 89

¹²⁵ Wibeck 2000: sid 96

¹²⁶ När vi skriver *Kollaledningen* refererar vi i denna uppsats till de tjänstemän som sitter med i referensgruppen, *inte* hela ledningsgruppen.

hemma. Wibeck menar att det är viktigt med både den fysiska platsen och den sociopolitiska miljön för att få god kvalitet i materialet.¹²⁷

En aspekt som vi inte går djupt in på i vårt arbete är hur kommunikationen påverkas av att det just är en grupp funktionshindrade som är part i dialogen. Vi har valt att inte särskilt lyfta fram denna infallsvinkel, dels av platsbrist och dels för att det inte är vårt syfte. Men när vi gör analysen är detta ändå en aspekt att ta hänsyn till. De flesta personer i intressegruppen saknar till exempel erfarenhet av kollektivtrafik och då blir det svårt att relatera till vissa frågor.

En av intervjuerna i vårt material var med en enskild person av skäl vi har förklarat. Den personen fått mer utrymme och ett annorlunda forum och det kan påverka utfallet. Vi har valt att inte märka ut de citat som är från denna intervju eftersom vi lovat att inte avslöja vem som säger vad. Vi har däremot vägt in denna aspekt när vi gjort analysen.

Efter vi gjort vår analys kändes det viktigt att gå tillbaka ännu en gång till materialet för att bedöma att vi gjort riktiga slutsatser. I Wibecks bok fanns detta tips om att härleda baklänges¹²⁸. Detta kändes viktigt för oss eftersom vi lämnar från oss den färdiga uppsatsen till *Kolla*. Felaktiga konklusioner kan ha negativa effekter på *Kolla*projektet och vi vill undvika att svika det förtroende vi fått av de inblandade.

När vi gjort resultat och analyskapitel har vi hela tiden suttit båda författarna samt diskuterat livligt omkring det. Om vi inte varit överens om slutsatser har vi inte tagit med dem.

6.6.2 Validitet

Det som vi uppfattade som svårt var att avgränsa oss och verkligen undersöka bara dialogen. De olika fokusgrupperna agerade väldigt olika och som ovan forskare kunde det ibland vara svårt för oss att hålla samtalen inom ramarna, eftersom vi samtidigt är ute efter att de ska samtala fritt.

För att följa samtalen och gruppen blev frågeställningarna inte ställda i samma ordning i de olika grupperna, inte heller på samma sätt. Och i ett fall behövdes det inte ställas mer än tre öppningsfrågor för att hålla konversationen levande och ibland för att styra in dem på spåret igen. Att grupperna agerade, reagerade och samspelade på så olika sätt var både svårt och intressant.

Det finns en risk i fokusgruppsintervjuer att även om deltagarna litar på att forskaren hanterar materialet konfidentiellt, så kan de andra deltagarna i grupperna sprida det¹²⁹. I vårt fall kan detta vara särskilt svårt eftersom deltagarna ingår tillsammans i ett pågående arbete. Kanske finns det ämnen någon inte vågar ta upp eftersom man ju ska fortsätta arbeta i projektet. Det kan ju även finnas starkt gruppträck i denna typ av fokusgrupp, eftersom alla deltagare känner varandra.

"Ibland säger deltagarna bara vad som är socialt accepterat och utelämnar information som inte är socialt önskvärd. Ibland kan de av artighet och rädsla att genera andra avstå från att tala om ett känsligt ämne."¹³⁰

En liten risk med vårt utförande av fokusgrupper kan också vara att vi kommer in som två utomstående till en stor grupp som jobbar tillsammans. Vi upplevde emellertid de flesta respondenter som öppna och tillmötesgående.

När vi gör analysen behöver vi ta hänsyn till de olika roller parterna har i projektet. Intressegruppen var mer rättfram och pratsamma i sina gruppintervjuer. Vissa frågor blev som köttben som de slogs om. De började måla upp, nästan fantisera om hur det egentligen var.

¹²⁷ Wibeck 2000: sid 118

¹²⁸ Wibeck 2000: sid 119

¹²⁹ Wibeck 2000: sid 115f

¹³⁰ Wibeck 2000: sid 121

Detta har vi tagit hänsyn till när vi valt ut materialet. *Kolla*ledningen var mer på sin vakt, för att använda samma genre av bildspråk. De var försiktigare och mer medvetna om sina uttalanden. Vi kunde ibland uppleva att *Kolla*ledningen var orolig att vi skulle göra för starka slutsatser av deras uttalanden. De var mycket försiktigare än intressegrupperna, noggrannare med att uttrycka sig korrekt. *Kolla*ledningen befinner sig i en situation där de inte till oss kan anförtro eller lova saker som de inte kan lova brukarna. De flesta av dessa uttalanden har dock rört sig om detaljer i projektet som inte rör kommunikationen utan andra aspekter. Vi tror inte detta har försämrat reliabiliteten i vår undersökning på allvar, men det kan påverka.

Vi upplever inte heller att det är så känsliga ämnen vi har samtalat om. Det finns visst missnöje i intressegruppen, men ingen verkar ta sin uppgift på ett personligt negativt sätt.

Atmosfärerna i fokusgrupperna upplevde vi som öppen och ärlig. Det har funnits många olika åsikter. I alla grupper har deltagare vid något tillfälle sagt emot annan deltagare med uttalanden som; ”Nej, jag håller inte med dig om detta. Jag tycker faktiskt...”

Sammanfattningsvis har vi undersökt det vi ämnade undersöka, och gjort det på ett tillförlitligt sätt.

Nedan följer en utförlig genomgång och analys av vårt material. Vi utgår från våra sex byggstenar (kapitel 4) för en dialog. Hur ser kommunikationen och dialogen ut i Kolla?

7 ANALYS

7.1 Kommunikationens struktur och form

7.1.1 Inledning

Vi har beskrivit *Kolla*projektet, tagit upp relevanta teorier, redogjort för hur vi genomfört studien och nu ska vi redovisa vad vi kommit fram till. Innan vi börjar upprepar vi våra frågeställningar:

Hur påverkar kommunikationsstrukturen och mötesformen dialogen? Har parterna i *Kolla* gemensamma mål? Lyssnar tjänstemännen i *Kolla* på brukarna? Har aktörerna ömsesidig förståelse och respekt för varandra? Ges förutsättningar för att verklig dialog kan skapas? Hur upplever intressegruppen sin delaktighet i projektet? Vad kan dialogarbetet tillföra projektet?

I vår förstudie sökte vi svar på hur de ansvariga inom *Kolla*projektet lagt upp kommunikationsarbetet med de framtida brukarna. De säger att intressegruppen är ett viktigt forum för *Kolla* att stämma av förslag och förändringar som planeras. Från *Kollas* ledning finns också en förväntan att intressegruppen ska föra vidare information och vara en kanal mot sina respektive organisationer.

Det finns inga skriftliga planer eller protokoll över hur man tänkt praktiskt angående referensgruppens möten. Kommunikationens struktur har formats allt eftersom, och utgångspunkt har varit tidigare samarbete i färdtjänstens brukarråd.

I kommunikationsplanen för *Kolla* kan vi läsa om hur tankarna gått kring arbetet med just denna målgrupp. Vi har valt ut ett par citat som vi tycker sammanfattar hur *Kolla* ser på detta:

"En förutsättning för framgångsrik kommunikation är att varje målgrupp identifieras och gemensamma egenskaper och intressen listas ur ett gemensamt perspektiv."¹³¹

"Framgångsrikt informationsarbete handlar mycket om att lyssna. Till förhoppningar och farhågor. En förutsättning är därför att det finns kanaler där dessa yttringar kan strömma in."¹³²

"Informationsinsatser bör alltid ske inför, under och efter. Inför för att "bereda vägen" och förhindra oro och felaktiga slutsatser hos dem som berörs och för att deras förhoppningar på slutresultatet ska vara realistiska. Under för att tala om vad som sker och när det är klart. Efter för att meddela projektets slut och bekräfta att övergång skett till de nya rutinerna."¹³³

¹³¹ Kommunikationsplan Enklare Resa (2004): sid 5

¹³² Kommunikationsplan Enklare Resa (2004): sid 9

¹³³ Kommunikationsplan Enklare Resa (2004): sid 8

På frågan om hur viktig intressegruppen är för *Kolla*projektet svarade Färdtjänstens informationsansvarig Eva Rödsta:

”Fungerar inte dialogen med dem (intressegruppen) ligger vi risigt till i det här projektet.”¹³⁴

För att ge en bild av hur kommunikationen med intressegruppen ser ut har vi gjort en översikt över möten mellan *Kolla* och intressegruppen under 2005, se bilaga 3. I sammanställningen tar vi inte med *Kollas* styrgrupps-, arbets- eller interna möten, utan bara möten intressegruppen är inbjuden till. Vi presenterar här flera typer av möten, men kommer närmare att koncentrera oss på just referensgruppsmötena eftersom de är stommen i kontakten och de som vi i denna studie särskilt fokuserar på.

7.1.2 Referensgruppsmöte

Färdtjänsts brukarråd har som vi beskrivit i bakgrunden engagerats i *Kolla*projektet som en referensgrupp. På referensgruppens möten träffar intressegruppen tjänstemän från Färdtjänst, Trafikkontoret och Västtrafik. Referensgruppens möten planeras in i tid efter ledningsgruppens möten och tjänstemännen rapporterar om aktualiteter. Kallelse i form av en enkel agenda går ut skriftligt. Agendan brukar vara ganska kortfattad. Det referensgruppsmöte vi deltog i den 28 oktober hade sex punkter. De flesta av dessa punkter är av rapporterande art, det vill säga det handlar om att *Kolla*ledningen ska informera intressegruppen om var projektet står. Mötena hålls oftast på Färdtjänsts kontor och ordförande är Färdtjänstdirektören. Mötestiden har bestämts till två timmar.

Intressegruppen bjuds även in till andra möten som behandlar särskilda ämnen på djupet. Se bilaga 3.

Eftersom det är *Kolla* som bjuder in intressegruppen är det *Kolla* som bestämmer dagordningen, leder mötet och på så vis styr kommunikationen. Mötena har starka drag av rapporterande, även om målsättningen också är att få reaktioner och synpunkter på det som tas upp.

7.1.3 Struktur på referensgruppens möten

Mötet öppnas av ordförande, och tillfälle ges då åt alla att lägga till punkter på dagordningen. De första punkterna på dagordningen är att ansvariga rapporterar och ger information. I samband med detta ställer intressegruppen frågor och kommenterar. Även om mötet i beskrivningen kan verka formellt är vårt intryck att mötena präglas av öppen, informell och relativt fri kommunikation utan särskilt stark styrning av ordföranden. Mötet är heller inte fast strukturerat utan många åsikter kommer fram på ett okontrollerat sätt. Det finns inga klara former för hur brukarna ska återge sina synpunkter, vilket skapar oordning. Som exempel kan ges att när en ansvarig rapporterar om en viss sak kan det komma upp frågor som egentligen inte har med just den saken att göra. En annan tendens som vi märkte i mötet, och som många nämner i våra intervjuer, är att uttalanden från en representant för ett visst funktionshinder ofta följs av kommentaren från en annan av typen ”Men *vi* då? Glöm inte bort *våra* behov!”.

Referensgruppsmötena har samma form som Färdtjänsts brukarråd. Hur pass det förts samtal om formen bland de olika parterna vet vi inte, men i våra fokusgruppsintervjuer med brukare framträder ett stort behov om att prata om detta. Behovet av att samtala fritt omkring mål, syfte, och roller märks starkt i intressegruppen. Vi kopplar detta till den metakommunikation vi berört i teorin. Om det inte förs ett djupare resonemang om varför och hur man ska träffas finner sig förvirring. Kanske kan man tycka det är ett abstrakt samtalsämne, men i

¹³⁴ Intervju Eva Rödsta

intervjuerna uttryckte många en konkret önskan om att hålla samtal på en ”högre nivå”. Vi tar ett exempel från en av brukarna:

PERSON 6 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

” Men man måste börja med en vision som ...säg om ett år kanske man har en lite bättre bild av tanken. Och säg om fyra år då kanske saker får förändras med tiden. Hela samhällsbilden kanske är annorlunda om åtta år. Man måste ha klart för sig att vi måste ha en vision. Och sedan går vi till verkställandet.”

I våra intervjuer framkommer att många deltagare i både intressegruppen och *Kollaledningen* upplever mötena som röriga och ibland frustrerande. Trots det kommer det också fram att många tycker det finns en gemytlig stämning på referensgruppens möten. Flera personer i både *Kolla* och intressegruppen säger att samarbetet utvecklas i positiv riktning.

7.1.4 Mötets innehåll och uppföljning

Referensgruppens möten handlar mycket om att *Kollatjänstemännen* ska informera och rapportera om hur projektet fortskrider och intressegruppen ska ge sina reaktioner på detta. Tjänstemännens tankar om detta syns i följande citat:

(Fokusgruppsintervju, ’ledningen’):

ORGANISATION 2:”De (intressegruppen) ska veta vad vi sysslar med...och komma med synpunkter helt enkelt. De måste känna vart projektet är: ”Vart är vi någonstans och vart ska vi?”

ORGANISATION 1: ”Ja, vi måste inte komma till en lösning på en fråga. Om vi har fått tala om vart vi står, vad vi har gjort och vad vi inte har hunnit än och om de har fått tala om vad det tycker är bra och dåligt, då har det varit ett bra möte.”

Vi ser i intervjuer och kommunikationsplanen att främsta målet med kommunikationen är rapportera. Här är det strategiska handlandets princip tydligt. *Kolla* blir en sändare som vill informera en mottagare. Å andra sidan finns en klar förväntan på att få reaktioner på det som presenteras.

I viss utsträckning tas även ärenden upp som medlemmar i intressegruppen tagit initiativ till. Ingen verkar tycka att det skulle vara svårt att ta upp frågor på agendan, men de anmäler sällan frågor i förväg.

I intressegruppen råder däremot stor förvirring om hur de åsikter de tar upp på möten förs vidare i projektet. De ifrågasätter hur de kan vara säkra på att deras åsikter tas på allvar och inte glöms bort. Tjänstemännen ser det inte detta som ett problem eftersom flera av dem sitter i ledningsgruppen för projektet. Men det verkar inte ha gått fram till intressegruppen hur och vilka av alla de saker som tas upp som förs vidare. Vissa personer i intressegruppen är förvirrade över om det förs anteckningar på mötena, vilket det görs.

En annan synpunkt brukarna har är att det är för mycket rapportera och informera. Flera påstår att de redan hört den information som tas upp på mötet. Några säger att det är för mycket tabeller och siffror. Å andra sidan finns de som inte tycker de får veta nog.

Kollaledningen tar i fokusgruppsintervjun upp att de har svårt för situationer när intressegruppen tar upp ämnen som ledningen inte har säkra svar på. Hellre än att säga att de inte vet, tar tjänstemännen tillbaka frågan och säger att de ska återkomma senare. I fokusgruppen märker de att det finns flera viktiga frågor som dröjer på detta sätt. De kan inget säga säkert, men oron växer bland brukarna eftersom de inte får besked.

Tjänstemännen verkar hoppas att intressegruppen ska nöja sig med svar som ”Vi jobbar med den frågan” och ”Vi får se hur det blir”. Så är dock inte fallet. Intressegruppen kämpar mycket med dessa typer av uttalanden, och hittar ibland på egna svar. Vår reflektion är att många människor är så vana vid det strategiska handlandet att de automatiskt tänker in det. Ges inget svar på en fråga kanske organisationen vill manipulera bort den.

Innan vi går vidare och analyserar grundpelarna i dialogen vill vi tillägga att samtalen med intressegruppen i *Kolla* ges resurser och utrymme. Ledningen i projektet lägger ner mycket av sin arbetstid i olika samtal direkt med brukare och detta är en bra utgångspunkt för att kunna samverka i en dialog. Det förekommer också informella kontakter mellan brukare och projektledning som ger fördjupade relationer.

7.1.5 Sammansättningen och storleken av intressegruppen

Brukarrådet i Färdtjänst har utnämnts till referensgrupp i *Kolla*projektet. Brukarrådet har funnits under många år. Respondenter har berättat att det förr fanns mycket osämja mellan Färdtjänst och brukarrådet. Samtalen präglades av kritik, utskällningar och försvarande. På senare år har klimatet och ledarskapet blivit öppnare mot brukarna, och detta är både intressegruppen och *Kolla*tjänstemännens bild. Det talas mycket från framför allt Färdtjänsts ledning om samarbete. Många berättar också om de fördjupade personliga relationerna grupperna emellan.

Till referensgruppsmöten med *Kolla*, bjuds fjorton representanter från handikapps rörelsen och pensionärsorganisationerna in. Det är lite olika vilka som kommer varje gång. Med på mötena finns också projektledaren för *Kolla* och runt tio tjänstemän. Sammanlagt kan man alltså vara 24 personer på ett möte. Att skapa förutsättningar för en god kommunikation mellan så många deltagare kräver genomtänkta former. Med 25 deltagare finns det 300 kontaktvägar¹³⁵.

Anledningen till att referensgruppen har så många deltagare är att så många organisationer som möjligt ska finnas representerade. Intressegruppen hade också en önskan om att vara flera personer från samma organisation. Detta gör att intressegruppen har svårigheter att samverka som grupp. Det uppstår konkurrens inom intressegruppen som bland annat leder till upprepan. Liknande beteende uppkom i vår intervju och en av respondenterna reagerade såhär:

PERSON 2 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

”Men det är ju sådant här som händer hela tiden (’tjafset’). Vi har helt olika perspektiv, helt olika utgångspunkter och helt olika förutsättningar. Det är kanske därför som vi inte alltid får ut det mest av mötena. De (*Kolla*) kanske heller inte känner att de får så mycket ut, för folk säger så motstridiga grejer hela tiden. Och det gör man med all rätt, för man utgår från helt olika situationer. Men då kanske det inte är det bästa sättet att träffa människor på, för att återknyta till det igen. ...”

Vid flera tillfällen har kommenterats att referensgruppen känns för stor. Någon hade hellre sett att varje organisation fick träffa *Kolla* enskilt.

Under intervjuer och observationer ser vi att både struktur och sammansättning av referensgruppen inte varit nog genomtänkt. Det känns som att gruppen uppstått spontant, på både gott och ont. Sättet som brukarrådet i Färdtjänst kom att bli referensgrupp för *Kolla* känns slumpartad, men det var förstås både en naturligt och lätt lösning eftersom kontakten redan fanns. En tjänsteman berättar om mötet när gruppen kom på tal för *Kolla*:

¹³⁵ Se sid 27 i detta dokument

ORGANISATION 2 (Fokusgruppsintervju, 'ledningen?):

”Å sjutton, vi måste ju ha brukarna med’. --- Det var ju innan det hade satt igång och det är klart vi måste ha det. Det var självklart.”

En annan observation vi gjort i våra intervjuer är att intressegruppen inte träffas som egen grupp utanför sammanträdena med *Kolla*. Ofta kommer var och en direkt till mötena, och det händer sällan att de förbereder någon fråga tillsammans som grupp. Detta kan vara en bidragande orsak till den konkurrens som finns inom gruppen. Mer om detta i avsnitt 7.4.3 Inbördes förståelse.

Innan vi går in på hur mötena uppfattas av respondenterna i våra intervjuer ska vi kort redogöra för andra typer av möten som finns i *Kolla*projektet. Dessa möten är en viktig del i arbetet och vi hänvisar till dem i den vidare analysen.

7.1.6 Fokusgruppsmöten

Inom *Kolla*projektet finns flera delprojekt¹³⁶ och de ansvariga för dessa har bjudit in intressegruppen till fokusgrupper för att diskutera varje arbete för sig. Idén med fokusgruppsmötena är att intressegruppen på ett tidigt stadium skall ge feedback på viktiga moment i *Kolla*. Vi besökte ett sådant möte, just detta behandlade insiktsutbildningen av förare. I mötet deltog sammanlagt 32 personer från Färdtjänsten, intressegruppen, Spårvägen, Trafikkontoret och Västtrafik. På mötet presenterades en skiss med förslag för utbildningen som ska hållas nästa år för 1 600 förare. Platsen för mötet var Dalheimers hus, det vill säga inte någon av *Kolla*-organisationernas egna lokaler, utan snarare intressegruppens domän. En instruktör redogjorde för förslaget och sedan lämnades ordet fritt att kommenteras. Också på detta möte är *Kolla* initiativtagare och har bestämt dagordningen. De startar mötet men bjuder snabbt in till synpunkter. Vid detta möte deltog fler aktörer som intressegruppen sällan träffar. När brukare hade synpunkter på förslaget kunde dessa direkt svara om hur de såg på de åsikter som framfördes. På mötet beslutade intressegruppen att samlas och prata sig samman och återkomma med ett gemensamt uppslag i ärendet. Många ser detta som ett positivt framsteg i hur brukarna aktivt tar tag i saker och inte bara klagar.

7.1.7 Stormöten och konferenser

Stormöte har hållits med alla handikapp- och pensionärsorganisationer. På detta möte gavs information om *Kolla*projektet direkt till medlemmar ur organisationerna. Det har också hållits en endagskonferens med det forskningsteam som ska ”skugga” *Kolla*. Här möttes politiker, tjänstemän och brukare för att samtala om projektet. Förmiddagen bestod av föredrag och eftermiddagen av diskussioner i grupper om ca åtta deltagare.

Kolla är initiativtagare till konferensen. I smågrupper samtalar intressegruppen, *Kolla* och politiker tillsammans. I detta forum ställdes många öppna frågor såsom ”Vad tycker ni ska tas med i forskningen och utvärderingen om *Kolla*”? Det gavs möjligheter för intressegruppen att framföra åsikter i mindre grupper. Samtalet var också spritt bland många aktörer och även politiker fanns med i alla grupper.

7.1.8 Brukartester

Några tillfällen under året har brukare deltagit i tester av nya fordon och byggnation kring hållplatser. Brukartester hålls ute på den plats eller i det fordon som ska testas. Vi har inte deltagit i något brukartest, men i diskussion kring det. Tjänstemännen i *Kolla* uppmanar färdtjänstbrukare att pröva att åka, och ser detta som en viktig del i kontakten med

¹³⁶ Insiktsutbildning av förare, Resträning, Ledsagarservice

intressegruppen. Syftet med testerna är att i verkligheten pröva hur lösningar fungerar för olika brukare.

7.1.9 Sammanfattning kommunikationsstruktur

De strukturer och former som finns för samtalen motverkar i flera avseenden framväxandet av en äkta dialog. Även om intentionerna är att samverka så är kommunikationsstrukturen uppbyggd kring att rapportera. Detta gör att hela samarbetet präglas av rapporterande. Att agera med strategiska avsikter, men samtidigt säga och tro att de är kommunikativa, skapar förvirring. Kanske finns inte medvetenhet eller kunskap om sambandet. Förmodligen har strukturerna satts upp utifrån vad som gjorts tidigare.

Kolla har inte tagit i beaktande det stora antal personer som ska träffas. De verkar snarare ha gått efter principen ”ju fler desto bättre”. Tanken igen är god, men en för stor grupp gör att samspelet inte blir hanterbart eller fruktbart.

Intressegruppen har inbördes problem som vi kommer gå in på senare. Detta har inte *Kolla*ledningen har tagit i beaktning. De ser inte att hela projektet skulle gagnas om brukarna samarbetade bättre inom gruppen.

Att så många brukare är förvirrade över arbetsgången i projektet bådär inte heller gott. De behöver ges insikter som möjliggör delaktighet. Vår slutsats är att *Kolla* behöver se över formerna för samarbetet mer medvetet och med allas intresse i åtanke. Dessa bör sedan samtalas vidare om tillsammans med brukarna.

Nedan kan du följa åt vilket hålla Kollas kommunikation, dess struktur och form drar om man ska använda Habermas figur.

Figur 12: Kommunikationens struktur och form kan härledas till öppet strategiskt handlande



Källa: Habermas 1999: sid 101

7.2 Mål

7.2.1 Projektets mål

Målet med *Kolla* är Kollektivtrafik för alla. Men hur många och vilka som kommer omfattas av ”alla”, är en osäkerhetsfaktor. Det finns visioner för vad *Kolla*projektet ska uppnå, men olika grupper har olika tolkningar av det. Det är tydligt att olika parter har olika mål egentligen. Tjänstemännen ska genomföra ett projekt inom de uppsatta ramarna. De synskadade vill ha hållplatsutrop och DHR vill ha många rullstolsplatser i spårvagnar. Detta illustrerar att målen är på olika nivåer vilket gör det svårt för parterna att föra en dialog, i alla fall om man inte finner gemensamma mål. Det verkar inte som om de har pratat om övergripande mål tillsammans. De flesta såg mycket undrande ut när vi tog upp ämnet under intervjuerna. En av tjänstemännen sa eftertänksamt:

ORGANISATION 3 (Fokusgruppsintervju, ’ledningen’):

”Jag uppfattar att det finns en sorts...det finns en målkonflikt.”

Denna målkonflikt hänvisar många till i intervjuerna, även om inte den benämns just så skarpsynt. Konflikten verkar bestå i att alla har olika särintressen att bevaka i projektet eftersom de har olika roller. En del ”ska påverka”, andra ”har sitt ansvar” och ytterligare en ”har en friare roll”. En slutsats vi drar utifrån intervjuerna är att eftersom rollerna är så pass bestämda så finns var och en med i *Kolla* för just sitt speciella intresse. Det gör att det blir svårt att komma fram till gemensamma mål. Istället strävar var och en organisation efter att få just sina mål genomdrivna. Det strategiska handlandet är det som förväntas av alla. Och dum vore den som då inte bevakade sina intressen.

En öppen målbild som diskuteras, tolkas och justeras gemensamt utvecklar samarbetet. Det innebär möjligheter. Men här har man inte samtalat nog om det, så stället upplever intressegruppen frustration istället.

7.2.2 Målet med träffarna

Mötena ska enligt *Kolla*ledningen förse intressegruppen med information så att de kan ge feedback på det som sker i projektet.

I intressegruppen råder delade meningar om syftet med att de träffas. Svar vi fick under intervjuer var att det är viktigt att komma fram till saker och få svar. Andra ser det som att man ska lösa problem gemensamt med *Kolla*. Det vanligaste svaret var dock att man vill företräda just sin organisation, göra sig hörd och framföra sina sakfrågor. Flera personer upplever syftet med mötena förvirrande och ser ingen ordnad struktur. Om de på ett tidigt stadium kunnat enas om mötenas syfte, kanske läget hade varit annorlunda. Om de hade lyckats med detta skulle tiden kunna användas till annat än att käbbla, och det hade förmodligen gagnat alla parter. Här blir det abstrakta begreppet metakommunikation verkligt. Att prata om hur man pratar blir viktigt.

Att det tar tid att upprätta samarbetet tar de allra flesta hänsyn till. Många säger att det samarbetet ökar och blir mer och mer positivt. Det är fördelaktigt för dialogförfarande att det finns ett långsiktigt perspektiv.

7.3 Lyssnandet

7.3.1 Lyssnar ledningen?

I våra intervjuer säger ledningen att de upplever att ”mötena är relativt öppna” och att alla inblandade kan säga vad de vill. Tjänstemännen vill lyssna till brukarnas synpunkter. Däremot

är de ganska överens om att för mycket kritik och klagande kan vara jobbigt och i längden svårt att ta till sig. En person i *Kolla* medger:

ORGANISATION 1 (Fokusgruppsintervju, 'ledningen'):

"Det är ju kritiken som gör att man blir lite avtrubbad, tyvärr och man kanske inte lyssnar lika mycket som man borde göra på de konkreta åtgärderna för det är så mycket runt omkring.... De tar med sånt som inte är konkret, som är svårt för oss att hantera."

Om vi tar denna attityd och jämför den med Isaacs idéer om lyssnandet så ser vi att endast viljan att lyssna inte räcker. Tjänstemännen vet att brukarnas roll är att påverka och denna föreställning påverkar deras sätt att lyssna till dem.

Tjänstemännen uttrycker viss besvikelse för att brukarna visar lite förståelse för deras arbete i att göra saker "som är till gagn för dem", som en tjänsteman uttryckte det. Det gör att de inte orkar lyssna ibland. De upplever inte att brukarna förstår dem.

Vi skriver i vårt kapitel om dialogens dimensioner att lyssna är att bekräfta och respektera den som talar och ge återkoppling ur det egna perspektivet. I den meningen lyssnar inte tjänstemännen. Många brukare saknar nämligen återkopplingen.

Vi vill lyfta fram ett exempel när aktivt lyssnande lett till en skapande process. På referensgruppsmötet vi deltog tog en brukare upp att den blå färgen på bussarna i Göteborg är direkt olämplig för synskadade. Tjänstemännen sade till en början att det ju blir omöjligt att måla om alla fordonen, men efter en stunds samtal uppkom idén att förse fordonen med en tydlig, vit rand för att lösa problemet. Vad vi vill poängtera här är att viktiga problem genom dialogen kan komma till ytan och gemensamma lösningar diskuteras.

7.3.2 Känner brukarna sig lyssnade till?

Brukarna är rörande överens om att de upprepar sina synpunkter många gånger under mötena. De tar upp samma förslag möte efter möte tills de får någon reaktion. Eftersom de inte vet vart deras synpunkter tar vägen är de rädda att viktiga saker tappas bort om de inte påminner om dem. En kvinna i intressegruppen formulerar det såhär:

PERSON 2 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

"--- Var tar det vi sagt vägen? Så att man inte går därifrån med känslan av att 'Jag sa ju det där, och det tyckte de ju var bra' tills det nästan var slut och då sa de 'vi får se hur det blir'."

Här återger personen i fråga att hon inte får återkoppling eller bekräftelse på det hon tar upp. Därför blir hon osäker på om de verkligen lyssnar. Nästa möte tar hon igen upp samma sak. Egentligen kommer vi här även in på området respekt. Att inte ge feedback på vad någon säger är att inte visa respekt. Detta kommer vi att gå in på senare. Det allvarliga här är att *Kolla* inte bemöter synpunkterna utan skjuter dem på framtiden och på så sätt undviker dem. Det ger signaler om att inte lyssna. Frågan som infinner sig är om det går att lyssna utan att visa att man gör det? Ska vi tro Isaacs så går det inte. Slutsatsen blir att även om det finns en genuin vilja att lyssna, så kan det finnas begränsningar och skäl till att det blir svårt att göra det.

Uttrycken "tjat" och "tjata" återkommer genomgående i båda intervjuerna med intressegruppen när de berättar om hur de framför sina åsikter. Resonemanget blir igen tydligt när en person i intressegruppen stolt berättar:

PERSON 4 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

"Man kan faktiskt få fram ett förslag! För att jag har ju tjatat, det vet ju du X, att ska det här Kollaprojektet fungera i verkligheten så behöver.... Och det har jag tjatat om ända från början och nu kom det *faktiskt* upp."

Inom intressegruppen finns konkurrens om uppmärksamheten, och detta ökar svårigheterna för gruppen som helhet att kommunicera och föra fram sina åsikter. Detta gör det svårt att lyssna, för det blir en tröttsam atmosfär. En person i intressegruppen uttrycker det såhär:

PERSON 2 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

"Efter ett behov precis har blivit belyst känner man; 'Men *jag* då? Men *jag* då? Eller *vi* då?'"

Gruppen upplever sig som tjatig och jobbig. Vissa visar uppgivenhet över att inte kunna hålla samman. De har förståelse för att *Kolla* inte orkar lyssna på tjatet. Ett följdproblem är att de uppfattas som negativa om de ifrågasätter, och här ger vi ett exempel på det från vår intervju. Efter en beskrivning av hur hon upplever att åka kollektivt kommer denna person in på hur ledningen lyssnar på hennes upplevelser:

PERSON 8 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

"Jag kastar mig liksom in i vagnen och trycker mig upp efter väggen, och där står jag tills jag ska gå och då slinker jag ut genom framdörren fast man inte får. Det känns som om det här med att ta sig fram till stämpelautomaten... Jag kan skratta åt det...och det där med att stå cowboyaktigt bredbent håller inte, och då tänker jag att 'ja, ja...' Om man ser det stora flertalet som har färdtjänst, *jag* kan ju tycka att det är tufft... och då tänker jag på den här stora gruppen som man nu tänker ska åka kollektivtrafik... Det här (att lyssna på) tycker jag att man har varit lite dålig på ...då får vi höra att vi är negativa, men för mig blir det inte riktigt sakligt om man inte tar med det här från början. Det gör mig lite förtvivlad, jag kan tycka att de kan ha en lite för lättvindig syn."

Samtidigt som detta uttrycks starkt så kommer det också fram i intervjuer att flera personer i intressegruppen visst ser att intentionerna att lyssna finns och att deras åsikter tas på allvar.

PERSON 9 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

"Jag hoppas att de anställda inom färdtjänst och vi övriga som ska vara med här kommer att samarbeta på ett bra sätt. Jag tycker det... och det har jag upplevt också. Man har varit väldigt positiv för att höra våra synpunkter om det. Och jag hoppas att ni andra också har uppfattat det så. Jag förväntar mig faktiskt något positivt utav det, om inte ekonomin och politikerna stoppar oss."

Vi har sagt att lyssnandet är nyckeln till dialogen. Men vi behöver lägga till att det också handlar om att skapa en plattform där det är möjligt att uttrycka sig på ett ordnat sätt för att det ska gå att lyssna.

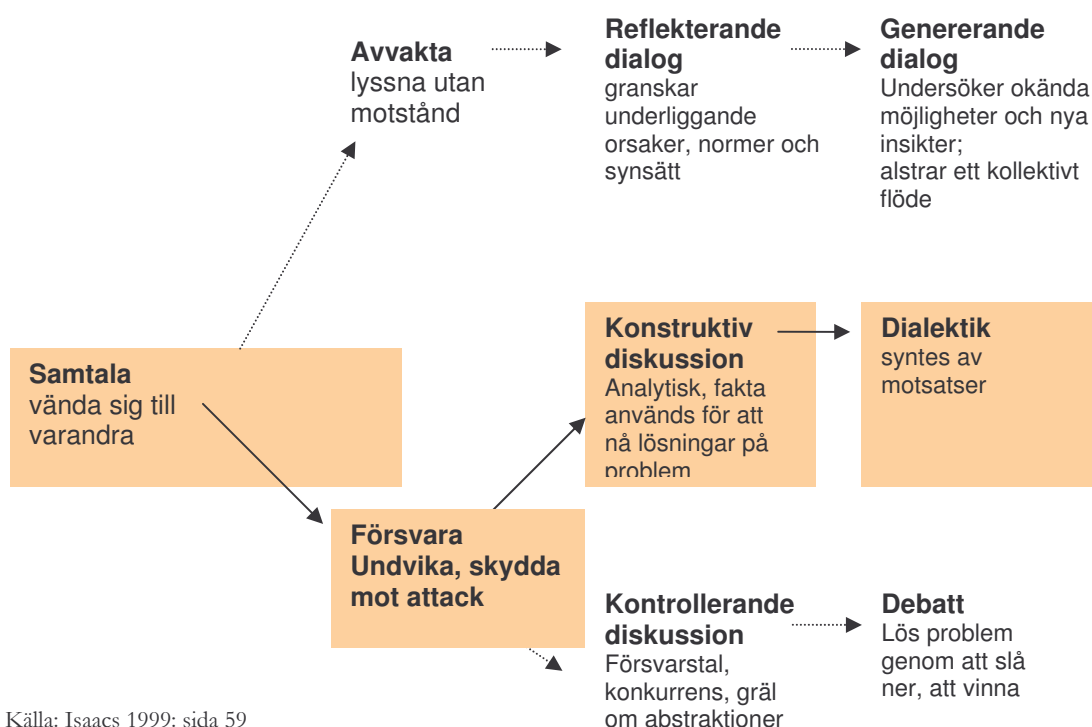
Det är svårt för alla aktörer i projektet att lägga undan förutfattade meningar om varandra. Många har tidigare erfarenheter av liknande samarbeten och det är inte möjligt att starta om helt från början. Detta gäller inte minst brukarna. En medvetenhet om att lägga bort de förutfattade åsikterna om varandra skulle gagna projektet.

Vi tror att den skepsis intressegruppen visar beror på brister i just lyssnandet. Brukarna utgår inte från att *Kolla* även kan ha *deras* bästa för ögonen. Gruppen som blir inbjuden utgår automatiskt från att organisationen bara ser till sina egna mål, och tror dem inte om att ta in

deras. Åter igen kan vi koppla till att tala igenom målet med mötena. Att metakommunicera om vad som ska åstadkommas. Om målet med samarbetet är delaktighet får det konsekvenser för lyssnandet. Då blir intressegruppens kunskaper ovärderliga.

För att sammanfatta avsnittet om lyssnandet går vi tillbaka till Isaacs figur om hur lyssnandet påverkar samtalets utveckling. Vår bedömning är att samarbetet mellan intressegruppen och *Kolla* just nu är en konstruktiv diskussion och resulterar i en syns av motsatser (se färgad markering i figuren). Lyssnandet präglas inte direkt av försvar, men ofta av undvikande. Det finns naturligtvis även spår av det avvaktande lyssnandet utan motstånd, men inte till den grad som behövs för att gå in mot den genererande dialogen i Isaacs modell. Här har vi markerat den övervägande tendensen i referensgruppens samtal. (Det är en generell bild.)

Figur 13: Lyssnandet i Kolla



Källa: Isaacs 1999: sida 59

7.4 Förståelsen och respekt mellan grupperna

I en dialog måste alla parter ha ömsesidig förståelse över varandras situation och se olika livserfarenheter som en tillgång. I ett projekt som *Kolla* blir detta mycket tydligt. En av målsättningarna med hela projektet är att grupper som tidigare isolerats ska närma sig varandra och gränser suddas ut. Förståelsen för varandra blir därför kärnan i projektet. Draget till sin spets kan referensgruppen betraktas som en miniversion för samarbetet i stort. Människor med olika livsvillkor behöver förstå varandra. En busschaufför måste kunna tänka sig in i hur det är att som synskadad åka buss. Rörelsehindrade behöver inse byråkratins begränsningar i hur stora ytor som egentligen kan planas ut och asfalteras.

7.4.1 Förstår Kolla intressegruppen?

I vår fokusgruppsintervju med *Kolla* framgår att tjänstemännen är medvetna om att *Kolla*projektet är en känslig kommunikationssituation. Intressegruppen är personligt beroende av besluten som tas i projektet, och det är inget tjänstemännen tar lättvindigt på.

Ledningen anser sig ha relativt bra kunskaper om funktionshinder och behov, medan man från handikappsörelsen tycker att tjänstemännen brister allvarligt i kompetens om handikappfrågor. Brukarna säger att de "måste utbilda" tjänstemännen i dessa frågor. Tjänstemännen i sin tur ser det som att brukarna är experter i ämnet.

I vår intervju reflekterar tjänstemännen över att de inte har varit nog tydliga om saker som är viktiga för brukarna. Följande konversation om framtida färdtjänsttillstånd visar tjänstemännens dilemma och deras syn på brukarnas situation:

ORGANISATION 3 (Fokusgruppsintervju, 'ledningen'):

ORGANISATION 1: De (brukarna) är rädda att de ska bli av med färdtjänst och hänvisade till en kollektivtrafik som inte fungerar för dem.

ORGANISATION 2a: Men de kommer ju inte bli utan om inte vi gör den tillräckligt bra. Men där finns oro...

ORGANISATION 2b: Det kan jag förstå. Vi har hållit på med tillstånden nu, och vi har inte landat internt eftersom vi inte har facit. Då kan vi inte heller kommunicera ut det.

ORGANISATION 1: Men vi borde väl gå ut...

ORGANISATION 2a: (Problemet är att) du kan bedömas kunna åka, men du känner inte själv att du kan åka.

ORGANISATION 1: Det har du rätt i.

ORGANISATION 2b: Då kan vi inte i dagsläget kommunicera det.

ORGANISATION 2a: Vi har inte en hundra procentig lösning så vi känner inte att vi kan ta upp det.

Moderator: Vad tror ni händer om ni tar upp en fråga som inte är klar?

ORGANISATION 2b: Det känns känsligt, det är myndighetsutövning. Det är en politisk fråga.

ORGANISATION 2a: Vi kan inte lova någonting. Men det slår mig att de inte heller har tagit upp det själva. Vi har inte medvetet undanhållit det, men eftersom det inte finns nåt att rapportera så har vi inte tagit upp det.

ORGANISATION 1: Varför har inte *de* tagit upp det?"

Här kan vi följa tjänstemännens resonemang om sina begränsningar. De sitter i en klämd position mellan politiker och intressegruppen. Under samtalets gång visar de att de förstår att tystnaden om tillstånden skapar oro i intressegruppen. Men om *Kolla* inte tar upp frågor som är viktiga för brukarna, ges signaler att de inte förstår hur viktiga frågorna är för brukarna. Vad gäller politikerna, så är brukarna medvetna om tjänstemännens dilemma och i intervjuerna hänvisar de ofta till politikerna som de som verkligen bestämmer.

I ett dialogförfarande måste det finnas acceptans för tvetydighet, så därför är frågan dubbelbottnad. Brukarna kan egentligen inte förvänta sig att både få färdiga svar och få vara med och påverka.

7.4.2 Brukarnas förståelse för projektet och ledningen

I intressegruppen finns olika grad av förståelse för projektets utmaningar. Skillnaden är stor mellan olika personligheter, men också mellan handikappsörelsen och pensionärsorganisationerna. De pensionärer vi intervjuar har mer insikt i hur arbetsgången ser ut och de betraktar projektet i ett större perspektiv än sitt eget. En av anledningarna till detta kan vara att just de representanterna har tidigare erfarenhet av politiskt arbete.

Tjänstemännen i *Kolla* berättar att de kan känna irritation när intressegruppen tjar eller inte förstår deras begränsningar. De menar att brukarna har för höga och orealistiska förväntningar på vad *Kolla* kan åstadkomma. De ser att detta varierar i gruppen och de skuldbelägger inte gruppen. Snarare verkar det handla om tjänstemännens svårighet att kommunicera sina begränsningar.

Båda fokusgrupper med brukare tog spontant upp buss- och spårvagnsförarnas roll i *Kolla*. De vet att förarna redan är pressade tidsmässigt i sitt arbete och kanske inte klarar att få ytterligare ansvar.

7.4.3 Inbördes förståelse

Intressegruppen har svårt förstå varandra inbördes. En grundläggande konflikt är om det går att skapa förståelse hur det är att ha ett visst funktionshinder utan att själv ha det. Det finns olika uppfattningar om detta i intressegruppen.

Det finns brukare som har kunskap från andra projekt och menar att handikapprörelsen skulle kunna samarbeta bättre om de bara vågade. Att skapa en mer positiv anda är viktigt, menar en av dem:

PERSON 10 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

”Vi behöver människor som har förmågan att stå i båda läger... Man kan inte bara rå-skälla.”

7.4.4 För allmänheten

I våra intervjuer framkommer det att intressegruppen uppmärksammar vad *Kolla* kan innebära för andra resenärer i kollektivtrafiken. *Kollas* ledning har ännu inte gått ut aktivt och informerat allmänheten om projektet och detta leder till förvirring i intressegruppen. Detta är ännu ett exempel på att när något inte tas upp skapas oro. Från *Kollas* sida anses det inte ”moget” att ta upp vissa saker, men konsekvensen är att intressegruppen tappar förtroende.

Sammanfattningsvis ser vi att det finns brister i förståelsen mellan parterna i dialogen. Människors erfarenheter betraktas ibland som problem snarare än en tillgång. I intervjuerna berättar ändå respondenter om personliga relationer som växer, och förståelse som ökar. Vi ser detta som en positiv trend. Här blir kommunikationen ett verktyg för att stärka viktiga relationer.

7.5 Jämlikheten

7.5.1 Makt och ansvar

Intressegruppen anser att det är projektledningens ansvar att formen på kommunikationen fungerar för alla och att det skapas ett klimat så att intressegruppen kan samarbeta. Många upplever frustration i den nuvarande mötesformen för att de inte kommer till sin rätt. När de framför sina åsikter upplever de sig som jobbiga.

Kollaledningen har insett att intressegruppen inte är samordnade men anser att ansvaret ligger hos intressegruppen för att göra något åt det.

Under ledningsintervjun framkom också att de anser sig beroende av att intressegruppen tar ansvar och för information vidare till sina medlemmar. Detta är inget man diskuterat men det ses som en förutsättning för intressegruppens engagemang i *Kolla*.

Vi upplever att man pratar på helt olika nivåer, och de olika parterna har gått in med olika förväntningar på makt och ansvar.

Vidare känner intressegruppen sig förbisedd, och att det finns högre uppsatta tjänstemän som inte ser intressegruppen som en del i projektet. En man berättar om besvikelsen vid en specifik situation. Citatet visar på en uppfattning om att det finns klara grupperingar mellan tjänstemän, politiker och intressegruppen.

PERSON 9 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

”Jag kände väl en viss besvikelse för att det blev grupperingar på den här resan så klart och tydligt. Tjänstemännen ... ja de blandade väl rätt så bra med oss övriga. Men politikerna var ”Kom inte till oss, vi vill gärna vara själva”. Det kom så långt att en av de där mäktiga herrarna med stor mage inte ens hälsade på mig när vi satt bredvid varandra.”

Intressegruppen ser sig själva relativt maktlösa då inte har något verkligt ansvar i projektet. Det enda som nämndes om det egna ansvaret i *Kolla* projektet var att säga ifrån när saker inte fungerade. De flesta i intressegruppen anser att deras största ansvar är gentemot den egna organisationen. Som representanter ska de ansvara för att föra sin diagnosgrupps talan. När vi med ledningsgruppen pratar om makt och ansvar verkar det som att *Kolla* ledningen ger intressegrupper mer makt än vad intressegruppen upplever sig ha. Ett exempel som ledningen tar är intressegruppens möjlighet att gå till media om de blir för missnöjda. I slutändan kan de ”se till att ingen (funktionshindrad) använder de nya spårvagnarna.” Här ser tjänstemannen i fråga brukarna som en ’active public’ som driver sina intressen hårt. Vi ser att det finns några personer i intressegruppen som betraktar sig så. Det kan vi konstatera efter att ha hört och sett dem agera i möten. Långt ifrån alla i gruppen visar detta beteende. Att betrakta dem som en utpräglad och organiserad ’active public’ såsom Grunig & Hunt beskriver är fel i *Kolla*. I den nya utveckling av PR som vi diskuterat är det omöjligt att se grupper som hot. Det gäller att istället ta till vara deras kompetens och synpunkter.

Att *Kolla* ledningen är initiativtagare och där med också har den största makten är inte självklart för ledningen själva. Det är åtminstone inte något som man funderat närmare på. Ska det vara möjligt att skapa dialog måste maktförhållandena tydlig- och medvetengöras för att sedan kompenseras för. Det är ganska uppenbart att *Kolla* ledningen och brukarna aldrig kan få likvärdig status och makt, men just därför är det nödvändigt att göra förhållandena tydliga. Buber menar att rollerna i samtalet ska fortsätta att vara tydliga samtidigt som varje människa respekteras och varje erfarenhet tas till vara. Här finns inte någon motsättning enligt Buber.

7.5.2 Förutsättningar för att delta aktivt

Deltagarna på referensgruppens möten upplever att de har olika förutsättningar att delta i diskussionerna och samtalen under mötena. Det framkommer särskilt i intervjuerna att intressegruppen skulle vilja ha viss information innan mötena. I så fall hade de kunnat delta bättre och använda mötestiden till annat än att ”lyssna till en massa statistik”. Detta är inte helt enkelt eftersom informationen måste talas in på band, för att alla (synskadade) ska ge samma förutsättningar.

Referensgruppsmötena är planerade så att de äger rum några dagar efter ledningsgruppsmöten. Detta gör att tjänstemännen både har pratat ihop sig och förberett sig för mötena på en helt annan nivå än intressegrupperna. Intressegruppen träffas inte som en grupp utanför mötena. Det blir ganska uppenbart att ledningen och intressegruppen går till ett referensgruppsmöte med olika förutsättningar. Det gör att kommunikationspotentialen är helt olika. När brukare tar upp synpunkter på möten, gör de det ur ett underläge.

Följande uttalande kom från en person i *Kolla* när de kommenterade öppenheten i mötena:

ORGANISATION 3 (Fokusgruppsintervju, ’ledningen’):

”Om vi ska vara riktigt självkritiska, när vi säger ’att vi upplever att det inte är så formellt’, och att det är inte så svårt att få upp frågor (på mötena) så kan det ju också vara en brist att de kommer upp på mötet. Det innebär att det blir lite ostrukturerat och att man inte kan förbereda sig. Då blir det: ’Aha!’ Det blir som att väcka frågan, så tar man upp det nästa gång igen, lite mer.”

Om samarbetet ska utvecklas krävs att *Kolla* skapar förutsättningar för att alla ska kunna mötas på mer lika villkor.

Under vår fokusgrupp med *Kolla* tog tjänstemännen upp diskussionen om att det skulle vara en bra idé om intressegruppen samordnade sig. Deras åsikt var att detta skulle vara till gagn för både projektet och de egna organisationerna. I denna diskussion sades att ansvaret för detta är intressegruppens. I ljuset av de teorier vi lagt fram om maktförhållandet i kommunikationssituationer, ansvarar *Kolla*ledningen för att initiera olika former av samarbeten.

7.5.3 Konkurrens och intressekonflikter

Det finns intressekonflikter hos brukarna som de allra flesta är medvetna om. Konkurrens och intressekonflikter är ett ämne som återkommer flera gånger i våra intervjuer. Någon liknar det vid en ”dragkamp”, en annan använder begrepp om att ”tävla” när de berättar om hur man upplever mötena. En man i intressegruppen beskriver träffarna såhär:

PERSON 10 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

”Ibland blir det nästan huggsexa på mötena. ...Man tänker bara på sina egna behov. Bättre är om vi tar tillbaka frågan så vi går ut eniga sen. Det går inte att föra en dialog och sitta med alla vildhjärnor på en gång. Man har ju inte tänkt färdigt. Det har ju de (*Kolla*) gjort när de presenterar ett förslag.”

Den här personen ger uttryck för frustration över att intressegruppen inte kan samarbeta på ett sätt som gör dem mer jämställda.

Några drar slutsatsen att det är konkurrensen som gör att det blir ’tjatigt’ på mötena. De menar att var och en hela tiden måste hävda just sina behov.

På så sätt finns det ingen jämställdhet inom intressegruppen. Det är som vi tidigare nämnt en brokig skara som har väldigt olika förutsättningar och det har skapats en konkurrens inom gruppen som inte riktigt borde finnas där. Vi har en idé om att det bottnar i många av representanternas bakgrund som en ’active public’. Som ’active public’ tävlar du om uppmärksamheten med alla, även de som egentligen har samma övergripande mål.

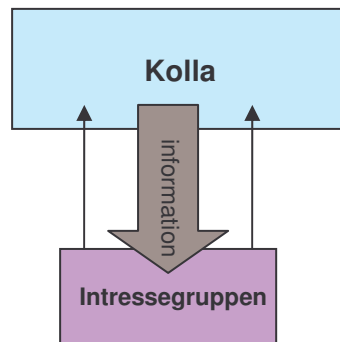
I intressegruppen finns personer som vill ena gruppen och arbeta på ett mer strukturerat sätt. Vissa verkar dock möta detta med skepsis. Kanske är det för att de inte vill ha någon formell ledning i intressegruppen. Projektet som helhet kan dock förlora i det att ena parten, *Kolla*, har ordnad struktur och hierarki inom sig, och den andra saknar det.

När det gäller jämställdheten ser vi med andra ord ett problem på flera plan, och till och med att det inte bara ligger problem i att *Kolla*ledningen och intressegruppen inte är jämställda utan också att det finns motsättningar inom intressegruppen som hindrar en fulländad dialog.

7.5.4 Sammanfattning

Om vi ska använda en av Grunigs modeller för att beskriva *Kollas* kommunikation med intressegruppen blir det den tredje modellen; tvåvägs asymmetrisk kommunikation. Viljan att ha tvåvägskommunikation finns, men *Kolla*ledningen och intressegruppen är inte i balans. Det sker viss kommunikation i båda riktningar, men dock inte lika mycket åt båda håll. *Kolla* dominerar kommunikationen.

Figur 14: Bild av kommunikationen i referensgruppen



Källa: Ritad fritt efter Grunig och Thunberg

7.6 Delaktigheten

I våra intervjuer är delaktigheten det ämne som flest personer tar upp och som det pratades mycket och intensivt om i alla fyra intervjuerna.

7.6.1 Utformning av projektet

Intressegruppen är medveten om att de inte varit med när handlingsplanen för *Kolla* utformades utan att de kom in senare. Ingen ger uttryck för besvikelse för detta, men tror att det har haft konsekvenser för gruppen.

På ett djupare plan finns det i intressegruppen olika uppfattningar om vad målet, visionen och syftet med *Kolla* är, hur projektet ska genomföras, både i stora drag och i detalj. Många brukare uttrycker stark oro för att viktiga aspekter inte finns med eller tappas bort på vägen. De små detaljerna betyder oerhört mycket, och är avgörande för om de över huvud taget ska våga sig ut i trafiken eller inte. Mycket av ovanstående bottnar delvis i bristen på delaktighet, eller åtminstone känslan av delaktighet.

I en fokusgrupp diskuterades länge och intensivt om det finns någon form av checklista där arbetet strukturerats konkret: ”Vad har vi gjort och vad ska göras?”, ”Har de tänkt på allt?”, ”Vad händer om...”.

Gruppen efterfrågade mer detaljerad insikt i projektarbetet eller att känna tryggheten att någon i ledningen har denna kontroll.

Det framkommer att det finns en önskan om att påverka former som mötena har och idéer finns om hur förbättringar kan göras. I intressegruppen säger en person tydligt att de ”skulle vilja sätta dagordningen mer aktivt och inte bara ta ställning till färdiga förslag”. Citatet nedan visar på nackdelen av för lite delaktighet:

PERSON 2 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

”Fast. Ja... men... om man bara pratar utifrån kommunikationen. Så är det väl just det att de jobbar fram förslag och sedan kollar med oss! Och då blir det ju ibland rena motsatsförhållanden.”

Vi ska ta upp två exempel för att illustrera delaktigheten i *Kolla*; rullstolsrampen och insiktsutbildningen. Samarbetet i insiktsutbildningen är ett exempel på samverkan, medan rullstolsrampen¹³⁷ blivit mer av en stötesten.

I exemplet med rullstolsrampen så tycker intressegruppen att de borde ha kommit in tidigare medan Trafikkontorets åsikt är att brukarna kommer in vid exakt rätt tillfälle. När vi diskuterat detta i de olika grupperna ser vi att det finns olika kännedom om hur processen går till. Brukarnas och Trafikkontorets bild av processen sammanstämmer inte. Brukarna tror att en ramp konstrueras från grunden, medan Trafikkontoret säger att de väljer ut en bland färdigkonstruerade. Brister i kommunikationen om processen gör att brukarna inte känner sig delaktiga. Sättet det görs på påverkar känslan av delaktighet.

Vad gäller insiktsutbildningen för buss- och spårvagnsförare så har man skapat en känsla av större delaktighet. Intressegruppen har själva tagit initiativet att samlas utan *Kollas* närvaro för att tillsammans komma överens om hur de ska gå vidare. Det tror vi är ett viktigt och framsteg för brukarna. I intervjuerna refererar intressegruppen gång på gång till dessa båda exempel, för att själva statuera exempel. Det är lite oklart vad exakt skiljer de båda fallen åt, vi har bara kunnat konstatera att intressegruppen är mer nöjda med insiktsutbildnings arbetet än med rampprojektet.

Kollaledningen medger i intervjuerna att de har svårt att vara öppna om de begränsningar som finns. De är rädda att lova för mycket och skapa för höga förväntningar. För att inte skapa för höga förväntningar, säger de hellre inget alls.

En av våra respondenter uttrycker saknaden av delaktighet på följande sätt:

PERSON 8 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

”Tillsammans diskussionen’ saknar jag lite grann. Och det får jag även höra från mina kollegor...De känner inte att når fram med det här...”

7.6.2. Oro och tron på Kollaprojektet

I våra intervjuer framkommer att brukarna känner oro för projektets framgång och vissa av dem funderar över om det går att genomföra. En person i intressegruppen ger följande förklaring till sin oro och efter det uttalandet höll de andra i fokusgruppen med:

PERSON 1 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

”En grej som jag tycker är allvarlig. Man har då sett en massa olika presentationer på hur det här Kollaprojektet växer fram. Så har man sett en plan, vad som ska göras. Men det är bara det att den här planen är så flummigt skriven så att man kan nästan få in vad som helst under de här rubrikerna. Och vad jag skulle vilja se det är en mer detaljerad beskrivning och plan så att man kan se att man inte tappat bort någon fråga. Jag är inte orolig...Alltså, jag tror inte de vill skjuta något i sank och vill göra ett dåligt projekt, men risken är att det blir ett dåligt projekt för att man kanske tappar bort någon fråga.

Som det är nu till exempel på de här referensgruppsmötena tar vi upp frågor om olika saker som vi tycker, så säger de ”de kommer sen, det kommer sen, det kommer sen”...Okej det är bra säger vi, men sen så under processens gång kanske dessa frågor tappas bort, vi tänker på dem nu men vi kanske inte gör det sen.”

Här blir det åter en fråga om att lyssna och ge svar. Antingen måste *Kolla* återkoppla eller så behöver de skapa en större tilltro i intressegruppen.

¹³⁷ Inköp av rullstolsramper till spårvagnar är ett delmoment i *Kolla*.

Bristen på delaktigheten får konsekvenser. I ovanstående fall ännu starkare än någonsin. När det gäller Kollektivtrafikens anpassning och *Kolla* så vet intressegruppen att man kommer att påverkas. Men i många fall verkar också det vara det enda men verkligen vet, vilket skapar oro hos brukarna. Bland annat oron stor kring hur färdtjänsten kommer att se ut i framtiden. Många uttrycker att de kan hamna i svåra livssituationer om de inte får ha kvar sitt tillstånd till färdtjänst och heller inte klarar att åka med den anpassade kollektivtrafiken. En annan farhåga är att färdtjänst urlakas och blir så dålig att den i praktiken är obrukbar. Färdtjänsten hör inte direkt till det vi undersöker här, men oron över det påverkar projektet. *Kollaledningen* arbetar med detta, och är medvetna om oron bland brukarna. De anser sig inte kunna kommunicera ut någonting eftersom det inte har landat internt.

PERSON 8 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

”Vi är väldigt bekymrade för att man ska slå ut färdtjänsten fullständigt som ett resesystem...och samtidigt som vi inte har något annat heller. Man får alltså två dåliga system eller två icke fungerande system för våra resande. Och det är genomgående så att färdtjänsten är en sådan stor del för vårt förflyttande.--- kringmiljön är så avgörande för att vi överhuvudtaget skall komma fram till hållplatsen. Det som också kan vara oroande vad händer om man nu ger sig ut i kollektivtrafiken och så får vagnen stopp och man då ropar ut att på andra sidan finns 2:an tvärs över gatan, på en okänd hållplats finns det många som inte kommer dit...”

Oron är även en konsekvens av mötesstrukturen. Intressegruppen upplever att tjänstemännen är röriga eftersom mötena de är med på är röriga. Intressegruppens viktiga frågor finns inte nedtecknade ordnat och det stressar brukarna. ”Kanske tappas min fråga bort om jag inte hela tiden påminner?” ”Har de tänkt på snö och is? Hur ska det bli när det blir vinter?”. Avsaknad av struktur leder till förvirring, oro och minskat förtroende för att tjänstemännen driver projektet på ett professionellt sätt.

Oroa och knapphet i delaktigheten och oron får följder för vad intressegruppen för vidare till sina medlemmar:

PERSON 8 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

”Det finns en del saker som gör att jag inte kan lämna några garantier till mina medlemmar , Jag vill inte att de...jag vill inte uppmuntra dem att ta del av det. Det tror jag är en nackdel för *Kolla*, att det inte har vårt aktiva engagemang i det hela.”

Det finns i brukargruppen också en oro för att bli ”slagträ” om *Kolla*projektet inte lyckas. En annan använder ordet ”gisslan”.

PERSON 8 (Fokusgruppsintervju, intressegruppen):

”I många av dessa situationer kan jag uppfatta en gisslansituation, det är precis så. Det står att samverkan har gjorts med handikappsorganisationerna. Det kan man se på världskulturmuseet där samverkan också har gjorts och åsikterna är arkiverade någonstans, men det finns inte ens en trappa så att man kan ta sig in!

Här märks det tydligt att det både finns misstro och saknad av delaktighet för att ge förutsättningar till samverkan och i sin tur dialog.

7.6.3 Roller och Förväntningar

Intressegruppens roll i *Kolla* är enligt de flesta att vara rådgivande experter och reagera på det som presenteras på mötena. De ska vara fria att kritisera och inte vara så nära knutna till projektet. Synen på brukarnas roll är delad. Intressegruppen anser att man i vissa fall ska vara delaktiga men i nästa sekund vill man inte ha något ansvar. Båda parter värnar oftast sitt eget snarare än att söka gemensamma lösningar. Detta är det strategiska handlandet.

Kollaledningen menar att vissa saker ska inte intressegruppen ha med att göra, till exempel ekonomin. Lyssna till denna konversation angående ekonomi:

(Fokusgruppsintervju med ledningen)

”ORGANISATION 2: De problem som vi har är oftast sådant som ligger utanför deras kontroll, så vi lyfter inte de problemen

ORGANISATION 1: Nej, just det.

ORGANISATION 2: Det kan ju också vara så till exempel att 'Oj, vår budget räcker inte', men det kan ju referensgruppen inte göra något åt. Eller att det kan var svårt att få till samordningen. Det finns ingen referensgruppsexpertis i världen som kan hjälpa oss där heller...

ORGANISATION 1: Nej, det var kanske ett dåligt exempel med ekonomin, för det har egentligen inte så mycket med kommunikationen mellan oss och brukarna att göra.

ORGANISATION 2: Nej.

ORGANISATION 1: Det är ju det som referensgruppen bryr sig om, det som man ser fysiskt.

ORGANISATION 1: Ja, precis.

ORGANISATION 1: Spåravnar, hållplatser och gångvägar. Vad gör vi? Och var gör vi det?”

Vi anser att man borde kunna ta upp och involvera intressegruppen mer, och att ledningen försöker ta upp frågor som man inte redan har färdiga svar på. Det är fördelaktigt för att skapa förutsättningar för brukarna att delta.

Delaktigheten är där vi upptäckt de största bristerna. Inte bara i att ledningen inte involverar intressegruppen utan också för att det är så delade meningar hur mycket de olika aktörerna inom projektet ska vara delaktiga. Som ovanstående citat visar har ledningen svårt att förstå att intressegruppen ens skulle ha intresse att vara delaktig i något annat än fysiska ting. Vi kan visserligen inte uttala oss något om intressegruppen vilja att veta olika saker. Men vi vet att när man inte kommunicerar vissa saker till intressegruppen uppstår spekulationer.

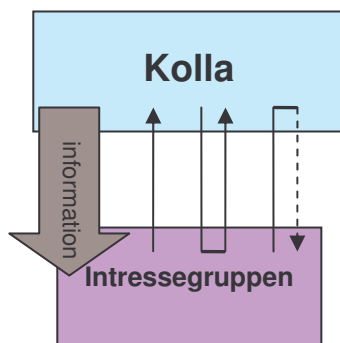
Genom att involvera och vara delaktig kan ge oväntade följder men det kan också skapa nya möjligheter.

Vår analys visar på att attityden till projektet i helhet är positiv hos alla medverkande i referensgruppen. Det finns goda intentioner och stort engagemang. Den ojämlika kommunikationsstrukturen medför dock att samarbetet inte alltid fungerar. I följande bild har vi sammanfattat de mest framträdande tendenserna.

7.7 Sammanfattande bild

Figur 15: Hur handlar Kolla?

Källa: Fritt sammanfattat



Initiativet:	Kolla
Funktion:	Rapportering och feedback främst åt ett håll
Syfte:	Kolla: Samverka Intressegruppen: Påverka
Mål:	Kolla: Framgång Intressegruppen: Framgång
Budskap:	Kolla: Ömsesidig respekt Intressegruppen: Argumenterande
Riktning:	Båda håll , men starkast från Kolla och återkopplingen svagast från Kolla
Form:	Inte helt symmetrisk, lite ovanifrån och neråt
Stil:	Informell och muntlig
Kommunikationens roll:	Kontrollerande med en önskan om att vara relationsbyggande
Organisationens Handlande:	Öppenhet med brister
Agenda:	Sätts av Kolla
Problemdefinitionen:	Gemensam
Ansvar för kommunikationen:	Kolla
	Rött = dialogfrämjande

I detta kapitel tar vi upp saker som inte direkt hör till frågeställningarna men som vi funnit intressant i arbetet. Vi gör även en lättläst sammanfattning av företeelser som gynnar respektive hämmar dialogen. Sist i kapitlet återfinns förslag på förbättringsområden samt konkreta förbättringsförslag som framkommit direkt från intressegruppen

8 SLUTDISKUSSION

I starten av vårt arbete med denna uppsats var vi osäkra på om det var *Kollas* avsikt att verkligen ha dialog med brukarna. Projektets ramar gör det kanske omöjligt med dialog, och nyckelpersoner kanske inte tror på det. Att söka dialog är att släppa på kontrollen och öppna upp för ny input utanför den egna sfären. Detta är ju inte självklart. Att inte veta vart något leder är riskabelt. I vissa sammanhang är det farligt. Men med risken kommer även chansen att få något värdefullt tillbaka; nya idéer och ny förståelse.

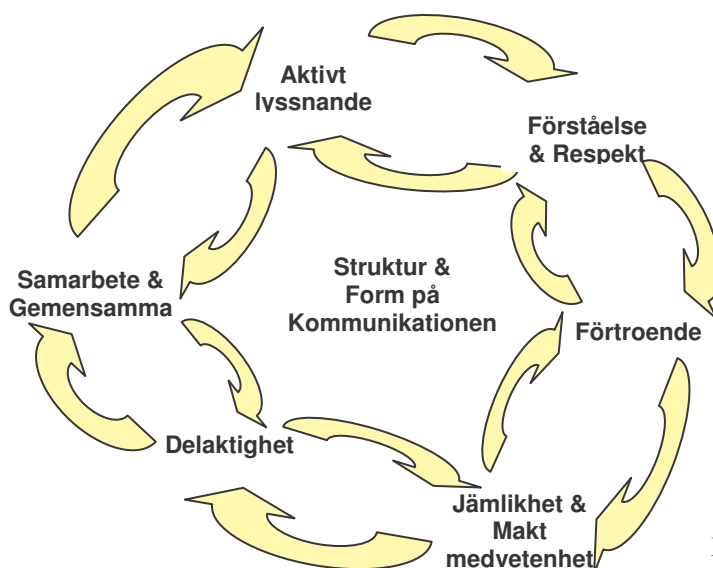
Vår inställning har varit att även om det inte går att nå en fulländad dialog, så är en rörelse mot detta ideal ändå fruktbart. *Kolla* är ett sammanhang där människor kommer tillsammans för att skapa förändring. Förändringar har vi människor aldrig kontrollen över, hur gärna vi än vill tro det. Att våga ta hjälp av fler bör öka chansen att förändringen blir till det bättre för fler. Detta är alla i *Kolla* överens om, men att lyckas är inte enkelt. Det enkla är oftast det svåraste. Alla kan tala, men att skapa dialog är inte så enkelt som det till en början kan verka.

En positiv attityd att inkludera har vi sett mycket av i *Kolla* och det har inspirerat oss. Sånär i slutet av vårt arbete kan vi se att det varit värdefullt för oss att arbeta med *Kolla*. Vi har lärt oss mycket av de involverade och det har varit en intressant och rolig tid för oss.

I vissa avseenden är samarbetet mellan tjänstemännen i *Kolla* och intressegruppen en dialog såsom vi målat upp idealet, och i vissa avseenden är den inte det. Detta förvånar inte. Vad som blivit tydligt för oss i denna studie är hur alla aspekter samverkar och går in i varandra. Lyssnandet påverkar förståelsen, förståelsen respekten och respekten jämlikheten. Allt påverkar även förtroendet. Kommunikationen är en grundplatta utifrån vilken dialogen byggs.

Att ta in dialogperspektivet i ett informationsarbete anser vi gör stor skillnad. I centrum för dialogen står nämligen människor och inte organisationer.

Figur 16: Dialogens dimensioner samverkar



Källa: Fritt illustrerat

Vi ska nu kort presentera en sammanfattning av vilka företeelser vi anser gynnar dialogen i *Kolla*, och vilka som inte gör det. Vi hoppas att *Kolla* ska uppmuntras i sitt arbete.

8.1 Företeelser som gynnar dialogen

- Ledningen har en öppen attityd och vill samverka med intressegruppen.
- Inom referensgruppen finns stor erfarenhet och många kloka och entusiastiska människor.
- Stämningen i mötena är ofta lättsam och gemytlig.
- De involverade har en positiv grundinställning till *Kolla*projektet och en vilja att samarbeta och förstå.
- Många hänvisar till en positiv stämning grupperna emellan.
- Samarbetet har utvecklats i positiv riktning över tid.
- Detaljmål med projektet är inte skrivna i sten utan påverkan är möjlig.
- De allra flesta involverade ser dialogen som ett långsiktigt arbete.
- *Kolla* betraktar brukarna som en värdefull resurs i samarbetet.
- Intressegruppen börjar hitta sätt att ta initiativ och ta upp punkter på agendan.
- Efterfrågan om att samtala fritt om mål, syfte och roller visar på engagemang och framtidstro.
- Flera olika konstellationer (till exempel fokusgruppsmöten och konferenser) ger fler kontaktmöjligheter att öka relationer och visar att *Kolla* värdesätter brukarnas kompetens och vill bredda den.
- Positiva erfarenheter och framsteg görs i samarbetet.
- Personliga relationer växer allt eftersom.

8.2 Företeelser som hämmar dialog

- Intressegruppen har inbördes konkurrens, samarbetssvårigheter som det försvagar gruppen i förhållande till *Kolla*. I jämförelse med *Kollas* tjänstemän är de oorganiserade och utan särskild ledarfigur.
- Intressegruppen misstror *Kolla* i viss mån, och har svårt att lita på att de kan ta deras intressen på allvar.
- Dålig återkoppling från *Kolla* har inom intressegruppens har lett till frustration och tjat.
- När brukarna agerar, betraktas eller betraktar sig själva som en "active public" blir den ett hot.
- Upplägget av mötena fungerar dåligt för brukarna. Det finns inte klara former för hur brukarna ska framföra sina åsikter. Mötena och projektledningen uppfattas som röriga.

- Intressegruppen upprepar sig, ”tjatar”, vilket leder till tråkigt samtalsklimat.
- Förvirring uppstår när brukarna inte får svar på viktiga frågor utan dessa skjuts på framtiden.
- Brukarna har inte tålamod med tvetydighet och ser inte ofärdiga beslut som en möjlighet utan frustration.
- Maktförhållanden kompenseras inte för i upplägget av möten, och intressegruppen får generellt sett låg kommunikationspotential.
- Stort antal deltagare på mötena komplicerar kommunikationen.
- Förutfattade meningar om varandra och tidigare erfarenheter göra att förståelsen inte infinner sig.
- Mötena präglas starkt av rapportering och informationsöverföring.
- *Kolla* dominerar informationsflödet och har ett försprång i tid jämfört med intressegruppen.
- Tjänstemännen har problem att lyssna aktivt utan motstånd på intressegruppen.
- Intressegruppen har problem att lyssna aktivt utan motstånd på tjänstemännen.
- Olika parter har olika mål. Parterna och individer driver egna intressen före det gemensamma.
- *Kolla* förmår inte skapa nog känsla av delaktighet hos intressegruppen.

8.3 Förslag på förändringar

Vi kommer nedan lista åtgärder som vi tror kan hjälpa projektet utveckla samverkan med intressegruppen. Våra förslag nedan ska ses som förslag från oss som i jämförelse har en begränsad bild om organisationerna bakom projektet. Med vårt utifrånperspektiv, specialkompetens och research hoppas vi kunna tillföra projektet något tillbaka.

1- Kommunikationen

Det behövs en klarare struktur för hur referensgruppen ska kommunicera. Mötesformen är inte alltid genomtänkt och får oönskade följder. Ledningen för *Kolla* skulle fundera över hur man vill framstå och utvärdera sig själva och sin kontakt mot intressegruppen. Kunskap och kompetens finns, men utnyttjas inte till fullo. Kommunikationsstrukturen är en viktig byggsten som borde prioriteras. Att klargöra maktförhållandena öppnar till att ge alla bättre förutsättningar för att kunna delta. Det är viktigt att man ökar både delaktigheten och känslan av delaktighet. Då kan förtroende återskapas. Man skulle också kunna jobba med relationerna i informella sociala sammanhang så fler lärde känna varandra bättre.

2- Prata om målen, rollerna och pratet

För att öka delaktigheten i projektet behöver referensgruppen sätta sig ner och samtala igenom syfte, mål, ansvar och roller i samarbetet. Denna metakommunikation är viktig för att komma överens om gemensamma mål.

3- Samordna intressegruppen

Flera personer i referensgruppen har konstaterat att intressegruppen och hela samarbetet i *Kolla* skulle gagnas av att intressegruppen samordnades på något sätt. Det kan till exempel ske genom att de träffas innan mötena och kommer överens om gemensamma saker att ta upp. De skulle också kunna ha förmöten och skicka representanter på själva referensgruppsmötena. De kunde turas om att föra hela gruppens talan. På så vis skulle *Kolla* ledningen lättare uppfatta vad intressegruppen ville, och intressegruppen skulle samverka mer som grupp. En annan idé är att hjälpa intressegruppen till ett mer samlat ledarskap, eller att bistå dem med en ledarskapscoach som assisterade dem i dessa frågor.

En annan idé för brukarna är att sammanställa ett dokument där allas synpunkter och behov framkommer och ge detta till *Kolla*. De skulle också kunna få några egna stående punkter på dagordningen som de förfogade över.

4- Samverka djupare

Trots att alla i referensgruppen vill samarbeta ser vi klara uppdelningar i olika läger. Även om rollerna inte går att förändra så kan en attitydförändring göra skillnad. Detta är ett tidskrävande och svårt arbete som inte alltid går att skapa när mönster redan satt sig. Att sträva mot ett ideal kan kännas stort och genomförbart. Vi menar dock att varje rörelse mot det är givande.

De fyra ovanstående förslagsområdena tror vi kan generera åtskilliga insikter och öppna för nya spännande möjligheter

Här följer en sammanställning med konkreta förslag som vi fångat upp från brukarna.

De efterfrågar:

- Ett levande dokument över projektledningen som brukarna får ta del av.
- Gemensamma mål att enas om.
- Dela upp gruppen, för att inte den ska vara för stor.
- Sätt att lätt anmäla frågor till dagordningen.
- Att minnesanteckningar förbättras och får högre status.
- En detaljerad plan som de kan pricka av; vad har gjorts, vad kommer att göras.
- Mer tydlighet om besluts- och processgången i projektet; mer synligt, överskådligt och lättförståligt.
- Lika förutsättningar för att vara aktiva i samtalet; till exempel vill några ha mer bakgrundsinformation inför de punkter som kommer upp på mötet.
- Sammanfattning av vad det är *Kolla* "tar med sig" från mötena.
- Förklara olika parters kompetenser. Varför får brukarna till exempel inte träffa den grupp som gjort upp riktlinjer för ombyggnation av hållplatser?
- Ersättning eller uppskattning i form av till exempel 100-kort. Brukare blir ombedda att provåka, men får stå för det själva.

Nedan förklarar vi kort vad vår uppsats har för syfte och svarar kort på frågeställningarna som undersökningen grundas på. Du får en snabb bild över uppsatsens teorigrund, uppsatsen och projektets bakgrund samt hur vi gått till väga.

9 SAMMANFATTNING

Vårt syfte med denna uppsats är att undersöka dialogens dimensioner inom public relations, PR, i en fallstudie tillsammans med *Kolla*-organisationen i Göteborg. *Kolla*, ”Kollektivtrafik för alla”, är ett samarbete projekt mellan Färdtjänstförvaltningen, Trafikkontoret och Västtrafik. Projektet går ut på att till 2010 anpassa kollektivtrafiken i Göteborg så att den blir tillgänglig för fler funktionshindrade som nu hänvisas till färdtjänsttransporter.

Nationella politiska beslut ligger till grund för tillgänglighetsanpassningen, och *Kolla* är en unik helhetssatsning, först ut i Sverige. Parallellt med projektledningen träffar de ansvariga tjänstemännen representanter från Handikapps- och pensionärsorganisationer för att samverka. Mötena i denna referensgrupp sker regelbundet i olika former och syftar till att uppdatera brukarna och göra dem delaktiga i projektet.

Teoretisk utgångspunkt i vårt arbete är framför allt Habermas filosofi om *det kommunikativa handlandet* och Grunigs ideala PR-modell *symmetrisk tvåvägskommunikation*. Vi har involverat Bubers dialogsyn om respekt för den andre parten, men också tagit hjälp av nutida svenska och internationellt kunniga på PR- och kommunikationsområdet. I teorin framkommer två ytterligheter av kommunikation som kan ställas mot varandra. Kortfattat används kommunikation antingen som ett verktyg för att *övertyga och kontrollera* eller för att *söka förståelse och samarbeta*.

Utifrån syftet, frågeställningarna och teorier har vi sammanfattat sex punkter som främjar en genererande dialog:

- Kommunikationens struktur är grunden
- Målet är samarbete och nya lösningar
- Lyssnandet är vägen
- Förståelse och respekt är nödvändigt
- Jämlikheten är en förutsättning
- Delaktigheten leder till konsensus

Utifrån dessa punkter genomfördes kvalitativa fokusgruppsintervjuer där tio brukare och fem personer i *Kolla*ledningen deltog. Alla utom en organisation (en av två pensionärsorganisationer) finns med i intervjuerna. Vi gjorde även direktobservationer vid två möten, och intervjuer med ansvariga.

När vi analyserat forskningsmaterialet kom vi fram till följande:

Hur påverkar kommunikationsstrukturen och mötesformen dialogen?

Kommunikationens struktur är uppbyggd enligt det öppna strategiska handlandets princip, med underliggande syfte att övertyga snarare än att söka förståelse. Grunden har lagts omedvetet och av rutin, trots att ledningens mål är samverkan med brukargruppen. Strukturen begränsar samarbetet och får följderna som motverkar dialogidealet. Mötena präglas av rapportering och information från *Kolla* till brukarna. Återkoppling sker främst åt ett håll; från intressegruppen till *Kolla*. Fastän mötesformen är informell, muntlig och relativt fri fastnar

samarbetet ofta i negativa mönster och intressegruppen får svårt att kommunicera sina frågor. Många anser att mötena är röriga och tjatiga.

Har parterna i Kolla gemensamma mål?

I vår undersökning framgår att parterna inte enats om *gemensamma* mål, vare sig gällande samarbetet i stort eller specifika mål i projektet. Det finns motsättningar i målbilden bland deltagarna både inom intressegruppen och *Kolla*. Varje organisation driver sina egna intressen.

Lyssnar tjänstemännen i Kolla på brukarna?

Det sker ett visst mått av lyssnande, men brukarna saknar viktig återkoppling från *Kolla* vilket leder till en del oro, förvirring och bristande förtroende. Även om tjänstemännen i *Kolla* vill lyssna så har de svårigheter med det. Situationen utvecklas inte till en kontrollerande diskussion, men *inte* heller till en genererande dialog.

Har aktörerna ömsesidig förståelse och respekt för varandra?

Förutfattade meningar från tidigare erfarenheter försvårar dialogen i *Kolla*. Även om parterna har närmat sig varandra finns bristfällig ömsesidig förståelse. Detta gäller främst inom intressegruppen och från intressegruppen gentemot *Kolla*.

Ges förutsättningar för att verklig dialog kan skapas?

Intressegruppen och *Kolla* har olika kommunikationspotential i samarbetet eftersom *Kolla* har initierat det. Maktförhållandet har inte *nog* kompenseras för, och kommunikationen är därför asymmetrisk och obalanserad till brukarnas nackdel.

Hur upplever intressegruppen sin delaktighet i projektet?

Många i intressegruppen är förvirrade över arbetsgången i projektet och önskar mer delaktighet i processen. Rädsla finns i intressegruppen att bli förbisedda eller att viktiga frågor försvinner i hanterandet. Brukarna är inte själva övertygade om sin delaktighet i konsensus, vilket gör dem oroliga och skeptiska. På så sätt finns det motstånd att ta rollen som ambassadörer för *Kolla*. Delaktigheten är det område som dominerat samtalen i våra intervjuer.

Vad kan dialogarbetet tillföra projektet?

Det framkommer i vårt material att framsteg i samarbetet har gjorts och konsensus nåts i vissa frågor. Dessa tillfällen har genererat känslan av delaktighet hos brukarna och tillfredställelse hos tjänstemännen. Tjänstemännen anser sig beroende av brukarnas kunskap och när dialog skapats har nya insikter och lösningar uppstått. När parterna möts i dialog ökar förståelsen och förtroendet för varandra och en positiv samverkansspiral uppstår.

Slutligen kan vi sammanfatta vår studie i det att samarbetet som *Kolla* initierat med intressegruppen i vissa avseenden är en dialog såsom vi målat upp idealet, och i vissa avseenden inte. Tydligt är hur alla aspekter samverkar med varandra och att kommunikationen är grunden till hur långt dialogen kan nå. Även om intentionerna är de bästa så krävs genomtänkta strukturer och ett medvetet kommunikativt handlande för att möjliggöra samarbetet. Att ta in dialogperspektivet i ett informationsarbete kan göra stor skillnad för både vägen och målet i ett projekt. Delaktighet är mer än information.

10 REFERENSER

10.1 Offentliga handlingar och handlingsplaner

En kort beskrivning av trafikförsörjningsplan 2005-2010; Informationsfolder

Från patient till medborgare: en nationell handlingsplan för handikappolitiken, Regeringens proposition 1999/2000:79

Handlingsplan Ökad tillgänglighet för personer med funktionshinder Kortversion, Västtrafik 2004

Kollas interna kommunikationsplan: 'Enklare resa' 2004

10.2 Litteratur

Banks, Stephen (2000). *Multicultural Public Relations; A social-interpretive approach* Iowa State: University Press

Buber, Martin (1965). *Between Man & Man* New York: Mac Millan

Engquist, Anders (1994). *Kommunikation på arbetsplatsen*. Stockholm: Prisma

Eriksson, Mats (2002) "Public relations à la Grunig – en exposé och analys" i Larsåke Larsson (red.), *Pr på svenska: teori, strategi och kritisk analys*. Lund: Studentlitteratur

Esaiasson, Peter et al (2004) *Metodpraktikan*. Stockholm: Nordstedts Juridik AB

Falkheimer, Jesper & Heide, Mats (2003). *Reflexiv kommunikation: nya tankar för strategiska kommunikatörer* Malmö: Liber

Grunig, James E(1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum

Grunig, James E & Hunt, Todd (1984). *Managing Public Relations* Florida: Harcourt Brace Jovnovich, Publishers

Habermas, Jürgen (1995). *Kommunikativt handlande Texter om språk, rationalitet och handlande*. Göteborg: Dadaidos

Isaacs, William (1999). *Dialog och konsten att tänka tillsammans*. Stockholm: Bookhouse Publishing

Larsson, Larsåke (2001). *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur

Larsson, Larsåke (2002). *PR på svenska*. Lund: Studentlitteratur

Larsson, Larsåke (2005). *Upplysning och propaganda Utveckling av svensk PR och information*. Lund: Studentlitteratur

Miller, Katherine (2003). *Organizational communication, Approaches and processes*. Belmont CA: Wadsworth

Morgan, Gareth (1999). *Organisations metaforer*. Lund: Studentlitteratur

Palm, Lars (2002). "Bombmatta eller nätverk?" i Larsåke Larsson (red), *Pr på svenska: teori, strategi och kritisk analys*. Lund: Studentlitteratur

Sandberg, Helena (2002). ”Publiken- formbar målgrupp eller kritisk dialogpartner?” i Larsåke Larsson (red.), *Pr på svenska: teori, strategi och kritisk analys*. Lund: Studentlitteratur

Spicer, Christopher (1997). *Organizational Public Relations. A political perspective*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Association

Thunberg, Anne-Marie m fl (1978) *Samverkansspiralen : människan i informations- och kommunikationssambället*. Stockholm: LiberFörlag

Wibeck, Victoria (2000). *Fokusgrupper Om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur

10.3 Artiklar och tidningar

Färdskrivaren April 2005

Grunig, James E *Excellence in Public Relations*: Excecutive summary/Initial report från pdf på <<http://www.iabc.com/rf/pdf/Excellence.pdf>> (2005-12-13)

Issimo, Alf. *Buss och Spårvagn tar över färdtjänst*, Göteborgs Posten 2005-12-19

Kent, Michael L & Taylor, Maureen (2002). Toward a dialogic theory of P R, i *Public Relations Review* 28:1

Mattmar, Ulf. *Västtrafik vill ha bort Västtragik*, Dagens Nyheter 2004-02-21

10.4 Websidor

De Handikappades Riksförbund:< <http://www.dhr.se>> (2005-11-14)

Färdtjänst: <<http://www.fardtjanst.goteborg.se>> (2005-11-11)

Färdtjänst Trafikförsörjningsplan

[http://www.fardtjansten.goteborg.se/prod/fardtjansten/dalis2.nsf/vyFilArkiv/Sammanfattning%20Trafikförsörjningsplanen.htm/\\$file/Sammanfattning%20Trafikförsörjningsplanen.htm](http://www.fardtjansten.goteborg.se/prod/fardtjansten/dalis2.nsf/vyFilArkiv/Sammanfattning%20Trafikförsörjningsplanen.htm/$file/Sammanfattning%20Trafikförsörjningsplanen.htm)
> (2006-01-03)

Göteborgs Stad: <<http://www.goteborg.se/statistiskarsbok>>(2006-01-02)

Habermas: <<http://www.daidalos.se/habermas.html>> (2005-12-18)

Kolla: <<http://www.kolla.goteborg.se>>(2006-01-02)

Lagen om handikappsanpassning av kollektivtrafiken: <<http://www.dhr.se/start.asp?sida=1>> (2006-01-01)

Natinoalencyklopedin <<http://www.ne.se>> (2005-12-31)

<http://80www.ne.se.ezproxy.htu.se/jsp/search/article.jsp?i_sect_id=198542&i_history=1>(2006-01-04)

Pensionärernas riksorganisation: <http://www.pro.se> (2005-11-14)

Statistiska Central Byrån:

<<http://www.scb.se/statistik/AM/AA9999/2000I02/AM78ST0103.pdf>> (2006-01-02)

Sveriges Pensionärsförbund: <<http://www.sfpension.se/>>(2005-11-14)

Synskadades Riksförbund: <<http://www.srfriks.org>> (2005-11-14)

Trafikkontoret: <<http://www.trafikkontoret.se>> (2005-11-11)
TV4 Göteborg <<http://tv4goteborg.se/visa/?ID=302846>> (2005-10-03)
Unga rörelsehindrade: <<http://www.ungarorelsehindrade.se/start.html>>(2005-11-14)
Unga synskadade: <<http://www.ungasyn.se>> (2005-11-14)
Västtrafik: <<http://www.vasttrafik.se>> ->Affärsidé (2006-01-02)

10.5 Intervjuer och möten/observationer (i kronologisk ordning)

9 september, 2005 Intervju med Anna Hiller, informationsansvarig på Västtrafik
30 september, 2005 Deltagande i Konferens ”Att resa som funktionshindrad” Dahlheimers hus
13 oktober, 2005 Intervju med Eva Rödsta, informationschef Färdtjänst
1 november, 2005 Observation av Fokusgruppsmöte om Insiktsutbildning
21 november, 2005 förmiddagen Forskningsintervju 1: Fokusgrupp med respondenter ur intressegruppen
21 november, 2005 eftermiddagen Forskningsintervju 2: Fokusgrupp med respondenter ur intressegruppen
29 november, 2005 Forskningsintervju 3: Fokusgrupp med respondenter från *Kolla*, den
28 oktober, 2005 Observation av Referensgruppsmöte *Kolla*
23 november, 2005 Samtalsintervju med en person ur intressegruppen

10.7 FOTO

Foto på framsidan av Mats Udde Jonsson. Används med tillstånd.

11 BILAGOR

11.1 Bilaga 1- Frågeguide, Intressegruppen 21/11

1. Hur kom ni i kontakt med Kolla? Hur började det för er?

Varför är du med i projektet? Vad är målet med ert deltagande?

2. Vad är Kollaprojektet för er? Vad är er roll i det?

3. Lyssnar Västtrafik / Färdtjänst / Trafikkontoret på er och de förslag och åsikter ni har? Får ni er röst hörd?

Finns det ämnen som ni inte kan ta upp? Saker ni inte kan säga som ni skulle vilja?

Förs det protokoll, eller hur förs era åsikter vidare?

Hur för ni vidare till era medlemmar? Hur kommunicerar ni med era medlemmar?

4. (Om delaktighet)

Hur får ni kallelser till träffar?

Får ni någon annan information om Kolla? Hur?

Känner ni att ni har den info ni behöver för att kunna vara insatta och aktiva på mötena?

5. Känner ni att ni blir respekterade för det ni uttrycker? Både av Kolla och av varandra i gruppen?

6. (Söka likheter / förståelse, vilka kunskaper har gruppen om Kolla?)

Finns det några problem i Kollaprojektet, vilka är de i så fall?

Tror ni att ni upplever samma problem som ledningen?

Hur tror ni att förarna upplever Kollaprojektets med dess förnyelser? Borde inte förarna också vara representerade på era träffar. de berörs av förändringarna i allra högsta grad?

Vad tycker ni om förarna? (Vad tycker ni om Västtrafik, Kollaprojektet?)

Vet ni vad projektet i kostar i pengar? Hur mycket/vilka resurser finns det att lägga ner i Kollaprojektet?

7. Känslan vid mötena; Hur känns det när ni ska gå på ett möte? Hur känns det efter?

Hur upplever ni själva pratet? Vem pratar mest?

Är det en "vinna eller förlora" stämning?

8. Vad är kontentan av era träffar? Kommer ni fram till något? Vad i så fall? Måste man komma fram till något?

9. Makt/ ansvaret för Kolla?

Vem har ansvaret i Kolla?

Hur tror ni att era förslag och åsikter kommer att genomföras?

Upplever ni att ni har möjlighet att påverka?

11.2 Bilaga 2- Frågeguide, Kollatjänstemän 29/11

1. Vad är Kollaprojektet? Kan ni beskriva det och er roll i det?

(Personlig fråga till alla.)

Hur länge har ni arbetet med projektet och hur stor del av ert arbete är det?

2. Om Brukargruppen

Hur kom brukargruppen till och hur har ni tänkt vad det gäller deras roll i Kolla?

Hur planerar ni inför mötena? Hur skickas inbjudan ut?

Får de dagordning eller annat material i förväg?

3. Lyssnar Brukargruppen på er och de begränsningar ni har?

Finns det känsliga områden? Ämnen som ni inte kan ta upp? Saker ni inte kan säga som ni skulle vilja? Hur hanterar ni det?

4. Samarbetet med Brukargruppen

Hur ser ni på samarbetet med brukargruppen? Hur fungerar det på mötena? Får ni svar på era frågor?

Är de delaktiga tycker ni?

Hur för ni vidare deras synpunkter? Förs anteckningar på mötet?

5. Styr och ledningsgrupp

Hur ser ledning och styrgrupp på brukargruppen? Hur tar de emot de förslag eller synpunkter som ni för vidare till dem?

6. Har ni förtroende för referensgruppen? Fungerar de i den roll ni tänkt?

Vad gör ni annars?

7. Förstår ni ev. rädsla , oro som kan finnas i Brukargruppen?

Tror ni att ni upplever samma problem som brukargruppen?

Hur tror ni att handikapps- och pensionärsföreningarnas medlemmar upplever kollaprojektets med de förändringar det för med sig? Får de den informationen de borde och förmedlande känslan, de berörs av förändringarna i allra högsta grad?

8. Känslan vid mötena; Hur känns det när ni ska gå på ett möte? Hur känns det efter?

Hur upplever ni själva pratet? Vem pratar mest?

Är det en ”vinna eller förlora” stämning?

9. Vad är kontentan av era träffar? Kommer ni fram till något? Vad i så fall? Måste man komma fram till något?

10. Makt / ansvaret för Kolla

Vem har ansvaret i Kolla?

Har brukargruppen ansvar, i så fall vilket?

En vanlig kritik i projekt som dessa, inte särskilt för just Kolla, är att handikapporganisationer kommer in för sent i förändringsprocesser? Hur ser ni på detta? Är det så? Är det möjligt för dem att komma in tidigare? finns det nackdelar med det?

11.3 Bilaga 3- Sammanställning över möten mellan intressegruppen och Kolla 2005

2005	Referensgruppsmöten	Särskilda projektmöten / stormöten
Jan	19/1	Samtal om resträning
Feb		
Mars		Stormöte med medlemmar från 36 org.
Apr	20/4	
Maj		
Juni		
Juli		
Aug		
Sept	7/9	23/9 fokusgrupp (FG) 30/9 konferens
Okt	28/10	3/10 FG om ledsagarservice
Nov		1/11 FG om insiktsutbildning
Dec	19/12	

11.4 Bilaga 4- Noter: Buber, Grunig, Habermas och Isaacs

Källa: Nationalencyklopedin (där ej annat anges)

Buber, Martin, 1878–1965, israelisk religionsfilosof med österrikisk-polsk bakgrund, professor i religionsvetenskap och judisk etik i Frankfurt 1930–33, från 1938 professor i socialfilosofi vid hebreiska universitetet i Jerusalem.

Som filosof är Buber särskilt känd för sin dialogiska princip, först uttryckt i *Ich und Du* (1923; "Jag och Du"). Där talar Buber om två "grundord" eller ordpar, jag–du och jag–det. "Jaget" är olika beroende på om det träder i dialog med ett "du" eller bara betraktar eller reflekterar över ett "det". Varje "du" står under hotet att bli ett "det", varje dialog att övergå i ett betraktande av ett objekt. Den dialogiska principen spelar i dag en roll t.ex. inom humanistiskt orienterad psykologi. Sin religionsfilosofiska betydelse fick den därigenom att den hävdade att Gud aldrig kan bli ett "det", dvs. ett egentligt objekt för betraktelse. Människan har ett behov att objektivera, och Gud är nära de bilder man gör av honom. Men i stället för att befatta sig med Gud borde människan befatta sig med världen. Skärningspunkten mellan alla dialogiska relationer är Gud, varför man aldrig behöver söka en särskild relation till honom.

dialogfilosofi (av grek. *dia* 'logos' 'samtal', 'dialog'), filosofisk riktning som tillmäter dialogen och jag-du-relationen grundläggande betydelse i det mänskliga livet och utvecklingen. Den hävdar att människan blir en verklig människa först i mötet med andra människor, och där har språket en grundläggande roll att spela. I Sverige har dialogfilosofin djupa rötter (Erik Gustaf Geijer), men begreppet förknippas numera mest med Martin Buber.

Grunig, James E. (Ph.D. University of Wisconsin, 1968), Professor Emeritus, is the coauthor of *Managing Public Relations and Public Relations Techniques*, as well as *Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management*. He was editor of *Excellence in Public Relations and Communication Management*. He has published over 150 articles, books, chapters, papers, and reports. He has won the Pathfinder Award for excellence in public relations research of the U. S. Institute for Public Relations, the Outstanding Educator Award of the Public Relations Society of America (PRSA), and the Jackson, Jackson and Wagner Award for behavioral science research of the PRSA Foundation. He directed the \$400,000 research project for the IABC Research Foundation on excellence in public relations and communication management. Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (1998). The relationship between public relations and marketing in excellent organizations: Evidence from the IABC study. *Journal of Marketing Communications*, 4, 141-162. Selected Publications: Sriramesh, K., Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (1996). Observation and measurement of two dimensions of organizational culture and their relationship to public relations. *Journal of Public Relations Research*, 8, 229-262.

**Källa: University of Marylands hemsida:
<http://www.comm.umd.edu/people/faculty/jgrunig.html>**

Habermas, Jürgen, f. 1929, tysk sociolog och filosof. Efter habilitation i Marburg 1961 med avhandlingen *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (1962; "Borgerlig offentlighet") var Habermas professor i sociologi och filosofi i Frankfurt am Main 1964–71 och direktör vid det samhällsvetenskapliga Max-Planck-institutet i Starnberg 1971–81. Habermas tidiga skrifter inspirerade den tyska studentrevolten 1968, men han tog själv kraftigt avstånd från rörelsen. Han har också i fortsättningen deltagit i samhällsdebatten.

Allmänt sett kan Habermas verksamhet beskrivas som ett försök att, med utnyttjande av en rad olika filosofiska teorier om vetenskap, kunskap, språk och tänkande, grunda en allmän teori om människors samverkan i samhället.

I *Theorie des kommunikativen Handelns* (1981) analyserar han villkoren för rationell kommunikation som ett mönster för mänsklig samverkan, och i *Der philosophische Diskurs der Moderne: Zwölf Vorlesungen* (1985) kritiserar han 'subjektivitetens filosofi' från Hegel via Nietzsche och hermeneutiken till Foucault, som han vill ersätta med en väsentligen upplysningsmässig rationalitet, baserad på intersubjektivitet. På grundval av den teori som han framställde i *Theorie des kommunikativen Handelns* har H. utvecklat en diskursetik i *Moralbewusstsein und kommunikatives Handeln* (1983) och *Erläuterungen zur Diskursethik* (1991) samt en diskursteori om rätten och den demokratiska rättsstaten i *Faktizität und Geltung* (1992).

Isaacs, William är föreläsare vid MIT's Sloan School of Management och VD för DIAlogos, ett företag som erbjuder ledarskapsutbildning och konsulttjänster. Företaget är baserat i Cambridge, Massachusetts. Dr Isaacs har under många år verkat som dialogkonsult för företag som Ford, Motorola och Shell. Han har en examen från Dartmouth College och The London School of Economics och han erhöll sin doktorstitel vid Oxford University. Han bor med sin familj i Boston.

källa: www.bookhouse.se

PR, svensk förkortning för eng. *public relations*, förr ofta synonymt med *publicitet*, begrepp som numera omfattar en mångfald kommunikationsåtgärder som syftar till att skapa och bibehålla gynnsamma relationer mellan en organisation och olika målgrupper i dess omvärld (t.ex. kunder, anställda, aktieägare, myndigheter och samhället i stort). Ett företags *PR-funktion* hjälper företagsledningen att fatta beslut och kommunicera budskap som bidrar till att skapa goda relationer utåt, något som fordrar ingående kännedom om bl.a. myndigheters och massmediers sätt att verka.