



Inlandskommunens digitala klyfta

En kvalitativ studie om hur Vilhelmina kommun kan nå alla invånare

Hanna Liljekvist

Abstract

Title: A small municipality's digital divide - a qualitative study of how Vilhelmina municipality can reach all residents.

This survey's hypothesis is based on the notion that all citizens have the right to access information of the municipality they live in. The aim of the study is to examine how residents of Vilhelmina municipality take note of the current information, and also how they would proceed to access information in the future. In order to conceptualise the results these following theories were used: *digital divide*, *digital immigrants*, *digital native*, *uses and gratification theory*, *social capital*, *communications strategies* and *two-way communication*. The survey is conducted with four focus group interviews and one separate interview with a person working at the municipal office. The focus groups were divided into age categories in order to see the similarities and differences between the groups' media habits and preferences of future communications. The study material consists of the transcribed texts from the abovementioned interviews. The results of this research demonstrate that there is significant difference between age groups. According to the early theory of digital divide the gap in information between groups exists only due to the individual's ability to access the Internet, which not match this study's results. More current updates of the theory of digital divide declare that motivation may be a cause to the gap. During the course of this research the issue of motivation emerged and a few of the interview participants stated motivation to find information as a key point. With the help of the participants requests communications strategies were presented for future communication based on the target groups' media choices.

Keywords: public sector, two-way communication, digital divide, digital immigrants, digital natives, social capital, uses and gratifications focus group interview, communication, Vilhelmina municipality.

Sammanfattning

Titel: Inlandskommunens digitala klyfta – en kvalitativ studie om hur Vilhelmina kommun kan nå alla invånare

Undersökningens utgångspunkt är att alla medborgare har rätt att ta del av information av kommunen de bor i. Studiens syfte var att undersöka hur invånare i Vilhelmina kommun tar del av information nu och hur de skulle vilja gå tillväga i framtiden. För att synliggöra och begripliggöra resultatet användes teorierna *digital divide*, *digital immigrant*, *digital natives*, *uses and gratification theory*, *socialt kapital*, *inifrån- och utifrånstrategier* samt *tvåvägskommunikation*. Undersökningen genomfördes med fyra fokusgruppsintervjuer samt en informantintervju med en insatt person från Vilhelmina kommuns kommunkontor. Fokusgrupperna var indelade i ålderskategorier för att kunna se likheter och skillnader mellan gruppernas medievanor och önskemål på framtida kommunikation. Studiens material bestod av de transkriberade texterna från de tidigare nämnda intervjuerna. Resultatet påvisade att det finns stora skillnader mellan åldersgrupperna, dock inte så stora gap som den tidiga teorin om *digital divide*, utan att skillnaderna mellan åldersgrupperna låg i vilka medier de använde som huvudkälla. Samt var skillnaderna mellan grupperna hur motiverade de var att sätta sig in i kommunal information. Med hjälp av deltagarnas önskemål samt kommunikationsstrategier gavs förslag på framtida kommunikation baserat på målgruppernas medieval.

Nyckelord: offentlig sektor, tvåvägskommunikation, *digital divide*, *digital immigrant*, *digital natives*, *socialt kapital*, *uses and gratifications*, fokusgruppsintervju, informantintervju, kommunikationsstrategi, Vilhelmina kommun.

1. INLEDNING	1
1.1 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR.....	2
1.2 AVGRÄNSNINGAR.....	2
2. BAKGRUND.....	3
2.1 VILHELMINA KOMMUN	3
2.2 E-DELEGATIONEN	3
3. TEORI OCH TIDIGARE FORSKNING.....	4
3.1 INTERNETANVÄNDNING I SVERIGE OCH INTERNATIONELLT	4
3.2 DIGITAL DIVIDE.....	7
3.3 DIGITAL NATIVES OCH DIGITAL IMMIGRANTS.....	8
3.4 INFORMATION OVERLOAD.....	9
3.5 USES AND GRATIFICATIONS THEORY.....	9
3.6 SOCIALT KAPITAL.....	10
3.7 KOMMUNIKATIONSSTRATEGIER	11
3.7.1 Tvåvägskommunikation.....	11
3.7.2 Inifrån- och utifrånstrategier	11
4. METOD OCH MATERIAL	14
4.1 MATERIAL OCH URVAL.....	14
4.2 METOD.....	15
4.2.1 Fokusgruppsintervju	15
4.2.2 Informantintervju	15
4.2.3 Arbetsmetod.....	16
4.2.4 Metoddiskussion.....	17
5. RESULTAT OCH ANALYS	19
5.1 HUR DELTAGARNA HANTERAR INFORMATION.....	19
5.2 KOMMUNENS KOMMUNIKATION I DAGSLÄGET.....	21
5.2.1 Kanalerne deltagarna använder i dagsläget.....	21
5.2.2 Gällande vilhelmina.se.....	24
5.2.3 Skillnaden mellan åldersgruppernas tillvägagångssätt vid informationssökning	25
5.3 DEN FRÅNVARANDE DIGITALA KLYFTAN.....	25
5.4 HUR VILL DELTAGARNA ATT KOMMUNEN SKA KOMMUNICERA I FRAMTIDEN	27
5.4.1 Hur de helst vill få information	27
5.4.2 Hur de helst vill hämta information.....	28
5.4.3 Hur de helst vill kommunicera med kommunen	30
5.4.4 Deltagarnas syn på e-tjänster.....	31

5.4.5 Deltagarnas idéer om en kommunal app.....	32
6. SLUTDISKUSSION	33
6.1 FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING.....	36
7. REFERENSER.....	37
7.1 TRYCKTA KÄLLOR	37
7.2 DIGITALA KÄLLOR.....	39
8. BILAGOR.....	41

1. Inledning

Det kommunikativa landskapet är i ständig förändring. Information förflyttas från traditionella nyhetsmedier till nya digitala kanaler. Offentliga förvaltningstjänster digitaliseras, och organisationer förväntas närvara i sociala medier. 2011 fattade Sveriges regering en strategi till att bli bäst i världen på att använda digitaliseringens möjligheter i statsförvaltningen. Syftet med denna satsning är att sätta alla medborgare i centrum och minska krånglet när kontakten med offentlig förvaltning tas. Med digitala tjänster, så kallade e-tjänster, förenklas vardagen för privatpersoner som har behovet av kontakt med svenska myndigheter. Genom att göra det lättare att komma åt information, anser regeringen att de bidrar det till en ökad öppenhet och delaktighet (Näringsdepartementet, 2014).

Dilemmat gällande offentlig sektors kommunikation är att målgruppen är *alla* och medborgarna ska inte behöva anstränga sig eller vara insatta i organisationerna för att ta del av viktigt information och beslut. Då all information ska vara så öppna och offentliga som möjligt, medför dessa förutsättningar att webbplatserna ofta ser ut som ormbon (Kraft & Strandberg, 2006:21ffff). Sveriges kommuner och landsting sammanställde en rapport 2013 där resultatet visade hur alla Sveriges kommuner informerar sina medborgare via sina webbplatser. Vilhelmina kommuns resultat påvisade att de endast fick 63 poäng av 105 möjliga i analysen av webbplatsen (Sveriges kommuner och landsting, 2013).

Digitalisering av kommunal information är en komplex fråga, då detta kan innebära utestängande av de individer i kommunen som ej använder elektroniska kommunikationsmedel. Och att inte digitalisera kommuninformation utestänger i sin tur de människor som inte prenumererar på dagstidningen eller liknande. För att titta närmare på detta fenomen som framkallas i mindre inlandskommuner som är tämligen resurssvaga och har invånare med högre medelålder än rikssnittet, utgår denna uppsats från Vilhelmina kommuns medborgares syn på det informationssamhälle de lever i. Uppsatsen är således ett samarbete mellan författaren och Vilhelmina kommun.

1.1 Syfte och frågeställningar

Studiens utgångspunkt är att alla medborgare har rätt att ta del information ifrån, och rätt att kommunicera med, kommunen de är bosatta i. För att undersöka hur Vilhelmina kommun kan göra för att nå alla invånare syftar studien till att ta reda på hur invånare i Vilhelmina kommun tänker kring kommunens informationsarbete, och hur de skulle vilja att den såg ut i framtiden.

- Vilken slags information vill invånarna ha?
 - o Hur vill de ta del av informationen?
- Hur vill invånarna kommunicera med kommunen?
 - o Vad finns det för skillnader och likheter mellan olika åldersgrupper?

1.2 Avgränsningar

Denna studie är av kvalitativ karaktär, vilket innebär att studien inte ämnar göra en totalundersökning av alla Vilhelmina kommuns medborgare. Studien inkluderar inte heller någon djupare analys av Vilhelminas kommun befintliga kommunikationskanaler eller strategier, utan syftar snarare till att undersöka vad invånarna har för åsikter och önskemål om nuvarande och framtida kommunikationsarbetet. När studien är av kvalitativ karaktär kommer resultatet inte att generaliseras. Studien kommer inte heller att reda ut vilka budskap som kommunen skall använda sig av.

2. Bakgrund

För att ge ökad förståelse för studiens innehåll presenteras nedan kort information om Vilhelmina kommun samt information om E-delegationen, då dessa institutioner nämns utan vidare förklaring i uppsatsen.

2.1 Vilhelmina kommun

Vilhelmina kommun är beläget i den västra delen av Västerbottens län. Statistik från 2013 visar att kommunen har en högre medelålder än rikssnittet. Medelåldern på de 6 877 personerna som bor i kommunen är 44,1 år, jämfört med hela rikets medelålder som är 41,2 år (eller jämfört med Umeå som har en medelålder på 38,6 år). Av dessa invånare är 7,6 procent utlandsfödda och 15 procent har en eftergymnasial utbildning på minst två år (SCB.se). Sedan 1960 har annonsbladet Vilhelmina aktuellt delats ut varje vecka till alla kommunens hushåll, i detta blad kan alla annonsera och informera, en av dessa annonsörer är Vilhelmina kommun. Denna veckovisa tradition är förankrad i Vilhelminabornas vardag och många läser senaste nytt i detta informationsblad (varitryck.se).

2.2 E-delegationen

E-delegationen är en kommitté under Näringsdepartementet och har på uppdrag av regeringen att arbeta med e-förvaltningsutvecklingen i offentlig sektor. Uppdraget innehåller arbetsuppgifter handlade e-förvaltning, sociala medier och vidare utnyttjade av offentlig information samt göra behovsinventering av it-standarder inom vård och omsorg (e-delegationen.se, 2014). Idag använder nästan varannan svensk myndighet sociala medier. Förutom att öppenheten och enkelhet har demokratiska fördelar har E-delegationen framfört en lista på olika skäl att använda sociala medier i offentliga förvaltningar. Bland annat anger dem följande skäl för att använda sociala medier (E-delegationen, 2010:17):

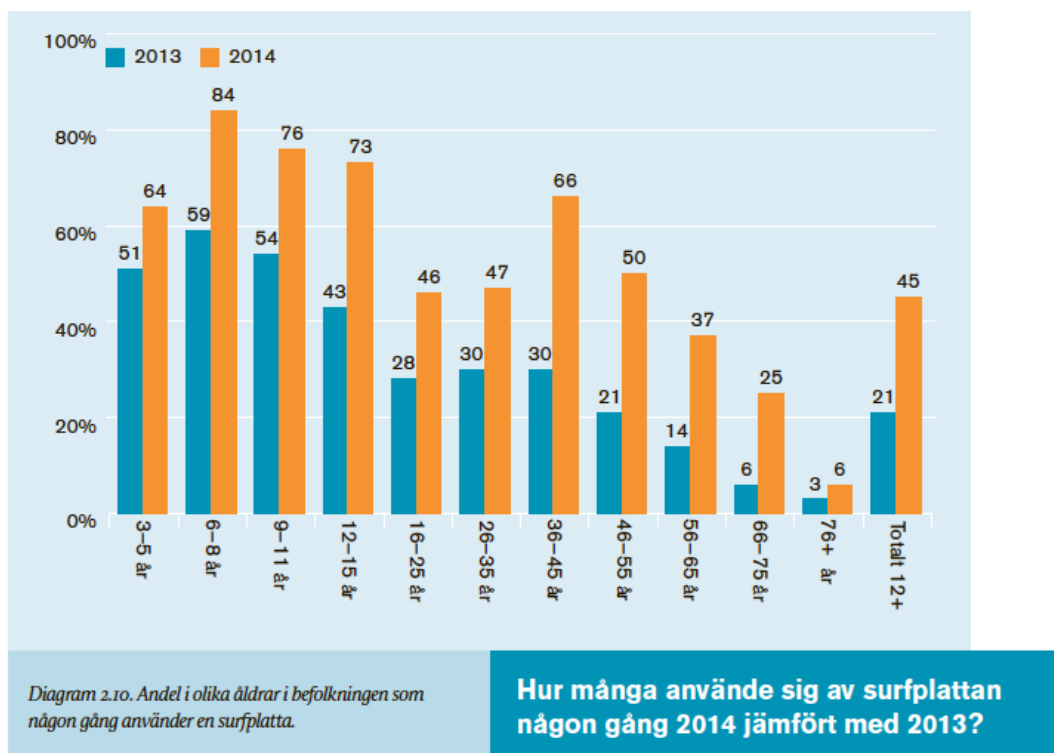
- För att göra myndigheten mer tillgänglig
- För att nå fler medborgare
- För att öka myndighetens trovärdighet hos medborgare
- För att nå grupper som är svåra att få kontakt med via andra kanaler
- För att kompensera för andra, icke täckande kanaler
- För att minska kostnaden för kommunikation.

3. Teori och tidigare forskning

Följande presenteras den teoretiska ramen för uppsatsens analys. För att förstå och begreppsliggöra resultatet används följande teorier och tidigare forskning: *internetanvändning i Sverige och internationellt*, *digital divide*, *digital natives*, *digital immigrants*, *uses and gratifications theory* och *socialt kapital*. För att ge förslag på förbättring av Vilhelmina kommuns vidare kommunikationsarbete används *kommunikationsstrategier*.

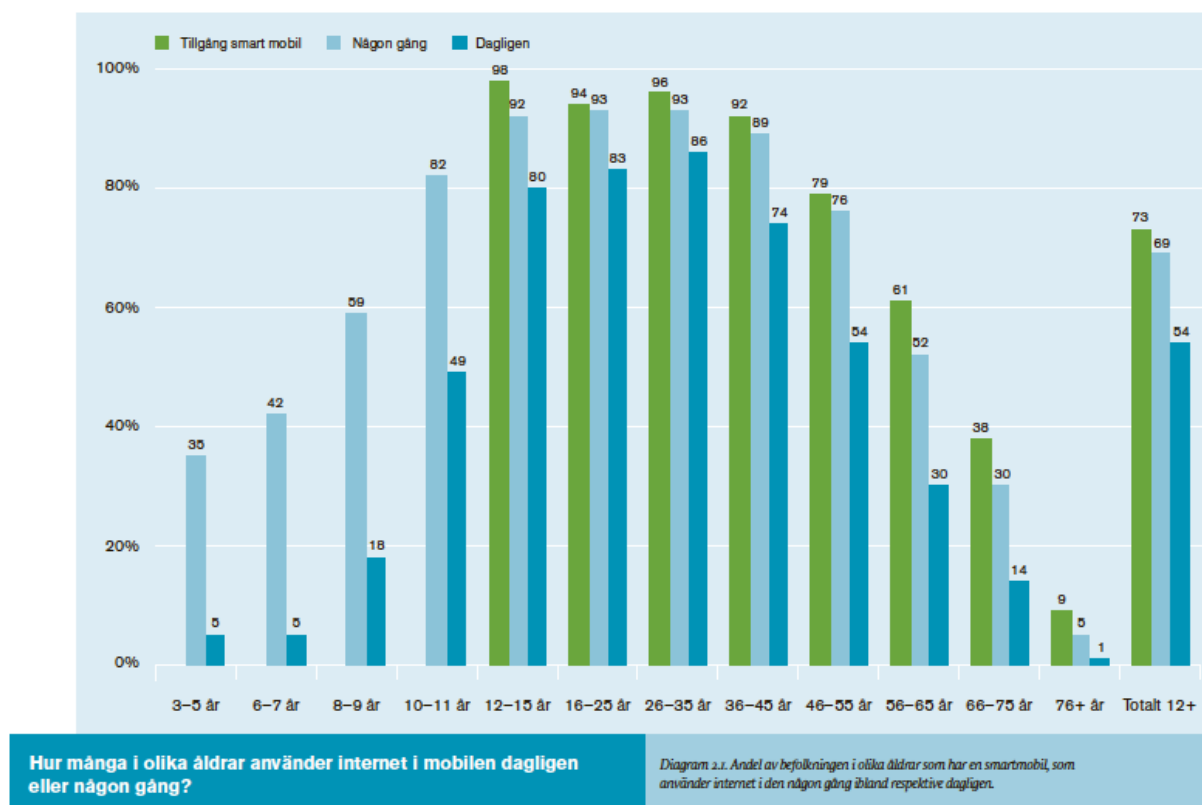
3.1 Internetanvändning i Sverige och internationellt

I studien *Svenskarna och internet* framgår det att trots att internet funnits i 20 år så fortsätter spridningen av internetanvändning. Nästan hälften av alla tillfrågade i studien använder internet flera gånger om dagen. I åldrarna 6 till 65 år använder minst 90 procent internet ibland, och bland de äldsta (de över 75 år) använder drygt 30 procent internet. Denna tillväxt tros vara en följd av surfplattans ökande popularitet. Surfplattans och de smarta mobilernas innehåll presenteras på ett annorlunda och ett lättsamt sätt, vilket kan öppna för att fler använder internet (som förskolebarn och yngre pensionärer), men kan samtidigt låsa fast användarna i en passiv roll. I figur 1 går det att avläsa att 25 procent av de tillfrågade pensionärerna idag använder surfplatta någon gång, och att i 36 – 45 års ålder används den av hela 66 procent någon gång ibland (Findahl, 2014:4-20).



Figur 1. Andel hur många som använder sig av en surfplatta någon gång, fördelat på ålder (Findahl, 2014:20)

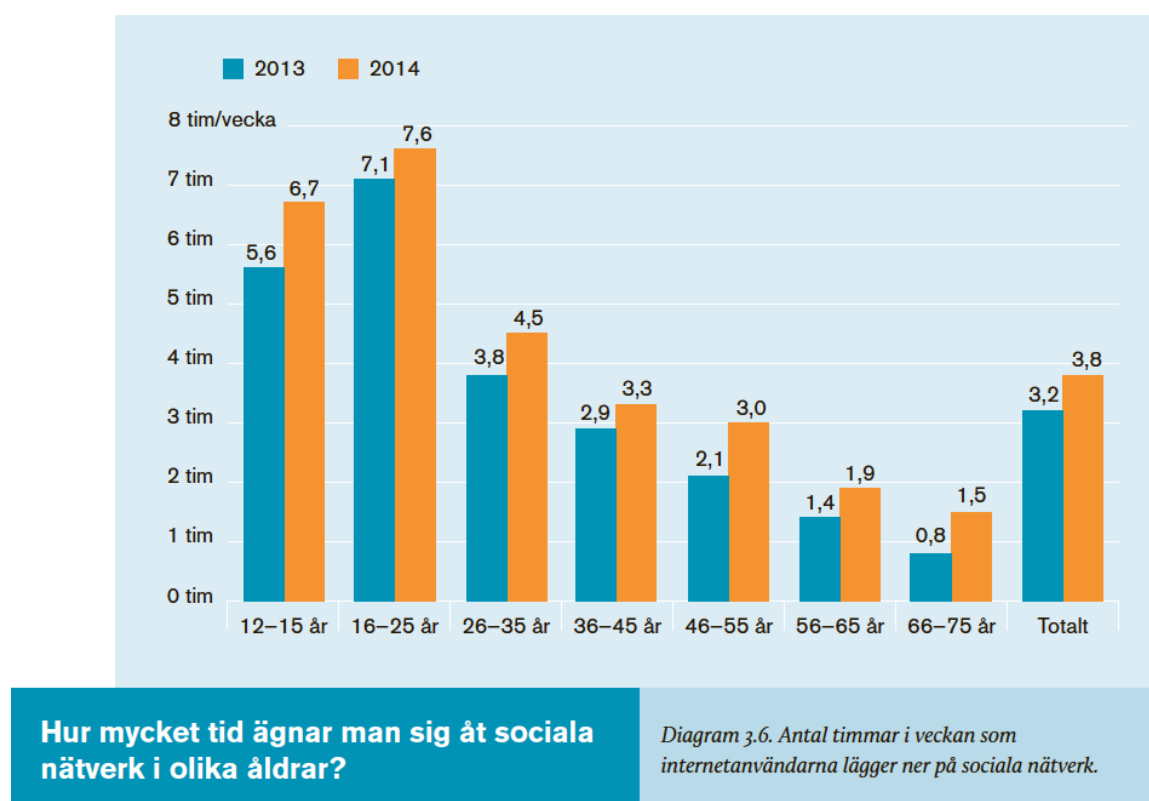
Förutom surfplattan används även de smarta telefonerna som verktyg för surfande, i figur 2 presenteras hur stor andel av befolkningen som använder internet i sin mobil dagligen eller någon gång ibland. Det framgår även hur många som har tillgång till smarta telefoner, där 38 procent av de tillfrågade pensionärerna hade tillgång till smarta telefoner, och bland 26-35 åringarna hade 96 procent tillgång (Findahl, 2014:17).



Figur 2. Andel av befolkningen i olika åldrar som har en smartmobil, som använder internet i den någon gång ibland respektive dagligen (Findahl, 2014:17)

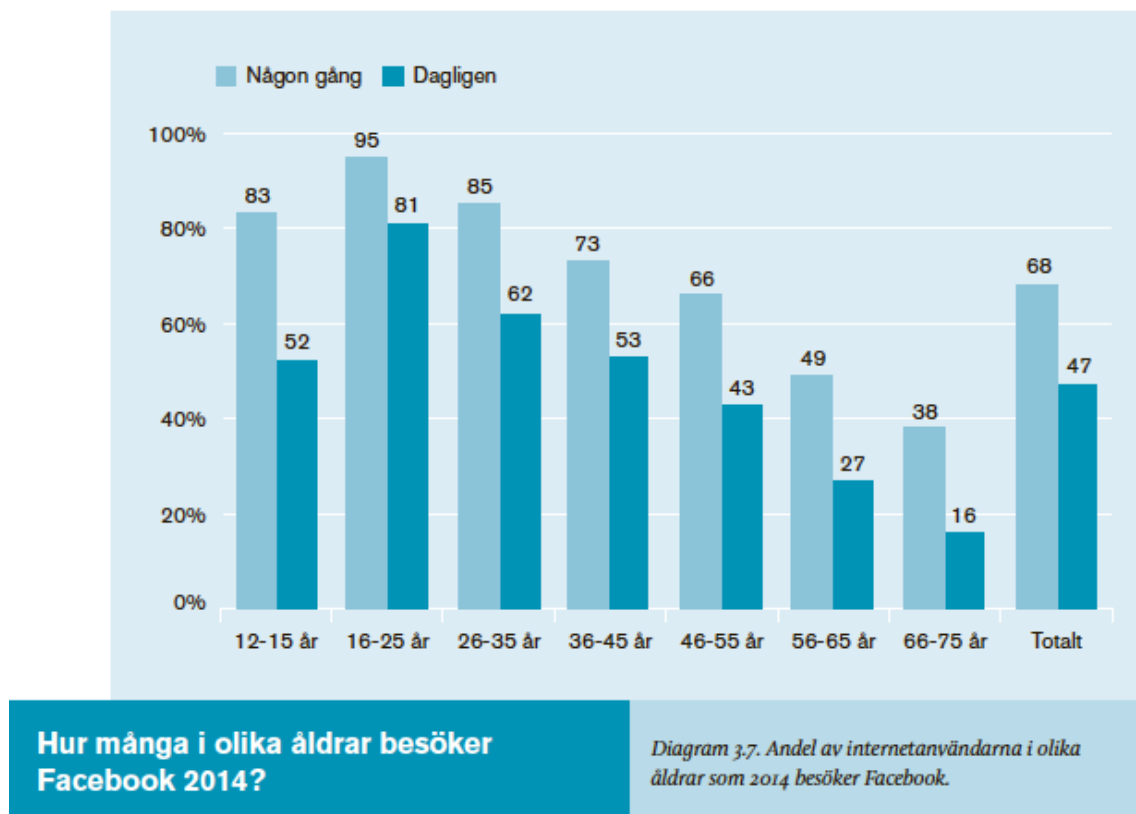
Enlig Findahl använder många internet som den främsta informationskällan, särskilt för personer upp till 45 år. I åldrarna 46 till 65 år är alla medier (traditionella och digitala) ungefär lika viktiga och för pensionärer är traditionella medier viktigast gällande informationsintag. När pensionärer använder internet är det oftast för att söka fakta, slå upp ord, söka efter adresser och tidtabeller (Findahl, 2014:6). I andra internationella studier om internetanvändning visade det sig också att de äldre internetanvändarna är mer benägna att handla online, mejla och söka på hälsorelaterad information än den yngre åldersgruppen (Jones & Fox, 2009:3). Och att yngre personer använder internet till sociala medier och underhållning oftare än äldre. Beroende på vilket stadie man befann sig i livet, så ändrades informationsbehovet och äldre åldersgrupper var mer tveksamma till att interagera med

samhällsinstitutioner via nya medier (Kalmus et al, 2011:396f). Sverige är idag ett av världens datortätaste land, och beräknat på bredband per capita ligger Sverige i den internationella toppen (Ilshammar, 2013:364). Tillsammans med Sverige i toppen av rankningen som IT-nationer finns även länder som Island, Nederländerna, Storbritannien och Australien, och några länder som är på språng mot topplaceringarna är bland annat Estland och Danmark (Economist Intelligence Unit, 2010), vilket gör det intressant och framförallt relevant att använda forskning från dessa länder i denna uppsats, då det kan finnas likheter gällande internetanvändning i dessa länder och i Sverige.



Figur 3. Hur mycket tid som spenderas på sociala nätverk baserat på ålder (Findahl, 2014:29)

Idag använder vi internet till att kommunicera med andra, vanligen sker detta främst med e-post, där två av tre gör detta dagligen. Det är även fler idag än tidigare som skickar sms, använder internet för telefonsamtal och är aktiva på sociala nätverk. Idag ägnar personer i 20-årsåldern cirka 7,6 timmar i veckan till sociala medier. Baserat på alla åldersgrupper använder vi idag 3,8 timmar till sociala medier. I den äldsta åldersgruppen ägnar de idag 1,5 timmar i veckan (se figur 3) (Findahl, 2014:27f).



Figur 4. Andelen av internetanvändarna i olika åldrar som besöker Facebook (Findahl, 2014:29)

Facebook är ett mycket populärt socialt nätverk, och användandet av Facebook stiger i åldrarna, där 95 procent i åldern 16-25 använder Facebook någon gång, och 38 procent av 66-75 åringarna använder Facebook någon gång. Däremot besöker majoriteten av de som är äldre än 55 år aldrig Facebook (Findahl, 2014:29).

3.2 Digital divide

Under internets stora frammarsch under 2000-talet uppdagades begreppet digital divide. Då handlade begreppet om ojämlikheten i internets välfärd och hur den innebar exkludering av vissa länder och samhällsgrupper. De som inte hade tillgång till internet blev systematiskt uteslutna av det nya informationssamhället (Norris, 2001:2-12), vilket skiljer sig från idag då den digitala klyftan handlar mer om att det finns olika kunskapsnivåer hos medborgarna. Skillnaderna finns nu hos människor som inte har kunskaperna till att praktiskt manövrera en dator och de finns dem som inte ser att den information som finns online kan hjälpa till att lösa problem eller effektivisera kommunikation (BéLanger & Carter, 2009:132f).

I en studie från Storbritannien undersöker författarna den digitala klyftan mellan äldre invånare och e-förvaltningen. De tar upp problematiken med digitalisering av kommunal

information, då detta utesluter delar av befolkningen som inte har kunskap eller motivation till att sköta sina kommunala ärenden online. Resultatet i undersökningen visade att det fanns både de som hade stor kunskap om internet och de som hade begränsad och/eller lite kunskap. Ju äldre de tillfrågade var, desto mindre kunskap hade de om datorer och internet, och av de som hade stor kunskap om internet (främst 50-64 åringar) använde drygt hälften av dem internet dagligen. Det gick även att utläsa i resultatet att den äldre målgruppen föredrog att kommunicera med kommunen via telefon eller öga mot öga (Choudrie et al, 2013:417-426).

I en tidigare studie om hur Umeå kommun ska anpassa sitt kommunikationsarbete för att nå kommunens friluftsintrösserade medborgare visade resultatet att målgruppen hade nya internetvanor. Deltagarna i studien ville få individanpassad information snarare än masskommunikation. Det visade sig också att seniorerna befann sig i en digital klyfta, då de inte hade samma medievänor som de yngre deltagarna i studien (Utterström, 2014). Den digitala klyftan som påvisades i studien från Umeå kommun kan vara relevant för studien i Vilhelmina kommun, då dessa kommuner ligger nära varandra geografiskt. Seniordeltagarna i Ylva Utterströms studie använde inte sociala medier, vilket medförde att de uteslöts från kommunens information på dessa kanaler. Enligt Utterström utförde de äldre färre aktiviteter, vilket betyder att de inte behöver lika mycket information som de yngre deltagarna (Utterström, 2014:35). De yngre deltagarna däremot var aktiva i fler friluftaktiviteter och efterfrågade en större mediemix (Utterström, 2014:18f).

3.3 Digital Natives och Digital Immigrants

2001 skrev Marc Prensky en vetenskaplig artikel där han konstaterar att de dåvarande studenterna var den första generationen som växt upp med den nya teknologin. Denna nya teknologi gäller till exempel tv-spel, internet och digitala mediaspelare. Han menade att resultatet av dessa students uppväxt är att de tänker och bearbetar information annorlunda än sina föregångare. Prensky valde då att kalla denna nya digitala generation för digital natives (digitala infödingar), en generation som har det digitala språket som modersmål (Prensky, 2001:1). Men bara för att man är född i den digitala teknologins värld, betyder det inte att man kan allting, eller ens vill kunna allt (Prensky, 2011:17).

De som inte är födda i den digitala världen, utan har fått lära sig och blivit fascinerade av den nya digitala livsstilen kallas för *digital immigrants* (digitala invandrare). Även om de digitala invandrarna lär sig att anpassa sig till omgivningen, så kommer de alltid, enligt

Prensky, ha en annan "accent" än de digitala infödingarna. De digitala invandrarna kan behöva skriva ut blanketter för att kunna fylla i dem då de inte förstår hur man redigerar direkt i datorn, eller läsa en manual för ett program istället för att anta att programmet lär hen att använda det. Det finns även exempel på äldre som ringer och frågar om personen fått mejlet de skickade. Den äldre generationen fick lära sig det nya språket när de nya digitala medierna kom, men forskare säger att språk man lär sig senare i livet går in i en annan del av hjärnan, vilket alltid gör sig påmint. Vanligt med digitala immigranter är att de ofta använder digitala kanaler i andra hand gällande informationssökning, istället för första hand som digitala natives gör (Prensky, 2001:1f). För att belysa skillnaderna mellan de olika åldersgruppernas olikheter tillämpas teorier gällande skilda generationers agerande angående digital teknik i denna uppsats analys.

3.4 Information overload

Information overload betyder kort och gott att en kanal översvämmas av information (Eppler & Mengis, 2004:326). Vi blir dagligen överösta av information från alla håll och kanter utan att vi aktivt har sökt den. Det finns idag en uppsjö av tv-kanaler, tidningar, radiokanaler och utskick hem till brevlådan, oftast är utskicken väldigt intensiva och ibland säger nästan samma sak, vilket gör att vi tillslut väljer att ignorera den informationen (Edmunds & Morris, 2000:17f). Information overload används ofta i forskning om kommunikation i organisationer och arbetsplatser. Överflöd av information till anställda medför merarbete för granskning och sortering av den stora mängd information som tilldelats den enskilde, och därmed ägnas mer tid till informationshantering än till egentliga uppgifter (Falkheimer & Heide, 2014:130). Däremot tillämpas teorin i fler discipliner än arbetsplatskommunikation, som bland annat kognitiv forskning, informationshantering, redovisning, organisationsvetenskap och marknadsföring (Eppler & Mengis, 2004:326), vilket gör teorin relevant även för denna uppsats.

3.5 Uses and gratifications theory

Vi använder olika medium beroende på behov, till exempel avslappning, information och sällskap. För att anpassa Vilhelmina kommuns kommunikationsstrategier för målgruppen behövs en förståelse för målgruppens behov, då det mänskliga behovet avspeglas i mediekonsumtionen. Enligt Uses and gratifications theory går det att se mönster i medieexponeringen genom att titta på vilka medier publiken använder och vilka behov de har (McQuail, 2010:423; Katz et al 1974:21f). Uses and gratifications utgår från att publiken är

medvetna och målorienterade angående sitt medieval och att de aktivt söker efter särskilda mediala budskap för att uppfylla sina behov (Laughey, 2007:26f).

Dock finns det kritik mot denna teori, kritikerna menar att medievalet inte enbart styrs efter att uppfylla personliga behov, utan människor kan omotiverat och tillfälligt använda olika mediekkanaler. Vilket innebar att å ena sidan enligt Uses and gratifications theory väljer publiken olika medier beroende på det mänskliga behovet, å andra sidan enligt kritikerna kan medieanvändning baseras på ren vana. Detta innebär att valet av mediekkanal kan ske omotiverat och användaren inte ser orsaken till valet av mediet den använder (McQuail, 2010:425).

3.6 Socialt kapital

Enligt Robert D. Putnam har ungas deltagande i samhällsfrågor och föreningar minskat under hela 1900-talet, och inte förrän människan närmar sig medelåldern börjar samhällsengagemanget ta vid. Oron över samhällets förändring skapade begreppet socialt kapital, vilket används för att förklara bandet mellan individer och sociala nätverk, och de normer om pålitlighet och ömsesidighet som uppstår när dessa möts (Putnam, 2001:15fff). Individers deltagande ökar tilliten och förtroende hos människor, när pålitlighet gynnar både dig och mig när vi båda kan inleda ett samarbete (Putnam, 2011:191). Enligt Rothstein ses det sociala kapitalet som rationellt, att man ska vara en person som innehar tillit till andra, men även att andra har tillit till en själv (Rothstein, 2003:15). Ett samhälle är effektivare om det formas av ömsesidighet och goda förbindelser mellan individer än ett samhälle som består av misstro. Samhällsengagemang och socialt kapital gynnar detta gemensamma engagemang och socialt handlande (Putnam, 2001:20f). Ett samhälle i misstro kallas för den sociala fällan, en situation som uppstår när man inte litar på "alla andra". Denna situation medför att alla får det sämre, även fast vi vet om att vi skulle tjäna på att samarbeta (Rothstein, 2003:21f).

År 2000 gjordes *Demokratiutredningen*, där det visade sig att den Svenska demokratin brister var att inte tillräckligt många engagerar sig i folkrörelser eller politiskt (SOU 2000:1:15). Vilket kan ses som problematiskt när en fungerande demokrati bygger på människors villighet att engagera sig i samhällsfrågor. Att denna förändring sker mellan generationer där yngre inte deltar lika frekvent som den äldre generationen kan ha att göra med att politiskt engagemang för de äldre handlar om vana och socialt tryck. Den yngre generationen associerar istället politisk tillhörighet och engagemang med ett aktivt val och en

medveten handling (Rothstein 2003:121). Med hjälp av teorin om socialt kapital analyseras studiedeltagarnas inställning till samhällsinformation.

3.7 Kommunikationsstrategier

För att ge konkreta förslag hur Vilhelmina kommuns kommunikationsarbete kan anpassas efter målgruppen, presenteras följande kommunikationsstrategier.

3.7.1 Tvåvägskommunikation

Att använda en mix av olika medier, både traditionella och sociala, kan vara avgörande för att hålla ett fritt tvåvägskommunikationsflöde mellan den offentliga sektorn och medborgarna (Baker, 2012:227). I Amerika anses den symmetriska tvåvägsmodellen vara en idealmodell. Den symmetriska tvåvägsmodellen innefattar att man lyssnar på sin omvärld och låter den komma till tals, förslagsvis i internetforum och sociala medier. Forskare ifrågasätter dock symmetrin i modellen, de menar att organisationer per automatik sitter i maktposition, samt uttrycker tvivel om det verkligen finns en jämvikt i kommunikationen från organisationer och företag (Larsson, 2014:58ff). Trots kritiken mot den symmetriska tvåvägskommunikationens maktrelation och risk för obalans bör ändå informatörer sträva efter denna modell när den har flera goda egenskaper för extern kommunikation; öppenhet, dialog och feedback genom involvering och deltagande (Falkheimer, 2001:97). Vilket kommer att tillämpas i uppsatsens resultat och analys gällande förslag på förbättringar till Vilhelmina kommuns kommunikationsarbete.

3.7.2 Inifrån- och utifrånstrategier

Inifrån- och utifrånstrategier är grundstrategier som innehåller flera understrategier som kan tillämpas för Vilhelmina kommuns kommunikationsarbete. Dessa strategimetoder passar både aktiva och passiva målgrupper. Strategierna handlar både om att erhålla information samt att sprida information. Dessa strategier lämpar sig för Vilhelmina kommuns informationsspridning, där målet för kommunikationen dels är att sprida den samtidigt ge invånarna möjlighet att själva söka upp och ta del av de e-tjänster som tillhandahålls via kommunens hemsida.

Inifrånstrategier är att organisationen initierar och själv sprider information till avsedda målgrupper. Med spridningsmetoder kan man förse och försöka nå stora grupper som man vill ha en relation med, och vissa grupper kan få information de kanske inte skulle känt till. Nackdelen med denna metod är att organisationer är mer eller mindre hänvisade till att

använda massmediemetoder med liten individuell anpassning. Däremot kan användning av sociala medier som en massmediekanal skapa en känsla av personligt tilltal (Larsson, 2014:158f).

En typ av inifrånstrategi är den intresseskapande strategin, och som namnet avslöjar går strategin ut på att skapa intresse hos målgruppen. För att skapa detta intresse finns fyra aspekter: Uppmärksamhet hos mottagarna, informationsbehov hos mottagarna, upplevd relevans för budskapet och mottagarnas mediebruk. För att det ska finnas en förutsättning att påverka en mottagare måste denne uppmärksamma budskapet, till exempel aktiv uppmärksamhet är någon tittar en extra gång på en reklampelare. Sedan måste mottagarens behov och informationens relevans avgöras, relevans står för betydelsefullheten de känner för budskapet och behovet är målgruppens efterfrågan. För att ta steget från en målgrupp med passiv uppmärksamhet till aktiv krävs extra insatser från sändarens sida, vilket kan vara mer eller mindre bortkastade resurser om målgruppen inte har behovet av eller upplever budskapet relevant. Däremot är relevans och behov två vitt skilda begrepp, målgruppen kan tycka att ett budskap är relevant, men behovet av information är inte nödvändigt för mottagaren för att hen ska kunna handla. Det finns även budskap som för målgruppen i nuläget saknar relevans, men den dagen då informationen skulle bli relevant vet de tillräckligt för att själva söka reda på hur de skall gå tillväga (Larsson, 2014:166f).

Utifrånstrategier innebär att man skapar system för att underlätta för de som söker kontakt och information från organisationen på eget initiativ. Dessa system finns idag hos Vilhelmina kommun, men med hjälp av utifrånstrategier kan kommunikationsarbetet förbättras ytterligare. Utifrånstrategierna innefattar stöd, support och kontaktformer på olika vis. Metoder för olika sök- och servicemetoder utvecklas för de som på egen hand vill relatera till organisationen online, men även om de vill få information i fysisk form. Webbteknik och sociala medier har hjälpt till med att utveckla kontaktmetoderna, då enskilda personer eller grupper kan kommunicera och söka information hos organisationen (Larsson, 2014:168f).

		Målgruppen	
		<i>Mindre aktiv</i>	<i>Mer aktiv</i>
Organisationen	<i>Mindre aktiv</i>	Enklare spridningsformer	Sök-, stöd- och serviceformer
	<i>Mer aktiv</i>	Utvecklade spridningsformer med feedback	Samrådsmetoder Nätverksmetoder Dialog

Figur 5. Strategisk bedömningsmodell (Larsson, 2014:172)

Det finns en modell (figur 5) styrd av aktivitetsvariabeln och som är en koppling mellan strategival, målgruppsanalys och medieanalys och hjälper till att anpassa spridningsformer beroende på om sändarna och mottagarna är mer eller mindre aktiva. Bedöms båda parterna som mindre aktiva gäller enklare spridningsformer, eller om resurserna finns hos sändaren används utvecklade spridningsmetoder. Är målgruppen aktiv gäller det att skapa service- och sökmetoder där organisationen tillhandahåller det material målgruppen önskar. När både målgruppen och sändaren är mer aktiva finns det ömsesidiga metoder att tillgå, vilket innebär olika slag av dialog i form av samråd och interaktion (Larsson, 2014:171f). När olika grupper i samhället kräver olika information, är denna modell ett sätt att utgå ifrån när spridningsmetod ska utses.

4. Metod och material

Följande redovisas och motiveras materialet, urvalet och den metod som använts för att besvara studiens syfte och frågeställningar.

4.1 Material och urval

Det empiriska materialet som analyserats består av texter från fyra fokusgruppintervjuer, en informantintervju och Vilhelmina kommuns informationspolicy. Deltagarna valdes utifrån homogena och heterogena kriterier. Jenny Kitzinger och Rosaline Barbour (refererad i Wibeck, 2010:64) visade i sin forskning att homogenitet i grupp sammansättningen främjar avslappnade och bekväma deltagare. I detta fall var homogeniteten i grupperna att de tillhörde samma ålderskategori och att alla bor på samma ort. Spridda åldrar och olika kön var faktorer för främjandet av heterogena fokusgrupper, vilket enligt Dahlin-Ivanoff är en viktig beståndsdel för en lyckad gruppdiskussion (2011:76).

För att kunna se åldersbaserade tendenser, grupperades deltagarna efter följande åldersgrupper: 18 – 29 år, 30 – 45 år, 46 – 65 år och pensionärer (65 år och uppåt). Att antalet gruppintervjuer blev fyra stycken baseras på balansen mellan att ha för få eller för många grupper, för att kunna se mönster men också ha rätt antal intervjuer så att materialet sedan kan mätas med (Wibeck, 2010:60). Ett färre antal personer innebär att det är lättare att komma till tals, lättare att hålla ögonkontakt samt att det personliga engagemanget ökar i mindre grupper (Wibeck, 2010:61f). Målet med gruppintervjuerna var att ha fyra till fem personer i varje grupp, men ett oanmält avhopp ledde till att en grupp endast fick tre personer. Detta innebar att tre till fem personer var närvarande i varje grupp.

Urvalsmetoden för intervjupersonerna var en blandning mellan bekvämlighetsurval och öppen ansökan. Bekvämlighetsurvalet är en vanlig strategisk urvalsmetod som innebär att man tar vad man ”råkar finna” (Trost, 2010:140). Öppen ansökan handlar om att deltagare annonserades efter och fick ansöka om att vara med i undersökningen (Wibeck, 2010:81). Annonseringen skedde på den lokala mataffären, via anslag på Facebook samt att bekanta hjälpte till att sprida ordet till personer som ej hade personlig anknytning till mig som moderator. Avgränsningarna i grupperna var baserat på ålder för att kunna analysera svaren baserat på ålderskategori, resultatet kan på detta sätt hjälpa kommunen med hur de ska målgruppsanpassa sitt kommunikationsarbete.

4.2 Metod

Då undersökningens syfte inte avser att räkna förekomster, utan snarare att undersöka *hur* invånare i Vilhelmina kommun vill ta del av information, har en metod med kvalitativ karaktär använts för att samla in det empiriska materialet (Trost, 2010:32). Forskningsansatsen är hermeneutisk, som står för läran om läsning och tolkning, där förståelsen är central (Esaiasson, 2007:248). Ansatsen lämpar sig bra då uppsatsens syfte är att analysera informanternas egna upplevelser av ett fenomen (Westerlund, 2009:62).

4.2.1 Fokusgruppsintervju

Studiens syfte är att undersöka hur invånare i Vilhelmina kommun vill kommunicera med och ta del av information från kommunen. För att undersöka detta användes fokusgruppsintervjuer för att ta fasta på de åsikter och idéer som finns kring ämnet. Interaktionen mellan deltagarna skapade nya idéer, och fördelen med att diskutera i grupp var att de kunde ställa frågor till varandra och tillsammans utveckla sina tankegångar (Wibeck, 2010:22).

Fokusgruppsintervjuerna var halvstrukturerade, vilket betyder att teman och nyckelfrågor var på förhand bestämda i en intervjuguide (se bilaga 2). Halvstrukturerade intervjuer (även kallad semistrukturerade) innebär att gruppintervjuerna har en hög grad standardisering och en lägre grad strukturering. Det betyder att frågorna var öppna och ställda på samma sätt till alla intervjuade, men att de intervjuade har möjligheten att formulera svaren fritt (Hartman, 2004:280f). Detta passade undersökningen då denna struktur medförde att det gavs tillfälle för diskussion och utrymme för nya idéer.

4.2.2 Informantintervju

För att ta reda på hur kommunen kommunicerar i dagsläget genomfördes en informantintervju med en insatt person på Vilhelmina kommun (Esaiasson, 2007:257). I detta fall handlar det om en person med central position i kommunikationsarbetet på Vilhelmina kommun. Att informantintervju användes i denna undersökning är för att komplettera de policydokument kommunen använder, då det kan tänkas att kommunikationsarbetet i verkligheten inte alltid stämmer överens med framtagna policydokument. Ytterligare en anledning till att komplettera med en intervju från en centralt insatt person är att denna person kan framföra vad de har för önskemål på framtiden och så vidare. En fördel med informantintervju är att informationen som utvinns leder till nya infallsvinklar och specificerade frågor till de följande intervjuerna

(Esaiasson, 2007:258). Denna informantintervju utfördes innan fokusgruppsintervjuerna, och intervjuguiderna preciserades ytterligare.

Tid är ofta en central faktor gällande intervjuer med personer i chefsposition eller med kommunikationsansvar (Von Platen & Young, 2014:31), vilket märktes under informantintervjuns bokning och insamling. Tidsaspekten löstes med att hålla intervjun på hens kontor. Informantintervjun var av strukturerad karaktär, vilket innebär att frågor ställs som definieras på förhand och följer ett schema (Østbye et al, 2003:103). Att intervjun var strukturerad och därmed lätt att följa och anteckna under, avgjorde att ljudinspelning valdes bort, när ljudinspelaren kan ha varit ett störande moment under intervjun.

4.2.3 Arbetsmetod

Insamlingen

Innan intervjuerna hölls, testades intervjuguiderna för att se om de fungerade i praktiken. Att testa intervjuguiderna ökar validiteten, då det undersökte om frågorna studerar det som är sagt att de ska studera (Wibeck, 2010:144). Sedan tog tre gruppintervjuer vid den 17, 18 och 19 november 2014 i kommunhusets konferenslokal, samt en gruppintervju i Saxnässkolan i Kultsjödalen. Varje intervju pågick i cirka 40 minuter. Att nästan alla intervjuerna hölls på samma plats och leddes av samma person och att alla respondenter fick samma information och frågor, ger enligt Trost (2010:39f) lite högre grad av standardisering, då frågorna och intervjusituationen var nästan densamma för alla intervjuade. Alla deltagarna i intervjuerna fick se ett stimulusmaterial, vilket enligt Wibeck är bra för att få en givande diskussion (2010:78f), när kommunal information innefattar många olika områden. Detta var för alla skulle få samma grundläggande information. Wibeck menar att materialet ska vara så opartiskt som möjligt, och vara utformat för att skapa diskussion och frågor (2010:78), vilket detta material endast innehöll förklaring av begrepp och en lista över vilka områden kommunal information sträcker sig över.

Transkribering

På grund av begränsad tid gällande insamling och transkribering av materialet valde jag att lägga intervjuerna tätt intill varandra, för att sedan kunna transkribera och analysera efter att alla fokusgruppsintervjuer var klara. Syftet med transkriberingen av intervjuerna var att återberätta det huvudsakliga innehåll, vilken enligt Wibeck kan göras utan att beskriva samtalen i detalj (exempelvis räkna pauser mellan tal i sekunder och skriva i talspråk). Det

kan vara bra att få med pauser, men endast skriva om den var lång eller kort, även att få med deltagarnas kommentarer och uppbackningar utan att ordagrant beskriva hm-ningar och talstryka (Wibeck, 2010:96f). Endast tre av fyra fokusgruppintervjuer blev transkriberade från ljudinspelning när teknikstrul medförde att gruppen med 46 – 65 åringarna inte blev inspelat. Detta löstes med de omfattande anteckningar från intervjun samt att en noggrann och genomgripande sammanfattning gjordes direkt efter intervjuns avslut.

Analysprocessen

Den hermeneutiska spiralen bygger på att det finns en länk mellan det empiriska materialet och föregående forskning. Analysen genomfördes med en öppen läsning, där de teman som uppenbarats sig i texterna tolkats med hjälp av teoretiska modeller och tidigare forskning (Westerlund, 2009:74ff). Ett kategorischema konstruerades efter att nyckelteman konstaterats i texterna, vilket Westerlund rekommenderar för en lyckad analys (2009:78). Dessa nyckelteman samlades ihop och jämfördes mellan varje åldersgrupp, för att finna likheter och skillnader mellan grupperna.

Resultatet av kodningen redovisas i följande kapitel. Resultatet redovisas öppet och genomskinligt, vilket enligt Westlund är ett trovärdigt sätt att förmedla ett resultat på (2009:77). Vid en läsning av en rapport räknas det som hög reliabilitet om läsaren kan följa resonemangen och själv ta ställning om man tolkar resultatet annorlunda (Trost, 2010:132). I form av citat och öppen diskussion om resonemang påvisas öppenheten i denna uppsats, och på så sätt kan läsaren själv göra egna resonemang och få samma svar.

4.2.4 Metoddiskussion

Fördelen med fokusgruppsintervjuer är möjligheten till upptäckande, ökad förståelse och att gruppen gemensamt skapar mening till det ämne som diskuteras. Ytterligare en fördel är att deltagarna har en chans att få sin röst hörd och att det ofta ger en positiv känsla att betraktas som ”expert”. Dock finns det även nackdelar med fokusgruppsintervjuer, bland annat är det att deltagare kan censurera sig själva ifall den känner att den enskildes erfarenhet eller åsikt skiljer sig från gruppnormen (Wibeck, 2010:149ff). Självcensuren är svår att bearbeta, men i detta fall har jag redan från start uppmuntrat alla åsikter genom att trycka på att alla deltagare är experter och ingen åsikt är rätt eller fel. Ytterligare ett problem med fokusgruppsintervjuer kan vara att tystamma personer lätt kan hamna på sidan av de som är dominant och pratglada (Trost, 2010:46). För att undvika att tystlåtna personer skulle hamna i skymundan, ställdes specifika frågor till de personerna som ansågs pratat mindre än någon annan, vilket enligt

Wibeck är nödvändigt för en rättvis diskussion (2010:58). Förutom att moderatorn styrde om samtalen när det behövdes så löste grupperna ofta problemen själva och lyfte in tystlåtna personer i samtalen.

Intervjuerna dokumenterades med ljudupptagare, däremot finns det en nackdel med detta, då deltagare kan känna sig hämmade av ljudupptagarens närvaro (Trost, 2010:75). Men fördelarna med ljudupptagning överväger då det underlättar transkriberingen avsevärt och fokus kan i större grad läggas under intervjuens gång på frågorna och svaren, utan att störa gruppen (Bryman, 2012:504).

Gällande platsen där tre av intervjuerna genomfördes, i Vilhelmina kommuns konferenslokal, kan det finnas negativa aspekter beträffande hur detta påverkade deltagarna. Det kan tänkas att eftersom studien handlade om Vilhelmina kommuns informationsspridning och hur deltagarna tyckte om denna, att valet av lokal påverkade. Dock har inte studien formats för att på något sätt kritisera Vilhelmina kommuns kommunikationsinsats, utan snarare riktat in sig på målgruppens attityder kring kommunikation. Fördelar med att välja en konferenslokal är att det inte fanns några åhörare (vilket hade funnits på exempelvis ett café), platsen var fri från störningsmoment (som hade funnits om intervjun utspelats i någons hem) och konferensborden gav alla deltagare sin egen plats och underlättade ögonkontakt (Trost, 2010:63f).

Nackdelen med urvalsmetoden är att man får personer av en viss karaktär och har ett visst syfte till att medverka i undersökningen, vilket kan spegla av sig i svaren man får (Trost, 2010:140f). När en bekvämlighetsurvalsmetod används riskerar det att urvalet inte bli representativt. När tillfrågade intervjupersoner kommer från ens närhet kan de vara så att de har många liknande drag (Hartman, 2004:243f). Intervjupersonerna i denna studie kommer inte från min direkta närhet och känner mig inte personligen. Då resultatet av denna studie inte siktar på att bli generaliserbart eller till hög grad representativt, är urvalsmetoden enligt Hartman (2004:342) möjlig. Dessa risker har ändå tagits hänsyn till under analysen, och gällande representativiteten har urvalet av intervjupersoner anpassats strategiskt på det vis att personerna har haft så olika bakgrund som möjligt, men svårigheten med att samla intervjupersoner tillförde att många ändå hade rätt lika yrkesmässiga bakgrunder.

5. Resultat och analys

Det empiriska materialet har kategoriserats efter nyckelteman som framkommit under läsningen av transkriptionerna. Följande resultat och analys är uppdelade efter dessa nyckelteman. Grupperna har blivit numrerade, lika så deltagarna i grupperna. Den första siffran i deltagarkoden står för gruppnumret, och den sista för deltagarens tilldelade nummer (mer information om deltagarna finns att läsa i bilaga 3). I detta kapitel kommer resultatet att analyseras med den teoretiska ramen som presenterades i det tredje kapitlet ”Teori och tidigare forskning”. Alla begrepp kommer således att referera till detta kapitel.

5.1 Hur deltagarna hanterar information

En öppen inledande fråga ställdes till alla deltagare, om de såg sig själva som aktiva eller passiva gällande informationsintag i allmänhet. Resultatet var en mix av aktiva och passiva deltagare. Deltagarna ansåg sig själva både söka upp information de hade behov av, samtidigt som deltagarna passivt intog information. Detta i form av att följa flöden på sociala medier, läsa morgontidningen och det lokala annonsbladet Vilhelmina aktuellt. Majoriteten aktiva personer fanns i de yngre åldersgrupperna, och passiviteten ökade sedan i åldrarna.

Jag är mest aktiv, jag Googlar ju mest jämt. Till och med på sådana saker som inte är värt att veta. En fritidsgooglare. (Deltagare 1:4)

Jag letar nog mest själv. (Deltagare 2:3)

Jag söker nog efter den information jag vill ha, efter att jag läst om det [i Vilhelmina aktuellt]. (Deltagare 3:3)

Nej men för mig är det skönast att få från något håll, alltså ibland söker jag. Men det mesta kommer nog munvägen. (Deltagare 4:3)”

I den yngsta gruppen förekom det stor passivitet gällande kommunal information, de ville ha viktig information skickat till sig, då de hade en låg motivation till kommunikation med offentliga förvaltningar och liknande.

- Ja det beror jätte mycket på vad det är för typ av information, är det något jätte viktigt som man måste veta då är det bra om man får det skickat till sig, eller hur man nu gör det.

Annars så föredrar jag nog att leta upp det själv. Då kan man på något sätt välja vad man ska få för information, snarare än att få allt på sig.

- Precis, det beror väldigt mycket på hur motiverad man är på att få den här informationen också. Om det är typ information från tandläkare och sjukvård då kanske jag inte letar upp det direkt, det måste de ju skicka till mig. Inte aktiv söka. (Deltagare 1:4 och 1:5)

Deltagarna ovan diskuterar informationsöverflöd och motivation till utskickad information. Motivation till utskick är avgörande, enligt deltagarna vill de endast ha 'viktig' information skickad till sig, som exempel sjukvård. I grupp 3 diskuterades det om skräcken för att bli överöst med information som de inte bett om att få. De ville hellre få en sammanställd och lättläst information för att sedan själva avgöra om de vill söka vidare information vid ett senare tillfälle. Detta stämmer överens med teorin om information overload (se kapitlet Information overload) då information kan sällas bort och ignoreras när det blir ett överflöd.

Passiviteten i grupp 1 påvisas även i valet av kanaler gällande kommunal information:

Jag är nog också passiv, jag läser ju Vilhelmina aktuellt där det står om just Vilhelmina kommun. Men nä, inte så att jag hobbyläser på deras hemsida direkt. (Deltagare 1:3)

Teorin om Uses and gratifications (se kapitlet Uses and gratifications) handlar just om att olika medier används beroende på människans behov. Vilket konstateras gällande deltagarnas aktiva och passiva aktiviteter gällande informationssökning. Deltagare 1:3 nämnde att Vilhelmina kommuns hemsida inte var en kanal som användes till förströelse. Vilket inte är förvånande då hemsidans syfte inte är att underhålla. Problematiken med att de inte besöker Vilhelmina kommuns hemsida när den ej syftar till att underhålla går att återkoppla till teorin om socialt kapital. Dagens problematik med personligt engagemang i samhällsfrågor avspeglas i denna undersökning. Rothstein (se Socialt kapital) talade om dagens yngre generationer ser politiskt engagemang och samhällsfrågor som aktiva och medvetna val, istället för äldre generationers vana att engagera sig och hela den sociala biten som frivilligt engagemang medför. Vilket kan ses som att å ena sidan har denna unga grupp ett mindre behov till att använda kommunal information, å andra sidan är det alla medborgares rätt och skyldighet att bidra till ett demokratiskt samhälle. Det kan även tänkas att dessa deltagare inte aktivt engagerar sig i samhällsfrågor kan tänkas ha att göra med Putnam och Rothsteins resonemang om tilltro till andra individer och samhällsinstitutioner. Dock är detta enbart spekulationer, men skulle avsaknaden av tilltro vara sann skulle detta ha konsekvenser som

leder till den sociala fällan. Den sociala fällan är enligt Rothstein (2003:21f) ett samhälle i misstro, som uppstår när individer inte litar på andra individer och institutioner, vilket i det långa loppet leder till försämringar som endast går att lösa via tillit och samarbeten.

5.2 Kommunens kommunikation i dagsläget

Det framkom i informantintervjun och i Vilhelmina kommuns policydokument att kommunikationsarbetet inte genomförs av en kommunikatör, för att citera Vilhelmina kommuns policydokument ”våra främsta kommunikatörer är medarbetarna själva”. Vilhelmina kommun har tre huvudredaktörer som har huvudansvaret över hemsidan samt sköter förstasidan. Sedan finns det underredaktörer för varje egen flik på hemsidan där den organisationen/avdelningen ansvarar för sin egen information. Detta gäller inte bara hemsidan, utan är även för annonsering och om de använder sociala medier. Nedan redovisas hur fokusgruppdeltagarna använder kommunens informationskanaler idag.

5.2.1 Kanalerna deltagarna använder i dagsläget

Gällande valet av informationskanaler fanns det lika mycket likheter som det fanns olikheter mellan grupperna. I den allra yngsta gruppen (grupp 1) var internet och sökmotorer den dominerande informationskällan, där sökte de bland annat efter öppettider och reserverade böcker på biblioteket. Detta överensstämmer med Findahls slutsats, att yngre personer använder internet som förstahandskälla för information (se kapitlet Internetanvändning i Sverige och internationellt). En annan informationskanal de använde var att läsa kommunens annons i Vilhelmina aktuellt. Denna unga grupp (åldersspann på 18-29 år) hade svårt att urskilja vad kommunal information innebar.

Alltså jag vet inte, jag tycker att det är ganska svårt att urskilja kommunal information [...]
Sen är det ju sådana här saker som man inte kommer i kontakt med. Nu har jag inte ansökt om bygglov eller dagisplats eller liknande. (Deltagare 1:4)

Att de hade svårt att urskilja kommunal information förklaras i att denna målgrupp har lägre motivation till och behov av att kommunicera med kommunen. Nedan diskuterar deltagare 1:1 och 1:5 om hur ofta de kommer i kontakt med kommunal förvaltning:

- Nja inte så mycket privat
- Det är inte varje dag man ansöker om bygglov till min lägenhet på Strandvägen.
(Deltagare 1:1 och 1:5)

I grupp 2 (30-45 år) och 3 (46-64 år) varierade informationskanalerna desto mer. De läste Vilhelmina aktuellt, sökte på kommunens hemsida, fick information hemskickad och ringde till kommunens växel eller berörd person. I den tredje fokusgruppen ringde deltagarna ofta, de upplevde att de ofta körde fast på hemsidan eller att den inte innehöll tillräckligt med information. Deltagarna i grupp 3 diskuterar nedan om hur flera deltagare hade ringt till kommunen för att felanmäla slocknade gatulysen. Den ansvarige på kommunen hade svarat att hela systemet för gatulysen var på väg att bytas ut. Detta var information som deltagarna önskade att det hade funnits utskrivet någonstans så de och flera andra slapp ringa om detta.

Jag ringde också kommunen gällande att gatulyset hade slocknat och fick samma svar. Personen som svarade sa att 80 procent av de som hade ringt dit hade samma ärende, men det skiter väl jag i, jag vill ju veta om de ska laga 'min' lampa eller inte. Tänk vad många samtal de hade sparat om de hade gått ut med information om att lamporna var på väg att fixas. (Deltagare 3:1)

Dessa målgrupper är mer motiverade och verkar ha ett större behov av kommunal information, vilket medför att de i större utsträckning aktivt söker efter den information de behöver. Att informationskanalerna är fler och varierar mer i grupperna innehållande 46 - 64 åringar framgår även i Olle Findahls undersökning Svenskarna och internet, som visar att denna ålderskategori ofta mixar traditionella och digitala kanaler. En orsak till beteendet kan vara att de befinner sig i gränslandet mellan digital natives och digital immigrants (se kapitlet Digital Natives och Digital Immigrants), de är inte födda i det digitala informationssamhället, men var hyfsat unga när de nya medierna började tillämpas i samhället.

Den äldsta gruppens diskussion avvek från de andra grupperna, då majoriteten av deltagarna fick information personligt. Det kunde vara att de gick till biblioteket för att reservera böcker med hjälp av en bibliotekarie, skulle de besöka bollhallen talade de med bekanta om det innan eller så fick de muntlig information av en kommunalt anställd vid möten eller samling. Att några av pensionärerna i denna undersökning i viss mån uppskattade att få information via traditionella kanaler liknar resultatet i Choudrie et als studie om pensionärer i Storbritannien (se kapitlet Digital Divide). Resultatet i deras forskning visade att pensionärer i Storbritannien uppskattade att få information via telefon eller personligen, och att det fanns en kunskaps- eller motivationsbrist till att söka kommunal information online. Förutom att

pensionärsgruppen i studien om Vilhelmina kommun använde sig av personlig information, uppskattade även de flesta deltagarna det som står i Vilhelmina aktuellt och på kommunens hemsida.

Den äldsta ålderskategorin är så kallade digital immigrants (se kapitlet Digital Natives och Digital Immigrants), dessa personer har fått lära sig de nya medierna allt eftersom de uppfunnits och tagits till bruk, vilket också innebär att det finns digitala immigranter som kan använda moderna informationskanaler, men de flesta väljer ändå traditionella medierna i första hand, vilket påvisades både i Findahls undersökning (se kapitlet Internetanvändning i Sverige och internationellt) samt i denna undersökning. I denna fokusgruppintervju hade några av deltagarna god kunskap om moderna kommunikationskanaler.

Och jag önskar ju att de hade den [hemsidan] som app, så att man snabbt, ja så att man slipper söka helt enkelt. Där [i appen] får du ju mycket information. (Deltagare 4:2)

Deltagare 4:2 hade till och med en önskan om att använda en kommunal app i sin smarta telefon (detta framkom spontant, innan moderatorn ställt frågan om den kommunala appen). Ytterligare en utmärkande faktor i deras val av kanaler, var att det var den enda gruppen som berättade att de följer kommunfullmäktige via WebTV. Men åter igen, bara för att de hade kunskapen betydde det inte att de alltid använde den:

Men jag har inte ens skaffat en sån där telefon, eller sån där klösbräda [respondenten menar surfplatta]. (Deltagare 4:1)

Men jag har ju varit en sådan bakåtsträvar, jag säger som du [menar deltagare 4:1], jag har inte köpt någon ny mobil. (Deltagare 4:4)

Citatet nedan från deltagare 4:3 påvisar den accent som digital immigrant sägs ha (se kapitlet Digital Natives och Digital Immigrants), då deltagaren upplever att det är svårt att ta reda på vad hemsidor heter, samt att deltagaren benämner sökmotorn som ”den här Google”.

Men nu mera är det ju datorn, det är ju den man går på när man ska söka. Ibland är det ju det svåra vad hemsidan heter man ska gå på. Men det är ju den här Google som du säger. (Deltagare 4:3)

Detta påvisar vikten av en god utifrånstrategi som hjälper dem som har svårt att veta vad de ska söka efter.

5.2.2 Gällande vilhelmina.se

Då syftet med undersökningen inte var att utvärdera Vilhelmina kommuns hemsida, har inga direkta frågor ställts om hemsidan. Detta är något som alla deltagare självmant har valt att utvärdera under intervjun, vilket är ett tydligt återkommande tema i transkriptionerna. Alla grupper, förutom gruppen med pensionärerna, tyckte att kommunens hemsida var svårnavigerad och krånglig. Pensionärerna hade inget speciellt att säga om hemsidan, förutom att de tycker att den var bra då den innehöll allt. Men med tanke på vad de sa om internet överlag, så kan det tänkas att alla hemsidor kan vara svårhanterliga:

Och jag blev så irriterad på datorn, för inte hittade jag något lösenord och ingenting, men då ringde jag [...] Men sedan när jag hade lugnat ner mig och ringt, då kunde jag hitta det och fullfölja. (Deltagare 4:3)

För det är ju så att man börjar ju ofta på datorn, sen kör man fast och då ringer man. (Deltagare 4:1)

Som nämndes tidigare, var de övriga deltagarna irriterade över hemsidans utformning. De ansåg att hemsidan hade en ohanterlig struktur, de hade hittat fel, samt att det var svårt att hitta och att de funnit dolda funktioner på hemsidan. I grupp 3 fanns en irritation över hemsidans sökfunktion och utformning, då svårigheterna att navigera på hemsidan och bristen på information medförde irritation och merarbete i form av telefonsamtal.

Tänk vad många samtal de hade sparat om de hade gått ut med information om att lamporna var på väg att fixas. (Deltagare 3:1)

Angående spara in på samtal togs detta upp under informantintervjun, då det framkom att synen på organisationens externa kommunikation var att de har en önskan om förbättring, bland annat att använda hemsidan mer för att spara in på inkommande samtal.

Förutom navigationssvårigheterna ifrågasatte även deltagarna hur ofta hemsidan uppdaterades, när inrapporterade fel inte åtgärdades. Det fanns även synpunkter på att de som kom från ett annat land hade svårt att ta in information, eller över huvud taget veta vilka

möjligheter kommunen tillhandahåller. Men det fanns även deltagare som var nöjda med hemsidans utformning:

Jag har tittat litegrann, men jag tycker att hemsidan funkar okej i alla fall. Den känns rätt standardiserad. (Deltagare 1:5)

Detta kan tänkas vara för att deltagaren kan ha sett andra kommuners hemsidor, som nämndes i inledningen har alla kommuner samma dilemma gällande att göra all information tillgänglig till alla. Och på så sätt kan de flesta kommunala hemsidorna, även om de har ett informationsöverflöd, kännas standardiserade.

5.2.3 Skillnaden mellan åldersgruppernas tillvägagångssätt vid informationssökning

Något intressant som uppenbarade sig under alla deltagares spontana diskussion om Vilhelmina kommuns hemsida, är hur deltagarna gjorde efter att de hade kört fast vid första försöket för att ta del av information. Alla grupper försökte söka information antingen via en sökmotor eller direkt in på Vilhelmina kommuns hemsida, men många upplevde att de inte fann den information de behövde var de tvungna att lösa problemet. I den yngsta gruppen mejlade de den närmaste ansvarige för att få hjälp, lika så i grupp 2, där helst mejlade, men ringde när de behövde. I grupp 3 var det telefonsamtalet som räddade situationen, men mejlade i sin tur om det behövdes. I den äldsta gruppen så ringde de om de körde fast, även att deltagarna sökte personlig kontakt i form av besök eller fråga vänner och grannar om hjälp. Problemlösningen ändrades för varje ålderskategori, detta bekräftar både det som Findahl kom fram till i sin undersökning om svenskarnas internvanor, att ju högre ålder, desto fler använde traditionella informationskanaler och även Prenskys teorier om digital immigrants och digital natives (se kapitlet Teori och tidigare forskning). Skillnaden mellan de som är födda innan och under den nya teknikens infart är hur de löser problem, att digital immigrants var försiktigare och gärna ringde för att bekräfta eller få hjälp med tekniken, medan digital natives oftare testade sig fram (se kapitlet Digital Natives och Digital Immigrants).

5.3 Den frånvarande digitala klyftan

Ytterligare ett tema yttrade sig under läsningen. Alla deltagare nämnde någon gång under diskussionen ”de andra”. De diskuterade om att de själva använde digitala tjänster, men att det kanske fanns andra som inte gjorde detta. ”De andra” varierade också bland grupperna, i den

första gruppen var de utestängda de nyanlända medborgarna från andra länder, då de kunde ha problem att ta in information och veta var de skulle vända sig för att leta.

- Men jag tänker nu tänker jag dra in dig i samtalet, för hur mycket vet du om sånt här? Att man kan kolla på Vilhelmina kommuns hemsida?

-Ja, när jag var på boendet på Pettersbacke [ett boende för ensamkommande flyktingbarn], gick det inte så bra med kommunala frågor. (Deltagare 1:1 och 1:2)

Denna grupp talade också om de inte trodde att äldre använde sociala medier eller ägde smarta telefoner. Vilket gjorde att de var angelägna om att informationskanalerna inte hade krav på användarna.

Men alla använder ju inte Facebook. Men ganska många. (Deltagare 1:1)

- Sen är det väl inte alla som kommer att kunna använda en app

- Alltså du tänker åldersmässigt?

- Ja, eller de flesta har väl smartphones

- Det är väl bra om inte informationen kräver det. (Deltagare 1:1, 1:4 och 1:5)

Den andra gruppen talade om utestängningen från de som inte ingick i det kommunala intranätet, alla deltagare visste att intranätet fanns och ungefär vad som stod där, men visste att den stängde ut de som inte var anställda kommunalt. Även denna grupp diskuterade smarta telefoner.

Alltså idag är det ju [smarta] telefoner som gäller alltså, när det gäller kommunikation, alltså som med Facebook, Instagram allting sådant. De flesta har ju en sån telefon. (Deltagare 2:2)

Deltagaren talar om att ”de flesta” använde smartphones. Att säga ”de flesta” och inte ”alla” tyder på att deltagaren anser att det finns dem som inte använder smartphones. I grupp 3 var deltagarna positivt inställda till sociala medier, men poängterade vikten att inte endast använda sociala medier som informationskälla, då de även trodde att inte alla använde sociala medier. Grupp 3 nämnde också den klyfta som finns mellan samhället och de kringliggande byarna. Om det var för att de känner att de blir utestängda för sitt geografiska läge, eller för att bredband inte finns i alla bostäder ännu eller för att telefontäckningen ibland är bristfällig, finns inget säkert svar på. Den äldsta gruppen tittade själv ofta på fullmäktige via WebTV,

men påpekade att det inte var något alla kunde göra. Den äldre gruppen var mycket angelägna om att det fanns äldre som inte hade den fysiska förmågan för att använda digitala tjänster, men även saknade tillgång och kunskap.

Vi har ju ögon och kan läsa, och öron att höra med. Men det finns ju de som inte kan det.
(Deltagare 4:2)

Det är ju svårt till dem som blir riktig gamla och inte kan använda datorer och sånt där.
(Deltagare 4:3)

Förutom att den äldsta gruppen talade om att de som var ännu äldre än de själva uteslöts, talade de även om den digitala klyftan mellan de själva och den allra yngsta generationen, då de ansåg att det var skrämmande hur ungdomar kommunicerar idag.

5.4 Hur vill deltagarna att kommunen ska kommunicera i framtiden

Nedan presenteras de önskemål och förslag som deltagarna diskuterade om framtida kommunikation med Vilhelmina kommun, dessa förslag kompletteras med kommunikationsteorier för att ge förslag på framtida utveckling och förbättring.

5.4.1 Hur de helst vill få information

Alla grupper ville läsa om kommunal information i Vilhelmina aktuellt, de två yngsta grupperna önskade även att läsa om referensinformation i sociala medier. Referensinformation kunde vara att slalombacken hade snö, skidspåret var preparerat och så vidare. Detta önskemål var väntat, då en person i 20-årsåldern ägnar 7.6 timmar i veckan åt sociala medier (se Internetanvändning i Sverige och internationellt). Att använda sociala medier som massmediemetod har sina fördelar. Även om den räknas som en massmediekanal ger sociala medier en känsla av personlighet, vilken är en bra metod att använda som inifrånstrategi, men även som utifrånstrategi då sociala medier ger möjlighet att föra dialog och ge feedback. I figur 3 (i kapitlet Internetanvändning i Sverige och internationellt) framgår det att stora delar av befolkningen, inte endast yngre personer, använder sociala medier, och särskilt är Facebook ett populärt socialt nätverk där totalt 68 procent av internetanvändarna besöker Facebook i alla fall någon gång i bland. Trots att majoriteten av de som är över 55 år aldrig besöker Facebook, är det ändå ett effektivt sätt att sprida information på, då väldigt många personer, speciellt yngre, använder just denna kanal. I E-delegationen listades skäl för att svenska myndigheter skulle använda sociala medier, några av skälen var att kompensera

för andra icke täckande kanaler samt nå fler medborgare och grupper som annars var svåra att få kontakt med via andra kanaler, vilket i detta fall skulle kunna vara yngre medborgare som är mer omotiverade gällande kommunal information och är svårare att nå (se kapitlet Om E-delegationen).

Men för att inte utesluta någon bör ändå andra kommunikationsinsatser göras. Förutom sociala medier som digital informationskanal önskade sig grupp två en app om Vilhelmina kommun för att få information.

Det går ju att göra en Vilhelmina-app, när den plingar till så vet man att det har hänt något.
(Deltagare 2:1)

I grupp 3 och 4 ville de få information från en fysisk person i form av ett samlat möte, denna önskan var i största del för att de tänkte på de äldre som inte hade tillgång till (eller kunskap om) internet. Den äldsta gruppen önskade även om att få information online i form av WebTV. I modellen om utifrånstrategier kunde den strategiska kommunikationen anpassas efter mottagarens aktivitet (se kapitlet Inifrån och utifrånstrategier). När både målgruppen och sändaren är aktiva och motiverade kan en kommunikationsmetod som innebär dialog vara passande, vilket kan vara till exempel möten, samråd och interaktion. Om dessa människor är beredda att ansluta till en samling för att få information, kan det vara ett effektivt sätt att nå de som finns utom den digitala klyftan. Från kommunens sida väljer de i dagsläget att förse sina invånare med information via hemsidan eller annons i veckobladet Vilhelmina aktuellt, men enligt informanten upplever de flesta avdelningar att det ofta rings till dem. I framtiden finns det en önskan om att förbättra den externa kommunikationen, genom att förbättra hemsidan och på så sätt ge invånarna en möjlighet att enkelt söka sin information själva.

5.4.2 Hur de helst vill *hämta* information

Grupp 1, 2 och 3 ville uteslutande hämta information online från kommunens hemsida. Den fjärde och äldsta gruppen ville förutom att de också hämtade information online, gärna ha en fysisk person att kontakta, speciellt när de fått information i brevlådan eller digitalt och de inte visste hur de skulle gå vidare. Detta visade sig också i den tidigare forskningen om Storbritanniens äldre befolkning och den kommunala verksamheten, att de helst ringde eller talade personligen med en myndighetsperson. Enligt Kalmus et al (Se Internetanvändning i Sverige och internationellt) spred sig skepsisen i åldrarna mot att använda nya medier när de

interagerar med samhällsinstitutioner, vilket resultatet i denna undersökning bekräftar att samma situation råder bland deltagarna från Vilhelmina.

Att hämta information online medför att informationen blir mer hanterbar, vilket på så sätt undviker informationsöverflöd som flera deltagare var rädda för. När för mycket information når en människa väljer hen av ren instinkt tillslut att ignorera detta, vilket i praktiken medför att kommunen kommunicerar för döva öron om de använder för mycket utskick. Men finns all information online kan individer själva läsa endast den information de har behovet av. Med en lättmanövrerad och uppdaterad hemsida täcker det dessa behov, och minskar merarbete vilket Larsson talade om gällande utifrånstrategier (se kapitlet Kommunikationsstrategier).

När alla deltagare både ansåg sig vara både aktiv och passiv gällande informationsintag såväl i allmänhet och gällande kommunal information, bör inifrån- och utifrånstrategier tillämpas för att nå alla målgrupper (se kapitlet Inifrån- och utifrånstrategier). Önskan från grupperna var att samlad information skulle presenteras i någon form av utskick, och uppmuntra till vidare information på exempelvis hemsidan. En lättmanövrerad hemsida med enkla sökfunktioner gynnar den sortens kommunikation. Här är både informanten och intervjudeltagarna överens, de vill att det ska vara enklare att söka den information de vill ha. För att underlätta för medborgarna, vilket sparar arbetsmoment för både mottagaren och sändaren, kan en utifrånstrategi tillämpas gällande hemsidan, är hemsidan strukturerad och har ett lämpligt innehåll kan medborgarna själva besvara sina egna frågor när de söker på hemsidan.

Då alla åldersgrupper hade problem med att söka på vilhelmina.se, och främst äldre som enligt teorin digital immigrants har en accent som försvårar hanteringen gällande sökande på internetsidor. Information kan spridas via massmedier för att sedan hänvisa till vidare läsning på till exempel hemsidan underlätta för medborgarna. Ett annat verktyg för att underlätta för medborgare att söka på hemsidan är en sökrobot, nedan jämför grupp 2 sökrobotar som finns hos bland annat Försäkringskassan:

Men tänk om man kunde ha som på Försäkringskassans hemsida, där man söker kommer det upp "jag kan hjälpa dig med de enklaste grejerna" också skriver man då föräldrapenning, "menar du..." också får du trycka på de alternativen som kommer upp, så går du vidare. (Deltagare 2:1)

Problematiken med inifrån- och utifrånstrategin är att avgöra vad som behöver göras massutskick av. Vet inte medborgarna om vad det kan få information om så är det svårt för dem att själva ta initiativ till att söka själva, och om de ska söka vad det ska använda för sökord.

Det är svårt att precisera en fråga om man inte riktigt vet vad man ska söka efter på en söksida. (Deltagare 2:1)

För att undvika dessa problem, är en sökrobot som diskuteras ovan en bra lösning. Denna utifrånstrategi hjälper till med precisera sökord och frågor.

5.4.3 Hur de helst vill *kommunicera* med kommunen

Alla grupper vill kommunicera via mejl med kommunen, dock i olika utsträckningar beroende på vilken ålderskategori deltagaren tillhörde. Den yngsta gruppen ville även kommunicera via sociala medier, samt besöka kommunen om de hade något de behövde prata om. De uppsökte hellre kommunen än att ringa till berörd person. Att grupp 2 ville mejla kommunen handlade om att då kunde de styra själva vilken tid de ville kommunicera, samt att konversationen fanns sparad. Men de, liksom grupp 3 var måna om att inte tappa den personliga kontakten. I den tredje gruppen fanns det även en önskan om en aktiv chattfunktion som de snabbt kunde få hjälp via. I den äldsta gruppen ringde de gärna kommunen, men mejl var också ett kommunikationsmedel de ville använda och använde idag.

Men många gånger är det bra att mejla, för känner jag att jag har behovet av att säga vad jag tycker, då mejlar jag. (Deltagare 4:3)

Teorin om den symmetriska tvåvägskommunikationsmodellen skulle kunna tänkas tillämpas väl gällande Vilhelmina kommuns framtida kommunikationsarbete, som Baker och även Larsson nämnde om tvåvägskommunikation i teorikapitlet att en mix av olika medier, både traditionella och sociala medier gynnar balansen i kommunikationen mellan organisationer och individer (se kapitlet Tvåvägskommunikation). Att använda sociala medier skulle innebära att kommunen fick ut färsk information löpnade samt kan föra dialog med de individer som använder sociala medier. Men, idag har Vilhelmina kommun inga resurser till att administrera och hantera konton på sociala medier, vilket informanten berättade under informantintervjun. Ytterligare ett åtgärdsförslag som skulle främja strävandet mot en

symmetrisk tvåvägskommunikation, är som tidigare nämnts att erbjuda besökarna på hemsidan en chattfunktion för att enklare få svar på frågor samt hjälp med att navigera på hemsidan.

5.4.4 Deltagarnas syn på e-tjänster

Gällande e-tjänster fanns det blandade känslor gällande detta. Det fanns bland vissa deltagare en rädsla för att tappa den personliga kontakten, samt att de äldre deltagarna gärna använde pappersblanketter så långt det gick.

Jag tar nog hellre pappersblanketter, därför att jag drar alltid en kopia. (Deltagare 4:4)

Detta är ett bevis på Prenskys tes om digital immigrants, ett exempel han använde var att digital immigrants inte har kunskapen för att fylla i blanketter i datorn, utan väljer att skriva ut blanketten istället (se kapitlet Digital Natives och Digital Immigrants). Men citatet skulle också kunna tyda på den rädsla och skepsis det finns bland digital immigrants, att de dels inte förstår alla funktioner digitala tjänster medför, samt att de anser att det är säkrast att ha blanketter på papper.

I grupp 2 var de mest motiverade att använda e-tjänster, då de ansåg att detta skulle underlätta deras vardag avsevärt, när de anser att den nuvarande processen (skriva ut och lämna in blanketten på kommunkontoret) är för tidskrävande. Grupp 1 var också positivt inställda till e-tjänster, dock var de inte i stort behov av att använda dem just nu. Skillnaderna och likheterna mellan dessa två grupper är att de är lika då de gärna sköter sina ärenden digitalt, men olikheten är deras behov av kontakt med kommunen. Den andra gruppen är i det stadie i livet då de bygger nytt/om sina hus, de har barn i förskolan och så vidare. Den första gruppen är inte i samma stadie än, men kommer att komma dit så småningom, och då vill de sköta dessa ärenden online. I den intresseskapande strategin (se kapitlet Kommunikationsstrategier) talas det om att relevans och behov är skilda begrepp, och att även om Vilhelmina kommun har budskap idag som saknar relevans för den yngsta målgruppen, så vet den målgruppen om hur de kan gå till väga för att söka information om hur de ska handla när de hamnar i det stadiet i livet då de behöver söka förskoleplats och liknande.

Den tredje gruppen tyckte att det var bra om e-tjänster fanns, men var rädda för att förlora den personliga kontakten. Vilket förklaras i att de tillhör den yngre generationen digital

immigrants, de är födda innan digitala teknikens framfart, men var tillräckligt unga när den kom för att ha lätt att ta till sig den. Detta medför att de behärskar digital teknik, men ändå föredrar att använda traditionella kanaler (se Digital Natives och Digital Immigrants).

5.4.5 Deltagarnas idéer om en kommunal app

En fråga som ställdes under intervjun handlade om deltagarnas tankar om en kommunal app. Vilhelmina kommun håller i nuläget på att framställa en app för kommunens invånare. Av förklarliga skäl är de då intresserad av invånarnas synpunkter och önskemål på appens utformning.

Alla grupper var positivt inställda till att använda en kommunal app. Det som är intressant att se att ju äldre grupperna var, desto färre förslag hade de på innehåll. Den äldsta gruppen hade sex förslag på innehåll de skulle vilja ha i appen, och den näst yngsta (och den mest motiverade gruppen för att använda kommunal information) hade hela 21 förslag till funktioner de skulle vilja använda. En fullständig lista över önskade funktioner bifogas (se bilaga 4). Det alla önskade var att det skulle vara en lättmanövrerad app med uppdaterad och relevant information. Surfplattor och smarta telefoner, är enligt Findahl en av anledningarna till att internet fortfarande växer bland det svenska folket. Applikationerna i plattformarna är anpassade på ett sätt som underlättar användandet för alla, främst för yngre barn och pensionärer. Vilket bevisas i följande citat från den äldsta gruppens diskussion om appar:

Det är ju så mycket enklare att hantera än en hemsida egentligen. (Deltagare 4:2)

Att deltagarna är överens om att hemsidan är oöverskådlig har redan diskuterats, men ett sätt att underlätta för dem som har svårt att manövrera informationen som finns på hemsidan är via en app. Med enkla illustrationer med text och bild och tydliga funktioner kommer större målgrupper att nås. En app är också en blandning mellan inifrån-och utifrånkommunikation, kommunen kan sprida information från appen som en massmediekanal, samtidigt som deltagarna kan navigera själva via sökfunktioner och kommunicera via kontaktfunktioner. Appens uppbyggnad skulle kunna gå att anpassa till målgruppens önskemål och aktivitet, då aktiva och passiva använder appen för olika behov. Idag använder 45 procent av befolkningen surfplattor någon gång ibland, bland dessa så använder mest 36 – 45 åringar surfplattor, men även en fjärde del av pensionärerna (se kapitlet Internetvanor i Sverige och internationellt).

6. Slutdiskussion

Studiens utgångspunkt var att alla medborgare har rätt att ta del information ifrån, och rätt att kommunicera med, den kommun de är bosatta i. För att undersöka hur Vilhelmina kommun kan göra för att nå alla invånare syftade studien till att ta reda på hur invånare i Vilhelmina kommun tänker kring kommunens informationsarbete, och hur de skulle vilja att den såg ut i framtiden. För att besvara syftet och frågeställningarna tillfrågades 16 kommuninvånare om hur de vill ta del av kommunala ärenden. Resultatet påvisade att alla deltagare gärna själva söker den information de anser sig behöva, skillnaden var hur de olika åldersgrupperna gick till väga för att få den informationen. En paradoxal företeelse som uppmärksammats är att många deltagare önskade att de fick så pass mycket information via traditionella eller nya medier att de slapp kontakta en fysisk person. Men samtidigt fanns rädslan bland dem att tappa den personliga kontakten.

Den första frågeställningen löd *Vilken slags information vill invånarna ha?* och *Hur vill de ta del av den informationen?* Informationsbehovet varierade beroende på stadiet i livet. Den yngre målgruppen ansåg sig inte ha något större behov av kommunal information, men om behovet fanns så sökte de på hemsidan. Den information de ville ha från kommunen handlade ofta om referensinformation som till exempel information om skidspår och öppettider. Grupp 2 och 3, deltagare mellan 30 – 64 år var mer motiverade till att ta del av kommunal information. Informationen handlade då om förskoleplatser, bygglov, ansökningar, felanmälan och liknande. Den äldsta gruppen var den enda grupp som följde fullmäktige, och detta gjorde de via WebTV. Annars ville de ha gärna få information personligt, som till exempel information om äldreården, kultur- och sportevent, information om biblioteket och så vidare. Men trots att de äldsta intervjupersonerna i större utsträckning valde att få information personligt, var ändå benägna till att leta information online.

Nästa frågeställning var *Hur vill invånarna kommunicera med kommunen?* Ju yngre deltagarna var, desto mer kontakt ville de sköta online. De yngsta tyckte bland annat sociala medier var en bra kanal för kommunikation. 30 – 45 åringarna föredrog mejl och 46 – 64 åringarna ringde ofta, men efterfrågade underlättande digitala verktyg för att undvika att behöva ringa, så som ett chattverktyg, sökrobot eller att utförare information skulle finnas att tillgå både online och i traditionella medier. Lika så den äldsta gruppen som gärna ringde

eller besökte kommunen, men även i denna grupp valde några deltagare att kommunicera via mejl.

Följdfrågan till den andra frågeställningen var *Vad finns det för skillnader och likheter mellan olika åldersgrupper?* Skillnaderna mellan grupperna var främst vilka kanaler de använde i första hand och hur de valde att kommunicera med kommunen. Skillnaderna mellan grupperna synliggjordes med hjälp av teorierna digital immigrant och digital natives, vilket också förklarade orsaken till dessa olikheter. Orsaken till motivationen av att använda digitala medier kan handla om när personen är född. Alla kan lära sig att hantera digital teknik, men valet av användning av förstahandskälla gällande informationssökning handlar om hur personens vanor sedan ungdomen ser ut. Likheterna mellan grupperna ligger bland annat i den starka tradition Vilhelminaborna har i att läsa det veckovisa annonsbladet som delas ut till kommunens hushåll, alla deltagarna läser detta blad och önskar att fortsätta göra det.

Den tidigare forskningen gällande digital divide i Storbritannien bekräftade till en viss del vad som sker i Vilhelmina just nu. I Storbritannien kom de fram till att det finns en klyfta mellan den digitala förvaltningen och de äldre invånarna, då de den äldre befolkningen i Storbritannien inte i stor utsträckning ville använda digitala kommunikationsmedel vid kommunala ärenden. Denna klyfta finns till viss del i Vilhelmina, men inte i lika stor omfattning som i Storbritannien. De äldsta deltagarna i Vilhelmina kommun använder gärna digitala kommunikationsmedel, även om de inte var det dominerade verktyget. Däremot talade den äldre gruppen om att de allra äldsta invånarna i Vilhelmina kommun varken hade tillgång, kunskap eller var fysiskt kapabla till att hantera nya medier. Denna grupp kan tänkas vara drabbad av den digitala klyftan, men eftersom det ej var någon närvarande som kände sig utesluten vid intervjuerna går det ej att säga något om det stämmer eller inte. Detta kan bero på att deltagarna som valde att vara med i fokusgruppsintervjuerna har kunskap om digital kommunikation, och de som inte har lika bred kunskap valde att inte vara med (eller att de aldrig såg anslagen om intervjuerna för den delen). En annan förklaring kan tänkas vara att det kan finnas en föreställning om ”de andra” som blir utestängda, men att det är en utdöende myt att samhällsgrupper inte har tillgång till internet. Det kan även tänkas att detta inte är någon myt, utan snarare en sanning då dessa grupper kan tänkas finnas för att deltagarna har träffat alla dessa utestängda personer de talade om under intervjuerna.

I och med detta upptäcktes en ny klyfta bland Vilhelminaborna, och denna har inte att göra med skillnaden mellan digitala immigranter och digitala infödingar. Utan att den yngre målgruppen väljer bort att delta och ta del av kommunal information. De yngre deltagarna var mer vilsna gällande kommunal information och avsåg sig sakna motivation. I Utterströms undersökning (se kapitlet om Digital divide) om hur Umeå kommun skulle nå friluftsintrasserade på bästa sätt framgick det att seniorerna utestängdes i viss mån då de inte använde sociala medier. Seniorerna sysslade mer sällan med friluftaktiviteter och därmed, enligt Utterström, hade de ett mindre informationsbehov. Vilket kan jämföras med denna studie, att de yngre utestängs till en viss mån men å andra sidan kan de ha ett mindre informationsbehov. En annan orsak till den avsaknaden motivationen till att engagera sig i samhällsfrågor kan tänkas vara att de yngre deltagande inte har samma skäl till att engagera sig som de äldre generationerna har. En av anledningarna enligt Rothstein (Rothstein 2003:121), var just att engagemang i föreningsliv och politiska intressen fyllde det sociala behovet. Det sociala behovet finns kanske inte idag hos digitala infödingar, då mycket av den sociala kontakten sker online och på sociala medier.

Avslutningsvis går det att se att likväl som att medierna förändras i samhället, förändras även individerna. 2001 fanns det enligt Norris stora klyftor i samhället mellan de som hade tillgång till uppkoppling och de som inte hade det. Idag ser samhället inte ut som då, den digitala klyftan har förändrats från att alla inte hade tillgång, till att handla om motivation och kunskap. De äldre kommuninvånarna är idag bevandrade i den digitala världen, och det kan tänkas att det inte är lång tid kvar till att de digitala invandrarna ersatts med digitala infödingar. Men följer man teknikens utveckling så kan det anas att dagens digitala infödingar en dag blir digitala invandrare till den nya kommande tekniken. Detta är en pågående process som är svår att göra något åt, men är man medveten om förändringarna som sker så hinner organisationer och företag anpassa medievalen efter målgruppens medievanor och behov. Det är även viktigt att inte underskatta målgruppens kunskaper, då denna undersökning bevisade att de äldsta hänger med i teknikens utveckling. Valen av kommunikationskanaler har betydelse, i detta fall kan konsekvensen av att använda vissa typer av kommunikationskanaler medföra en utestängning av grupper i samhället. Utestängningen som sker nu i Vilhelmina kommun är avsaknaden av kanaler där de yngre individerna i samhället befinner sig. Att digitalisera kommunal information behöver inte innebära att äldre åldersgrupper utestängs, då deltagarna i denna studie visade sig vara bevandrade i digitala medier, utan snarare välkomnas

då den kan öppna dörrarna för fler samhällsinvånare. Däremot behövs alltid en mediemix, då valet av förstahandskälla ofta varierar mellan individ och samhällsgrupp.

6.1 Förslag till vidare forskning

Som en fortsättning på denna studie hade det varit intressant att göra en kvantitativ undersökning över hur stora delar av invånarna som vill kommunicera och hantera information från kommunen. Denna kvalitativa undersökning skulle då kunna ligga som grund till utformning av syfte och frågeformulär. Då resultatet i denna uppsats visade att de yngre deltagarna i studien var rätt vilsna gällande kommunal information skulle det också vara intressant att närmare jämföra mellan åldersgrupper hur motivationen till att ta del av kommunal information ser ut, om det finns en skillnad från nu och förr, samt skillnad mellan större kommuner och mindre kommuner.

7. Referenser

7.1 Tryckta källor

Baker, Brent. 2012. Government public information. I Clarke L. Caywood (red.) *The handbook of Strategic Public Relations and Integrated Marketing Communications*. 2:a uppl. New York: Mc Graw Hill

BéLanger, France & Carter, Lemuria. 2009. The impact of the digital divide on e-government use. I *Communications of the ACM – A Direct Path to Dependable*. Vol. 52 (4): 132-135. New York: ACM

Bryman, Alan. 2012. *Social research methods*. 4:e uppl. New York: Oxford University Press Inc.

Choudrie, Jyoti; Gherghita, Ghinea & Nwamaka Songonuga, Vivian. 2013. Silver Surfers, E-government and the Digital Divide: An Exploratory Study of UK Local Authority Websites and Older Citizens. I *Interaction with Computers*. Vol. 25 (6): 417-442. Oxford: Oxford University Press

Dahlin-Ivanoff, Synneve. 2011. Fokusgruppdiskussioner. I Ahrne, Göran & Svensson, Peter (red.) *Handbok i kvalitativa intervjuer*. Stockholm: Liber AB

Edmunds, Angela & Morris, Anne. 2000. The problem of information overload in business organisations: a review of the literature. I *International Journal of Information Management*. Vol. 20: 17-28. Norfolk: Elsevier Inc.

Eppler, Martin J. & Jeanne Mengis. 2004. The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS and Related Disciplines. I *The Information Society*. Vol. 20: 325-344. London: Taylor & Francis Inc.

Esiasson, Peter; Gilljam, Mikael; Oscarsson, Henrik och Wängnerud, Lena. 2007. *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 3:e uppl. Stockholm: Norstedts Juridik AB

Falkheimer, Jesper. 2001. *Medier och kommunikation – en introduktion*. Lund: Studentlitteratur AB

Falkheimer, Jesper & Heide, Mats. 2014. *Strategisk kommunikation: en introduktion*. 2:a uppl. Lund: Studentlitteratur AB

Findahl, Olle. 2014. *Svenskarna och internet 2014*. SE internetstatistik.

Ilshammar, Lars. 2013. Offentlighetens dimensioner. I Nygren, Gunnar & Wadbring, Ingela (red.) *Påväg mot medievärlden 2020 – Journalistik, teknik, marknad*. Lund: Studentlitteratur AB

Jones, Sydney & Fox, Susannah. 2009. *Generations Online in 2009*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.

Kalmus, Veronika; Realo, Anu & Siibak, Andra. 2011. Motives for internetuse and their relationships with personality traits and socio-demographic factors. I *Trames – A journal of the humanities and social sciences*. Vol 15 (4): 385-403. Tallin: Estonian Academy Publishers

Katz, E., Blumler, J.m & Gurevitch, M. 1974. Uses of mass communication by the individual. I Davison, W. Phillips & Yu, Frederick T.C. (red.) *Masscommunication research: Major issues and future directions*. New York: Praeger

Kraft, Monika & Strandberg, Pelle. 2006. *Samhällskommunikation: ny strategi för informatörer i offentlig sektor*. Norstedts Akademiska Förlag.

Larsson, Larsåke. 2014. *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB

Laughey, Dan. 2007. *Key themes in media theory*. Maidenhead: Open University Press

McQuail, Denis. 2010. *Mass communication theory*. 6:e uppl. London: SAGE Publications Ltd

Norris, Pippa. 2001. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press

Putnam, Robert D. 2001. *Den ensamme bowlaren: den amerikanska medborgarandans upplösning och förnyelse*. 1:a. uppl. Stockholm: SNS förlag

Putnam, Robert D. 2011. *Den fungerande demokratin: medborgarandans rötter i Italien*. 2:a uppl. Stockholm: SNS förlag

Prensky, Marc. 2001. Digital Natives, Digital Immigrants. I *On the Horizon*. Vol 9 (5). Bingley: MBC University Press

Prensky, Marc. 2011. Digital wisdom and homosapiens digital. I Michael Thomas (red.) *Deconstructing digital natives: young people, technology and the new literacies*. New York: Routledge

Rothstein, Bo. 2003. *Sociala fällor och tillitens problem*. Stockholm: SNS förlag

SOU 2000:1. *En uthållig demokrati! Politik för folkstyre på 2000-talet*. Stockholm: Fritzes Offentliga Publikationer

Sveriges kommuner och landsting. 2013. *Information till alla? En uppföljande granskning 2013*. Rapport/Sveriges kommuner och landsting.

Thornberg, Robert och Fejes, Andreas. 2009. Kvalitet och generaliserbarhet i kvalitativa studier. I Fejes, Andreas och Thornberg, Robert (red.) *Handbok i kvalitativ analys*. Stockholm: Liber AB

Von Platen, Sara & Young, Philip. 2014. Att intervjua chefer med kommunikationsansvar. I Eksell, Jörgen & Thelander, Åsa (red.) *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation*. Lund: Studentlitteratur AB

Westerlund, Ingrid. 2009. Hermeneutik. I Fejes, Andreas & Thornberg, Robert (red.) *Handbok i kvalitativ analys*. Stockholm: Liber

Wibeck, Victoria. 2010. *Fokusgrupper: om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. 2:a uppl. Lund: Studentlitteratur

7.2 Digitala källor

E-delegationen. 2010. Myndigheters användning av sociala medier. *E-delegationen*. http://www.edelegationen.se/Documents/Vagledningar%20mm/Riktlinjer_sociala_medier_v1_0.pdf (Hämtad 2014-12-17)

E-delegationen. 2014. *Kort om E-delegationen*. <http://www.edelegationen.se/Om-oss/Kort-om-E-delegationen/> (Hämtad 2015-01-08)

Economist Intelligence Unit. 2010. *Digital economy rankings 2010 – Beyond e-readiness*. IBM Institute for Business Value. http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/pdf/eiu_digital-economy-rankings-2010_final_web.pdf (Hämtad 2014-12-01)

Näringsdepartementet. 2014. E-förvaltningen. *Regeringen*. <http://www.regeringen.se/sb/d/12960> (Hämtad 2014-11-14)

Statistiska centralbyrån. 2014. *Hitta statistik*. http://www.scb.se/sv/_Hitta-statistik/ (Hämtad 2014-12-15)

8. Bilagor

Informantintervjuguide

Bilaga 1

- Vad har du för roll på denna arbetsplats?
 - Vilken roll har du gällande kommunikationsarbetet?
- Har ni några uppsatta mål gällande er kommunikation?
- Vad är er syn på kommunikation idag?
 - Fungerar den bra/dåligt?
 - Hur ser ni på den tänka målgruppen?
 - Är den passiv eller aktiv gällande information och kommunikation?
- Vilka kanaler använder ni idag?
 - Varför dessa?
- Hur gör ni idag, förser ni medborgarna med information, eller får de söka information själva?
 - Vilken slags information gäller detta?
- Hur ofta uppdaterar ni era kanaler?
 - Vilken information?
- Använder ni sociala medier?
 - Varför/varför inte?
- Hur skulle ni vilja att kommunikationsarbetet fungerade i framtiden?
 - Angående ert arbete
 - Angående målgruppen
- Är det något ytterligare du vill tillägga?

Introduktion	
• Presentation av mig och min forskning • Varför fokusgruppsintervjuer ▪ Inga rätt eller fel ▪ Få fram nya idéer • Diskutera ej med moderatorn, utan med varandra • Tydliggöra att moderatorn är objektiv, och endast en samtalsledare • Visning av stimulusmaterialet ”vad är kommunal information”	
Öppningsfrågor	Tema 1
Syfte Ställa allmänna frågor så att deltagarna får bekanta sig med varandra och ämnet	Syfte Klargöra hur kommunikationen fungerar i dagsläget
Klargörande frågor	Klargörande frågor
➤ Presentation av varje deltagare ○ Namn, ålder, sysselsättning ➤ Vad föredrar du? Att aktivt leta rätt på information, eller bli informerad? ○ När är du aktiv? Och när är du passiv?	<i>Tänk på de områden jag precis visade.</i> ➤ Hur tar ni del av kommunal information idag? ➤ Tänk tillbaka den senaste månaden, kollade du upp någon speciell information gällande de informationsområden jag precis visade? ○ Vilken i så fall? ○ Vilken informationskanal använde du då? ➤ Vilka kanaler känner ni till att Vilhelmina kommun använder? ○ Använder ni dessa? ○ Varför/varför inte? ➤ Vad tycker ni om e-tjänster?
Tema 2	
Syfte Skaffa en bild över hur framtida kommunikation önskas vara	
Klargörande frågor	
<i>Tänk på de områden jag precis visade.</i> ➤ Hur vill ni få information? <i>Med få menar jag till exempel postutskick, annons i Vilhelmina aktuellt eller inlägg i sociala medier.</i> ➤ Vilken information vill du få? ➤ Hur vill ni hämta information? <i>Hämta information innebär att du själv aktivt letar upp informationen du vill veta, det kan till exempel vara att du ringer kommunens växel eller söker på internet.</i> ➤ Vilken information vill du hämta? ➤ Hur vill ni kommunicera med kommunen? <i>Med kommunicera med kommunen menar jag hur du vill föra dialog med någon inom kommunen. Vill du besöka, ringa, mejla, chatta eller konversera på sociala medier?</i> ➤ Vad vill du kommunicera om? ➤ Tycker ni att Vilhelmina kommun saknar någon kanal idag? ➤ Vilken då? ➤ Vad skulle du vilja ha på den kanalen?	

Tema 3	Avslut
Syfte Få idéer till den framtida kommunala appen	Syfte Summera diskussionen för att klargöra så att allt är förstått rätt
Klargörande frågor <i>I Skellefteå kommun har de tagit fram en kommunal app. Tänk om Vilhelmina skaffade en också.</i> ➤ Är detta något ni skulle tänkas vilja använda? ➤ Och vad skulle den då innehålla? <i>Nu brainstormar vi fritt, inga förslag är för höga eller låga. Exempel: badhusets öppettider, skolmatsedel</i>	Klargörande frågor ➤ Summering av diskussionen ➤ Är det något ni vill tillägga?

Information om fokusgruppsintervjuerna

Bilaga 3

Moderator: Hanna Liljekvist

Grupp 1, 18 – 29 år

Konferenssalen Volgsjön, 18 november, 20 – 20:50

1:1 Kvinna, 24, lärarassistent

1:2 Man, 19, elev

1:3 Kvinna, 22, student

1:4 Kvinna, 25, lärare

1:5 Man, 26, lärare

Grupp 2, 30 – 45 år

Konferenssalen Volgsjön, 18 november, 18:05 – 18:45

2:1 Kvinna, 38, fritidsledare

2:2 Kvinna, 42, lärare

2:3 Man, 40, mekaniker

Frånvarande: Kvinna, 30

Grupp 3, 46 – 64 år

Saxnässkolan, 17 november, 13:20 – 14:00

3:1 Kvinna, 47, lärare

3:2 Kvinna, 63, lärare

3:3 Kvinna, 55, lärarassistent

3:4 Kvinna, 49, förskolelärare

Grupp 4, 65 år –

Konferenssalen Volgsjön, 19 november, 10:00 – 10:45

4:1 Kvinna, 80, pensionär

4:2 Man, 67, pensionär och egenföretagare

4:3 Man, 68, pensionär

4:4 Kvinna, 71, pensionär

Förslag på funktioner för den kommunala appen

Bilaga 4

18 – 24 år	30 – 45 år	46 – 64 år	65 år –
• Evenemang • Återvinningsguide • Dagens skollunch • Nyheter (Vilhelmina aktuellt) • Driftstörningar • Reserobot • Lediga jobb • Bibliotek • Fritidsaktiviteter • Köp och sälj • Samåkning • Förslagslåda • Olika byar skulle ha sin egen funktion • Studiecirklar • Tjänst för kommunikation med andra	• Evenemang • Återvinningsguide • Dagens skollunch • Positiva nyheter • Senaste nytt/driftstörningar • Uppdateringar om skidspår osv. • Öppettider • Avläsning av vattenmätare • Enklare funktion för att ställa frågor • Sökrobot • Kontakt • Tempus (digitalt schema för förskolan) • Hur man söker äldreomsorg • Kontaktinformation med bilder • Turistapp • Lista över företag i Vilhelmina, och information om dem. • Dagens lunch • Förslagslåda • Kontakta skolor • Utflykter • Fråga dina politiker • Meddelanden	• Byar och fjälldalar skulle ha en egen funktion • Företag i Vilhelminas öppettider • Information om Folkets hus • Resefunktion • Samåkningsfunktion • Polisen skulle ha en egen funktion • Tydlig kontaktinformation	• Evenemang • Dagens skollunch • Kontakter • Skicka bilder • Idrottsföreningar • Olika byar skulle ha en egen funktion